◆ اطلاع رسانی

فرآیندهای استراتژیک در سازمانهای هلدینگ

(قسمت دوم)

ضرورت طراحی فرآیندهای استراتژیک در سازمانهای هلدینگ

از آنجایی که سازمانهای هلدینگ در رشته‌های مختلف کسب و کار فعالیت می‌کنند و با واحدها و فرآیندهای گوناگونی سرو کار دارند، برنامه‌ریزی، کنترل و هدایت این اجزاء در راستای تحقق اهداف هلدینگ از چالشهای بسیار مهم این دسته از سازمانها محسوب نمی‌شود. از طرف دیگر ماهیت وجودی سازمانهای هلدینگ ایجاد ارزشی مازاد بر مجموع ارزش تک تک واحدها و فرایندهای آن (هم افزایی) است. چرا که در غیر اینصورت، با منحل کردن هلدینگ انتظار می‌رود عملکرد واحدهای تابعه بهبود می‌یابد.

انواع فرآیندهای استراتژیک در یک سازمان هلدینگ:

فرآیندهای استراتژیک در یک سازمان هلدینگ به ۴ حوزه زیر تقسیم بندی می‌شوند:

۱- حوزه مالی ۲- حوزه پشتیبانی ۳- حوزه مشتری ۴-حوزه بین کسب و کار

۱-حوزه مالی: فرآیندهای این حوزه عبارتند از:

۱-۱-مدیریت سرمایه گذاری: شرکتهای هلدینگ دارای این مزیت هستند که نمی‌توانند با شناسایی چرخه عمر محصول ارائه شده و هدفی که در منظر مالی خود با توجه به این مورد تعیین می‌کنند، سود برخی از واحدها را برای سرمایه‌گذاری در واحدهای دیگر بکار می‌برند.

مدیریت سرمایه‌گذاری وظایف زیر را برعهده دارند: ۱- شناسایی فرصتهای موجود ۲- مطالعات راهبردی و بررسیهای اقتصادی ۳- تهیه طرح تجاری.

۱-۲- مدیریت ریسک: جدای از رویکرد ادغام، فعالیتهای دیگری نیز مثل طراحی ابزارهای مالی برای کاهش انواع ریسک وجود دارد.

۱-۳- مدیریت سبد سهام: مدیریت سبد سهام با رویکرد خرید و فروش سهام به منظور کنترل واحدهای تحت پوشش (سهام مدیریتی) و همچین سودآوری انجام می‌گیرد. متأسفانه در ایران اکثر شرکتهای هلدینگ از این فرآیند برای سوددهی استفاده می‌کنند و خود را از قید بند کنترل شرکتهای خود رها می‌سازند. اهم وظایف مدیریت سبد سهام عبارتند از:

۱- تجزیه و تحلیل‌های مالی - اقتصادی واحدهای تحت پوشش ۲- استفاده از مدهای ترکیبی برای تعیین نوع سهامهای موجود در سبد.

۱-۴- مدیریت مالی: تجزیه و تحلیل صورتهای مالی، مدیریت ورود و خروج سرمایه و وجوه نقد هلدینگ در این فرآیند مورد نظر است.

۲-حوزه پشتیبانی: فرایندهای این حوزه عبارتند از:

۲-۱- مدیریت حقوقی: یکی از واحدهای ستادی سازمانهای هلدینگ می‌تواند واحد حقوقی باشد. بنابراین این فرآیند نیز در منظر فرآیندهای داخلی یک شرکت هلدینگ لحاظ شده است. فرایندهای فرعی زیر پیشنهاد می‌شود: ۱- حل اختلافات. ۲- طرح و اقامه دعاوی و دفاع از حقوق. ۳- دعاوی و قراردادهای بین المللی ۴- نگهداری و حفاظت اسناد و پرونده‌های حقوقی.

