

۱۴

فصلنامه داخلی داروسازی ایران هورمون
زمستان ۱۴۰۱ / توزیع رایگان



IRAN HORMONE

خبرنامه
ایران
هورمون

بهار در زمستان





نشریه داخلی داروسازی ایران هورمون - زمستان ۱۴۰۱
شماره چهاردهم / توزیع اختصاصی رایگان

مدیر مسئول: حسین فیاض بخش
زیر نظر شورای نویسندگان

آدرس: کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص کرج
شرکت داروسازی ایران هورمون
تلفن: ۴۴۹۰۵۵۱۷ - ۴۴۹۰۵۵۱۸ - ۴۴۹۰۵۵۱۹
فکس: ۴۴۹۰۵۵۱۲
ایمیل: info@iranhormone.com

بسم الله الرحمن الرحيم

- ۲ خود مدیریتی چیست و چگونه می‌توانیم این مهارت را تقویت کنیم؟.....
- ۴ تاریخچه عید نوروز.....
- ۷ وقتی کارهای زیادی را شروع می‌کنید اما ادامه نمی‌دهید.....
- ۸ حسابداری صنعتی و کاربرد آن در مدیریت.....
- ۱۰ نگاهی به بخش نقلیه شرکت داروسازی ایران هورمون.....
- ۱۳ خلاصه کتاب نه برای لقمه‌ای نان اثر کونوسوکه ماتسوشیتا.....
- ۱۴ فرهنگ سازمانی چیست؟.....
- ۱۸ آزمایشات ادواری نظرسنجی.....
- ۱۹ استارت آپ Clairy.....
- ۲۰ مدیریت زمان چیست و چگونه زمان را مدیریت کنیم؟.....
- ۲۲ نمایشگاه‌ها چه مزیت‌هایی برای کسب و کارها دارند؟.....
- ۲۴ رفتار شهروندی سازمانی چیست؟.....
- ۲۸ چیستی کمک‌های اولیه روان‌شناختی.....



شرکت داروسازی ایران هورمون
IRAN HORMONE PHARMACEUTICAL Co.



دروژکس-آی اچ ۱۰
دیدروژسترون

Drogex-IH 10
Dydrogesterone

- خواص پروژستوژنیک انتخابی بدون اثرات هورمونی کورتیکوئیدی -
- آندروژنیک - استروژنیک و آنابولیک
- قدرت پروژستوژنیک خوراکی ۲۰ بار بیشتر از پروژسترون
- اندیکاسیون‌های درمانی متعدد
- بدون اثرات جانبی آندروژنیک (افزایش وزن، آکنه و ریزش مو)



دفتر اصلی: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر بازرگانی: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر تولید: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر فروش: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر خدمات: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر تحقیق و توسعه: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر بازرگانی: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر تولید: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر فروش: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر خدمات: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳
دفتر تحقیق و توسعه: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳، طبقه ۳





در تاریخ ۸ اسفندماه ۱۴۰۱، جلسه کمیسیون نظارت بر درمان با موضوع «رفع مشکلات موجود در بیمارستان میلاد» در سالن کنفرانس بیمارستان برگزار شد. در این نشست رئیس بیمارستان میلاد، رئیس کانون شوراهای استان تهران، اعضای هیأت مدیره کانون و نمایندگان کانون بازنشستگان استان تهران حضور داشتند.



خودمدیریتی چیست و چگونه می‌توانیم این مهارت را تقویت کنیم؟

شوند. هنگامی که از مهارت مدیریت خود برخوردار هستید، کارهای احتمالی را پیش‌بینی و برنامه‌ریزی می‌کنید. شما توسط خودتان به سوی موفقیت هدایت می‌شوید، نه با کمک عوامل بیرونی. این امر باعث می‌شود که در محیط کار تاثیرگذارتر باشید. این خودمدیریتی پیشرفت شما را تضمین می‌کند.

■ مدیریت استرس

مهم‌ترین مهارت خودمدیریتی بخش مدیریت استرس است. مدیریت استرس می‌تواند آشکال مختلفی داشته‌باشد؛ از یک رژیم غذایی سالم و ورزشی گرفته تا انجام فعالیت‌هایی مانند مراقبه یا بولت ژورنال. مدیریت پیش‌گیرانه‌ی عوامل استرس‌زا در محیط کار در حفظ آرامش به شما کمک می‌کند. کنترل استرس قبل از این‌که به مشکلی حاد تبدیل شود، به شما این امکان را می‌دهد تا بر اهداف خود تمرکز کنید و به طور مداوم پیشرفت کنید؛ همچنین خودمدیریتی، به شما کمک می‌کند تا احساسات خود را مدیریت کنید و در محل کار خود رفتار حرفه‌ای داشته باشید.

■ مسئولیت‌پذیری

مهارت‌های خودمدیریتی بر مسئولیت شخصی تمرکز می‌کنند. مسئولیت‌پذیری، مالکیت افکار و اقدامات شما را در اختیار دارد. هنگامی که مسئولیتی را به عهده می‌گیرید، می‌توانید کار خود را ارزیابی کنید و بهترین روش را برای انجام آن کار مشخص کنید. تقویت مهارت مدیریت بر خود:

۱. نقاط قوت خود را بشناسید
۲. وظایف خود را اولویت‌بندی کنید
۳. سیستم‌های سازمان‌دهی را توسعه دهید
۴. مهلت مقرر تعیین کنید
۵. در هر زمان فقط یک کار را انجام دهید
۶. صبر را تمرین کنید
۷. مراقب سلامتی خود باشید
۸. میزان پیشرفت خود را ارزیابی کنید
۱. به‌موقع و کاملاً آماده در جلسات حاضر شوید
۲. برای خودمدیریتی پیش از ترک محل کار، برای روز بعد برنامه‌ریزی کنید
۳. دستور کار منظمی داشته‌باشید
۴. اهداف پروژه را ترسیم کنید
۵. پیش از شروع پروژه‌ها، آن‌ها را ارزیابی کنید

منبع: <https://karboom.io>

تهیه کننده: میترا صفرزاده / کارشناس روابط عمومی

مهارت خودمدیریتی به شما این امکان را می‌دهند که بهره‌وری خود را به حداکثر برسانید، عملکرد خود را در محیط کار بهبود بخشید و به اهداف حرفه‌ای خود برسید. بهبود مهارت‌های خودمدیریتی می‌تواند به اشتغال و مدیریت بهتر مسیر شغلی شما کمک کند.

■ تعریف خودمدیریتی

مهارت‌های خودمدیریتی توانایی‌هایی هستند که به افراد اجازه می‌دهند تا افکار، احساسات و اعمال خود را کنترل کنند.

اگر مهارت‌های خودمدیریتی قوی‌ای دارید، می‌توانید اهدافی را به طور مستقل تعیین کنید و برای دستیابی به آن‌ها ابتکار عمل به خرج دهید. خودمدیریتی هدفمند می‌تواند به شما کمک کند تا مسیر زندگی حرفه‌ای خود را هدایت کنید و مطمئن شوید که به دنبال فرصت‌هایی هستید که شما را به اهدافتان نزدیک می‌کنند.



■ نمونه‌هایی از مهارت‌های خودمدیریتی

■ سازمان‌دهی

یکی از انواع مهارت‌های خودمدیریتی سازماندهی است. می‌توانید از مهارت سازمان‌دهی خود برای ایجاد نظم و بهبود عملکرد استفاده کنید. اگر شخص منظمی باشید، می‌توانید فعالیت‌های مهم را برنامه‌ریزی، اولویت‌بندی و اجرا کنید. این مهارت خودمدیریتی به شما کمک می‌کند تا مسئولیت‌های خود را مدیریت کنید.

■ تعیین هدف

تعیین هدف در مهارت‌های خودمدیریتی، توانایی تعیین آن چیزی است که می‌خواهید به دست آورید. تعیین هدف در محل کار به شما کمک می‌کند تا در باره‌ی موارد مهم تصمیم‌گیری کنید و یک برنامه‌ی عملی داشته‌باشید تا به اهداف خود برسید. این مهارت برای حفظ بهره‌وری در محل کار لازم است، زیرا این مهارت خودمدیریتی شما را قادر می‌سازد تا زمان و وظایف خود را مدیریت کنید.

■ مدیریت زمان

مهارت مدیریت زمان در مهارت‌های خودمدیریتی به شما این امکان را می‌دهد که وظایف خود را اولویت‌بندی، از حواس‌پرتی اجتناب و تمرکز خود را حفظ کنید. مدیریت زمان در محل کار به تعیین و رعایت مهلت مقرر هر پروژه، تمرکز کردن روی چند موضوع و تقسیم وظایف کمک می‌کند.

■ انگیزه فردی

انگیزه فردی ابتکار عمل و به پایان رساندن وظایفی است که باید انجام

در تاریخ ۱۸ دی ماه ۱۴۰۱، جلسه تودیع و معارفه شورای اسلامی کار با حضور مدیر محترم امور اداری و منابع انسانی انجام گردید.



عید نوروز تاریخچه

عید نوروز در ایران اولین روز از سال نو و مصادف با یکم فروردین است. جشن نوروز ریشه در ایران باستان دارد و مراسمی است که با تاریخچه‌ی غنی که از دوران قدیم به یادگار برایمان باقی مانده. در آثار الباقیه از ابوریحان بیرونی آورده شده است که برگزاری جشن و سرور در فرهنگ سرزمین ایران جایگاه والایی داشته است جالب است بدانید هر روز نام خاصی در گاهشماری باستانی ایرانیان دارا بود و در همه ماه ها روزی که همنام همان ماه می شد آن روز را به جشن و شادمانی می پرداختند بنابراین جشن های متنوعی همچون آبانگان ، تیرگان ، مرداد گان ، مهرگان و ... در طول سال ها برگزار می شد. البته به غیر از این جشن ها مراسم های دیگری همچون یلدا، گاهنبارها، سده و ... برگزار می شده که یکی از مهمترین آنها می توان به جشن نوروز اشاره کرد که اکنون پیشینه و تاریخچه ای سه هزار ساله به خود اختصاص داده و یکی از کهن سالترین عیده های ملی در جهان محسوب می شود.

راهیابی دو جشن نوروز و مهرگان به بین النهرین نیز توسط سومریان انجام شده است و موجب پدید آمدن دو جشن (ازدواج مقدس) و (اکیتو) شد که بعدها این دو جشن در آغاز سال نوبه شکل یک جشن واحد در بین النهرین برگزار می شده است.



ریشه یابی واژه نوروز

واژه نوروز از زبان فارسی میانه (nōgrōz) گرفته شده که ریشه در زبان اوستایی دارد. مورخان، معادل اوستایی آن را navaka raocah حدس زده اند. امروزه در فارسی این واژه برای

دو معنی استفاده می شود؛

نوروز عام: روز آغاز اعتدال بهاری (برابری شب و روز) و آغاز سال نو
 نوروز خاص: روز ششم فروردین با نام (روز خرداد)

روز جهانی عید نوروز

مجمع عمومی سازمان ملل، نوروز را که ریشه‌ی ایرانی دارد در تقویم خود ثبت کرده است. در تاریخ ۸ مهر ۱۳۸۸، سازمان علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد (یونسکو)، نوروز را به عنوان میراث جهانی به ثبت رساند. مجمع عمومی سازمان ملل متحد در تاریخ ۴ اسفند ۱۳۸۸ برابر با ۲۳ فوریه ۲۰۰۹، روز ۲۱ ماه مارس را به عنوان «روز جهانی عید نوروز» به رسمیت شناخت. در متن تصویب شده توسط مجمع عمومی سازمان ملل، نوروز جشنی با ریشه ایرانی و قدمتی بیش از ۳ هزار سال توصیف شده است که امروزه بیش از ۳۰۰ میلیون نفر آن را جشن می گیرند. در تاریخ ۷ فروردین ۱۳۸۹ نخستین دوره جشن جهانی نوروز در تهران برگزار و این شهر به عنوان «دبیرخانه نوروز» تعیین شد. پس از آن در سال ۱۳۹۱ برای نخستین بار نوروز را در صحن عمومی سازمان ملل و یونسکو به میزبانی ایران جشن گرفتند و بان کی مون، دبیرکل سازمان ملل، به این مناسبت پیامی صادر کرد.

آداب و رسوم عید نوروز در ایران

چهارشنبه سوری

مراسم نوروز از مجموعه‌ای از جشن ها و مناسب ها تشکیل شده است. جشن نوروز ابتدا با چهارشنبه سوری شروع می شود. سپس نوبت به آخرین پنجشنبه سال و رفتن به مزار درگذشتگان می رسد. سومین برنامه که بیشتر در خراسان برگزار می شود مراسم الفه است. این مراسم

که در آرامگاه ها، قبرستان ها و مساجد بر پا می شود برای تکریم و احترام به گذشتگان است. طی این مراسم، شیرینی و کیک محلی (نان شیری، قطاب، گمک) در کنار سبزه بر سر سفره گذارده می شود.

خانه تکانی

از دیگر آداب و رسوم عید نوروز در ایران می توان به خانه تکانی اشاره کرد. اقوام و مردمی که نوروز را جشن می گیرند به این مناسبت هم پایبند هستند. طی این برنامه، در آستانه تحویل سال تمام خانه و اسباب و اثاثیه گردگیری، شستشو و تمیز می شود. همچنین مردم کشورهای مثل افغانستان و تاجیکستان هم این کار را انجام می دهند.

افروختن آتش

از دورن کهن، در برخی مناطق رسم آتش افروختن هم متداول بوده.

سفره‌ی عید نوروز (هفت سین)

پهن کردن سفره‌ی عید نوروز رسمی مشترک در مراسم نوروز است. عناصر این سفره که در ایران سفره‌ی هفت سین نام دارد به دو نوع تقسیم می شوند؛

- عناصری که جنبه نمادین دارند: مثل سیر، سکه، سمنو، سبزه، قرآن و...
- عناصری که جنبه خوراکی و پذیرایی از مهمان را دارند: مثل انواع و اقسام آجیل، شیرینی سنتی یا امروزی

• تهیه کننده: سعید قربانی / خدمات تحقیقات

• منبع: <https://namnak.com>



وقتی کارهای زیادی را شروع می کنید اما ادامه نمی دهید

(۴ راه حل برای این که زمان و انرژی خود را بهتر مدیریت کنید)



(۳) از چرخه بهبودی، دستاوردهایتان را بسازید:

ما به عنوان انسان برای چرخه ای از فعالیت و استراحت طراحی شده ایم. به همین دلیل است که روزهای کار می کنیم و شب ها را می خوابیم، باید به یاد داشته باشید که در روزهایی که احساس می کنید سرشار از انرژی هستید و آماده اید که کل روز را کار کنید، در کنارش استراحت و زمان هایی برای بهبود داشته باشید. دقت کنید که مهم نیست که احساس می کنید چقدر پر انرژی هستید، خود را مجبور کنید در زمان مناسب برای استراحت، متوقف شوید، تا بتوانید روز بعد را با احساس نشاط شروع کنید.

