

۵. دارای توانایی کنترل هیجان و احساسات؛
۶. ریسک پذیری کمی دارند.
۷. کارها را از روی نظم و ترتیب معینی انجام می دهند.
۸. برای درست انجام دادن کارها، اهمیت قائلند.

در مجموع، آبی‌ها کسانی هستند که با کمترین نظارت، بهترین کارآیی را از خود نشان می دهند.

ویژگیهای کارکنان قرمز عبارتند از:

۱. دارای تفکری مثبت؛
۲. دارای روحیه رهبری؛
۳. خودپسند و مغرور؛
۴. همیشه اول صحبت می کنند.
۵. با قدرت و انرژی سخن می گویند.
۶. آینده نگرند.
۷. ریسک پذیرند.
۸. برای خودشان اعتبار و منزلت خاصی قائل می شوند.
۹. دوست دارند کارهای بزرگ انجام دهند.
۱۰. به هدف فکر می کنند.
۱۱. خلاق‌اند.
۱۲. منعطف‌اند.
۱۳. اهمیت قائل شدن برای انجام کارهای درست اهمیت قائلند.

در مجموع قرمزها کسانی هستند که بدون احتیاج به نظارت، بیشترین اثربخشی را از خود نشان می دهند.

در صورتی که این دو طیف در کنار هم و در یک تیم کاری قرار گیرند و با توجه به خاصیت همپوشانی خصائل مثبت هر طیف بر خصائل منفی طیف دیگر اثر گذاشته، در نتیجه درصد موفقیت آن تیم کاری و رسیدن به بهره وری افزایش می یابد. البته این نکته همواره می باید مورد توجه قرار گیرد که فقط تمامی انسانها به این دو طیف رنگ خلاصه نمی شوند، بلکه می توانند آمیزه و ترکیبی از رنگهای نزدیک به این دو و یا رنگهایی دور از این دو باشند؛ مانند: صورتی، بنفش، ارغوانی، فیروزه‌ای، سیاه، قهوه‌ای و ... در نتیجه خصائلی که برای این دو گروه بیان می شود، دستخوش تغییرهایی قرار می گیرد. مثلاً در رنگ صورتی که در واقع به نوعی رنگی نزدیک به قرمز است، در بردارنده صفات افراد قرمز، البته با شدت کمتر خواهد بود.

به اختصار برخی از رنگها و ویژگیهای افراد ذکر می شود: از سوی دیگر، سازمانها هنگام جذب نیرو و یا در زمان مصاحبه می توانند پرسشی را به نوع رنگ یا رنگهای مورد علاقه فرد متقاضی اختصاص دهند تا با توسل به آن، تا حدودی قدرت پیش بینی سازمان از روحیه ها و شخصیت فرد مورد نظر افزایش یابد و در نتیجه انتخاب درست تری را در جهت افزایش کارآیی و بهره وری سازمان داشته باشند.

همچنین پس از پی بردن به رابطه مستقیم بین شخصیت و رنگ و با توسل به تعریفها و مفاهیمی که رنگها برای انسان دارند، می توان در طراحی ها و رنگ آمیزی های محیط کار نیز



محمود نوری شمس آباد

انسانها دارای شخصیت‌های متفاوتی هستند و در نتیجه هر یک را ویژگیهای اخلاقی خاصی فراگرفته که اگر فردی بخواهد با او ارتباط برقرار کند، می باید در شناخت آن ویژگیها اهتمام به خرج دهد.

بنابراین می توان همدریف با ویژگیهای اخلاقی، هر فرد را مجموعه ای از رنگ یا رنگهای گوناگون با تعبیرها و تفسیرهای مختلف دانست که برگرفته از روحيات درونی شخص است.

از آنجا که شناخت هر فرد برای مجموعه ای که با وی همکاری دارد، از اهمیت بالایی برخوردار است و نیز از آنجا که رنگها ارتباط بسیار نزدیکی با شخصیت انسانها دارد و شناخت آن در شیوه درست برقراری ارتباط بسیار مهم است، در این نوشتار به اختصار سعی شده به دو گروه از افراد، یعنی: افراد دارای رنگ آبی و افراد دارای رنگ قرمز که وجودشان در هر سازمان لازم و ملزوم یکدیگرند توجه شده و خصائل این گروه مورد بررسی قرار گیرد.

