

مدیریت پاسخگویی و مسئولیت پذیری

تعاریف و مفاهیم واگذاری کار

▶ واگذاری کار به معنی تفویض بخشی از وظایف و مسئولیت‌های شغلی مدیران و سرپرستان و نتایج حاصل از آن به کارکنانی است که توانمندی‌های لازم را برای انجام موفقیت‌آمیز آن کسب کرده‌اند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت، واگذاری کار به معنی تفویض بخشی از وظایف و مسئولیت‌های مدیران و سرپرستان به کارکنان و زیردستان توانمند شده به منظور یافتن فرصت برای انجام کارهای مهم‌تر مدیریتی از قبیل برقراری ارتباطات لازم با خارج سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان، افزایش بهره‌وری، ایجاد نظم و انضباط در محیط کاری، رسیدگی به شکایات، ایجاد رضایت ارباب رجوع و مصرف‌کنندگان کالا و خدمات و امور مربوط به مدیریت منابع انسانی از قبیل نیرویابی، جذب، گزینش، آموزش، حقوق و دستمزد، ارزیابی درست از عملکرد کارکنان و تأمین تندرستی و روان‌درستی نیروهای انسانی است که در حقیقت سرمایه‌های اصلی سازمان و مدیریت به شمار می‌روند.

اختیار

▶ قدرت و حق قانونی که سازمان به هنگام احراز پست به فرد می‌دهد تا با اتکا به آن قدرت و حقوق، دستورات لازم در جهت انجام امور را صادر نمایند را اختیار می‌گویند و مرئوسان ملزم به اجرای آن هستند. اهم اختیارات در محیط کار شامل: دادن دستور کار، تقسیم کار، نظارت، تشویق، تنبیه و مواردی از قبیل هستند.

مسئولیت

- ▶ الزام به انجام کار و پاسخگویی در مقابل نتایج حاصل از آن را مسئولیت گویند. به عبارت دیگر مسئولیت یعنی مورد سوال و بازخواست قرار گرفتن در مقابل اختیاراتی که به فرد واگذار شده است.
- ▶ هر فرد در مقابل زیردستان، بالادستان، سایر مسئولان، کار و محیط کار مسئولیت دارد و این مسئولیت می تواند مسئولیت کاری، اخلاقی یا اجتماعی باشد.

ضرورت تکریم ارباب رجوع

ضرورت معنوي :

کرامت انسان و احترام به موجودیت انسان اولین عامل الزام آور مشتری مداری است .

ضرورت بين المللي :

مشتری مداری سازمان را مجبور می کند برای جلب رضایت مشتری هزینه را کاهش دهد .

ضرورت قانوني :

از جمله اعتقادات عمومی و ارزشمند هر کشوری کرامت ملت است که در جای جای دنیا به اشکال مختلف دیده می شود .

اصل ۱۳ قانون اساسی ژاپن : همه مردم به عنوان افراد جامعه مورد احترام هستند .

اصل ۹۸ قانون اساسی ایتالیا : کارمندان دولت منحصراً در خدمت ملت هستند .

اصل ۱۱ قانون اساسی اسپانیا : اساس نظم سیاسی و اجتماعی احترام به قانون و حقوق دیگران است .

تکریم ارباب رجوع ، نوعی مدیریت اسلامی است

تکریم ارباب رجوع ، انسان مداری است . ارزش نهادن به انسان بعنوان ارزنده ترین موجود و بعنوان شریف ترین چیزی که خدا خلق کرده است . موجودی که در دیدگاه دین مبین اسلام اشرف مخلوقات و خلیف الله است .

اصول انسانی و اسلامی تکریم ارباب رجوع

۱- وحدت در اهداف (توحید)

۲- عدالت در رفتار (عدالت)

۳- صداقت در گفتار (نبوت)

۴- مدیریت مستمر (امامت)

۵- نتیجه نهائی (معاد)

انواع مشتریان (ارباب رجوع) سازمانی

الف . مشتریان (ارباب رجوع) برون سازمانی :

به افرادی که به عنوان اربابان رجوع از بیرون سازمان به منظور اخذ یک ارزش و یا مطلوبیت متناسب با حواج و نیازهای شخصی یا گروهی و یا سازمانی به دستگاه ذیربط مراجعه می کنند .

ب . مشتریان (ارباب رجوع) درون سازمانی :

کارکنان سازمان بعنوان مشتریان (اربابان رجوع) داخلی محسوب می شوند بطوریکه هر فرد درون سازمان مشتری بوده و او نیز به نوبه خود مشتریانی دارد و چنانچه برون دادی که بین کارکنان یک سازمان مبادله می شود ، ناقص باشد ، سازمان قادر به تامین نیازهای مشتریان (اربابان رجوع) بیرونی نخواهد بود.