(۴) به خودتان فضای تنفس بدهید:

برای توان کافی داشتن، باید فعالیت خود را در مرزها و سطوح پایدار نگه دارید. یک راه مناسب این است که خودتان را ترغیب کنید، مثلاً یک روز در هفته -دوشنبه ها عصر- در ساعت هایی خلوت تر خود را در کاری مورد علاقه غرق کنید، بدون آنکه به چارچوبهای زمانی و فشارهای ناشی از آن فکر کنید.

بخاطر داشته باشید که زندگی دو سرعت نیست. یک سفر مداوم است و برای بهترین نتیجه باید توان و انرژی خود را مدیریت کنید.

● ترجمه، تلخیص و ویراستاری: دکتر رضا کرد

● منبع: مقاله و وب سایت هاروارد بیزینس ریویو

همه ما میتوانیم برای شروع کارها برنامه ریزی کنیم و حتی می توانیم شروع خوبی داشته باشیم اما احتمالاً بعد از مدتی توان شما رو به افول می رود. رمز موفقیت در کار و زندگی واقعاً این نیست که شروع پر قدرتی داشته باشید، این است که پر قدرت باقی بمانید، برای رسیدن به وضعیت مطلوب، این چهار مرحله کمک خواهند کرد:

(۱) مرزهای بالا و پایین را تنظیم کنید:

تعیین هدف بسیار رایج است. اما معمولاً افراد ایده ها و زمانبندی ها را مرزبندی نمیکنند، مرزبندی به این معناست که بازه مشخص بالا و پایین برای هرکاری در نظر بگیرید، به عنوان مثال: اگر می خواهید کتابی تألیف کنید، مرز پایین: نوشتن به مدت حداقل ۳۰ دقیقه در روز و مرز بالا: حداکثر سه ساعت در روز است. این مرزها فضایی برای تحرک بیشتر بدون فرسودگی را به شما می دهد.

(۲) به میزان انرژی خود آگاه باشید:

فرض کنید راننده مسابقه اتومبیل رانی هستید، آیا تمایل دارید همواره گاز بدهید یا فقط وقتی که شروع می کنید یا زمانی که به خط پایین نزدیکتر شدید؟ باید مراقب هر دو مرز باشید. اگر از مرز بالایی خودتان عبور کنید نباید باعث شود که روز بعد از مرز پایینی تعیید شده هم عقب تر بروید. به این موضوع توجه داشته باشید که نباید امروز را پرفشار و بیش از حد کار کنید به شکلی که ناچار باشید کل فردا را به ریکاوری و بهبود یافتن از وضعیت روز قبل بگذرانید.



در تاریخ ۲۸ دی ماه ۱۴۰۱، آخرین روز کاری جناب آقای امیرحسین آهی از پرسنل واحد تولید (بخش قرص سازی) بود که هدیه ای به رسم یاد بود از طرف شورای اسلامی کار تقدیم ایشان شد.



در تاریخ ۱ اسفند ماه ۱۴۰۱، آخرین روز کاری سرکار خانم مریم سرداری از پرسنل واحد بازاریابی و فروش بود که هدیه ای به رسم یاد بود از طرف شورای اسلامی کار تقدیم ایشان شد.

با آرزوی سلامتی پیش از بیش برای ایشان

حسابداری صنعتی و کاربرد آن در مدیریت

■ حسابداری صنعتی چیست؟

حسابداری صنعتی یک از شاخه های حسابداری است و محاسبه بهای تمام شده کالاها و محصولات از وظایف حسابداران صنعتی می باشد. کنترل و مدیریت هزینه ها و در مواقع لزوم گرفتن تصمیماتی برای کاهش هزینه های اضافه و افزایش سود شرکت در رشته حسابداری صنعتی بسیار اهمیت دارد. از حسابداری صنعتی برای کاهش هزینه ها برای ساخت کالا و قیمت گذاری مناسب روی محصولات تولید شده و کنترل موجودی استفاده گسترده ای میشود. کاربرد حسابداری صنعتی کمک میکند تا با برآورد هزینه های تولید محصولات گام مثبتی در جهت پیشرفت شرکت های تولیدی برداشته شود. حسابداری شاخه های متعددی دارد که حسابداری صنعتی یکی از شاخه های پرطرفدار آن میباشد.

■ کاربرد حسابداری صنعتی

کاهش هزینه ها، کنترل موجودی کالاها یا محصولات، گرفتن تصمیم های دقیق برای قیمت گذاری محصولات از کاربرد هایی هستند که ارزیابی آنها برای شرکت ها بسیار کمک کننده می باشد. در عرصه تولید و پیشرفت شرکت های تولیدی انجام اقداماتی مانند تجزیه و تحلیل، پیش بینی و برآورد هزینه ها بسیار حیاتی است و شرکت ها باید همیشه آماری دقیق از بهای تمام شده مواد اولیه محصولات خود داشته باشند تا در هنگام تولید محصولات بتوانند تصمیماتی درست و دقیق بگیرند. در واقع میتوان در تعریف حسابداری صنعتی گفت که این رشته یا بهای تمام شده زیر شاخه ای از رشته حسابداری مدیریت هستند که با به کارگیری آن ها در سودآوری مجموعه نقش موثری داشت.

■ وظایف حسابداری صنعتی

- کمک به برنامه ریزی و اجرای برنامه ها
- تحلیل و کنترل بودجه های سازمان یا شرکت
- جمع آوری، طبقه بندی و ثبت گزارشات برای کمک به مسئولان مربوطه برای گرفتن بهترین تصمیمات
- تجزیه و تحلیل گزارشات برای کاهش هزینه ها و بهبود وضعیت تولید
- تعیین و کنترل ارزش موجودی های یک شرکت به منظور هزینه یابی، تعیین قیمت و کنترل موجودی کالاها و محصولات
- جمع آوری اطلاعات مربوط به هزینه های انجام شده و بررسی سود به دست آمده

■ برآورد هزینه های مستقیم تولید

هزینه هایی که به دلیل ارتباط مستقیم با کالای تولید شده یا ارتباط با مرحله ای از تولید، هزینه مستقیم تولید نامیده می شوند. مواد اولیه به کار رفته در تولید کالا و دستمزد مستقیم کارگران مرتبط با تولید از

مهم ترین ویژگی های هزینه های مستقیم است. هزینه های مستقیم در سه دسته مواد اولیه مستقیم، دستمزد مستقیم و سایر هزینه های مستقیم طبقه بندی می شوند.

- مواد اولیه مستقیم
- دستمزد مستقیم
- سایر هزینه های مستقیم

برآورد هزینه های غیر مستقیم بعد از هزینه های مستقیم محاسبه شده و گاهی برای انجام یک کسب و کار به عنوان هزینه واقعی حساب می شوند. هزینه های غیر مستقیم از هزینه ای مربوط به تولید یک محصول یا کالای خاص بیشتر بوده و شامل هزینه نگهداری کل یک شرکت یا مجموعه تولیدی می شود. امکان تولید اشیای هزینه از هزینه های غیر مستقیم نیروی کار به دست می آید و فقط برای یک محصول یا کالای مشخص نیست و اینگونه هزینه های مورد نیاز برای تولید تامین می شود. برای مثال یک نیروی کاری با که با عنوان دستیار مدیر مشغول به کار است از کل شرکت به جای یک محصول خاص پشتیبانی می کند. در این صورت عمل این نیروی کاری به عنوان هزینه های غیر مستقیم حساب می شود. هزینه های تبلیغات و بازاریابی، مزایای اضافی، ارتباطات مانند نیروی کارکنان و خدمات و حقوق و دستمزد در حسابداری و... از مثال هایی برای هزینه های غیر مستقیم هستند.

■ بررسی مراکز هزینه

مراکز هزینه به نوعی همان مراکز تولید است که شامل زیرمجموعه هایی می شود که هر کدام از این زیرمجموعه ها مراکز هزینه ی دیگری را در بر می گیرند. برای مثال بخشی از مرحله تولید یا ماشین آلات خاصی که در یک مرحله استفاده می شوند از زیرمجموعه های یک چرخه ی تولید هستند و هر کدام به تنهایی یک مرکز هزینه به شمار می روند. هرچقدر مراکز هزینه در یک مجموعه حسابداری بیشتر باشد، کنترل حسابداری بر روی هزینه های یک بنگاه اقتصادی نیز بیشتر می شود. حسابداران با بررسی مراکز هزینه در زمینه های مصرفی و سرمایه گذاری مدیریت بهتری را می توانند اعمال کنند.

■ اهمیت حسابداری صنعتی

- جمع آوری و تحویل گزارشات حسابداری مربوط به بورس که باید در دوره های سالانه و یا سه ماهه به مدیران یا سهامداران.
- تسهیل کردن حسابرسی قانونی. (کمکی به حسابداران برای بررسی سلامت امور مالی مجموعه.
- جمع آوری گزارش های مالی برای برنامه ریزی و کمک به تجزیه و تحلیل گزارش های مالی.

■ انواع روش هزینه یابی در حسابداری صنعتی

- هزینه یابی جذبی
- هزینه یابی مستقیم یا نهایی
- هزینه یابی برآوردی یا تخمینی
- هزینه یابی سفارش کار
- هزینه یابی مرحله ای
- هزینه یابی استاندارد
- هزینه یابی بر مبنای فعالیت

■ طبقه بندی هزینه در حسابداری صنعتی

- ۱. طبقه بندی طبیعی هزینه ها

- ۲. طبقه بندی بر اساس ارتباط با تولید
- ۳. طبقه بندی هزینه های مستقیم
- ۴. طبقه بندی هزینه های غیر مستقیم
- ۵. طبقه بندی هزینه بر اساس حجم تولید

■ مزیت های رشته حسابداری صنعتی

باتوجه به آن که پیشرفت صنایع در ایران روز به روز بیشتر میشود رسیدگی به امور مالی و مالیاتی این مراکز نیاز به تخصص دارد. به همین دلیل رشته حسابداری صنعتی بیشتر از گذشته مورد استقبال قرار گرفته و در بازار کسب و کار ایران بیش از گذشته حس میشود. بهره گیری از حسابداران صنعتی برای مدیران شرکت ها و سازمان ها مزایای زیادی دارد و میتواند زودتر آن ها را به اهدافشان برساند. حسابداری صنعتی به نظارت بر جریان پول بسیار کمک میکند و میتواند عملکرد مشاغل را نیز ارزیابی کند.

• منبع: <https://arya-acc.com>

• تهیه کننده: علی تراکمی / کارشناس مالی



نگاهی به بخش نقلیه شرکت داروسازی ایران هورمون

■ ترابری (حمل و نقل) چیست؟

ترابری، ترابرد یا حمل و نقل (به انگلیسی: Transport) به جابجایی یا انتقال انسان، حیوان یا کالا، از جایی به جای دیگر گفته می‌شود. شیوه ترابری می‌تواند زمینی (ریلی یا جاده‌ای)، هوایی، دریایی، کابلی، خط لوله‌ای و فضایی باشد. این رشته را می‌توان به سه بخش زیرساخت، ابزارهای ترابری (وسایل نقلیه)، و بهره‌برداری تقسیم نمود.

■ شرح وظایف مسئول نقلیه

- * دریافت دستور و برنامه کاری از سرپرست مربوطه
- * بررسی درخواستی خرید و لوازم یدکی وسایل نقلیه
- * بررسی امور مربوط به تعمیرات، تهیه بنزین و در صورت لزوم شماره گزاری خودروهای
- * تعیین و کنترل میزان مواد سوختی
- * نظارت بر پرداخت هزینه سوخت به رانندگان
- * تنظیم و کنترل برنامه رفت و برگشت سرویس های اداری
- * تنظیم و برنامه کشیک رانندگان در ساعات غیر اداری
- * نظارت بر تحویل و تحول خودروها
- * نگهداری موارد مربوط به اسناد خودروها، لوازم یدکی، لاستیکهای خریداری شده، تاریخ برگ های درخواست، قبض انبار و آمار کلیه مشخصات وسایل نقلیه
- * رسیدگی به تصادفات رانندگان
- * پیگیری بیمه نامه شخص ثالث و بدنه اتومبیل های نقلیه در زمان مقرر
- * پاسخگویی در قبال وظایف محوله
- * نظارت و پایش بر نقلیه کلیه واحدهای تابعه
- * تامین و جابجایی نیروی انسانی نقلیه ستاد و واحدهای تابعه

■ شرح وظایف راننده تشریفات شرکت و ادارات (وظایف راننده) +

وظایف رانندگان

ضروری ترین شرح وظایف رانندگان به دو دسته تقسیم می شود:

۱- وظایف عمومی راننده ۲- مهارت‌های تشریفاتی و آداب معاشرت راننده

الف) وظایف عمومی راننده :

- ۱- رعایت کامل قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی
- ۲- رانندگی صحیح برای جلوگیری و آسیب نرساندن به اتومبیل و افراد
- ۳- نظافت و تمیز نگه داشتن اتومبیل از لحاظ ظاهری و همچنین رعایت مسائل بهداشتی و ایمنی
- ۴- آماده سازی فنی وسایل، تجهیزات موتوری و غیرموتوری و در نهایت اطمینان از سالم بودن آن
- ۵- کنترل کلیه قسمت های موتوری و وسایل جانبی آن قبل و بعد از حرکت و انجام تعمیرات لازمه

ارتباط با مجموعه ما و همچنین روحیه مدیران و پرسنل داخل سازمان دارند.