ویژگیهای کارکنان آبی عبارتند از:

۱. مهربان و صمیمی؛
۲. دارای روحیه حرف شنوی؛
۳. با ادب و آرام؛
۴. حساس؛

کرم :	اهل رقابت و ورزش - از شکست خوردن بیزار - بشاش و سرزنده - قابل، اعتماد
آبی سیر مایل به سبز :	با دقت فکر می کنند- به ندرت اشتباه های کورکورانه از آنها سر می زند- توانایی برقراری ارتباط خوبی را دارند.
خاکستری :	فعال - احساسات خود را پنهان نمی کنند.
سبز :	منعطف - دارای پشتکار بالا- متکی به نفس.
طلایی :	خوب و بد را به خوبی از هم تشخیص می دهند - شاداب و سرزنده اند.
صورتی :	به دنبال انجام کارها به بهترین شکل هستند - کمک به دیگران.
زرد: پاک و دوست داشتنی - دارای قدرت زیاد در رهبری اجتماعی - قابل اعتماد - تصمیم های خوبی می گیرند - بلند پرواز- اهل تحقیق و پژوهش	
آلبالویی :	با هوش - دوست دارند همه چیز مطابق میلشان پیش رود.
بنفش :	خودخواه نیستید - اما گاهی احمقانه رفتار می کنند و فراموشکار می شوند.
لیمویی: خیلی زود عصبی می شوند- به دیگران حسادت می ورزند- همیشه از مشکلات کوچک و بی ارزش شکایت می کنند - فردی قابل اعتماد	
نقره ای :	خلاق - ریسک پذیر - هوش بالا
سیاه :	مبارزه طلب ، دلیر و با جرأت - از تغییر بیزار - بی تمایل به فعالیتهای جمعی
زیتونی :	خونگرم و حساس - سازگار - مهربان و سرزنده.
قهوه ای :	پرجنب و جوش - قابل اعتماد، با ثبات - حافظ اسرار
سورمه ای :	جذاب - کینه ای
سفید :	خیال پرداز
لاجوردی :	متغیر - راستگو
نارنجی :	اهل مسابقه - سلطه طلب - سرشار از آرزوهای دور و دراز
ارغوانی :	ظریف بین - مغرور - اجتماعی

به حساب آورد ، زیرا امکان دارد که افراد در شرایط متفاوت، انتخاب های مختلف داشته باشند .
 ۳. جنبه نسبی بودن نتایج آزمایش را باید همواره به خاطر سپرد، زیرا انسان موجودی ناشناخته است. □

منابع

<http://forum.choogh.com/forum-25/thread-1694/index.htm>
<http://www.linkestan.com/news/ARTICLEview.asp?key=1694#>
<http://pezeshkan.org/?p=13005=1>
<http://www.ranginkaman.com/edit.aspx?tabid=1&def=viewfeature&itemid=35>

دقت بیشتری را صرف کرد تا علاوه بر ایجاد محیطهای جذاب و دلپذیر (هم برای کارکنان داخل یک سازمان و هم برای مشتریانی که مجذوب تناسب و دقت محیط کار شده اند) در صدد افزایش و کاهش تأثرات مثبت و منفی کارکنان در محیط کاری نیز باشیم. اما نکته اینکه بر اساس نظر برخی از روان شناسان همچون دکتر ماکس لوشر سه نکته را باید همواره در نظر داشت :

۱. یک رنگ به تنهایی بیانگر شخصیت نیست، بلکه در انتخاب گروه ها و زوج های رنگ است که شخصیت افراد تحت آزمایش، کاملاً نشان داده می شود .

۲. شرایط روحی و جسمی افراد را پیش از آزمایش رنگ نیز باید

هوشمندی در پیاده سازی هوش تجاری

بیانها و صورتحسابهای مالی تکیه داشتند. در این میان، هوش تجاری (BI) راهحلی است که می تواند منشا ارزش تجاری برای سازمانها باشد. با این حال، اندرو استیونس، یکی از مدیران شرکت سیج می گوید: اگر سازمانها، بخواهند به سادگی، هوش تجاری را به فرایندهای خود بیفزایند، نه تنها این امکان جدید، دردی از سازمان دوا نخواهد کرد، بلکه خود به عامل ضدارزش جدیدی بدل می شوند. او می افزاید: امروزه هوش تجاری در بیرون فرایندهای سازمان استقرار می یابد، درحالی که بهینه ترین حالت، همراه شدن این سیستم با سیستم های موجود نظیر و... است. این شیوه نگاه به هوش تجاری، تنها افزودن یک لایه فناوری اطلاعات به سازمان نیست، بلکه کمکی است به سازمان برای گشودن قفل جریان درون سازمانی اطلاعات. □

افول جهانی اقتصاد، کسب و کارها را وادار می کند که در استراتژی ها و فرایندهای رایج خود تجدیدنظر کنند؛ به این فشار، تقاضاهای روزافزون سهامداران و دیگر ذی نفعان را برای دستیابی به اطلاعات شفافتر مالی، عملیاتی و تصمیم گیری شرکتها بیفزاید. تحلیلگران پیش بینی می کنند که تا سال ۲۰۱۲ بیش از ۳۵ درصد از ۵ هزار شرکت برتر جهانی، در اتخاذ تصمیم های مقتضی زمانه و در نتیجه هماهنگ کردن کسب و کار خود با تغییرات شدید محیط و بازار، ناتوان خواهند بود. در پژوهشی که توسط گروه سیج (Sage) انجام شد ۹۰ درصد سازمانهای موردتحقیق، دچار افت شدید در ارزش بازار خود شده بودند که دلیل اصلی آن ناسازگاری تولید و گردش اطلاعات درون سازمان با نیازهای محیط بوده است و از این ۹۰ درصد، ۴۴ درصد، هنوز به شیوه های سنتی سنجش عملکرد سازمان، مثل