۲-۲- مدیریت اداری و منابع انسانی: فرایند مدیریت منابع انسانی به عنوان یک فرآیند پشتیبانی نه تنها در یک سازمان هلدینگ بلکه بسیاری از شرکتهای دیگر نیز مرسوم است. اما تفاوت این فرآیند در هلدینگ با شرکتهای دیگر آن است که در هلدینگ ارائه این خدمات به تمامی واحدهای تحت پوشش بصورت یکپارچه انجام می‌گیرد. البته این بدان معنی نیست که مثلاً وظیفه جذب پرسنل هر واحد تابعه بعهده هلدینگ می‌باشد، بلکه بیشتر سطوح مدیریتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عنوان مثال در شرکت هلدینگ «جنرال الکتریک» مدیران ابتدا در واحدهای کوچک سازمان مشغول می‌شوند به گونه‌ای که موفقیت و یا شکست در این واحدها روی سه رقم اول درآمد عملیاتی سازمان تأثیری ایجاد نمی‌کند. سپس با توجه به توانمندیهایشان به پستهای بالاتر و کلیدی‌تر دست می‌یابند.

۲-۳- مدیریت برنامه‌ریزی: فرایند برنامه‌ریزی در هلدینگ در نهایت به تهیه و تدوین برنامه‌های کلان سازمان و حداکثر تا سطح رشته فعالیتها منجر خواهد شد. برنامه‌ریزی در سطح واحدهای تابعه توسط خود آنها انجام می‌شود، ولی در نهایت باید به تایید ستاد هلدینگ برسد. این فرآیند شامل فرآیندهای زیر می‌باشد: ۱- تدوین نظام سنجش عملکرد برنامه و بودجه ۲ -تدوین و تلفیق برنامه و بودجه ۳-نظارت و کنترل بر اجرای برنامه و بودجه ۴- تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های تخصصی مورد نیاز ۵- تدوین و بهسازی نظام بهره‌وری و نظارت کلان بر اجرای آن.

۲-۴- تحقیق و توسعه: این مورد هلدینگ به منظور طراحی و ایجاد سیستم مدیریت تحقیق و توسعه در شرکتها، سیاست گذاری درخصوص نوآوری در محصولات و فرایندهای تولیدی و مدیریت تکنولوژی انجام می‌شود.

ادامه دارد ...

منابع: - FARSNEWS.COM تدبیر

تهیه کننده: جواد راستی

کارشناس فنی حوزه تولید- امور آهنکاری

شش سیگما به عنوان یک استراتژی تحول سازمانی

استراتژی تحولی شش سیگما، سیستمی است که موجب توسعه و گسترش متدهای مدیریتی، آماری و نهایتا حل مشکلات شده و به شرکت امکان جهش و تحول را می‌دهد.

احراز کیفیت برتر و افزایش قابلیت اعتماد در محصولات تولید شده و مونتاژ شده نیازمند چارچوبی است که به قابلیتهای سازمان در زمینه‌های مدیریت، کاربرد اطلاعات و تکنولوژی یکپارچگی ببخشد. برای استفاده از اطلاعات،وجود یک سری ابزارهای آماری که بتوان به وسیله آنها عملکرد فرآیندها و تولیدات را بهینه نمود، بسیار ضروری است. در دنیای رقابتی امروز، کیفیت خوب یک ویژگی تجملاتی نیست بلکه از دیدگاه هر دوی تولیدکنندگان و مصرف کنندگان یک نیاز بنیادی است.

صرف نظر از تعریفهای متعدد کیفیت، یک سری ویژگیهای مشترک جهانی برای آن درنظر گرفته شده است که عبارتند از : عملکرد دقیق، حداقل تغییر و کمترین هزینه. دانشمندان و مهندسینی که به طور عمومی و کلی با مسائل برخورد می‌کنند علاقمند به مورد اول، آمارگران، متمایل به مورد دوم و مدیران تجاری دوستار مورد سوم می‌باشند. بدیهی است فرآیند و یا محصولی موفق است که برخوردار از همه موارد فوق باشد.