■ برخی مهارت‌های تشریفات و آداب معاشرت راننده:

- ۱- آداب اولیه و کاملاً ضروری رانندگی تشریفاتی
- ۲- اساسی‌ترین نکات آراستگی و بهداشت شخصی (اعم از پوشش و ظاهر) رانندگان
- ۳- مهارت‌های ارتباطی با مهمانان، مسافران و مدیران مانند نحوه درست شنیدن، نگاه کردن، گوش دادن و...
- ۴- زبان بدن (ارتباطات غیرکلامی) از حالات چهره تا نوع ایستادن، راه رفتن، نشستن و...
- ۵- ضروری ترین مواردی که هر راننده در رابطه با وسیله نقلیه و ابزارهای مایحتاج آن بداند.
- ۶- مهم‌ترین عواملی که باعث مثبت شدن نگرش دیگران (سرنشینان، مهمانان و...) نسبت به سازمان و شرکت ما خواهد شد
- ۷- چطور سازمان و شرکت خود را به سایرین (مهمانان) معرفی کنیم؟
- ۸- امور شخصی یک راننده تشریفاتی در حین ماموریت کدامند؟

- ۹- وسایل لازم و ضروری برای خودروهای تشریفاتی که باید همراه خود داشته باشند
- ۱۰- چگونه سفرهای کاری را برای مسافری و همکاران خود لذت بخش کنیم؟
- ۱۱- کارهایی که مدیر و مسافر شما دوست دارد رعایت کنید و اما به شما نمی‌گوید!
- ۱۲- روش اصولی حمل وسایل و بازکردن در ماشین برای مدیران و مسافران
- ۱۳- در هنگام خرابی ماشین و تصادف چکار کنیم تا مسافرمان کمترین دغدغه ذهنی از اتفاقات بوجود آمده را داشته باشد؟
- ۱۴- نحوه هماهنگی در خصوص حضور خود با مسافران و مدیران
- ۱۵- در فرودگاه: هنگام دادن اطلاعات خود به دیگران چه بگوییم؟ و همچنین چه اطلاعاتی از آنها باید بدانیم؟
- ۱۶- نحوه صحیح صحبت و رفتار با مدیران، مهمانان و سایر سرنشینان
- ۱۷- طرز حرفه‌ای خطاب کردن افراد و عنوان‌های سازمانی
- ۱۸- نحوه گفتگوی تلفنی ویژه رانندگان جهت هماهنگی با مدیران، مهمانان و سایر سرنشینان



خلاصه کتاب نه برای لقمه‌ای نان اثر کونوسوکه ماتسوشیتا

سال ۱۸۹۴ در حومه واکایاما به دنیا آمد. پدر و مادر وی از نظر مالی حرف زیادی برای گفتن نداشتند ولی او توانست با تلاش و کوشش یک وضعیت مالی عالی برای خود رقم بزند و به یکی از ثروتمندترین افراد ژاپن تبدیل شود. او در سال ۱۹۱۸ و زمانی که تنها ۲۴ سال داشت، شرکت صنایع الکترونیکی ماتسوشیتا را راه اندازی کرد. جالب است که او تحصیلات زیادی هم نداشت و در همان اوایل دوران تحصیل تصمیم گرفت درس و مشق را رها کند و وارد بازار شود. او در ابتدا وارد یک کارگاه دوچرخه‌سازی شد و کار خود را با کارکردن در آن کارگاه آغاز کرد.

سپس او شرکت خود را تاسیس کرد و چند سال بعد نام برند خود را به پاناسونیک تغییر داد. پاناسونیک ابتدا فقط لامپ دوچرخه تولید می‌کرد ولی با گذشت زمان، به مرور به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های الکتریکی جهان تبدیل شد که در زمان خود بهترین برند الکتریکی در جهان بود. از ماتسوشیتا به عنوان یکی از بهترین و نجات‌بخش‌ترین تاجران و بازرگانان ژاپن یاد می‌شود. وی در نهایت در ۹۴ سالگی و در سال ۱۹۸۹ چشم از جهان فرو بست ولی پیش از مرگ کتاب‌ها و مقالات زیادی از خود به جای گذاشت که حاصل تجربیات او در زمینه کسب و کار بود.

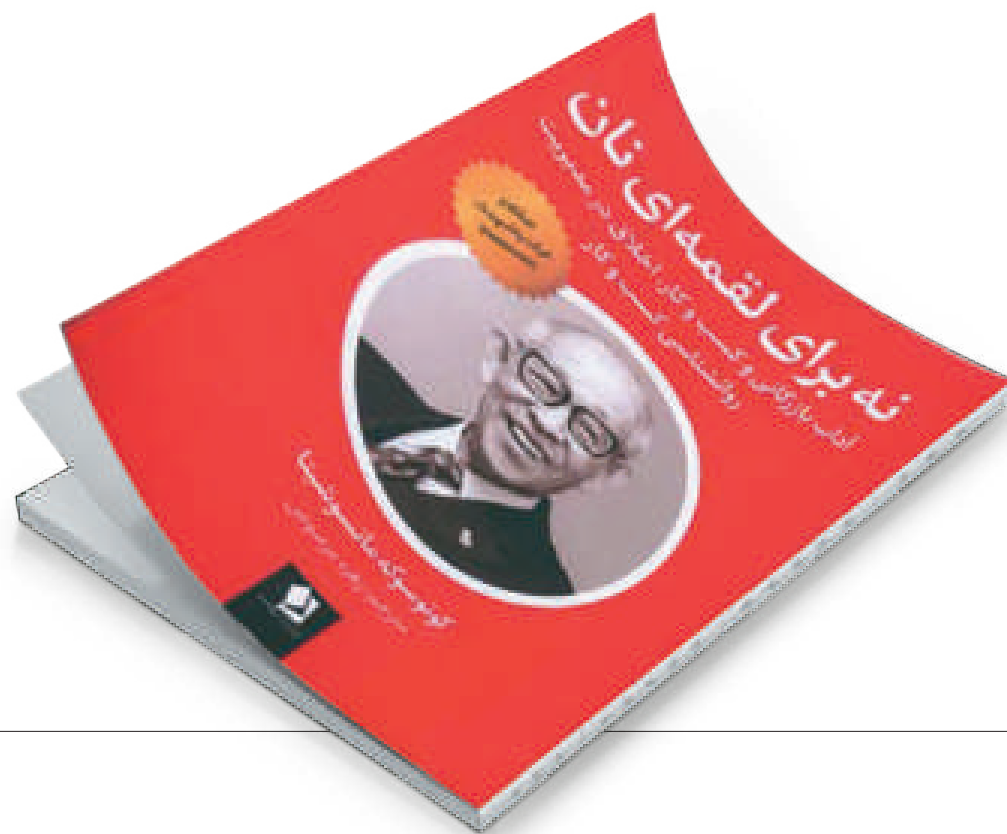
- منبع: کتاب نه برای لقمه‌ای نان
- نویسنده: با کونوسوکه ماتسوشیتا

کتاب نه برای لقمه‌ای نان از کونوسوکه ماتسوشیتا بنیان‌گذار شرکت پاناسونیک می‌باشد و در این کتاب به فلسفه‌ی موفقیت مالی و پیروزی شخصی می‌پردازد. این کتاب یکی از کتاب‌های معروف و پرفروش در جهان است. کتاب نه برای لقمه‌ای نان یکی از الهام‌بخش‌ترین و آموزنده‌ترین کتاب‌هایی است که در زمینه فلسفه موفقیت نوشته شده است. نویسنده این کتاب کونوسوکه ماتسوشیتا یکی از معروف‌ترین و نامدارترین مدیران و رهبران ژاپنی است که اگر بخواهیم خیلی ساده او را معرفی کنیم باید بگوییم که او بنیان‌گذار مجموعه پاناسونیک است و توانست این مجموعه را از یک کارگاه کوچک تولید لامپ دوچرخه به یک مجموعه معتبر و بین‌المللی الکتریکی و صنعتی تبدیل کند.

در کتاب نه برای لقمه‌ای نان تلاش و تمرکز نویسنده روی این مسئله است که فلسفه رهبری چیست. او در این کتاب موفقیت به هر قیمتی را به چالش می‌کشد و از مخاطب خود می‌خواهد که نگاهی نو به مسائل مختلف داشته باشد. اگر قرار باشد که این کتاب را در یک جمله توصیف کنیم باید بگوییم که این کتاب، آداب بازرگانی و اخلاق مدیریت را برای ما توصیف و تشریح می‌کند.

■ آشنایی با کونوسوکه ماتسوشیتا نویسنده کتاب نه برای لقمه‌ای نان

کونوسوکه ماتسوشیتا یا «Konosuke Matsushita» در ۲۷ نوامبر



قدم نورسیده مبارک



سرکار خانم ندا بهتوئی
از پرسنل واحد تضمین
کیفیت، تولد فرزند
دلبدتان، رایمون را به شما
تبریک می‌گوییم.



جناب آقای ابراهیم حسنی
از پرسنل واحد تولید، تولد
فرزند دلبدتان، محمد
یاسین را به شما تبریک
می‌گوییم.



جناب آقای علی پاشازاده از
پرسنل واحد آزمایشگاه، تولد
فرزند دلبدتان، الای را به
شما تبریک می‌گوییم.



جناب آقای حمید مومیوند
از پرسنل واحد اداری و منابع
انسانی، تولد فرزند دلبدتان،
نیلا را به شما تبریک
می‌گوییم.



جناب آقای شایان تاجداری، از واحد آزمایشگاه، خواننده نسل جوان شرکت داروسازی ایران هورمون هستند. آلبوم زیبای (روشنی، من، گل، آب) در تاریخ ۳ اسفندماه ۱۴۰۱، منتشر شد. تمامی قطعات این آلبوم نیز برگرفته از اشعار شاعران بزرگ ایران، حافظ شیرازی، مولانا، عطار، سهراب سپهری، فریدون مشیری و قیصر امین پور می‌باشد.

برای ایشان پیروزی بیش از پیش را آرزو نمودیم.



فرهنگ سازمانی چیست؟

به طور کلی فرهنگ سازمانی به عنوان باورهای اساسی، مفروضات، ارزش‌ها و روش‌های تعامل تعریف می‌شود که به محیط اجتماعی و روانی منحصر به فرد یک سازمان کمک می‌کند.

■ فرهنگ سازمانی و مشخصات آن

فرهنگ سازمانی شامل انتظارات، تجربیات، فلسفه و همچنین ارزش‌هایی است که رفتار اعضا را راهنمایی می‌کند و در تصویر شخصی از اعضا، عملکردهای درونی، تعاملات با جهان خارج و انتظارات آینده بیان می‌شود. فرهنگ مبتنی بر نگرش‌ها، اعتقادات، آداب و رسوم و قوانین مکتوب و نانوشته مشترک است که به مرور زمان تدوین شده و معتبر تلقی می‌شوند. فرهنگ همچنین شامل چشم انداز، ارزش‌ها، هنجارها، سیستم‌ها، نمادها، زبان، مفروضات، اعتقادات و عادات سازمان است. در حالی که تعاریف فوق از فرهنگ بیانگر چگونگی عملکرد فرهنگ در محل کار است، اما تعاریف دیگر بر مولفه‌های رفتاری کارمندان توجه دارند و اینکه فرهنگ سازمانی چگونه مستقیماً بر رفتارهای کارمندان درون سازمان تأثیر می‌گذارد. تحت این مجموعه تعاریف، فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از مفروضات مشترک است که با تعریف رفتار مناسب برای موقعیت‌های مختلف، آنچه در سازمان‌ها اتفاق می‌افتد را هدایت می‌کند. فرهنگ سازمانی بر نحوه تعامل افراد و گروه‌ها با یکدیگر، با مشتری و سهامداران تأثیر می‌گذارد. همچنین، فرهنگ سازمانی ممکن است بر میزان شناسایی کارکنان با سازمان خود نیز تأثیر مستقیمی بگذارد.

■ منظور از انواع فرهنگ سازمانی چیست؟

فرهنگسازی در سازمان به روش‌های مختلفی انجام می‌شود. هر کدام از انواع فرهنگ سازمانی می‌توانند مزیت‌های مختلفی برای سازمان شما داشته باشند. در بعضی از سازمان‌ها چند مورد از انواع فرهنگ سازمانی باهم ترکیب می‌شوند تا بازدهی بهتری داشته باشند. پیش از انتخاب نوع درست فرهنگ برای سازمان باید انواع آن‌ها را بشناسیم. انواع فرهنگ سازمانی عبارتند از؛

۱. فرهنگ سلسله مراتبی

در این نوع فرهنگ قوانین و ضوابط سازمان نقش اصلی را ایفا می‌کنند. بنابراین فرهنگ در ذهن اعضای مجموعه یعنی تعهد به قوانین و اجرای تمام کارها به همان روشی که از پیش تعیین شده است. در این مورد از انواع فرهنگ سازمانی، اهداف سازمان برنامه ریزی شده هستند و اگر کارمندان وظیفه خود را به درستی انجام دهند، می‌توانند به این اهداف برسند. پس در فرهنگ سلسله مراتبی با سازمانی قانونمند که همه چیز در آن برنامه ریزی شده است، مواجه هستیم.

۲. فرهنگ تیمی

فرهنگ تیمی با نام فرهنگ قبیله‌ای نیز شناخته می‌شود. در سازمان‌هایی که با استفاده از این روش فرهنگسازی می‌کنند، نظر تمام افراد اهمیت دارد و صمیمیت بین اعضای تیم حرف اول را می‌زند. در چنین

سازمان‌هایی تیم‌های مختلفی کار می‌کنند که در تصمیم‌گیری‌ها نقش دارند. بنابراین زمانی که مسئله‌ای پیش می‌آید، مدیر سازمان به جای تصمیم‌گیری تنهایی یا با هیئت مدیره، از تیم مربوط به آن مسئله هم کمک می‌گیرد.

در فرهنگ سازمانی تیمی، تفریحات و تعاملات کارمندان نیز اهمیت بسیاری دارد. به همین دلیل در چنین شرکت‌هایی، کارمندان علاوه بر ارتباط کاری، ارتباط دوستانه هم دارند.

۳. فرهنگ بازاری

شاید برایتان جالب باشد بدانید فرهنگ سازمانی بازاری چیست؟ این مورد از انواع فرهنگ سازمانی به شدت نتیجه‌گرا و وابسته به بازار است. اعضای چنین سازمان‌هایی تلاش می‌کنند تا به بهترین جایگاه در بازار برسند. آن‌ها برای این کار با چالش‌ها و رقبای مختلف دست و پنجه نرم می‌کنند.

در سازمان‌هایی که با فرهنگ بازاری کار می‌کنند، کارمندان باید به اهداف بزرگ دست پیدا کنند. عملکرد آن‌ها به شکل کاملاً دقیقی سنجیده می‌شود. در صورت رسیدن به هدف تعیین شده پاداش خوبی دریافت می‌کنند و در صورت شکست، جریمه می‌شوند.

