

عنوان تجربه : عدم تهیه نتایج طرح نظرسنجی از ارباب رجوع به تفکیک حوزه های شهرستانی

ارائه دهنده	نام و نام خانوادگی: عبدالکریم خرمالی	تحصیلات: کارشناسی ارشد
	سازمان: شرکت آب منطقه ای گلستان	سمت: کارشناس بهره وری و سیستم ها
	مدیرعامل: آقای مهندس علی نظری	پست الکترونیک: Khormali.abdolkarim@gmail.com
	آدرس: گلستان - گرگان - ابتدای جاده آق قلا - شرکت آب منطقه ای گلستان	
تلفن ثابت: ۰۱۷-۳۲۶۲۷۸۶۳	همراه: ۰۹۱۱۳۷۴۱۷۱۲	نمبر: -

چه مسائل ، مشکلات و یا ضرورت‌هایی باعث اقدام شما به این تجربه بوده است؟

در سال های گذشته نتایج طرح نظرسنجی از ارباب رجوع به تفکیک ادارات منابع آب شهرستان های مختلف و بر حسب حوزه های کاری مختلف تهیه می گردید که این موضوع باعث ایجاد رقابت کاذب بین حوزه ها و گاهی اوقات انعکاس نتایج غیر واقعی از میزان رضایتمندی مراجعین می گردید. همین امر موجب عدم ارزیابی صحیح و درست از وضعیت طرح تکریم در سطح شرکت و به تبع آن عدم امکان اتخاذ تصمیم صحیح برای راهکارهای بهبود می گردد.

چگونه مسائل را شناسائی و راه حل انتخابی را گزینش نموده اید؟

نتایج بعضی حوزه ها نشان می دهد که میزان رضایت ارباب رجوع بیش از حد متعارف به صورت شهودی می باشد و این موضوع باعث کاهش اعتبار نتایج پرسشنامه های جمع آوری شده می گردد. یکی از دلایل این امر، تهیه نتایج طرح نظرسنجی از ارباب رجوع به تفکیک حوزه ها می باشد. بنظر می رسد با توجه به اهداف شرکت، انجام طرح نظرسنجی و تهیه نتایج به صورت کلی در سطح شرکت پاسخگوی نیازها می باشد. لازم به ذکر است در هر یک از حوزه ها رویه تقدیر و تنبیه کارکنانی که بر اساس فرم های ارباب رجوع مشخص می گردند به قوت خود باقی خواهد ماند.

مراحل اجرای این تجربه در سازمان را نام ببرید؟

- ۱- طراحی پرسشنامه طرح نظرسنجی با در نظر گرفتن ابعاد مختلف طرح تکریم
- ۲- جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه طرح نظرسنجی از ارباب رجوع توسط مشاور
- ۳- تحلیل نتایج حاصله برای کل شرکت بصورت یکپارچه به جای تحلیل تفکیکی بر اساس حوزه های مختلف کاری
- ۴- شناسایی نقاط قوت و فرصت های بهبود
- ۵- طراحی راهکارهای بهبود و اجرای آن

چه شواهد و نتایجی اثر بخش بودن تجربه شما را تأیید می کند. (مثلا صرفه جویی هزینه، کاهش زمان فرایند و...)

در تحلیل نتایج بعضی از حوزه های شهرستانی پیش از اجرای این طرح، رضایتمندی بیش از حد معمول و غیر منطقی ارباب رجوع مشاهده می گردید که پس از تحلیل های مختلف ایجاد رقابت کاذب بین حوزه های مختلف به عنوان دلیل اصلی این امر شناسایی گردید. پس از شناسایی این موضوع، با اطلاع رسانی مناسب به حوزه های مختلف از نحوه جدید ارزشیابی میزان رضایت ارباب رجوع و ارزیابی میزان رضایتمندی برای کل شرکت و عدم ارزیابی تفکیکی و اجرای شیوه جدید در ارزیابی سال اخیر، نتایج به صورت قابل وضوح منطقی تر و منطبق با شواهد عینی گردید. همین امر موجب فراهم گردیدن امکان اتخاذ تصمیمات مناسب تر برای مدیران شرکت گردید.

آیا برای اجرای این تجربه از مشاوران حقیقی و حقوقی خارج از سازمان خود هم استفاده نموده اید؟ ذکر نمایید.

بلی - شرکت رسا رایان

محدوده زمانی و مکان اجرا:

سال های ۹۳ و ۹۴- در سطح ستاد شرکت و کلیه ادارات منابع آب شهرستانی

چه کسانی مخاطبان اصلی این تجربه هستند و چه آموزه هایی برای آنها دارد؟

تمامی سازمان ها اعم از دولتی و خصوصی

مدیران شهرستانی، دیگر دغدغه کسب رتبه خوب یا بد در نتایج حاصل از ارزیابی طرح تکریم و تبعات ناشی از آن را نخواهند داشت، بلکه می توانند بر اساس نتایج واقعی، مشکلات خود را در ارتباط با ارباب رجوع، احصاء و راهکارهای بهبود را پیشنهاد دهند.

در صورت پذیرش این تجربه در کنفرانس مدیریت ، چه کسی آن را ارائه خواهد نمود؟

عبدالکریم خرمالی کارشناس بهره وری و سیستم ها

تجربه شما نسبت به تجارب مشابه در سازمان های دیگر ، واجد چه نوآوری و تفاوت هایی بوده است که آن را متمایز می نماید؟

-

مراجعی که قبلا" این تجربه به آنها ارائه شده است.

-

سایر توضیحات :

-