برخی محققان از شش سیگما به عنوان فلسفه بهبود مستمر که به سمت "عالی شدن در همه کارها" پیش می رود یاد میکنند و آن را سیستمی میدانند که تعیین می کند کجا قرار گرفتیم، دوست داریم کجا باشیم، چگونه به آن مقصد می رسیم و چگونه در طول راه پیشرفت می کنیم.

در مبحث شش سیگما ، ۳ حوزه اصلی وجود دارد: حوزه اول "فلسفه" است که طریقه حرکت، چشم انداز و جهت حرکت سازمان را تعیین می کند. حوزه دوم "مقیاس" است که به سازمان این امکان را می دهد تا به طور دقیق نحوه عملکرد فرآیندها را مشخص کند. حوزه سوم نیز "روش شناسی" است. روش شناسی یک فرآیند سیستماتیک است که موجب شناسایی، تبیین، اندازه گیری، تحلیل، توسعه و استاندارد شدن یک فرآیند می شود.هر چه تعداد شش سیگما ها بیشتر باشد میزان خطا کمتر است. هر چه تغییرات کوچکتر باشند هزینه کمتر است. بهترین سازمانها حدود ۳ یا ۴ سیگما بکار می گیرند که این تعداد، احتمال بروز خطا در یک میلیون واحد را به ۶۲۰۰ عدد می رساند. به طور عملی تعداد خطاها می تواند تا ۳/۴ واحد در هر یک میلیون واحد کاهش پیدا کند و این به معنی میلیون ها دلار صرفه جویی است.

شش سیگما یک رویکرد تحولی مدیریتی است که باعث ارتقا و بهبود کیفیت می شود. شش سیگما یک استاندارد جهانی است که علاوه بر تامین نیاز مشتریان باعث توسعه و پیشرفت کارکنان در لایه‌های جدید می شود و این به منزله یک مسئولیت برای نیروهای انسانی است نه فقط یک فرصت.

نیروهای انسانی نیازمند افزایش ارزش عملکردهای خود می باشند که این کار را با ایفای یک نقش کلیدی و پیاده‌سازی شش سیگما در سازمان خود انجام می دهند.

راهکارهای اجرای شش سیگما

به طور ساده می توان گفت، شش سیگما متدی است که بر اساس داده (data) هدایت می شود و هدف آن دستیابی به کیفیت برتر است. چیزی که شش سیگما را از سایر اصول کیفیت متمایز می کند این است که پیش گیری قبل از وقوع اشتباهات. به طور ویژه می توان گفت شش سیگما یک تلاش نظم یافته است که فرآیندهای تکرار شوند سازمان را در بخشهای طراحی محصولات، عملکرد تامین کنندگان، سرویسهای خدماتی و از نزدیک مورد سنجش قرار می دهد.

شش سیگما یک متد آماری است که نیازهای مشتری را به صورت وظایف جداگانه تعریف کرده و ضمنا یک سری ویژگی های بهینه در صورتیکه بین آنها عملکردهای فیمابین وجود داشته باشد، برایشان در نظر می گیرد. همانطور که از شواهد پیداست، گامهایی که برای نیل به این هدف برداشته می شود تاثیر بسیار عمیق به روی کیفیت محصولات، عملکرد سرویسهای مشتریان و پیشرفتهای حرفه‌ای پرسنل خواهد گذاشت.