۴. فرهنگ ادهوکراسی

این نوع فرهنگسازی در سازمان انعطاف بالایی دارد و بر مبنای خلاقیت کار می‌کند. در این شرکت‌ها ریسک‌های زیادی برای ایجاد فرصت‌های جدید انجام می‌شود. حتی کارمندان هم می‌توانند روش‌های مختلف را امتحان کنند و شکست بخورند تا در نهایت بهترین روش برای انجام کار مورد نظرشان را پیدا کنند.

فرهنگ خلاقیت در سازمان وجود دارد و کارمندان آزادانه ایده پردازی و خلاقیت دارند و پیشنهاداتی برای بهبود ارائه می‌دهند. آن‌ها به جای پیدا کردن جایگاه در بازارهایی که هم اکنون وجود دارند، بازارهای جدیدی می‌سازند. البته این موارد به معنی انجام ریسک‌های نامعقولی که آینده سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، نیست.

■ فرهنگ سازمانی چگونه ایجاد و ابلاغ می‌شود؟

این مهم برای مدیران کسب و کار در راستای ایجاد و ارتباط فرهنگی در محل کارشان حیاتی است. با این حال، رابطه بین مدیریت سازمانی و فرهنگ یک طرفه نیست. در حالی که رهبران معمار اصلی فرهنگ هستند، فرهنگ مستقر بر نوع امکان رهبری تأثیر می‌گذارد.

مدیران باید از نقش خود در حفظ یا تکامل فرهنگ سازمان آگاهی کامل داشته باشند. یک فرهنگ عمیق و جاافتاده، نحوه رفتار افراد را نشان می‌دهد که می‌تواند به کارمندان در رسیدن به اهدافشان کمک کند. این چارچوب رفتاری، به نوبه خود، رضایت شغلی بالاتر را هنگامی که یک کارمند احساس کند مدیر سازمان به او کمک خواهد کرد تا هدف خود را کامل کند، تضمین می‌کند. از این منظر، فرهنگ سازمانی، رهبری و رضایت شغلی همه با یکدیگر پیوند ناگسستنی دارند.

رهبران می‌توانند فرهنگ‌های مختلف محیط کار را ایجاد و تحت تأثیر

قرار دهند. در ادامه به بررسی برخی از این طرق مختلف خواهیم پرداخت.

■ فرهنگ ایده آل یک سازمان چیست؟

همانطور که گفتیم زمانی که کارکنان یک سازمان فرهنگ آن سازمان را می‌پذیرند، فرهنگ راهنمای رفتار آنها می‌شود. حال هرچه تعداد بیشتری از اعضای سازمان، فرهنگ سازمانی را بپذیرند و با شدت بیشتری پذیرای ارزش‌های آن باشند، آن فرهنگ قوی‌تر است. حال فرض کنید فرهنگ یک سازمان قوی باشد، اما در تضاد با ارزش‌ها و استراتژی‌های سازمانی باشد. بدیهی است که این فرهنگ مخرب بوده و وجود آن برای سازمان بسیار مضر است. بنابراین فرهنگ قوی شرط لازم برای موفقیت است اما کافی نیست. فرهنگ ایده آل یک سازمان باید هم قوی و هم سازنده باشد. سازنده بودن یک فرهنگ بدین معناست که باید با راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان سازمان هم‌راستا باشد.

■ چرا فرهنگ سازمانی اهمیت دارد؟

همانطور که در بخش ابتدایی مقاله گفتیم، این مبحث یکی از مهم‌ترین موضوعات مدیریت رفتار سازمانی است. در ادامه در ۷ بخش توضیح می‌دهیم که چرا فرهنگ سازمانی اهمیت دارد؟

۱. بهبود استخدام

یافتن استعدادها برای یک سازمان، بخصوص زمانی که مشاغل رو به رشد و در حال تحول هستند، می‌تواند بسیار دشوار باشد. این امر باعث شده است که بسیاری از افراد ملاک‌های جستجوی شغل و استخدام خود را اصلاح کنند. بیش از یک سوم از کارمندان ادعا می‌کنند که فرهنگ سازمانی نامناسب می‌تواند باعث شود که فرصت شغلی را نادیده بگیرند. با پرورش یک فرهنگ سازمانی قوی و سازنده، می‌توانید فرآیند جذب و استخدام خود را بهبود بخشید و استعدادهای برتر را به سمت سازمان خود جذب کنید. با این حال، آنچه که یک فرد به عنوان فرهنگ ایده آل می‌بیند، ممکن است فرد دیگری به عنوان فرهنگی که با آن تناسب ندارد تلقی کند و این به دلیل تفاوت در نگرش افراد مختلف است.

سعی کنید یک فرهنگ سازمانی قوی ایجاد کنید که هدف آن جذب افرادی است که می‌خواهید در کسب و کار شما کار کنند و خواهید دید که با گذشت زمان، استعدادهای مناسب به دنبال سازمان شما خواهند آمد. به عنوان مثال، برخی از مردم فرهنگ کارآفرینی را ترجیح می‌دهند، در حالی که دیگران ممکن است فرهنگ سنتی‌تر را ترجیح دهند. مهم است که توجه داشته باشید، همه به طور یکسان به فرهنگ سازمانی نگاه نمی‌کنند.

۲. جامعه‌پذیری راحت‌تر

شرکت‌هایی که دارای فرهنگ سازمانی قوی هستند، معمولاً جامعه‌پذیری راحت‌تری نیز دارند. زیرا در این سازمان‌ها سیستم‌هایی برای انطباق و جامعه‌پذیری بهتر کارکنان جدید وجود دارد. این امر اغلب موجب افزایش وفاداری کارکنان و حفظ بیشتر آنها می‌شود.

۳. کاهش گردش مالی

حفظ و نگهداشت کارکنان در یک سازمان می‌تواند برای بسیاری از مشاغل در محیط رقابتی امروز دشوار باشد. یک فرهنگ سازمانی قوی می‌

تواند با ایجاد حس جامعیت و در عین حال احترام به تنوع فرهنگی افراد در سازمان، به کاهش گردش مالی کمک کند.

تقریباً ۳۸٪ از کارکنان گزارش می‌دهند که به دلیل فرهنگ نامناسب شرکت می‌خواهند شغل خود را ترک کنند و ۶۰٪ از کارمندان شغل خود را به دلیل رهبری ضعیف ترک کرده‌اند یا می‌خواهند ترک کنند. بنابراین وقت گذاشتن برای ایجاد ارزش‌های فرهنگی مثبت که با اهداف کسب و کار منطبق است، ضروری است.

۷۴ درصد از پاسخ‌دهندگان در نظرسنجی Glassdoor اعلام کرده‌اند که اگر فرهنگ شرکت آنها بدتر شود، به دنبال کار در جای دیگری خواهند بود. برای حفظ کارکنان قوی، فرهنگ سازمانی باید فرآیندی پویا باشد و در طول زمان توسعه پیدا کند.

۴. افزایش مشارکت کارکنان

مشارکت کارکنان به میزان تعهد، ارتباط و علاقه یک فرد نسبت به کار خود در یک سازمان خاص اشاره دارد. این موضوع نشان می‌دهد که چگونه افراد با یک کسب و کار ارتباط معناداری برقرار می‌کنند و اثرات مثبت طولانی‌مدتی نیز دارد! ایجاد یک فرهنگ سازمانی فراگیر، مشارکت کارکنان به طور تصاعدی افزایش می‌یابد. بدیهی است که این تعامل به نوع فرهنگی که در سازمان پرورش و ترویج می‌شود بستگی دارد. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که فرهنگ قوی دارند تا ۷۲ درصد نسبت به شرکت‌هایی با فرهنگ ضعیف، نرخ مشارکت کارکنان بالاتری دارند.

۵. افزایش بهره‌وری

وقتی کارمندان از شغل خود راضی باشند، با تلاش بیشتری کار می‌کنند. با ایجاد یک فرهنگ قوی همسو با اهداف سازمانی خود، می‌توانید بهره‌وری کارکنان را افزایش دهید و در نهایت خروجی کلی کار را افزایش دهید.

اکثریت کارگران در ایالات متحده بر این باورند که فرهنگ سازمانی یکی از بزرگترین عوامل تأثیرگذار بر عملکرد شغلی آنها است. در واقع، یک نظرسنجی در سال ۲۰۲۱ نشان داد که ۷۶٪ از کارکنان معتقدند این مسئله به تأثیر مثبت بر کارایی آنها کمک می‌کند و آنها را تشویق می‌کند تا به بهترین شکل کار خود را انجام دهند.

۶. هویت برند قوی‌تر

نحوه ارتباط شما با برندگان هم برای تلاش‌های بازاریابی و هم برای فرهنگ سازمانی مهم است. نام تجاری شما نشان‌دهنده این است که مردم چگونه شما را می‌بینند. در حالی که برخی از جنبه‌های تصویر برند را می‌توان توسط عوامل خارجی کنترل کرد، اما بیشتر آن از فرهنگ شرکت شما و هرگونه تعاملی که افراد با کارمندان و رهبران دارند ناشی می‌شود. هرچه فرهنگ شرکت شما قوی‌تر باشد، هویت برند شما قدرتمندتر می‌شود.

۷. تحریک بیشتر عملکرد کارکنان

وقتی فرهنگ سازمانی شما فرهنگی است که توسعه فردی، ارتباطات و فراگیری را تقویت می‌کند، به تحریک بیشتر عملکرد کارکنان و دستیابی به اهداف بیشتر کمک خواهید کرد. رضایت کارکنان همراه با عملکرد قوی‌تر آنها، مجموعه‌ای از استعدادهای قوی و متعهد ایجاد می‌کند





Dienogil-IH

Dienogest 2/ Ethinyl Estradiol 0.03

داینوژیل-آی اچ

داینوژست ۲ / اتینیل استرادیول ۰/۰۳



ضد بارداری ترکیبی موثر و مطمئن

با اثرات ضد آکنه و

برطرف کننده مشکلات قاعدگی

کد بیمه محصول: ۶۹۴۷۵



دارای گواهینامه ISO 9001: 2015

دارای گواهینامه اشتها به کیفیت
دومین دوره جایزه ملی کیفیت غذا دارو و بهداشت ایران



تهران: کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص کرج، صندوق پستی: ۱۷۶۷-۱۳۱۸۵
تلفن: ۹-۴۴۹۰۵۵۱۷ (۰۲۱) فکس: ۴۴۹۰۵۵۱۲ (۰۲۱)
صدای مشتری: ۳۵۸-۹-۴۴۹۰۵۵۱۷ (۰۲۱)
توزیع و پخش در داروخانه های سراسر کشور توسط شرکت های:
پخش فردوس، داروگستر نخبگان، رازی، قاسم ایران، طب نوین
www.iranhormone.com info@iranhormone.com

جهت تغییر فرهنگ آینده را نشان می دهد.

• تعهد مدیریت عالی را نشان دهید: رأس سازمان باید از تغییر فرهنگ طرفداری کند تا در واقع تغییر را در بقیه سازمان پیاده سازی کند.

• ابتدا باید بالاترین سطح سازمان تغییر کند: رفتار مدیریت باید نمادی از انواع ارزش ها و رفتارهایی باشد که باید در بقیه شرکت تحقق یابد. عوامل تغییر کلید موفقیت این روند تغییر فرهنگی و ارتباط دهندگان مهم ارزش های جدید هستند.

• سازمان را برای حمایت از تغییر سازمانی اصلاح کنید: این شامل مشخص کردن سیستم ها، خط مشی ها، رویه ها و قوانین فعلی است که باید تغییر داده شود تا بتوان با ارزش های جدید و فرهنگ مطلوب همسو شد.

• تازه واردان را انتخاب و با آنها معاشرت کنید و انحرافات و اختلافات را خاتمه دهید: تشویق، انگیزه دادن به همکاران و وفاداری کارمندان به شرکت باعث ایجاد فرهنگ سالم می شود. باید به همه کارکنان آموزش لازم داده شود تا آنها در درک فرایندها، انتظارات و سیستم های جدید مسیر درست را ببینند.

• حساسیت اخلاقی و قانونی را ایجاد کنید: این مرحله می تواند موانع تغییر و مقاومت کارمندان را شناسایی کرده و بهبود کارمندان را مورد تشویق و تحریک مداوم تغییر و مشارکت قرار دهد.

جمع بندی

اکنون با توجه به مفهوم و تعریف فرهنگ سازمانی، به رفتارهایی که از کارمندان دیده اید، فکر کنید. احتمالاً می توانید مثال های بسیاری از رفتارهایی که در بین کارمندان و مشتریان تبدیل به فرهنگ شده است، پیدا کنید. شاید حتی یک رفتار غلط تبدیل به فرهنگ شده باشد. در این صورت باید به مرور زمان اصلاح شود. ایجاد فرهنگ درست و از بین بردن فرهنگ های غلط در سازمان کار ساده ای نیست. زیرا افراد معمولاً این رفتارها را به صورت ناخودآگاه از خود نشان می دهند و ایجاد تغییر در ذهن ناخودآگاه انسان ها به زمان زیادی نیاز دارد. مدیران حرفه ای به کمک مهارت های مدیریتی و حرفه ای می توانند فرهنگ سازمانی را کنترل کنند. آن ها با فرهنگ سازی کارکنان را مدیریت می کنند و حمایتشان را به دست می آورند. مدیران حرفه ای کارکنان را به خواست خودشان در مسیر رسیدن به رشد و اهداف سازمان هدایت می کنند.

منابع

۱. رابینز، استیفن پی. "تئوری سازمان، ساختار و طرح سازمانی". ترجمه: الوانی، دانایی فرد. تهران: انتشارات صفار، اشراقی. ۱۳۸۶.
۲. رابینز، استیفن پی. "مبانی رفتار سازمانی". ترجمه: پارسائیان، اعرابی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۷۷.
۳. شاین، ادگار. "مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری". ترجمه: فرهی، نوری نجفی. انتشارات سیمای جوان. ۱۳۸۳.
- دیویس، استانی. "مدیریت فرهنگ سازمانی". ترجمه: میرسپاسی، انتشارات آرین. ۱۳۷۱/۴

که همچنان به بخشی از شرکت شما ارزش می دهند. با گذشت زمان، این امر یک چرخه مثبت ایجاد می کند که می تواند موفقیت سازمان شما را به طور

روش های مدیریت فرهنگ سازمانی

- مدیر باید به آنچه دوست دارد در سازمانش به فرهنگ تبدیل شود، متعهد بماند.
- تأکید روی ارزش ها به صورت مستقیم و غیرمستقیم در مدیریت فرهنگ سازمانی موثر است.
- استفاده از پاداش های هرچند کوچک، باعث تشویق کارکنان برای تعهد به فرهنگ سازمانی می شود.
- مدیران برای ارزش ها و اهداف سازمان برنامه ریزی دقیقی در نظر می گیرند. آن ها برای اینکه کارمندان به چه چیزی اهمیت بدهند و چه چیزی را نادیده بگیرند هم برنامه ریزی دارند.
- آیا امکان تغییر فرهنگ سازمانی وجود دارد؟
- گاهی اوقات در سازمان فرهنگ اشتباهی وجود دارد که باید اصلاح شود یا حتی ممکن است فرهنگی که قبلاً برای سازمان کار بردی بوده، در لحظه نیاز به تغییر داشته باشد. در این صورت مدیران سازمان باید با استراتژی های مناسب این فرهنگ را تغییر بدهند و با یک مورد مثبت جایگزین کنند.