نگاه به فناوری اطلاعات از منشور اخلاق

کند. در فهرست پیش بینی ها، ۵ فناوری جدید اطلاعاتی به چشم می آید که فناوری پردازش احساسی (به این معنی که کامپیوتر، تغییر احساسات کاربر را تشخیص می دهد) در صدر این فهرست قرار دارد. این پروژه همچنین در پی آن است که پس از پیش بینی فناوری های اطلاعاتی آینده، چالشهایی را که به طور طبیعی، از این فناوری ها نشئت می گیرند، پیش بینی کند و پیش از وقوع بحرانهای اخلاقی با تدوین منشور اخلاقی، جلو آن را بگیرد. □

فناوری های نو، شیوه کار و زندگی انسانها را به سرعت تغییر داده و می دهند و همراستا با این تغییرها، موضوع های اخلاقی روز به روز بیشتر مورد توجه قرار می گیرند. دانشگاه دی مونتفورد لستر، در پروژه ای به نام «کاربردهای نوظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات» (ETICA) سعی دارد، ریسک های اخلاقی عجین شده با پیشرفتهای فناوری های ۱۰ تا ۱۵ سال آینده را کمینه کند. برای این منظور، این پروژه، ابتدا، درصدد است تا فناوریهای جریان ساز آینده را در IT پیش بینی

شبکه های اجتماعی و محیط جدید کار

صاحب پروفایل شخصی بودند که سه نفر از این ۱۳ نفر، مدیران عامل شرکتهای IT هستند که معروفترین آن مایکل دل است. نکته دیگر در این پژوهش، اینکه هیچیک از این ۱۰۰ نفر وبلاگ نداشتند. تحلیلگران بر این باورند که مدیران عامل با بهره نگرستن از این امکانات وب، فرصتهای بزرگی را از خود می گیرند که با هیچ وسیله دیگری قابل پوشش نخواهد بود. آینده نشان خواهد داد که عدم برقراری شبکه های اجتماعی تحت وب، چقدر به ضرر این مدیران تمام خواهد شد. برای مثال، شرکت دل، موفق شده است که با بهره گیری از امکانات شبکه اجتماعی توئیتر، در مدت ۲ سال، حدود ۳ میلیون دلار، درآمدزایی کند و این سود درحالی که به دست آمده است که شبکه های اجتماعی در سالهای اولیه زایش و بلوغ خود هستند و هر روز نقش پررنگتری نسبت به پیش می گیرند. □

امروزه با گسترش شبکه های اجتماعی تحت وب که به طور اختصار، رسانه های اجتماعی (Social Media) خوانده می شوند، کارکنان هوشمند سازمانها، قادرند با برقراری ارتباط با مشتریان، تحلیلگران و ذی نفعان، نه تنها ارزش تجاری برای سازمان خود بیافرینند، بلکه با ایجاد نوعی برند شخصی، آینده کاری خود را نیز به واسطه شهرت در شبکه های پیچیده اجتماعی، تضمین کنند. درحال حاضر در کشور ایالات متحده، برای هر شغل ۵/۴ کاندیدا وجود دارد که در این میان، شانس بیشتر از آن کسانی است که قادر باشند، شبکه های قوی اجتماعی و مبتنی بر اعتماد بسازند. همچنین در پژوهشی این نتیجه به دست آمد که از میان مدیران عامل ۱۰۰ شرکت برتر لیست مجله فورچون، تنها ۲ نفر از آنها در سایت توئیتر (Twitter) عضو بودند و ۸۱ درصد نیز صفحه شخصی در سایت فیس بوک نداشتند. از میان این ۱۰۰ نفر، فقط ۱۳ نفر آنها در سایت Linkein،

رهبری تعدیل نیرو

تعدیل شدگان و چه باقی ماندگان حسی طبیعی است. در خلال این مدت، مدیران باید از ایجاد فشار مضاعف روی کارکنان پرهیز کنند و تا حد ممکن آرامش خاطر را برای آنها فراهم کنند. سعی کنید، استرس‌های خود را به کارکنان منتقل نکنید و به فکر راه دیگری برای تخلیه احساسات خود باشید.