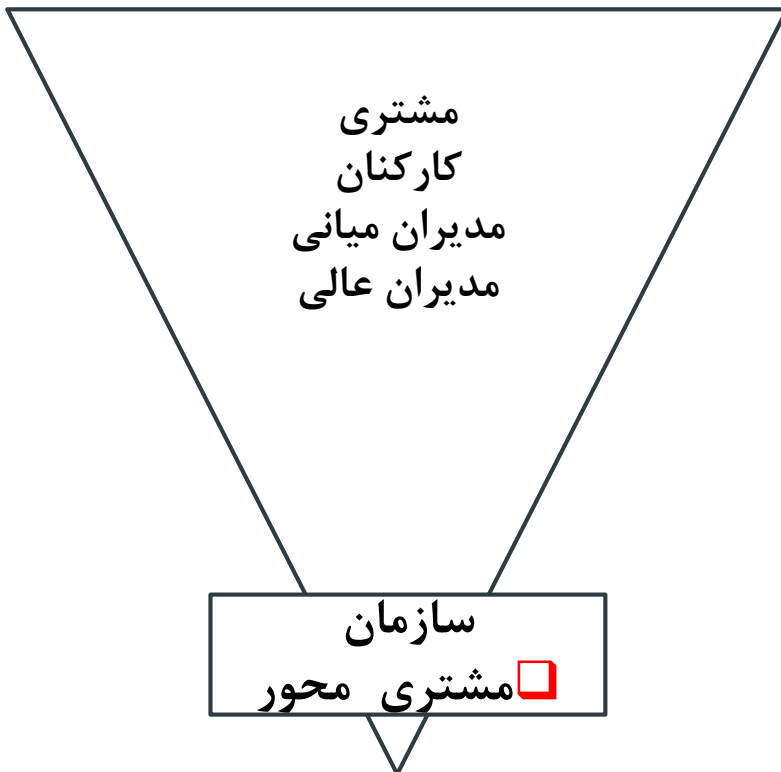
تعريف مشتری : Customer

مشتری کسی است که انجام معامله و داد و ستد را در یک محیط رقابتی به عهده دارد و در حالت تعاملی کالا مبادله می کند.

کیفیت	نگهداری	عینیت	هزینه	نوع دریافت	تعامل	
قابل اندازه گیری	قابل ذخیره	ملموس	دارای هزینه	کالا	دو طرفه و رقابتی	مشتری
غیر قابل اندازه گیری	غیر قابل ذخیره	غیر ملموس	رایگان	خدمات	یک طرفه	ارباب رجوع

تعريف ارباب رجوع : Client

ارباب رجوع مثل مشتری حالت تعاملی و طرفینی ندارد بلکه خدمات ارزش های یک جانبه را شامل میشود. مثل خدمات درمانی، خدمات شهری ، خدمات علمی، خدمات آموزشی و پرورشی و ...



اگر از خرید خود ناراضی هستید هزینه به شما مسترد خواهد شد

هدف ما جلب رضایت مشتری است .

برنامه ریزی : بلند مدت -
سود دهی بلند مدت

کیفیت بر اساس خواست مشتری



جنس فروخته شده به هیچ عنوان پس گرفته نمی شود

فلان کالا را نداریم . سؤال فرمائید

برنامه ریزی : کوتاه مدت -
برگشت سریع سرمایه

کیفیت بر اساس خواست شرکت

رفتار اخلاقی در محیط کار چیست؟

- ▶ معیارهایی که رفتارهای پسندیده و یا نامطلوب، درست و یا غلط را مشخص می کند و رفتار فرد یا گروه را هدایت می کند، ضوابط و اصول اخلاقی تعریف می شود.
- ▶ اغلب مشکلات اخلاقی زمانی بروز می کنند که افراد را برای انجام دادن کاری در وضعیتی قرار می دهند که وجدان آنها را جریحه دار کند.

موارد هفت گانه الگوی خدمات

- ▶ فروتنی
- ▶ موجز بودن
- ▶ کامل بودن
- ▶ پاکیزه بودن
- ▶ وضوح
- ▶ صحیح بودن
- ▶ با توجه بودن

شش قانون مهم در خدمات رسانی مطلوب به مشتری و ارباب رجوع

- ▶ اول ارباب رجوع، بعد کارهای خودتان!
- ▶ سرتان را شلوغ نکنید، مهربان باشید.
- ▶ با لحن مناسب پاسخ حضوری و تلفنی بدهید.
- ▶ از زبان تحکم و آمرانه خودداری کنید.
- ▶ قبل از آنکه بدانید ارباب رجوع کیست، با او دوستانه رفتار کنید.
- ▶ خوشامد بگویید.

منشور اخلاقی پیشنهادی ستاد مرکزی طرح تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع

- ▶ حضور داشتن به موقع در محل کار و رعایت وقت شناسی در برخورد با همکاران و ارباب رجوع.
- ▶ خوش رویی و متانت رفتار نسبت به همکاران و مراجعان.
- ▶ راهنمایی کردن به موقع و ارائه اطلاعات لازم به مراجعان و جلوگیری از سرگردانی آنها.
- ▶ فراهم کردن فضای مراودات به گونه ای که مراجعان به مسئولان و کارکنان اطمینان کامل داشته باشند.
- ▶ ارائه دادن خدمات به ارباب رجوع با رعایت عدالت و انصاف و بدون تبعیض (قومی، جنسی، خویشاوندی، مذهبی و غیره)
- ▶ انجام دادن وظایف به صورت مؤثر، کارآمد با سرعت و منطبق با قوانین و مقررات سازمانی.
- ▶ پرهیز از مظاهر فساد اداری نظیر توصیه، سفارش و اخذ هر گونه هدیه غیر متعارف و وجه نقد.
- ▶ رازداری و خودداری از افشای اسناد محرمانه.
- ▶ پوشیدن لباس های متناسب با عرف و فرهنگ جامعه.
- ▶ پرهیز از استعمال دخانیات به ویژه در محیط کار.
- ▶ مرتب کردن تجهیزات و اشیاء در جای خود به نحوی که آنچه را که می خواهید به راحتی در دسترس باشد.
- ▶ استفاده مطلوب از وسایل ایمنی مناسب.
- ▶ اسراف نکردن و جلوگیری از مصرف بیهوده امکانات و اموال سازمان.
- ▶ ندادن مدارک و اسناد به اشخاصی که حق دریافت آنها را ندارند.