اولین نکته ای که باید بدانید این است که کارمندان معمولاً در برابر تغییر مقاومت می کنند؛ به همین دلیل تغییر فرهنگ سازمانی ممکن است به زمان زیادی نیاز داشته باشد. نکته مهم دیگر هم این است که مدیر باید اولین کسی باشد که به فرهنگ تغییر یافته متعهد می شود و مطابق با آن رفتار می کند.

استراتژی های تغییر فرهنگ سازمانی

بعد از توجه به دو نکته کلیدی باید به سراغ استراتژی هایی برای تغییر فرهنگ در سازمان و جایگزین کردن آن با فرهنگ درست بروید. این استراتژی ها عبارتند از:

- ترغیب کارکنان به انجام فرهنگ جدید و القای اینکه رفتار مطابق با این فرهنگ اصولی، ارزشمند و درست است.
- نکوهش فرهنگ قبلی که در سازمان وجود داشت و القای اینکه رفتار مطابق با آن فرهنگ درست نیست و ارزش های فردی و گروهی سازمان را با مشکل مواجه می کند.
- در استراتژی سوم مدیر باید کاری کند که کارمندی که مطابق با فرهنگ گذشته رفتار می کنند، به هدفشان نرسند یا نیازشان برآورده نشود. در نتیجه به مرور زمان خود کارمندان از انجام آن روش دست برمی دارند.
- مدیران با ارائه دلیل و استدلال، کارکنان سازمان را برای انجام ندادن رفتارهای اشتباه و تعهد به اصول فرهنگی جدید توجیه می کنند.
- از سیستم پاداش و تنبیه برای ترغیب کارمندان به رفتار مطابق با فرهنگ جدید و دوری از فرهنگ قدیمی استفاده کنید.

شش راهنما برای تغییر فرهنگ

- چشم انداز راهبردی روشنی را تدوین کنید: این چشم انداز قصد و

استارت آپ Clairry

جایگزینی برای پلاستیک و چرم تولید کند با توجه به تکنولوژی ایر کریب (Air Carbon) که در آن میزان کریب دی اکسید حذف شده از اتمسفر بیشتر از دی اکسید کریب تولید شده می باشد لذا چنین پروسه ای کریب منفی (Carbon negative) نام دارد. ضمن اینکه این تکنولوژی ۱۰۰٪ تجزیه پذیر است.

تکنولوژی ایر کریب شرکت نیولایت از میکروب هایی استفاده می کند که می تواند اکسیژن و کریب را به (پلی هیدروکسی بوتیرات) PHB تبدیل نماید در همین رابطه خاطر نشان می سازد میکروب هایی که در اقیانوس ها زندگی می کنند می توانند آلودگی ها را به ماده ارزشمندی تبدیل کنند. این کمپانی پس از ۱۰ سال توانست راهی برای خشک کردن PHB پیدا کند و آن را به موادی همچون: کاغذ، فیبر و حتی جامدات حجیم تبدیل نماید. این کمپانی در حال حاضر به نایکی Nike کمک می کند تا بتواند محصولات بدون کریب تولید کرده و به هدف کاهش تولیدات کریبی خود با تولید کفش های ورزشی زیست تجزیه پذیر برسد.

طبق مطالعات انجام شده، صنایع پوشاک سهم بسیار زیادی در تولید گازهای گلخانه ای درجهان دارند؛ از مهم ترین تولید کنندگان گازهای گلخانه ای و فاضلاب دنیا مربوط به صنعت مد و فشن است.

استارت آپ زیست محیطی Biocarbon Engineering

سال تاسیس: ۲۰۱۴

دفتر مرکزی: آکسفورد

استارت آپ زیست محیطی Biocarbon Engineering در سال ۲۰۱۴ در کشور انگلیس و با هدف کاشت ۵۰۰ میلیارد درخت تا سال ۲۰۶۰ و با استفاده از هواپیماهای بدون سرنشین تاسیس شده است. بنیانگذاران این اسنارت آپ برای مقابله با از بین رفتن جنگل ها، پهبادی طراحی و ساخته اند که گلوله های حاوی بذر را به دور زمین و در عمق مدنظر شلیک می کند. به گفته سازندگان این پهباد قادر به کاشت ۱۰۰/۰۰۰ بذر گیاه (درخت) در روز می باشد.

• تهیه کننده: نیما یغمائی / رئیس بخش HSE



باتوجه به تخریب روزافزون محیط زیست که تداوم و بقای نسل های آینده را نیز تحت تاثیر قرار می دهد؛ سرمایه گذاری روی شرکت های سبز و دوستدار محیط زیست، امری ضروری به نظر می آید.

اگرچه صدمات زیست محیطی در سطح کلان، تحت تاثیر سیاست های اقتصادی کشورهای اثر گذار قرار دارد، اما ظهور استارت آپ های سبز

در سراسر جهان، اتفاق بسیار خوبی خواهد بود به طوری که می تواند ما را به ادامه زندگی بهتر و سالم تر امیدوار نماید.

در دنیا خیلی از استارت آپ ها به دنبال ساخت دستگاهی به منظور تصفیه هوای محیط می باشند. در این میان Clairry با یک ایده جدید و منحصر به فرد، شروع به کار کرده است. برهمین اساس با طراحی و ساختن این گلدان های هوشمند که دارای سنسورها و فیلترهای فوتوکاتالیستی می باشد؛ توانسته اند اقدام به تصفیه آلاینده های محیط اطراف خود کنند به این صورت که ترکیبات مضر جذب شده به همراه

ترکیبات میکروارگانیسم در خاک، جذب گیاه می شود. نکته جالب این است که این تصفیه کننده به کمک ریشه های گیاه هوای محیط را تصفیه و پاکسازی می کند نه از طریق برگ گیاه.

این استارت آپ زیست محیطی در سال ۲۰۱۶ تاسیس و دفتر مرکزی آن در کشور ایتالیا می باشد.

■ شرکت تکنولوژی نیولایت (New Light Technologies)

در سال ۲۰۰۳ مارک هرما و کنتون کیمل، این شرکت را با همکاری دانشگاه های پرینستون و نورت وسترن در شهر کالیفرنیا تاسیس کردند. تکنولوژی نیولایت برپایه جذب کریب عمل می کند به این صورت که گازهای گلخانه ای حاوی متان را با مواد واسطه ای ترکیب و تبدیل به نوعی پلیمر به نام پلی هیدروکسی آلکانوئیت می کند. محصول تولیدی از این فرآیند، پلاستیک منعطف در برابر حرارت به نام ایر کریب (Air Carbon) است. این شرکت موفق گردید گام های بسیار مهمی را در اقتصاد زیست محیطی بردارد و طی چند سال گذشته نیز براساس عقد قراردادی تولیدات دارای مجوز خود را در مقیاس ۲۳ هزار تن به شرکت IKEA واگذار کرد.

طبق این قرارداد شرکت IKEA نیمی از کل تولیدات نیولایت تکنولوژی را خریداری و حق انحصاری استفاده از ایر کریب در تولید مبلمان های خانگی را از آن خود کرده است. هدف بلند مدت این قرارداد، توسعه فعالیت های سبز نیولایت و افزایش تولید پلاستیک های ایر کریب در مقیاس یک میلیارد پوند (بیش از ۴۵۳ هزار تن) در سال است.

شرکت نیولایت در حال حاضر توسط گروه سرمایه گذاری ماتریکس حمایت می شود.

سالانه بیش از ۳۰۰ میلیون تن پلاستیک در دنیا تولید می شود که تولید این پلاستیک ها حجم زیادی از گازهای گلخانه ای را وارد هوا می کند که خطرهای غیرقابل برگشتی در برخواهد داشت.

شرکت خصوصی نیولایت در حال توسعه روشی است که با کریب،



در بهمن ماه سال ۱۴۰۱، نظرسنجی رضایت شغلی و تعلق سازمانی به صورت سیستمی در سالن آموزش شرکت داروسازی ایران هورمون و با مشارکت پرسنل شرکت برگزار گردید.



در تاریخ های ۲۴، ۲۳ و ۲۵ بهمن ماه ۱۴۰۱، آزمایشات ادواری شرکت داروسازی ایران هورمون در خانه بهداشت شرکت انجام گردید.

با آرزوی سلامتی بیش از پیش برای تمامی پرسنل شرکت داروسازی ایران هورمون



معین آن را به پایان می‌برند. از همان ابتدا اهداف و ضرب‌الاجل‌ها را برای آنها توضیح دهید. آنها را از اهداف بزرگ سازمان آگاه سازید.

• عملکرد کارمندان را پیگیری کنید: می‌توانید نرم‌افزاری را نصب کنید که وقتی کارمندی کارش را شروع می‌کند و هنگامی که آن را به پایان می‌رساند، به شما خبر دهد. با این کار می‌توانید یک سیستم گزارش‌دهی قوی را ایجاد کنید. به آنها مهلت دهید و مطمئن شوید که می‌توانند کارشان را در بازه زمانی تعیین شده تمام کنند. از کارمندی که کار خود را به موقع به پایان می‌رسانند، در حضور همه قدردانی کنید.

منبع: <https://karboom.io>

تهیه کننده: مهدی واحدی / رئیس تدارک اداری

تهیه کند: اگر کارمندانان موارد مهم را بر کاغذهای پراکنده یادداشت می‌کنند، به آنها تذکر دهید. به عنوان مدیر، باید اشتباهاتشان را به آنها گوشزد کنید تا بتوانند مسائل را به خوبی مدیریت کنند.

• شنونده خوبی باشید: کارمندان باید به مدیرشان، به آسانی دسترسی داشته باشند. هماهنگی مناسب بین کارمندان و رهبران تیم برای مدیریت مؤثر زمان، ضروری است. در پایان وظایفشان را به موقع انجام دهید و مطمئن شوید که اعضای تیمتان فعالیت‌های مفیدی را انجام می‌دهند.

• مسئولیت‌ها را بر اساس تخصص، صلاحیت و سابقه، به آنها واگذار کنید: قبل از آنکه وظیفه‌ای برای کارمندانان تعیین کنید، با آنها گفت‌وگو کنید. با این اقدام آنها به کارشان علاقه‌مند می‌شوند و در مهلت



مدیریت زمان چیست و چگونه زمان را مدیریت کنیم؟

بدشدن خلق‌وخو و نیز کاهش بهره‌وری می‌شود.

■ مدیریت زمان چیست؟

مدیریت زمان، یعنی زمان خود را به طور مؤثر به فعالیت‌های مناسب اختصاص دهیم. مدیریت مؤثر زمان، به افراد اجازه می‌دهد تا بر اساس اولویت‌های خود، فاصله‌های زمانی خاصی را به فعالیت‌های خاصی اختصاص دهند. به عبارت دیگر، اینکه چگونه زمان را مدیریت کنیم یعنی اینکه از وقت خود، به بهترین شکل استفاده کنیم، زیرا وقت همیشه محدود است. در مدیریت زمان مشخص می‌کنید که کدام فعالیت مهم‌تر است و چه مدت زمانی را باید به آن اختصاص دهید، کدام کار را باید زودتر انجام دهید و کدام کار را بعداً نیز می‌توانید انجام دهید.

■ مدیریت زمان موارد زیر را در بر می‌گیرد:

- ۱- برنامه‌ریزی مؤثر
- ۲- تعیین اهداف
- ۳- تعیین مهلت یا ضرب‌الاجل
- ۴- تفویض مسئولیت‌ها
- ۵- اولویت‌بندی کارها
- ۶- صرف زمان مناسب برای فعالیت درست

■ روزانه چقدر زمان هدر می‌دهیم؟

همه ما شاید بارها این جمله را شنیده باشیم که «وقت طلاست!». اما زمانی که پای آمار و ارقام به میان آید، وضع فرق می‌کند. اعداد همیشه توجه ما را بیشتر به خود جلب کرده و اهمیت یک موضوع را بیش از پیش نمایان می‌سازد. در طول روز عوامل مختلفی می‌توانند نظم ذهنی ما را بر هم بزنند و حواس ما را پرت کنند. اگر به طور میانگین میزان حواس‌پرتی خود را تخمین بزنیم و در عدد ۲۵ ضرب کنیم شاید خیلی ساده میزان وقت و هزینه از دست رفته را حساب کنیم. طبق تحقیقات گلوپل مارک (Gloria Mark) در دانشگاه کالیفرنیا معمولاً به طور میانگین به ازای هر وقفه، بین ۲۳ الی ۲۵ (به طور دقیق ۲۳ دقیقه و ۱۵ ثانیه) دقیقه طول می‌کشد تا ذهن آماده برگشت به شرایط عادی برای کار شود.

حواس‌پرتی در محیط کار تنها باعث از دست رفتن زمان نمی‌شود، بلکه نظم ذهنی و آرامش آن را نیز برای مدتی بر هم می‌زند. به عبارت دیگر چک کردن حساب کاربری شبکه‌های اجتماعی به مدت ۳۰ ثانیه، نه تنها به همین اندازه ذهن را درگیر نمی‌کند، بلکه حدود ۲۵ دقیقه طول می‌کشد تا ذهن آماده کار قبلی شود.

