

پیک ایده نو معاونت منابع انسانی و تحقیقات شمار پنج اردیبهشت ۹۹

منشور حقوق شهروندی در نظام اداری

ماده ۱۰- حق مصون بودن از شروط اجحاف آمیز

در توافقی ها، معاملات و قراردادهای اداری

۱- دستگاههای اجرایی باید از تحمیل قراردادهای اجحاف آمیز به مردم خودداری کنند. منظور از قرارداد اجحاف آمیز قراردادی است که به موجب آن دستگاه اجرایی با استفاده از موقعیت برتر خود یا ضعف طرف مقابل، شرایط غیرعادلانه‌ای را به ایشان تحمیل کند.

۲- قراردادهایی که شروط زیر در آنها گنجانده شوند، اجحاف آمیز تلقی میگردند:

الف- شرطی که به موجب آن، دستگاه اجرایی طرف مقابل خود را به انجام یا عدم انجام کاری متعهد می‌سازد که پیش از انعقاد قرارداد هیچ فرصتی برای آگاه شدن از مفاد آن شرط نداشته است.

ب- شرطی از سوی دستگاه اجرایی که طرف مقابل آن به دلیل کهولت سن، بیماری، ناتوانی ذهنی، فشارهای روانی، کم‌سوادی، بی‌سوادی یا جهل نسبت به امور مرتبط، از ارزیابی مفاد یا آثار آن ناتوان باشد.

ج- شرطی که به موجب آن، هیچ نسخه‌ای از قرارداد در اختیار طرف دیگر قرارداد قرار نمی‌گیرد.

د- شرطی که به موجب آن، دستگاه اجرایی خود را مجاز می‌سازد تا در زمان تحویل کالا یا ارائه خدماتی که قرارداد آن قبلاً منعقد شده است، به تشخیص خود و رأساً قیمت را افزایش دهد.

ه- شرطی که به موجب آن، دستگاه اجرایی، حق مراجعه به مراجع قضایی را از طرف دیگر سلب نماید.

و- شرطی که به موجب آن، دستگاه اجرایی خود را مجاز بداند هر زمان که بخواهد یکطرفه قرارداد را فسخ کند بدون آنکه خسارت عادلانه‌ای از این بابت به طرف دیگر قرارداد بپردازد.

ز- شرطی که به موجب آن، دستگاه اجرایی خود را حتی در صورت ارتکاب تقصیر، از مسؤولیت معاف سازد.

ک- شرطی که به موجب آن، حقوق معنوی ناشی از مالکیت‌های فکری، بدون پرداخت بهای عادلانه به دستگاه اجرایی منتقل شود.

ل- شرطی که بدون وجود هر گونه توجیه معقول، استفاده طرف قرارداد از تضمین یا بیمه‌ای که به موجب مقررات به نفع او برقرار شده است را غیرممکن یا بسیار دشوار سازد.

ث- واحدهای حقوقی، امور قراردادهای و یا عناوین مشابه در دستگاههای مشمول این مصوبه مکلفند بر اساس مفاد این ماده نسبت به بازبینی و اصلاح فرم قراردادهای خود اقدام نمایند.

مدیریت ذره بینی چیست؟



مدیرتان از شما می‌خواهد که بسته‌ای را به اداره‌ی پست ببرید و ظرف یک‌ساعت به شرکت بازگردید. شما هم همین کار را انجام می‌دهید و حتی زودتر از ساعتی که مد نظر مدیر بوده، به شرکت می‌رسید. مدیرتان درباره‌ی مسیری که برای رفتن به اداره‌ی پست انتخاب کرده‌اید می‌پرسد و سپس، توضیح می‌دهد که مسیر بهتری هم وجود داشته است. با وجودی که کارتان را به خوبی و با رعایت انتظارات مدیر انجام داده‌اید، اکنون باید در مورد مسئله‌ای بسیار جزئی - که به نظر می‌رسد اهمیت چندانی ندارد بحث و گفتگو کنید.

