

عنوان مقاله:

درک نیازها و انتظارات ذینفعان

محل انتشار:

اولین کنفرانس پیشرفت های اخیر و روندهای آینده در صنعت خودرو (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حسین کربلایی حسنی - کارشناس اداره تدوین استانداردها و ارزیابی سیستمهای کیفی، شرکت ایران خودرو، معاونت کیفیت

حامد پروین - رییس اداره تدوین استانداردها و ارزیابی سیستمهای کیفی، شرکت ایران خودرو، معاونت کیفیت

محمد خزایی پور - کارشناس اداره تدوین استانداردها و ارزیابی سیستمهای کیفی، شرکت ایران خودرو، معاونت کیفیت

خلاصه مقاله:

توجه به نیازها و انتظارات ذینفعان از مهمترین عوامل موفقیت پایدار سازمانها می باشد. عدم شناخت ذینفعان و عدم درک نیازها و انتظارات آنها باعث ضعیف شدن سازمان ها و به مرور منجر به خروج سازمانها از بازار فعالیت میگردد. بسیاری از سازمانهای پیشرو بازار به پیرو بازار تبدیل شدهاند. میتوان گفت بسیاری از شرکت ها حتی در شناخت ذینفعان خود بهطور کامل موفق نشده اند. این مسئله باعث کاهش رضایت مشتریان و جامعه از اینگونه شرکتها شده است و تا مادامی که سازمانها، ذینفعان خود را بصورت کامل شناسایی ننمایند، نخواهند توانست به نیازها و انتظارات کامل آنها دست پیدا کنند، حتی با تشکیل سیستم هایی نظیر ارتباط با مشتریان، صدای مشتری و ... نیز از موفقیت مناسبی برخوردار نخواهند شد. از آنجائیکه تعاملات درونی و بیرونی سازمانها بسیار گسترده می باشد، تصمیم گیریهای سازمان نیز، تاثیرات (مثبت/ منفی) بسیاری بر طرفهای متعامل خواهد گذاشت. عدم توجه به اثرات تصمیم گیریهای سازمان بر روی طرفهای ذینفع منجر به تاخیر یا عدم تحقق اهداف سازمان خواهد شد. همچنین ممکن است بسیاری از طرفهای ذینفع از اینگونه عملکردهای سازمان متضرر گردند. با تحلیل یا نقشه کشی ذینفعان سازمان میتواند تصمیم بگیرد چه کسانی در میان ذینفعان می توانند مثبت ترین و یا منفیترین تاثیر را روی فعالیت شما داشته باشند و با مشارکت دادن و توجه کردن به دغدغه های همه ذینفعان سازمان را بهعنوان یک نهاد منصف اخلاقی و شفاف به جامعه معرفی میکند. لذا هر سازمان می بایست با شناسایی ذینفعان و بررسی اثرات تصمیمات خود بر آنان، از دستیابی به اهداف و نحوه اثرات تصمیمات بر طرفهای ذینفع اطمینان حاصل نماید. به مرور زمان و تغییر شرایط، نیاز به بازنگری در شناسایی نیازها و انتظارات ذینفعان نیز ضروری میباشد. در انتهای این مقاله پس از بررسی موضوع، جهت کاربردی نمودن فرآیند شناسایی نیازها و انتظارات ذینفعان نمونه فرمی ارائه نموده که در فرآیندهای واحدهای شرکت ایران خودرو مازندران مورد استفاده قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

ذینفع، نیاز، انتظار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1146859>