این موارد نه تنها باعث کاهش بهره‌وری می‌شوند، بلکه تاثیرات منفی نیز بر احساسات افراد دارند. یکی از تحقیقات انجام شده توسط مارک (Mark) نشان می‌دهد که از دست رفتن تمرکز باعث افزایش استرس،

■ ۷ مزیت مدیریت زمان :

- ۱- عملکردتان را بهبود می‌بخشید
- ۲- نتیجه‌ی بهتری کسب می‌کنید
- ۳- کار را به موقع ارائه می‌دهید
- ۴- استرس خود را کاهش می‌دهید
- ۵- فرصت‌های شغلی بهتری را ایجاد می‌کنید
- ۶- اعتماد به نفس خود را افزایش می‌دهید
- ۷- کارآمدتر می‌شوید

■ چگونه زمان را مدیریت کنیم؟

شرکت‌های بزرگ خطوط پاسخگویی ۲۴ ساعته، صفحات چت مستقیم و حتی تیمی از کارشناسان شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر دارند تا همیشه برای مشتریان در دسترس باشند. در حالی که استارت‌آپ‌ها کارکنان لازم برای رقابت با این ماشین‌های پاسخگویی سریع را ندارند، آن‌ها نیز باید برای ارائه خدمات مشابه، همیشه در دسترس باشند. در واقع کارآفرینان می‌توانند از تجارب شخصی خود برای کمک به مشتریانشان استفاده کنند و این چیزی فراتر از کاری است که شرکت‌ها انجام می‌دهند. اگرچه بانک آمریکا (Bank of America) ممکن است در توییتر اکانته داشته باشد اما مدیرعامل آن برایان موینیان هرگز در آنجا مستقیماً با مشتریان صحبت نمی‌کند. کارآفرینان باهوش می‌توانند زمانی برای ارتباط با مشتریان اختصاص دهند.

■ شما به عنوان کارآفرین چطور برای ارتباط با مشتریان وقت می‌گذارید؟

- ۱- برنامه‌ریزی روزانه داشته باشید
- ۲- افراد با استعداد استخدام کنید
- ۳- دسترسی با استعداد و شایسته استخدام کنید
- ۴- از تکنولوژی استفاده کنید

مدیران چگونه می‌توانند به پرورش مهارت مدیریت زمان در کارکنان کمک کنند؟

- از کارمندان خود بخواهید که منظم باشند: سر میزهای کارمندانان بروید و بررسی کنید که آیا پرونده‌ها و پوشه‌ها به درستی چیده شده‌اند یا خیر. مطمئن شوید که هیچ کاغذ اضافه‌ای روی میزشان نیست. به آنها بگویید که باید حداقل هفته‌ای یک بار کثرو میزشان را مرتب کنند.
- از مسئول خرید شرکت بخواهید که برای کارمندان، قلم، پوشه و کاغذ



توانید بازار محصولاتی که می سازید را بسنجید و ببینید افراد نسبت به محصولات شما چه واکنشی نشان می دهند، نمایشگاه درباره بازار و مشتریان تان به شما تجربه ها و اطلاعاتی می دهد که با ایمیل و تماس تلفنی و سایر ابزارها نمی شود به این تجارب و اطلاعات دست یافت.

۶- به نظرات مشتری توجه کنید: ارتباط چهره به چهره با بازدیدکنندگان از غرفه و شنیدن نظرات آن ها و همچنین توجه به زبان بدن و لحن حرف زدن آن ها، دقیقا نشان می دهد که وضعیت ما در بازار چگونه است.

۷- شناخت رقبا: شما با شرکت در نمایشگاه ها، در همسایگی رقبا بهتر می توانید آن ها را ارزیابی کنید و نقاط ضعف و قوت آن ها را بشناسید. این اطلاعات به شما کمک می کند تا نواقص و نقاط ضعف خود را بشناسید و آن ها را اصلاح کنید. شما در نمایشگاه با تنوع و کیفیت تولیدات شرکت های رقیب آشنا می شوید و در جریان فعالیت این شرکت ها و آخرین محصولات و دستاوردهای آن ها قرار می گیرید و ممکن است در این بین ایده های جالبی نیز به ذهنتان برسد که بخواهید بعدها آن ها را اجرا کنید.

منبع: <https://sadra-int.com>



آشنا شدن ها، برای شما اعتبار می سازند و افراد راحت تر می توانند برای خرید یا همکاری، به شما اعتماد کنند.

۳- ایجاد ارتباط و شبکه سازی: حسن دیگر حضور در نمایشگاه، این است که دایره ارتباطی ما با مشتریان و شرکت های مختلف بزرگتر شد که این ارتباطات، بعدها در توسعه و پیشرفت کاری شرکت تاثیر زیادی دارد. مشتریانی که همیشه تلفنی یا اینترنتی ثبت سفارش می کردند، ممکن است در نمایشگاه حضور یابند، یا با مشتریان رقبا و شرکت های همکار آشنا شوید که بخواهند از شما خرید کنند. یا شرکت هایی را پیدا کنید که محصولات تولیدی شما و آن ها، مکمل هم هستند و وارد همکاری با یک دیگر بشوید. ممکن است شرکت های تامین کننده مواد اولیه محصولات شما در نمایشگاه باشند و این فرصت برای شما فراهم شود که آن ها را از نظر قیمت و کیفیت، بررسی و مقایسه کنید، یا ممکن است سرمایه گذارانی که علاقه مند هستند در حوزه کسب و کار شما سرمایه گذاری کنند، را در نمایشگاه ببینید و سبب ساز اتفاقات مثبتی در آینده شغلی شما باشند.

۴- مشتریان جدید، بازارهای جدید: در واقع نمایشگاه را می توان این طور توصیف کرد که دروازه ای برای ورود به بازارهای جدید است و با پایان نمایشگاه، کار شما تمام نمی شود. با وجود مشتریان جدید، سرمایه گذاران و تجربیات و اطلاعاتی که در نمایشگاه به دست آورده اید، اتفاقا کار شما تازه شروع می شود و لازم است بر اساس نتایج، بازخوردها و دستاوردهایی که از نمایشگاه کسب کرده اید، هدف گذاری کنید و برنامه بچینید.

۵- تست محصول و سنجش بازار: یکی دیگر از مزیت های شرکت در نمایشگاه این است که حتی اگر تازه کار هستید و تجربه زیادی در حرفه تان ندارید، این امکان در نمایشگاه برای شما فراهم می شود که افراد زیادی محصول ساخته شده شما را تست کنند. بسیاری از نواقص و ایرادات بزرگ و کوچک کار از دل این تست ها پیدا می شوند. شما با حضور در نمایشگاه و ارتباط مستقیم با مشتریان، می

نمایشگاه ها چه مزیت هایی برای کسب و کارها دارند؟

■ هوشمندی و آگاهی معجزه می کند!

شاید کسانی هستند که کسب و کار خودشان را تازه راه انداخته اند و حضور در نمایشگاه را، برای معرفی محصولات و خدمات خودشان انتخاب کرده اند و البته ممکن است کسانی هم باشند که برای توسعه و معرفی کسب و کارشان، اصلا به نمایشگاه فکر نمی کنند و ترجیح می دهند هیچ کاری نکنند و یا این که اینترنتی حرفه خود را معرفی و به این طریق مشتری پیدا کنند.

■ نیمه پر و خالی لیوان را کنار هم ببینید

نمایشگاه ها مزیت های متعددی برای کسب و کارها و نقش پر رنگی در جذب مشتریان بالقوه دارند. منظور از مشتریان بالقوه، بازدیدکنندگانی هستند که از نمایشگاه و غرفه ها دیدن می کنند و می توانند در آینده دور یا نزدیک به مشتریان ما تبدیل شوند و از محصولات و خدمات شرکت مان استفاده کنند.

اما بهتر است با هم رو راست باشیم و نیمه خالی لیوان را هم ببینیم و در نظر داشته باشیم که حضور در نمایشگاه به عنوان غرفه دار، نیاز به صرف زمان و هزینه دارد و تضمینی هم وجود ندارد که نمایشگاه برای کسب و کار ما حتما نتایج مثبتی را به بار بیاورد.

لطفاً نا امید نشوید. مقصود این است که تمام ابعاد و زوایای حضور در نمایشگاه را ببینید و سنجیده عمل کنید تا خدای نکرده متحمل ضرر نشوید. به خصوص کسب و کارهای نوپا که سرمایه اندکی دارند، نباید صرفا حضور در نمایشگاه را هدف قرار دهند، بلکه آنچه که از حضور در نمایشگاه عایدشان می شود را به عنوان هدف تعیین کنند. موضوع نمایشگاه، مخاطبان و بازدیدکنندگان، میزان بازدیدکنندگان، منطقه، شهر و یا کشور برگزار کننده نمایشگاه، سطح

غرفه داران، بازدیدکنندگان و سرمایه گذارها در نمایشگاه و ... همگی ویژگی هایی هستند که حتما قبل از تصمیم نهایی برای شرکت در نمایشگاه، نیاز به بررسی دارند.

■ مزیت های حضور در نمایشگاه ها

در دنیایی که زندگی می کنیم، همگی می دانیم که تبلیغات و بازاریابی آنلاین بسیار مورد توجه است، شاید این طور به نظر برسد که نمایشگاه یک شیوه سنتی در تبلیغات و بازاریابی است و با وجود ابزارها و روش های جدید، اثرگذاری نمایشگاه در توسعه و رشد کسب و کارها ناچیز است.

■ مزایا:

۱- آگاه سازی: یکی از فایده های حضور در نمایشگاه این است که افرادی که با کسب و کار شما مرتبط هستند، از وجود شما مطلع می شوند. کاری که ما برای معرفی خود می کنیم این است که در نمایشگاه ها، بروشورها و هدایای تبلیغاتی تدارک می بینیم که حاوی مشخصات تماس و اطلاعاتی از شرکت و محصولاتی است که تولید می کنیم. این بروشورها و هدیه تبلیغاتی را به بازدیدکنندگان می دهیم تا در مورد ما بیشتر بدانند و نام و نشان مان در خاطرشان ثبت شود..

۲- ایجاد اعتبار: کسب اعتبار از مزیت های مهم حضور در نمایشگاه است و اگر اعتبار نباشد، نه مشتری اعتماد می کنند که از ما چیزی بخرد و نه این که سرمایه گذار حاضر می شود که سرمایه گذاری کند. نمایشگاه این امکان را فراهم می کند تا بازدیدکنندگان، شرکت ها و سرمایه گذاران از نزدیک با شما و کسب و کارتان آشنا شوند و این



رفتار شهروندی سازمانی چیست؟

رفتار شهروندی سازمانی یا (Organizational citizenship behavior (OCB شامل همه رفتارها و فعالیت‌های مثبت و سازنده‌ای از سوی افراد می‌شود که بخشی از کار اصلی آنها نیست. این فعالیت‌ها کاملاً اختیاری هستند و حمایت کننده همکاران و منافع سازمان هستند. در محیط کسب و کار، اگرچه شاید برای این رفتارها پاداشی در نظر گرفته نشود ولی وقتی مکمل وظایف اصلی یک کارمند باشد می‌تواند عملکرد او و مجموعه را افزایش دهد. رفتار شهروندی سازمانی در سال‌های ۱۹۸۰ میلادی تعریف شد ولی از آنجا که اهمیت رفتارهای فردی و تیمی در سازمان‌ها افزایش پیدا کرد مفهوم OCB هم بیشتر مورد مطالعه قرار گرفت و نقش آن برای بهبود سیستم ارتباطی موجود در یک مجموعه بسیار پررنگ تر از قبل شد. بنابراین سازمان‌ها به کارمندانی نیاز دارند که بتوانند خارج از شرح وظایف خود، مشارکت داوطلبانه موثری برای پیشبرد اهداف مجموعه داشته باشند.

ولی یک شرکت یا سازمان چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد که کارمندان آن حاضر شوند رفتار شهروندی سازمانی داشته باشند؟ این کارمندان چگونه باید خارج از فعالیت‌های عادی خود به افزایش بازدهی

شرکت کنند؟ ابعاد، انواع و اهمیت رفتار شهروندی چیست؟ در این مقاله قصد داریم در مورد این موضوعات، متناسب با فضای کسب و کار صحبت کنیم.

■ مقدمه

تعریف "کارمند خوب" در شرکت‌ها و سازمان‌های امروزی چیست؟ آیا این افراد فقط به خاطر انجام وظایف از پیش تعیین شده خود توانسته‌اند نسبت به هم تیمی‌های خود برتری داشته باشند؟ شرکت‌های موفق معمولاً دارای کارمندانی هستند که فراتر از این وظایف فعالیت می‌کنند و حاضر هستند با اراده خود، زمان و انرژی بیشتری را برای موفقیت شرکت صرف کنند. این کارمندان ممکن است بدون آنکه بدانند، رفتار شهروندی سازمانی داشته باشند. معمولاً شاید کارمندانی که اصول OCB را اجرا می‌کنند بالاترین عملکرد را نداشته باشند (هر چند که این موضوع ممکن است اتفاق بیفتد چون افزایش عملکرد می‌تواند با OCB در ارتباط باشد) ولی غالباً به عنوان کارمندانی فعال و فداکار شناخته می‌شوند که تنها به انجام حداقل وظایف کاری

اکتفا نمی‌کنند. هر سازمانی می‌تواند از وجود چنین کارمندانی نتایج مثبتی بگیرد مانند افزایش بازدهی، بهینه‌تر شدن انجام کارها، رضایت مشتریان، کاهش هزینه‌ها و ...

برخی سازمان‌ها ممکن است تصور کنند رفتار شهروندی سازمانی، کاری خارج از وظیفه کارمند نیست و باید بتوانند آن را در وظایف اصلی خود همراه کنند. در این صورت شرکت باید به این مدل رفتارها رسمیت بدهند و پاداشی برای آنها در نظر بگیرد. ولی برای این نوع کارها تعریف جدایی از OCB وجود دارد و رفتار شهروندی سازمانی باید همچنان مفهوم اولیه خود را حفظ کند و کاری غیر رسمی و بدون پاداش حتمی باشد.

■ اهمیت رفتار شهروندی سازمانی

در بالا به چند مورد از فواید رفتار شهروندی سازمانی اشاره شد. ولی اهمیت OCB تنها به این موارد محدود نمی‌شود و می‌تواند فواید و اثرات زیر را نیز داشته باشد:

- بهبود روابط اجتماعی بین کارمندان
- کاهش میزان استرس کاری
- افزایش حس معنی‌دار بودن شغل
- تاثیر مثبت بر اخلاقیات کارمندان
- ایجاد حس وحدت در بین کارمندان
- افزایش کیفیت کاری و بازدهی شرکت
- افزایش انگیزه
- کاهش نیاز به کنترل کردن کارمندان
- کمک به سازمان برای سازگاری با شرایط پیش‌بینی نشده
- تصمیم‌گیری بهتر در مورد اختصاص دادن پاداش به کارمندان نمونه
- افزایش رضایت شغلی
- جذب و نگهداری کارمندان خوب

■ مثال‌هایی از رفتار شهروندی سازمانی

کارمندانی که رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهند قرار نیست حتماً کارهای سخت و پیچیده‌ای برای شرکت یا سازمان انجام دهند. برای اینکه این موضوع را بهتر متوجه شوید مثال‌هایی زده می‌شود:

مثال ۱) تصور کنید کارمندی نمی‌داند وظیفه‌ای که به او داده شده است را چگونه به خوبی انجام دهد. کارمندی دیگر این حالت را مشاهده می‌کند. او دو انتخاب دارد. یا می‌تواند نسبت به چنین کارمندی بی‌تفاوت باشد تا خود او بلاخره راه حل را پیدا کند. حتی اگر پیدا نکند هم وظیفه او نیست که کمکی به او کند. انتخاب دوم این است که اگر دانشی در ارتباط با کار او دارد ساکت نماند و به طور دوستانه و داوطلبانه، تجارب خود را در اختیار او بگذارد و ایده‌های سازنده‌ای را به او بدهد که امکان افزایش موفقیت کارمند اول را افزایش دهد. رفتار شهروندی سازمانی را می‌توان در انتخاب دوم این کارمند مشاهده کرد.