شش سیگما به دلیل تاکید عمیق بر روی تحلیلهای آماری، مقیاسهای ارزیابی طراحی، تولید محصول و فعالیتهای متمرکز در حیطه مشتری گرایی، قادر است احتمال بروز خطا در محصولات و سرویسها را به میزان بی سابقه‌ای کاهش دهد. شش سیگما حاصل پیوند سیستمهای اجتماعی و فنی است. عوامل انسانی با بهره‌گیری از مزایای پیشرفتهای تکنولوژیکی، سرانجام نظامی بر اساس این واقعیت ایجاد خواهد کرد که برای حفظ بقا در دنیای رقابت آمیز امروز، وجود کیفیت بسیار بالا با صرف هزینه بسیار اندک، فوق العاده ضروری است. شش سیگما در واقع نقشه جاده بقا و موفقیت است.

برای اجرای شش سیگما در سازمان ابتدا باید تیمهایی تشکیل شود. نقشی که هر یک از اعضای تیم ایفا خواهند نمود تعیین کننده نوع و سطح آموزشی است که دریافت می کنند.به عنوان مثال اعضای کلیدی این تیمها توسط متخصصین خارج از سازمان به عنوان رهبر گروه آموزش می بینند.

علاوه بر این تیمها، گروههای حمایت کننده نیز تشکیل می شود که تعداد زیادی از اعضای آن تمام وقت خود را صرف اجرای هر یک از این پروژه‌ها می کنند.

زمانیکه تصمیم می گیرید یک فرآیند را اصلاح کنید باید بهترین روش را برای اجرای آن اتخاذ کنید. به همین منظور باید بهترین نوع تیم انتخاب شود. اما این تیم الزاماً باید APT (Action process team) باشد؟

قهرمانان - مرشدان - کمربند مشکی ها و کمربند سبزها تیمهای مذکور را به صورت مرتبط با یکدیگر در سرتاسر سازمان هدایت می کنند. نقش مرشدان هدایت استراتژی کسب و کار - حمایت و راهنمایی است. وظیفه کمربند مشکی ها پیاده‌سازی، هدایت و نتیجه‌گیری از پروژه تیمهای شش سیگما است. نقش کمربند سبزها هم این است که با بکارگیری مهارتهای فنی خود در شش سیگما در مورد موضوعات روز درون سازمانی با تیم همکاری می کنند و این فرصتی برای بهبود است.

جلسات تعاملی، در طول چندین هفته برگزار می شود. (این جلسات فقط مختص متخصصین فنی و یا مدیریتی است نه همه کمربند سبزها). کمربند سبزها کسانی هستند که جلسه را با موفقیت گذرانده و برای بکارگیری ابزارهای بهبود و توسعه آموزش دیده‌اند. پس از سپری شدن نخستین هفته، پروژه‌ها انتخاب شده و آموزش دیدگان موظف به بکارگیری و اجرای مباحثی می شوند که در طول دوره آموخته‌اند. پس از پایان هر برنامه نیز نتایجی را که از این جلسات گرفته‌اند، ارائه می دهند. کسانیکه این جلسات را با موفقیت پشت سر گذاشته و پروژه‌ها را اجرا می کنند، گواهینامه "کمربند مشکی" دریافت می کنند. این افراد مسئول اجرای شش سیگما در واحد کسب و کار خود شده و تیمهای مذکور را هدایت و رهبری می کنند، علاوه بر این مدیران را نیز در جهت اولویت دادن به امور، برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌ها، ارشاد و هدایت می کنند. از دیگر وظایف این گروه بکارگیری، آموزش و توزیع ابزارها و متدهای لازم برای کمربند سبزها و اعضای تیمها می باشد.

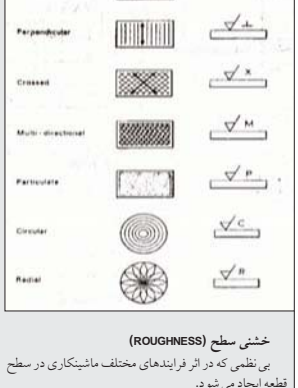
تنها تعدادی از این افراد به سومین سطح که بالاترین لایه نیز می باشد راه پیدا کرده و اصطلاحاً "استاد کمربند مشکی" می شوند. البته قبل از دریافت گواهینامه مذکور موظف به هدایت چندین تیم و پروژه می گردند. "استاد کمربند مشکی" ها در واقع کارشناس اجرای شش سیگما و تئوری آن می باشند باید فرآیندها را آموزش دهند. این افراد متخصصین کیفیت در روش شناسی و بکارگیری ابزار بهبود در همه سطوح سازمان می باشند. ضمناً فرآیند یکپارچه‌سازی شش سیگما با استراتژی کسب و کار سازمان و برنامه‌های عملیاتی آن را نیز رهبری می کنند.