به هر حال شکی نیست که رهبری این بحران، نیاز به رهبرانی با قدرت ادراک احساسی و همذات‌پنداری بسیار بالا دارد و اگر چنین قدرتی را در خود نمی‌بینید، فکر تعدیل نیرو را از سر بیرون کنید، زیرا هزینه‌های آن بسی گزاف‌تر از فایده‌هایش خواهد بود. □

کوچک سازی، تعدیل نیرو، اخراج یا هر نامی که می‌خواهید برای آن بگذارید، اما حقیقت این است که این یکی از سخت‌ترین لحظاتی است که مدیران با آن روبه‌رو هستند.

در مورد تعدیل نیرو یا کوچک سازی دو مسئله همیشه وجود دارد: ۱. اضطراب و نگرانی‌های مدیران و کارکنان در خلال مدت تعدیل و ۲. مسئله آنهایی که باقی مانده‌اند و همیشه سازمان را به بی‌اخلاقی متهم می‌کنند.

به هر حال مدیران باید با این مسائل روبه‌رو شوند، اما باید بهترین شیوه‌ها را در رویارویی با این مشکلات بیاموزند. در خلال هفته‌های اول اجرای برنامه کوچک سازی، واکنشهایی نظیر: اندوه، عصبانیت، خیانت و افسردگی چه برای

بزرگترین چالش کسب و کارهای کوچک

فراهم کنند تا کارکنان جذب کسب و کارهای بزرگتر و فریبنده‌تر نشوند و از سوی دیگر با هزینه‌های سرسام‌آور مثل بیمه و مزایا روبه‌رو هستند.

بخش دیگر این پژوهش به نگرانی‌های کارکنان اختصاص دارد که نتایج آن نیز جالب است:

۱. ۵۶ درصد کارکنان بسیار نگرانند که دچار مصدومیت یا بیماری شوند و در اثر آن کار خود را از دست بدهند.

۲. ۵۲ درصد کارکنان، نگران هزینه‌های سرسام‌آور درمان هستند که ممکن است، کارفرما را از ادامه استخدام آنها منصرف کند.

در میان این کارکنان، کارکنان دارای فرزند با ۶۰ درصد، بیشتر از کارکنان مجرد یا بدون فرزند نگرانند. □

موسسه آفلاک (Aflac) در پیمایشی از صاحبان کسب و کارها، در ایالات متحده به این نتایج دست یافت:

۱. ۷۱ درصد صاحبان کسب و کار با تعداد کارکنان ۵۰ تا ۹۹ نفر، بیشترین چالش خود را کاهش هزینه‌های بیمه کارکنان می‌دانند.

در حالی که ۵۶ درصد کسب و کارهای دارای کمتر از ۱۰ کارمند، هزینه‌های بیمه کارکنان را بزرگترین چالش خود می‌دانند.

۲. ۶۲ درصد کسب و کارهای کوچک، پیشنهاد بسته‌های مزایا به کارکنان خود را یک چالش بزرگ برای ادامه کار می‌دانند.

مدیرعامل شرکت آفلاک می‌گوید: کارفرمایان، برای نگهداشتن کارکنان در کسب و کارهای کوچک با مشکلات زیادی دست و

پنجه نرم می‌کنند. آنها باید از یک سو رضایت خاطر کارکنان را

مایکروسافت؛ افسانه‌ای روبه پایان؟

مایکروسافت به خاطر این نسخه، اگر با یک تجربه ناموفق دیگر همراه شود، ممکن است به معنی از دست رفتن میلیون‌ها کاربر برای مایکروسافت، در سرتاسر جهان باشد.

۲. بسیاری از شرکتها، از جمله گوگل، در حال ورود به تجارت سیستم عامل هستند. اگر تا امروز، مایکروسافت یک رقیب چندان جدی در تجارت سیستم عامل، یعنی اپل را در کنار خود می‌دید، امروزه چند شرکت دیگر از جمله گوگل (با سیستم عامل گوگل کروم) نیز پا به این میدان نهاده‌اند و منتظر کوچکترین لغزشی از سوی مایکروسافت هستند تا جای آن را در بازار جهانی بگیرند.

باید دید که آیا افسانه مایکروسافت به پایان خواهد رسید؟ □

مدتی است که شرکت افسانه‌ای مایکروسافت، پس از ناکامی جهانی در مورد محصول ویستا که نارضایتی شدیدی در همه جهان میان کاربران این سیستم عامل ایجاد کرده بود، در صدد است که نسخه جدید این سیستم عامل، یعنی ویندوز ۷ را روانه بازار کند و هم اکنون این نسخه جدید در مراحل سخت آزمایشهای پیش از عرضه است. اما نکته در اینجا است که موفقیت یا عدم موفقیت این محصول، می‌تواند حکم مرگ و زندگی را برای مایکروسافت داشته باشد.

چرا؟ به دو دلیل:

۱. اینکه، تجربه جهانی عدم توفیق ویستا و بدنام شدن