مثال ۲) پرینتر شرکت برای مدتی است که کاغذ ندارد. کسی هم به این موضوع نمی‌دهد و هر کس موقع کار با پرینتر، تنها کاغذهای مورد نیاز خود را می‌آورد. یکی از کارمندان با مشاهده این وضعیت، تعداد بیشتری کاغذ را در پرینتر می‌گذارد تا بقیه مجبور نباشند هر دفعه با خود کاغذ حمل کنند و داخل دستگاه بگذارند.

مثال ۳) به کارمندی وظیفه‌ای داده می‌شود که لازم نیست حتماً در همان روز به پایان برساند. ولی اگر این کار در آن روز تمام شود می‌تواند اثرات خوبی بر پیشرفت کلی کار مجموعه داشته باشد. کارمندی که رفتار شهروندی سازمانی دارد ممکن است تصمیم بگیرد حتی پس از پایان تایم کاری خود هم روی این پروژه کار کند تا بلاخره تمام شود. هیچ کس او را برای انجام این کار اجبار نکرده بود و او به طور خودجوش و داوطلبانه این وظیفه را با اختصاص دادن زمان کاری بیشتر به اتمام رساند.

مثال‌هایی بی‌شماری برای رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. بسیاری از آنها شاید کاری انفرادی به نظر برسند ولی در نهایت باعث افزایش عملکرد و بازدهی کل تیم و مجموعه می‌شود.

■ عوامل موثر بر رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی در چه شرکت‌هایی بیشتر دیده می‌شود؟

■ OCB در بین خود مدیران

نحوه مدیریت یک سازمان نقش مهمی در افزایش رفتار شهروندی سازمانی کارمندان دارد. برای این منظور، ابتدا باید خود مدیران به عنوان الگوی کارمندان باشند و فعالیت‌ها و رفتارهایی را نشان دهند که کارمندان را به انجام رفتارهای شهروندی سازمانی تشویق کند. برای مثال یک مدیر باید مودب و با ملاحظه باشد و اعضای تیم خود را تا آنجا که ممکن است حمایت کند. همچنین باید از همان نوع رفتارهای شهروندی سازمانی را انجام دهد که انتظار دارد دیگران انجام دهند و این باید در بیشتر جلسات کاری لحاظ شود.

■ قدردانی از کارکنان و پاداش دادن به آنها

عامل دیگری که کمک می‌کند کارمندان یک شرکت، رفتار شهروندی سازمانی داشته باشند، قدردانی از آنها است. کارمند باید حس کند که رفتارهای داوطلبانه او دیده می‌شود و مورد تمجید و قدردانی قرار می‌گیرد. اگر شرکت‌ها نسبت به این موضوع بی‌تفاوت باشند در این صورت میزان رفتار شهروندی تا حد زیادی کاهش پیدا می‌کند. یکی از راه‌های تشکر از این کارمندان، تمجید زبانی و فرستادن ایمیل است. مدیران می‌توانند به چنین کارمندانی بگویند که چه قدر کار آنها برای شرکت ارزش دارد و باعث چه اثرات مثبتی شده است. این کار می‌تواند در حضور سایر کارمندان انجام شود تا آنها هم به رفتار شهروندی سازمانی مایل شوند. برخی سازمان‌ها هم شاید برای چنین کارکنانی، پاداش‌ها و مزایای مادی و یا ارتقای شغلی در نظر بگیرند.

■ استخدام کارمندان مناسب

عامل دیگری که کمک می‌کند رفتار شهروندی سازمانی، بیشتر در یک شرکت دیده شود استخدام کارمندی است که در طول مصاحبه کاری مشخص شود روحیه انجام چنین کارهایی را دارند و می‌توانند فراتر از وظایفی که در قرارداد کاری آمده است فعالیت کنند.

■ تعیین دقیق نقش‌ها

تحقیقات مختلف نشان داده است که وقتی نقش کارمندان در یک شرکت یا مجموعه، مشخص باشد بهتر می‌توانند در مورد انجام کارهای





۵- فضیلت مدنی

این رفتار شهروندی سازمانی نیز در لیست قبلی توضیح داده شد. علاوه بر آن، فضیلت مدنی را می‌توان در فعالیت‌های خارج از سازمان نیز خلاصه کرد مانند حمایت و تعریف از شرکت در برابر کسانی که خارج از سازمان هستند. مثال دیگر، شرکت در امور خیریه به همراه همکاران خود است. همه اینها کمک می‌کند تا حس وحدت و مشارکت اجتماعی در بین کارمندان یک مجموعه دیده شود و احساس رضایت شغلی و بازدهی کاری را افزایش دهد.

■ رفتار ضد شهروندی سازمانی

چنانچه تا اینجا مقاله، مفهوم رفتار شهروندی سازمانی را به خوبی متوجه شده باشید می‌توانید حدس بزنید که چه کارهایی می‌تواند در تضاد آن باشد مانند عدم احساس مسئولیت در قبال انجام کارها، بی‌تفاوتی نسبت به کارمندان، عدم مشارکت در فعالیت‌های خارج از تعریف شرکت، نداشتن تفکر خلاقانه به منظور افزایش عملکرد و بهبود بازدهی شرکت، شکایت از کوچک‌ترین ناملایمت‌ها در سازمان، عدم حضور منظم در شرکت، ورود و خروج پرسنل به طور نامنظم، نداشتن حس نوع دوستی و کمک به دیگران، عدم تمایل به ارتقای دانش و مهارت‌های کنونی خود و ...

■ نکات کلیدی

- رفتار شهروندی سازمانی در محیط کسب و کار، به مجموعه رفتارها و فعالیت‌هایی گفته می‌شود که کارمندان به طور داوطلبانه به منظور پیشرفت و افزایش بازدهی کاری یک شرکت یا سازمان انجام می‌دهند.
- اگرچه رفتار شهروندی سازمانی اجباری نیست و برای آن پاداش حتمی در نظر گرفته نمی‌شود ولی انجام آن می‌تواند فواید فردی و گروهی زیادی داشته باشد و موجب پیشرفت بیشتر یک مجموعه شود.
- از انواع مختلف رفتار شهروندی می‌توان به نوع دوستی، وظیفه شناسی، احترام، جوانمردی و فضیلت مدنی اشاره کرد.

منبع: digitalhrtech.com

و موقعیت‌های بیرونی را دنبال کند تا فعالیت‌های کاری خود را بهبود ببخشد.

■ انواع مختلف رفتار شهروندی سازمانی از دید دنیس ارگان

دنیس ارگان، ۵ نوع مختلف و مهم رفتار شهروندی سازمانی را تعریف کرد که شامل موارد زیر می‌شود:

۱- نوع دوستی

نوع دوستی، همان کمک کردن به همکاران خود بدون داشتن انتظار است. این کار باعث افزایش همکاری بین کارمندان، افزایش بازدهی آنها و بالا رفتن کیفیت کاری می‌شود.

۲- احترام

احترام گذاشتن به عنوان یکی دیگر از رفتارهای شهروندی سازمانی، به معنی رفتار محترمانه و ملاحظه کارانه با سایر کارمندان شرکت است. این احترام گذاشتن می‌تواند در حد گفتن جملات کوتاه محبت آمیز مانند جویا شدن از دلیل غیبت دیگری باشد.

۳- جوانمردی

جوانمردی شامل همان مواردی می‌شود که در لیست قبلی به آن اشاره شد. برای مثال اگر کارمندی به هر دلیلی نتوانست سر کار حاضر شود کارمند دیگری مایل به انجام کارهای او شود. در این شرایط، فرد جایگزین، موقعیت را درک می‌کند و می‌داند که این وضعیت، موقتی است و نیازی به شکایت کردن و اظهار ناراحتی نیست.

۴- وظیفه شناسی و وجدان کاری

وظیفه شناسی رفتاری است که به خودکنترلی و نظم احتیاج دارد و فرد باید از حداقل کاری که از او انتظار می‌رود فراتر رود. برای مثال اگر کارمندی قرار است در کار خود غیبت کند باید این موضوع را زودتر به کارفرمای خود اطلاع دهد و این اطلاعات وارد سیستم حضور و غیاب شود تا در نبود او، تدابیر دیگری اندیشه شود و در کار شرکت خللی وارد نشود. مثال دیگر در مورد دورکاری است. کارمند با اینکه به طور مستقیم توسط مدیران کنترل نمی‌شود ولی خود او باید دارای این انضباط باشد که به موقع کارهای خود را شروع کند و آن را قبل از مهلت اتمام، تحویل دهد.

- وفاداری
- اطاعت سازمانی
- ابتکار فردی
- فضیلت مدنی
- خود بهبودی

هر کدام از این ابعاد OCB به طور مختصر در ادامه این مقاله توضیح داده می‌شود:

۱- کمک کردن به دیگران

کمک کردن به دیگران در فضای سازمانی به معنی کمک داوطلبانه به همکاران، حل مشکلات و جلوگیری از مشکلات کاری است.

۲- جوانمردی

این بخش از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی معمولاً به رفتارهایی مربوط می‌شود که نباید آنها را انجام داد مانند شکایت کردن از مشکلات و یا نارضایتی‌های پیش و پا افتاده و غیبت نکردن. همچنین باید دید مثبت خود را حتی در شرایط ناامیدی حفظ کرد و گاهی هم علایق شخصی خود را فدای اهداف بزرگ‌تر تیم کرد. اگر هم کسی از کارمند انتقاد کرد و یا نظرات او را نپذیرفت نباید آن را شخصی برداشت کند و ناراحت شود.

۳- وفاداری

وفاداری یکی از رفتارهای شهروندی سازمانی بسیار مهم است. کارمندان باید تا آنجا که می‌توانند برای بهبودی وضعیت سازمان تلاش کنند، از آن در برابر خطرات بیرونی دفاع کنند و در شرایط سخت هم، کنار تیم خود حضور داشته باشند.

۴- اطاعت سازمانی

اطاعت سازمانی به رفتارهایی مربوط می‌شود که نشان دهنده اطاعت از قوانین و محدودیت‌های سازمان باشد. حتی در شرایطی که کارمند برای رعایت این موارد کنترل نمی‌شود هم باید این اطاعت وجود داشته باشد. برای مثال نباید در ساعات کاری وقت تلف کرد، به موقع وارد شرکت شد و قوانین رسمی و غیر رسمی سازمان را پیروی کرد.

۵- ابتکار فردی

ابتکارات فردی باید فراتر از حداقل کارهای خواسته شده شرکت باشد تا به عنوان رفتار شهروندی سازمانی شناخته شود. داشتن خلاقیت و ابتکار عمل به گونه‌ای که به صورت داوطلبانه باشد از موارد مربوط به این بند از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی است.

۶- فضیلت مدنی

این مورد، خود سازمان را بیشتر مورد هدف قرار می‌دهد. برای مثال کارمند باید به طور پیوسته به فکر منافع سازمانی باشد، نظرات خود را برای بهبود استراتژی‌های سازمان ارائه دهد، مدیران را از خطرات تغییراتی که می‌تواند شرکت را تحت تاثیر قرار دهد آگاه کند و علاقه به حضور فعال در تصمیمات و فعالیت‌های شرکت داشته باشد.

۷- خود بهبودی

خود بهبودی شامل فعالیت داوطلبانه برای افزایش مهارت‌ها، توانایی‌ها و دانش خود پیرامون سمتی که کارمندان در سازمان دارند می‌شود. برای مثال کارمندی که می‌خواهد رفتار شهروندی سازمانی داشته باشد می‌تواند در دوره‌های آموزشی مختلف شرکت کند، در تخصص خود باقی بماند تا مهارت بیشتری کسب کند، علاقه به ارتقای شغلی داشته باشد

داوطلبانه مکمل تصمیم‌گیری کنند. ولی اگر مرزهای نقش و وظایف خود را ندانند تاثیر منفی بر رفتار شهروندی سازمانی می‌گذارد.

■ میزان رضایت شغلی

هر چه قدر میزان رضایت شغلی کارمندان یک شرکت بالاتر باشد (از طریق راه‌هایی مثل پرداخت به موقع حقوق) احتمال افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی نیز در این کارکنان بیشتر می‌شود. آنها به شغل و شرکت خود وفادار هستند و حاضر هستند برای بهبود بیشتر موقعیت شغلی خود و اهداف شرکت، اقدامات داوطلبانه بیشتری کنند.

■ جو محیط کاری

طبق تحقیقات، هر چه قدر جو کاری یک شرکت، دوستانه و سالم‌تر باشد میزان دلسوزی کاری و رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان افزایش پیدا می‌کند.

■ افزایش آگاهی کارکنان در مورد OCB

گاهی اوقات کارمندان تصور می‌کنند حتماً باید فقط وظایفی که از آنها خواسته شده است را انجام دهند و دخالت بیشتری در سایر امور شرکت نکنند. می‌توان دوره‌های آموزشی را در شرکت در مورد رفتار شهروندی سازمانی برپا کرد و آگاهی کارمندان را در مورد اهمیت OCB و تاثیرات مثبت مختلف آن افزایش داد.