تسهیلات و امکاناتی که شش سیگما در بخشهای بهبود کیفیت، کاهش هزینه، جلب رضایت مشتری و حفظ وفاداری و پیشرفت کارکنان ایجاد می کند بسیار وسیع است. از طرفی برای تبدیل قابلیتهای بالقوه شش سیگما به صورت بالفعل باید زمان کافی، استعداد، سرمایه گذاری های درست و به اینکار اختصاص داده شود. اجرای شش سیگما نیازمند تمرکز بسیار و کار تیمی قوی است.

مهندسی کیفیت - محمد رضا شکری

ساختار صافی

ساختار صافی با مفهوم خشنی و صافی سطح معین می‌شود. حالت بی نظمی که در سطح براده‌برداری بوجود می‌اید توسط پارامترهای مختلف زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به یادآوری است که این سه مشخصه هرگز از هم جدا نبوده و اکثر ساختارهای صافی، نتیجه تاثیر ترکیبی از این سه مشخصه هستند. از آنجائیکه اثرات عملکرد این سه عامل متفاوت هستند لذا آنها را بطور جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهیم.



خشنی سطح (ROUGHNESS)

بی نظمی که در اثر فرایندهای مختلف ماشینکاری در سطح قطعه ایجاد می‌شود.

موجدار بودن (WAVINESS)

حالت موجداری که بر اثر لرزش قطعه یا ارتعاشات دستگاه و یا عوامل دیگر از قبیل تغییر ابعاد مواد اولیه بوجود می‌آید.

فرم (FORM)

تغییر شکل کلی سطح را بدون توجه به مقادیر خشنی سطح و تموجی که ممکن است در اثر عملیات حرارتی یا براده‌برداری در قطعه مشاهده می‌شود.

جهت خطوط خشنی (LAY)

اثرات ابزار برشی و براده‌برداری در سطوح قطعات، جهات مختلفی را دارا می‌باشند که آنها را جهت خطوط خشنی نامیده و به گونه‌های مختلفی دسته‌بندی می‌کنند. البته اندازه‌گیری میزان صافی به جهت حرکت سوزن در روی قطعه کار بستگی دارد از این رو جهت خطوط خشنی در اندازه‌گیری ساختارهای صافی مهم بوده و حرکت سوزن بایستی نسبت به امتداد خطوط خشنی عمود بوده باشد. ترکیب خطوط خشنی که در مراحل مختلف ماشینکاری بوجود می‌اید بصورت مستقیم، دایره‌ای یا هلالی دیده می‌شوند.

پارامترهای ساختار صافی سطح (PARAMETERS SURFACE TEXTURE)

اینها در فرایندهای مختلف تولید بوجود آمده و در سه نوع مختلف تقسیم‌بندی می‌شوند:

پارامترهای فراوانی (AMPLITUDE PARAMETERS)

مشخصات عمودی انحرافات سطح را اندازه گرفته که شامل پارامترهای Ra,Rmax,Rp,Rv,Rtm,Rt,R می‌باشند.

Ra خشنی متوسط سطح است و مقدار آن میزان انحراف پروفیل سطح از خط مرکزی می‌باشد که با درج مسافت حرکت سوزن همراه است.

Rmax ارتفاع بین پایین‌ترین نقطه و بلندترین نقطه پروفیل است.