چرا مدیریت ذره بینی شکل می‌گیرد؟

علت‌های بسیاری را می‌توان برای این رفتار فهرست کرد. موارد زیر تنها بخشی از ریشه‌های شکل‌گیری خرده‌بینی در مدیریت هستند:

- مدیر به همکاران خود اعتماد ندارد (خصوصاً در مورد کسانی که طول مدت همکاری با آن‌ها کوتاه است)
- همکاران، از توانایی‌ها و شایستگی‌های لازم برخوردار نیستند (یا مدیر چنین فکر می‌کند)
- تجربه‌ی نامطلوب از تفویض اختیار به همکاران پیشین
- عدم تناسب اختیارات و مسئولیت‌ها در شرح وظایف (مدیر احساس می‌کند مسئولیت نتیجه فقط با اوست و زیرمجموعه به خاطر نتایج منفی بازخواست نمی‌شوند. پس در تفویض اختیار به دیگران، احتیاط می‌کند)
- سازمان‌هایی که قسمت بالایی هرم آن‌ها چاق است (در چنین سازمان‌هایی تعداد مدیر و ناظر و سرپرست از تعداد کسانی که واقعاً کار می‌کنند بیشتر است و این مدیران، برای این‌که بیکار نمانند، وادار می‌شوند به دخالت‌های افراطی در زیرمجموعه‌ی خود بپردازند)

تبعات مدیریت ذره بینی چیست؟

- کاهش امید و انگیزه‌ی اعضای مجموعه
- کاهش خلاقیت در سازمان
- افزایش حجم فعالیت‌های مدیر و خستگی



نبود تفکر سیستمی و کل نگر در مدیریت

داستان مدیریتی (ناخدا و مهندس کشتی)

ناخدای یک کشتی و سرمهندس آن در این باره بحث می کردند که در کار اداره و هدایت کشتی کدام یک نقش مهم تری دارند. بحث به شدت بالا گرفت و ناخدا پیشنهاد کرد که یک روز جایشان را با هم عوض کنند. قرار گذاشتند که سرمهندس سکان کشتی را به دست گیرد و ناخدا به اتاق مهندس کشتی برود. هنوز چند ساعتی از جابه جایی نگذشته بود که ناخدا عرق ریزان با سر و وضعی کثیف و روغن مالی بالا آمد و گفت: «مهندس سری به موتورخانه بزن. هر قدر تلاش می کنم، از موتورخانه سر در نمی آورم و کشتی حرکت نمی کند!»

سرمهندس فریاد کشید: «البته که حرکت نمی کند،

کشتی به گل نشسته است!»

داستان کوتاه مدیریتی (آهنگی که یک

شرکت هواپیمایی را به خاک سیاه نشاند!)

ماجرا از این قرار است که در سال ۲۰۰۸ کارول به همراه تیمش برای برگزاری یک تور در مسیر شیکاگو، سوار هواپیما می شوند و از پنجره هواپیما می بینند که متصدیان حمل بار، کیف های سازهایشان را پرتاب می کنند و در این میان، گیتار ۳۵۰۰ دلاری کارول می شکند. او حدود ۹ ماه تلاش می کند تا بتواند خسارت خود را از هواپیمایی یونایتد بگیرد ولی تلاش های او بی نتیجه می ماند. در نهایت به دریافت ۱۲۰۰ دلار هزینه تعمیر گیتار راضی می شود ولی مسوولین یونایتد این رقم را هم نمی پردازند. در نهایت او آهنگ United Breaks Guitar را در اعتراض می سازد و انتقام جانانه ای از یونایتد می گیرد. این آهنگ در روز اول آپلود شدن در یوتیوب، ۱۵۰ هزار بار بازدید شد و در هفته اول انتشار، رکورد پرفروش ترین آهنگ iTunes را به خود اختصاص داد. طی ۴ روز پس از انتشار این آهنگ، ارزش سهام یونایتد ۱۰٪ افت کرد و حدود ۱۸۰ میلیون دلار از ارزش سهام این شرکت کاسته شد. مدیر خدمات مشتریان یونایتد با کارول تماس گرفت و از او دلجویی کرد. این شرکت در برنامه ای نمادین، ۳۰۰۰ دلار خسارت به یک موسسه غیرانتفاعی آموزش موسیقی پرداخت و مجبور شد اعلام کند که از این ماجرا درس های فراوانی گرفته و سیاست های خدمت دهی به مشتریان را بازنگری کرده است.

گذشته ها می گفتند یک مشتری ناراضی، نارضایتی

خود را به ۷ تا ۱۳ نفر منتقل می کند، ولی این آمار

برای قبل از دوران شبکه های اجتماعی بود. امروز

یک مشتری ناراضی به ابزارهایی دسترسی دارد که

می تواند صدها هزار نفر را با تجربه مثبت یا منفی

خود همراه کند.