■ مضرات احتمالی رفتار شهروندی سازمانی

نکته بسیار مهم در بحث OCB این است که هیچ‌گاه کارمندان نباید احساس کنند رفتار شهروندی سازمانی، وظیفه آنها است. آنها نباید سر این موضوع دچار استرس شوند و احساس کنند چاره دیگری ندارند. همچنین تاکید بیش از حد بر OCB می‌تواند باعث ایجاد بی‌عدالتی شود. برای مثال کسانی که مشغله زیادی بیرون از شرکت دارند و مسئول خانواده‌ای بزرگ هستند ممکن است نتوانند مانند بقیه در فعالیت‌های بیرون از شرکت حضور داشته باشند و یا ساعات بیشتری کار کنند. همچنین، کسانی که در پاداش دهی به این کارکنان نقش دارند احتمال دارد گاهی متوجه رفتار شهروندی سازمانی بعضی از کارکنان و ساعات بی‌شماری که برای شرکت، تلاش داوطلبانه کرده اند نشوند. این خطاهای انسانی ممکن است باعث شود چنین کارمندانی احساس کنند زحمات آنها دیده نمی‌شود و تصور کنند فقط کارمندان خاص دیگری مورد توجه هستند. بروز چنین حالتی می‌تواند موجب دلسردی در این کارکنان و ایجاد حس بی‌عدالتی شود.

■ ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

تحقیقات مختلفی که در مورد موضوع رفتار شهروندی سازمانی انجام شده است بیش از ۳۰ نوع رفتار مختلف را در این زمینه شناسایی کرده است

این ۷ مورد از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی شامل موارد زیر می‌شود:

- کمک کردن به دیگران
- جوانمردی

چیستی کمک‌های اولیه روان‌شناختی

کمک‌های اولیه روان‌شناختی، روش کمک به افراد در زمان درد و اندوه و یاری آنها برای آرام‌شدن و نیز حمایت برای کنار آمدن با چالش‌ها است. این اقدامات به نیازهای احساسی و اجتماعی افراد می‌پردازد تا افراد را در استفاده از داشته‌های خود، بهبود تاب‌آوری و اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه توانمند سازد. اساس و پایه کمک‌های اولیه روان‌شناختی، اجرای یک رویکرد انسانی برای مراقبت و حمایت از افراد در زمان غم و اندوه است. این رویکرد شامل توجه به واکنش‌های افراد، گوش دادن فعال همراه با همدلی، تأمین کمک‌های عملی نظیر کمک به منظور دسترسی به نیازهای اولیه است. کمک‌های اولیه روان‌شناختی، بخش مبتنی بر تاب‌آوری هر مداخله بحران لازم‌بوده و جزئی از برنامه‌هایی نظیر مراقبت از آسیب‌دیدگان خشونت‌های جنسی و جنسیتی یا برنامه‌های رفاه و آسایش کارکنان و داوطلبین است.

■ دلیل ارائه کمک‌های اولیه روان‌شناختی

هر فردی در زندگی خود شرایط ورخدادهای پراسترسی نظیر درگیری

و اختلاف نظر در محل کار، گیرکردن در ترافیک و یا دیر رسیدن به یک قرار مهم را تجربه می‌کند. بسیاری از افراد نحوه تعامل با چنین شرایطی را آموخته‌اند، با این حال، برخی تجربیات و شرایط چندان معمول نیستند و یا به شکلی ایجاد و تکرار می‌شوند که نحوه تعامل با آن‌ها مشکل است. مثال‌هایی از این دست شامل شناسایی ابتلا به بیماری کشنده، تصادف با خودرو، از دست دادن یک عزیز یا خانه، خشونت‌های شدید، بلایای طبیعی و درگیری‌های نظامی است. زمانی که تجربه فرد غافلگیرکننده باشد، بسته به درک وی، مقیاس و تأثیرات رخداد، میزان حمایت‌های اجتماعی موجود و توانایی هر فرد برای مقابله با آن، این وضعیت منجر به بروز بحران‌های روان‌شناختی در مقیاس کوچک یا بزرگ می‌شود.

■ هدف کمک‌های اولیه روان‌شناختی

قرار گرفتن در یک بحران می‌تواند منجر به کاهش عملکرد و ظرفیت تصمیم‌گیری به دلیل محرومیت‌ها و آسیب‌های ناشی از خود



رخداد، ساختارهای پاسخ‌های سریع و واکنش‌های فردی شود. هدف کمک‌های اولیه روان‌شناختی حمایت از خانواده‌ها یا جامعه‌های آسیب‌دیده به منظور دستیابی مجدد کنترل بر زندگی خود و کاهش تجربه غم و اندوه است. این روش، آن دسته از نیازهای عملی را در نظر می‌گیرد که معمولاً شامل برقراری ارتباط با افراد و کمک گرفتن از دیگران است.

■ به چه مواردی باید آگاهی داشته باشیم؟!

مهارت‌های کمک‌های اولیه روان‌شناختی شامل آگاهی نسبت به موارد زیر است:

- نحوه ارزیابی وضعیت
- الگوهای معمول واکنش به بحران‌ها
- نحوه مواجهه ایمن با افراد در شرایط اندوه و درد
- چگونگی حفظ آرامش و مدیریت احساسات غافلگیرکننده در زمان نیاز

• نحوه فراهم کردن حمایت‌های احساسی و کمک‌های عملی
رویکرد کمک‌های اولیه روان‌شناختی
الگوهای مختلفی از کمک‌های اولیه روان‌شناختی در طی سال‌های اخیر توسعه یافته است. این مدل‌ها تفاوت‌های جزئی با یکدیگر دارند ولی دارای اصول اولیه یکسانی هستند که عمدتاً شامل ایجاد اطمینان برای ایمن بودن، افزایش آرامش، ارتباط امید و حس مفید بودن است. با یکپارچه‌سازی جنبه‌های مختلف، رویکردهای متفاوت، سازمان بهداشت جهانی (WHO) سه اصل عملکردی نگاه کردن، دیدن، شنیدن، گوش کردن و برقراری ارتباط را معرفی کرده است.

■ کمک‌های اولیه روان‌شناختی چه مواردی را شامل می‌شود؟

- همدلی و دلداری دادن به فردی که غم و اندوه را تجربه می‌کند
- کمک به افراد تجربه‌کننده غم و اندوه برای کسب احساس امنیت و آرامش

- ارزیابی نیازها و نگرانی‌ها
- حفاظت از افراد در برابر آسیب بیشتر
- تأمین حمایت‌های عاطفی
- کمک برای پاسخ به نیازهای اساسی فوری نظیر غذا و آب، پتو یا مکان موقت برای اسکان
- کمک به افراد برای دستیابی به اطلاعات، خدمات و حمایت‌های اجتماعی

- کمک‌های اولیه روان‌شناختی چه مواردی را شامل نمی‌شود؟
- کاری که تنها افراد حرفه‌ای می‌توانند آن را انجام دهند
- مشاوره یا درمان حرفه‌ای
- بیان جزئیات کامل رخداد و حادثه‌ای که منجر به بروز غم و اندوه شده است.

- درخواست از یک فرد برای تجزیه و تحلیل رخداد روی داده

- تحت فشار دادن فرد برای بیان جزئیات رویداد
- تحت فشار قرار دادن فرد برای به اشتراک گذاشتن احساسات و واکنش‌ها نسبت به یک واقعه

■ **چه کسی می‌تواند کمک‌های اولیه روان‌شناختی را ارائه دهد؟**
هر فردی که آموزش‌های مناسب دیده، نظیر داوطلبان، ارائه‌دهندگان کمک‌های اولیه و اعضای سازمان‌های عمومی می‌توانند کمک‌های اولیه روان‌شناختی را ارائه دهند. این مورد وابسته به تجربه متخصص بهداشت روان یا روان‌شناس حرفه‌ای نیست. یادگیری و دریافت آموزش‌های مرتبط با کمک‌های اولیه روان‌شناختی، فرد را قادر می‌سازد تا نسبت به پاسخ‌ها به روش‌های حمایتی در افراد با غم و اندوه، آگاه باشند.

■ زمان‌های استفاده از کمک‌های اولیه روان‌شناختی

تجربه غم و اندوه در پاسخ به یک بحران، امری عادی و طبیعی است. بسیاری از افراد قادر به سازگاری و یا عملکرد مناسب در زمان بحران هستند و به همین دلیل همه افراد نیازی به کمک‌های اولیه روان‌شناختی ندارند. برای افراد با غم و اندوه شدید که به کمک نیاز دارند، کمک‌های اولیه روان‌شناختی می‌تواند به منظور فراهم کردن حمایت‌های عاطفی و کمک‌های عملی در طی و یا بلافاصله پس از شرایط استرس‌زا مفید باشد.

این روش‌ها می‌تواند روزها، هفته‌ها، ماه‌ها و یا حتی سال‌ها پس از بروز یک حادثه کمک‌کننده باشد. برخی افراد واکنش‌های استرس‌زایی را در طی و یا بلافاصله پس از یک واقعه نشان می‌دهند، در حالی که برخی دیگر از افراد واکنش‌های شدید تأخیری را نشان می‌دهند.

در برخی شرایط، تأثیرات طولانی‌مدت یک حادثه ممکن است از نظر عاطفی ناراحت‌کننده‌تر از لحظه بروز حادثه باشد و یا وضعیت استرس‌زا ممکن است به مدت طولانی ادامه داشته باشد.

■ کمک‌های اولیه روان‌شناختی در کجا ارائه می‌شود؟

کمک‌های اولیه روان‌شناختی می‌تواند در هر مکانی که برای افراد آسیب‌دیده و ارائه‌دهندگان کمک‌های اولیه، ایمن و راحت باشد، ارائه شود. این خدمات می‌تواند در خانه، مرکز اجتماعات محلی، مراکز خرید، ایستگاه‌های قطار، فرودگاه، مراکز نگهداری بیماران یا سالمندان و افراد توان‌خواه، بیمارستان، کلینیک، در زیر یک درخت و یا حتی در محل حادثه و بحران ارائه شوند. بهتر است، این خدمات در یک محیط آرام و ساکت که همه افراد احساس امنیت و آرامش دارند، ارائه شود. در صورتی که فردی یک تجربه بسیار احساسی نظیر خشونت جنسی را تجربه کرده است، حفظ حریم خصوصی برای رازداری و عزت فرد بسیار ضروری است.

منبع: <https://learn.khadem.ir>



در تاریخ های ۱۳، ۱۴ و ۱۵ اسفند ماه ۱۴۰۱، معاینات ادواری (بینایی سنجی، شنوایی سنجی، اسپیرومتري) شرکت داروسازی ایران هورمون انجام شد.



برگزاری دوره های آموزشی :

دوره آموزشی گزارش سازی و پیش نویس اتوماسیون اداری در تاریخ ۵ دی ماه ۱۴۰۱ با حضور روسا و مسئولین دفاتر با تدریس سرکار خانم مهندس کشاورزی در سالن آموزش برگزار گردید.
دوره آموزشی رایورز در تاریخ های ۱۳ و ۲۰ دی ماه ۱۴۰۱ با حضور روسا و کارشناسان مربوطه با تدریس جناب آقای مهندس اکبرشاهی در سالن آموزش برگزار گردید.



دوره آموزشی ایمنی کار با لیفتراک در تاریخ ۹ اسفند ماه ۱۴۰۱، با حضور پرسنل انبار با تدریس سرکار خانم زارعی در سالن آموزش شرکت برگزار گردید.



کلاس نحوه بلند کردن بار بطور صحیح و ارگونومی در تاریخ ۱۰ اسفند ۱۴۰۱، در سالن آموزش شرکت داروسازی ایران هورمون با تدریس سرکار خانم زارعی برگزار گردید.



شرکت داروسازی ایران هورمون
IRAN HORMONE PHARMACEUTICAL Co.



آمپول هیدروکسی پروژسترون کاپروات
هیدروژکس-آی اچ ۲۵۰ و ۵۰۰ میلی گرم
Hydroxyprogesterone Caproate Amp.
Hydrogex-IH 250 & 500 mg



- ۱- توصیه شده توسط کالج متخصصان زنان و زایمان آمریکا
- ۲- اولین داروی تصویب شده توسط FDA برای پیشگیری از تولد زودرس جنین
- ۳- پاسخگویی به مهمترین مساله ی سلامت مادران - کودکان: تولد زودرس جنین

تهران: کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص کرج، صندوق پستی: ۱۳۱۸۵-۱۷۴۷
تلفن: ۰۲۱-۴۴۹۰۵۵۱۷-۹ (۲۱) ۴۴۹۰۵۵۱۲ (فکس)
صدای مشتری: ۰۲۱-۴۴۹۰۵۵۱۷-۹ (۳۵۸)
توزیع و پخش در داروخانه های سراسر کشور توسط شرکت های
پخش فردوس، داروگستر نجفیان، رازی، قاسم ایران، مهیا دارو
www.iranhormone.com info@iranhormone.com

دارای گواهینامه ISO 9001:2015
دارای گواهینامه استاندارد به کیفیت
دومین دوره جایزه ملی کیفیت غذا و دارو و بهداشت ایران



قرص اندورین-آی اچ
داینوژست ۲ میلی گرم
Endorin-IH Tab.
Dienogest 2 mg



شرکت داروسازی ایران هورمون
IRAN HORMONE PHARMACEUTICAL Co.



یک زندگی طبیعی با وجود ابتلا به آندومتریوز



دارای گواهینامه ISO 9001:2015
دارای گواهینامه استاندارد به کیفیت
دومین دوره جایزه ملی کیفیت غذا و دارو و بهداشت ایران

تهران: کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص کرج، صندوق پستی: ۱۳۱۸۵-۱۷۴۷
تلفن: ۰۲۱-۴۴۹۰۵۵۱۷-۹ (۲۱) ۴۴۹۰۵۵۱۲ (فکس)
صدای مشتری: ۰۲۱-۴۴۹۰۵۵۱۷-۹ (۳۵۸)
توزیع و پخش در داروخانه های سراسر کشور توسط شرکت های
پخش فردوس، داروگستر نجفیان، رازی، قاسم ایران، مهیا دارو
www.iranhormone.com info@iranhormone.com



شرکت داروسازی ایران هورمون
IRAN HORMONE PHARMACEUTICAL Co.



تهران: کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص کرج، صندوق پستی: ۱۷۶۷-۱۳۱۸۵
تلفن: ۰۲۱) ۴۴۹۰۵۵۱۷-۹ فکس: ۰۲۱) ۴۴۹۰۵۵۱۲
صدای مشتری: ۰۲۱) ۴۴۹۰۵۵۱۷-۹ (۳۵۸)
توزیع و پخش در داروخانه های سراسر کشور توسط شرکت های:
پخش فردوس، داروگستر نخبگان، رازی، قاسم ایران، طب نوین
www.iranhormone.com info@iranhormone.com



دارای گواهینامه ISO 9001: 2015

دارای گواهینامه اشتها به کیفیت

دومین دوره جایزه ملی کیفیت غذا دارو و بهداشت ایران