Rp ارتفاع بلندترین نقطه پروفیل بالای خط مرکزی در طول نمونه است.

Rv عمیق‌ترین نقطه پروفیل زیر خط مرکزی در طول نمونه می‌باشد.

Rtm مقدار میانگین Rmax در پنج طول نمونه متوالی است.

Rt ارتفاع عمودی بین پایین‌ترین نقطه و بلندترین نقطه پروفیل در کل طول نمونه است.

Rz این مقدار براساس مقدار اندازه گرفته شده از ده نقطه پروفیل در طول نمونه‌هاست که از نظر عددی برابر با میانگین ارتفاع بین پنج عدد بلندترین نقطه‌ها و پایین ترین نقطه‌هاست که بطور عمود نسبت به خط مرکزی اندازه‌گیری شده‌اند.

پارامترهای فاصله بین نقاط ((SPACING PARAMETERS

اینها مشخصات فاصله‌ای و تعداد قله‌های پروفیل سطح را جهت بررسی بیشتر معین می‌کنند که مهمترین آنها Pc و Hsc می‌باشند.

Pc شمارش قله‌هایی که در داخل محدوده بین دو خط موازی و بطور قرینه نسبت به خط مرکزی قرار می‌گیرند.

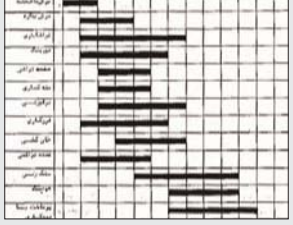
Hsc شمارش بلندترین قله‌هایی از پروفیل در طول ارزیابی که بالای خط مرکزی و یا یک خط موازی با خط مرکزی قرار گرفته شده باشند.

پارامترهای پیوندی (HYBRID PARAMETERS)

ترکیبی از پارامترهای مختلف را اندازه‌گیری می‌کند که مهمترین آنها Tp است.

Tp نسبت یاتاقان (BEARING RATIO))

ایجاد نسبت یاتاقان در سطوح قطعات مهندسی، بیشتر بمنظور تامین کارکرد صحیح قطعات درگیر با همدیگر می‌باشد. برای این منظور قله‌های موجود در پروفیل سطح قطعات را توسط فرایندهایی از قبیل LAPING HONING یا غیره تخت می‌کنند.



گردآورنده: آقاپور

منابع:

- EXPLORING SURFACE TEXTURE
BY H . DAGNALL
S HAND - BOOK ۲۲ND ' - MACHINERY
BY ERIK OBERG OTHERS
- METROLOGY FOR ENGINEERS
BY F.F.W. GOLYER C.R. SHOT BOLT

تهیه و ارسال : احد حسین‌زاده - کارگاه فاز یک

◆ اطلاع رسانی

درباره مفهوم مسئولیت پذیری

برای خداپرست، مسئولیت از عمق عالم وجود سر می‌زند و ریشه در واقعیت عینی بیرون از ذهن فرد جمع دارد...

مسئولیت زاییده آزادی است و انسان چون آزاد است مسئول است.

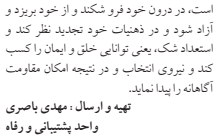
مسئولیت نه ساخته مصلحت جمعی و نه در رابطه میان افراد یک جامعه که برآمده از ذات عالم وجود و در رابطه میان «اراده آگاه انسان» و «اراده آگاه جهان» معنی می‌شود.

