



## ویژگیهای مدیر یکبار مصرف

از: حمید شاهبندرزاده

زیر دست خود دارد، در مقابل مدیران بالادست رام و اسیرند.

در حقیقت بیشتر به بله قربان‌گویی می‌پردازند چون نمی‌خواهند موقعیت خود را از دست بدهند. پذیرش حقیقت برای انسانها سخت و غیر قابل تصور است و به همین علت بیش از پیش چاپلوس خواهند شد. این حالت در مدیرانی که از نظر فنی نیز کمبود دارند بیشتر بروز می‌کند؛

● معمولاً با رئیس بالادست همصدا هستند و سعی دارند که نظر او را به خود معطوف سازند؛  
● معمولاً نظرات پرسنل زیر دست را برای رسیدن به هدف به نام خود ثبت می‌کنند، به

وقتی مسئولیت بپذیرید آیا به نیازهای دیگران احترام می‌گذارید یا خیر؟ آیا مثل سابق که از مدیریت دیگران اشکال می‌گرفتید اکنون اشکالات خود را می‌بینید یا خیر؟ و آیا به اشکالاتی که از طرف دیگران بیان می‌شود و یا انتقاداتی که از شما می‌شود با روحیه کنونی شما سازگار است؟ تا چه حد نظرات دیگران را در تصمیم‌گیریهای خود ارجح می‌دانید و اگر به این موارد بی‌اعتنا شده‌اید به هوش باشید که دارید مدیر یکبار مصرف می‌شوید.

مدیران یک بار مصرف در سازمانها و موسسات مختلف زیاد به چشم می‌خورند آنان ویژگیهای خاص خود را دارند. که در ذیل به چند

### اگر انتقادها با روحیه کنونی شما سازگار نیست و در

تصمیم‌گیریهای خود به نظرات دیگران اهمیت نمی‌دهید

به هوش باشید که دارید مدیر یکبار مصرف می‌شوید

همین خاطر کارکنان دیگر نظرات خوب خود را ابراز نخواهند کرد. در واقع آنان با این کار خلایقیت و نوآوری در بین پرسنل خود را از بین می‌برند؛

● جلسه‌ای برای نظرخواهی از پرسنل و همفکری تشکیل نمی‌دهند اگر هم تشکیل دهند کسی حرفی نخواهد زد؛

● کاشتن آنتن‌های ارتباطی و کسب خبر میان پرسنل؛

● اشکال‌گیریهای آنان به حدی است که در نوع افراطی، انگار می‌خواهند از هر چیزی اشکالی بپراشند و آن را به نوعی اصلاح کنند؛

● برای سخت‌گیری بیشتر، آنان نیاز به یک اشاره از مدیران ارشد خود دارند. □

مورد آن اشاره می‌شود:

● با افراد تازه‌وارد و پروژه هم‌تایان و مسئولان هم‌تراز، خوش برخوردند؛

● با کارمندان خود برخورد تند و قانونی دارند و عموماً از آنها دوری می‌کنند؛

اکثراً جواب منفی به پرسنل خود می‌دهند حتی اگر راهی مثبت وجود داشته باشد به دنبال راهی می‌گردند که کارمند را دست از پا دوازتر از اتاق خود بیرون کنند؛

● دستورات او غالباً آمرانه و غیر قابل تخطی است. در واقع نوعی رضایت خاطر بعد از دادن هر دستور در چهره آنان نقش می‌بندد؛

● با تمام تندی و تندخویی که با پرسنل

به GILBERT HYATT که قبلاً مهندس گمنام و ناشناخته بود اشاره کرد که اداره اختراع آمریکا پس از بیست سال نبرد قانونی، او را در سال ۱۹۹۰ به عنوان مخترع میکروپروسورها یا ریزپردازنده‌های یکپارچه شناسایی کرد. در نهایت شرکت PHILLIPS اختراع او را خریداری و سعی کرد که ادعاهای HYATT را به اثبات برساند گرچه به موفقیت چندانی دست پیدا نکرد.

دادگاهها در قبال تخطی از قوانین اختراع، به شدت عکس‌العمل نشان می‌دهند. برای مثال زمانی که شرکت پولاوید در دهه ۱۹۸۰ حکمی را از دادگاه گرفت مبنی بر اینکه شرکت کداک را از ساخت دوربین‌های عکاسی با عکس نوری منع می‌کرد نتایج کار بسیار فاجعه‌آمیز بود: شرکت کداک مجبور شد کارخانه‌های را تعطیل کرده و سه برابر ضرر درآمد از دست رفته را به انضمام بهره و هزینه‌های گواهی بپردازد. این هزینه‌ها بر میلیاردها دلار بالغ گردید.

ارائه این ارقام و اعداد شاید به این اندازه شگفت‌آور نباشد که بدانید مخترعان و وکلای وجود دارند که در انتظار فرصتی برای دام گستردن و یا به عبارتی کلاهبرداری از دیگران به سر می‌برند. به عنوان نمونه در آمریکا افرادی وجود دارند که اختراعات را تنها برای سودجویی خودشان بدست می‌آورند. و در اروپا نیز حلاوت در کمین مخترعان نشستن، زیردندان شرکتها مزه کرده است. آنها عمداً اطلاعات به دست آمده در مورد رقبا را در خصوص تجاوز و زیر پا گذاشتن قانون اختراع مورد بررسی قرار می‌دهند. آنگاه تا زمانی که شرکت دیگری مقدار زیادی روی این اختراع سرمایه‌گذاری کند و آنها بتوانند از این رهگذر هزینه‌های گواهی و خسارت زیادی را به دست بیاورند، صبر می‌کنند. این افراد به عنوان یک تهدید موثر در خصوص کسب حکم دادگاه برای بستن کل شرکتی که این محصول تولید شده از راه خلاف را می‌فروشد، شهرت یافته‌اند.

یک مقام آمریکایی در این باره می‌گوید: اختراعات می‌توانند یا به عنوان حفاظتی در دفاع و یا شمشیری در حمله مورد استفاده قرار گیرند. پرچمی که شرکت‌های بزرگ به صورت مدام برای نبرد زیر آن رژه می‌روند اغلب کار کمی را برای انجام دادن در مورد اختراعات طلب می‌کنند: نامهای تجاری مثل «مرسدس» و «کوکاکولا» که اعتباری برای بازار به همراه دارند بیشتر از تمام اختراعاتی که این شرکتها انجام داده‌اند ارزش دارند. □