مسئولیت زاده امکانات نیست، مسئولیت‌زاده قدرت نیست، مسئولیت یک حقیقتی است یک حالتی است که مستقیماً زائیده دانستن است نه «توانستن» ما نباید احساس مسئولیت را تنها بر دوش خواص یا اشخاص مشخصی بگذاریم و باید بدانیم که هر کسی می‌تواند درست بیندیشد به میزانی که معتقد به مسائل باشد به همان میزان رسالت این کار را باید بر دوش خود احساس کند. بی‌شک بهترین کار را کسانی انجام خواهند داد که از همه شایستگی بیشتر دارند، ما نمی‌توانیم و نباید منتظر کار یک یا چند تن از خواص بمانیم بخصوص که خواص همیشه به گذشته تعلق دارند، باید خودمان را مسئول بدانیم و به میزانی که ایمان و اعتقاد و شایستگی داریم بتوانیم ایمان را با منطق علمی مسلح کنیم، چون آینده و نسل حاضر که به شدت مورد هجوم‌های فکری و تحقیرهای عملی شده به نیروی مقاومتی عظیم نیازمند است و این نیروی مقاومت ازخود این نسل باید سرزند، نسلی که می‌تواند خود را بسازد، تجدید ولایت کند، عادات فکری و قالبهای ذهنی و بستهای اعتقادی روشهای اخلاقی و بندهای سنتی و شیوه‌های موروثی را که اینچنین بر دست و پای اندیشه و احساس ما پیچیده و تعقل ما را خفه کرده و بینش و جهان بینی و ایمان و منطق ما را فلج کرده است، در درون خود فرو شکند و از خود برببزد و آزاد شود و در ذهنیات خود تجدید نظر کند و استعداد شک، یعنی توانایی خلق و ایمان را کسب کند و نیروی انتخاب و در نتیجه امکان مقاومت آگاهانه را پیدا نماید.

تهیه و ارسال : مهدی باصری

واحد پشتیبانی و رفاه

ماهیت شایعه در محیط کار



«شایعه نوعی نظر، عقیده یا درایت است»، که شامل خصوصیات زیر می‌باشد:

اولین خصوصیت شایعه این است که از یک شخص دیگر و از طریق ارتباط غیر رسمی بوسیله کلمات و دهان به دهان منتشر می‌شود.

مشخصه دوم شایعه آن است که نمی‌توان منشاء آنرا به سادگی مشخص ساخت، محققان معتقدند شایعه در شرایطی ساخته و پرداخته می‌شود که مردم به یک حادثه خاصی علاقمند هستند و آن حادثه برای آنان اهمیت ویژه‌ای دارد و نیز ابهامی در مورد آن وجود دارد، شایعه‌ها می‌توانند در داخل یک سازمان به سرعت یک طوفان زیان بخش گسترش پیدا می‌کنند.

برای مقابله با شایعه بهترین راهبرد آن است که سعی کنیم از پخش شایعه پیشگیری کنیم، اما چگونه می‌توان از شیوع شایعه‌ای که مخرب است جلوگیری کرد.

ابتدا باید توجه داشته باشیم که هیچ شایعه‌ای بر اثر اتفاق یا به دلیل هیچ گونه اتفاق خاصی بوجود نیاید. زیرا یکی از عوامل مؤثر در ایجاد یک شایعه فقدان اطلاعات کافی در سازمان است.

بر خی شایعه‌ها تا آن میزان مهم‌اند که ممکن است قابل توجه مدیران قرار بگیرد.

وقتی یک شایعه بسیار جدی است مدیران تمایل دارند که آنرا جمع کنند، زیرا پراکنده شدن یک شایعه می‌تواند موجبات کاهش تولید را فراهم آورد، در اینصورت مدیران باید اقدام کنند.

مهمترین اقدام مدیران استفاده از سلاح حقیقت گویی است که می‌تواند شایعه مخرب را در هم شکند، حتی اگر با بیان واقعیت مشکلات دیگری به وجود آید، از طرفی وقتی مدیریت یک واحد به راستگویی و درستکار بودن شهرت پیدا کند، اعتماد و اطمینان کارکنان نسبت به او بیشتر خواهد شد و در نتیجه بر میزان احساس وفاداری افراد به سازمان محل کار خود افزوده خواهد شد.

تهیه و ارسال : احد حسین‌زاده - کارگاه فاز یک