دانشکده های محل کار: تجربه کاری در اریکسون و ولوو

وقتی من تصمیم گرفتم به درس خواندن و پژوهش فنی خاتمه دهم و کار کنم، رکود اقتصادی شدیدی بود. آمار بیکاری بالا بود و کار گرفتن مشکل.

بهر حال پس از کلی درخواست کار اینجا و آنجا در شرکت توسعه و تکامل المتل (Ellemtel Utvecklings AB) کار گرفتم. که یک شرکت مشترک شرکت مخابرات اریکسون (Ericsson) و شرکت تلفنی تله ورکت (Televerket) بود. ایده اصلی المتل آن بود که تجربه تولید و توسعه مخابرات اریکسون با تجربه نیاز مشتری شرکت تلفنی تله ورکت، مرکز مخابرات نسل آینده (AXE-N) را بسازند.

از همان دوران دانشجوئی و پژوهش در دانشگاه صنعتی چالمرز در یافتم که همکاری ژرفی بین دانشگاه ها و صنایع سوئد وجود دارد. دانشگاه سعی دارد با بروز کردن درس های نظری و عملی دانشکده ها آخرین پیشرفت های دانش و فناوری را در دانشگاه تدریس و تمرین کنند؛ صنعت سعی می کند با کمک مالی به دانشگاه ها و فراهم کردن امکان کارآموزی و پژوهش برای دانشجویان، آنها را برای کار در عرصه صنعتی به تجربه عملی مجهز کند.

ولی با اینهمه در شرکت های سوئد، به ویژه شرکت های بزرگ که من اریکسون و ولوو را تجربه کردم، یک آموزش دائمی در جریان است. یک آموزش دائمی نه تنها در به روز کردن آخرین دستاوردهای فناوری و علمی، بلکه یک آموزس دائمی راجع به چگونگی برخورد با مشتری، چگونگی ارتباط بین انسان ها، چگونه کار در گروه، تیم و پروژه،

چگونگی برنامه ریزی کردن کار فردی، چگونگی مدیریت جلسه و شرکت در جلسه، چگونگی گزارش نوشتن و خواندن گزارش، چگونگی عملکرد شخص و گروه و بین اشخاص، مشتری، بازار، شرکت های رقیب، . . .

با توجه به این آموزش دائمی سابقه کار در بازار کار سوئد بسیار ارزشمند ارزیابی می شود.

مشتری

بر این حقیقت همیشه تاکید می شود که مشتری مهمترین منبع حیات شرکت و علت وجودی شرکت و کار است. برای همین مشتری مرکز توجه است، خواست ها و رضایت او در درجه نخست. بدون استثنا همیشه حق با مشتری است.

پیشرفت زمانی حاصل می شود که ما در حرف و عمل برای ژرفش و اعتلای، ارتقای کیفیت همکاری با مشتری بکوشیم.

باید تلاش کنیم همیشه بهتر از آنچه مشتری انتظار دارد خدمات خود را عرضه کنیم.

کار گروهی

همکاری درست و موثر بسیار مهم است. در تمام سطوح باید چون بازیگر تیم عمل کرد. هر چند بیشتر همفکری و همکاری کنیم، بهتر، زودتر و موثر می توانیم مشکلات را حل کنیم و روش ها و تولیدات نوآورانه

بیافرینیم. برای همین برای شرکت ها داشتن یک هدف، روش و ارزش های یکسان و تفهیم آن به همکاران بسیار جدی است تا همه به سوی یک هدف وبا یک روش و ارزش های یکسان عمل کنند. هدف و روش مشترک قدرت و توان ایجاد می کند.

تلاش بسیار می شود تا ماهیت بازار، برخورد مشتری، چگونگی همکاری بین شرکت و مشتری، چگونگی روابط و همکاری بین انسان ها درک شود و بر اساس یک درک علمی و دقیق برخورد شود.

ارزش های مثل حرفه ای گری (professionalism)، احترام متقابل، استقامت، صبر، تحمل، رواداری و خوب گوش کردن چه در رابطه با مشتری، چه در رابطه با شرکت های همکار و مشاور، چه در رابطه با همکاران بسیار مثبت ارزیابی می شد.

حرفه ای گری یعنی مثبت اندیشیدن، اراده همکاری و همگامی داشتن، کنجکاوی برای پیدا کردن امکان حل مشکل است. گوش کردن، متعهد و علاقمند بودن، حقیقت جو بودن بخش جدائی ناپذیر انسان حرفه ای است. پخش اطلاعات، فرهنگ باز می آفریند و عده بیشتری با اطلاعات درست تصمیم می گیرند.

اگر در یک گروه احترام متقابل وجود داشته باشد، افراد بهتر به هم گوش می کنند، بهتر از هم می آموزند و بهتر دانش و مهارات های خود را به یکدیگر می آموزند.

اگر ارزش های مشترک داشته باشیم، اگر عده بیشتری مسئولیت بپذیرند، سرمشق خوبی می شوند و انگیزه می آفرینند و به یکدیگر الهام می بخشند.

کثرتگرائی را یک نقطه قوت می بینیم. ارتباط بین انسان ها را باید تقویت کنیم. فضای باز ایده می آفریند، برای همین ما باید محیطی ایجاد کنیم که اندیشه های جدید آفریده شود، ریشه بگیرد و شکوفا شود.

پیشرفت ما با سود دهی، رضایت مشتری و انگیزه و تعهد همکاران اندازه گیری می شود.

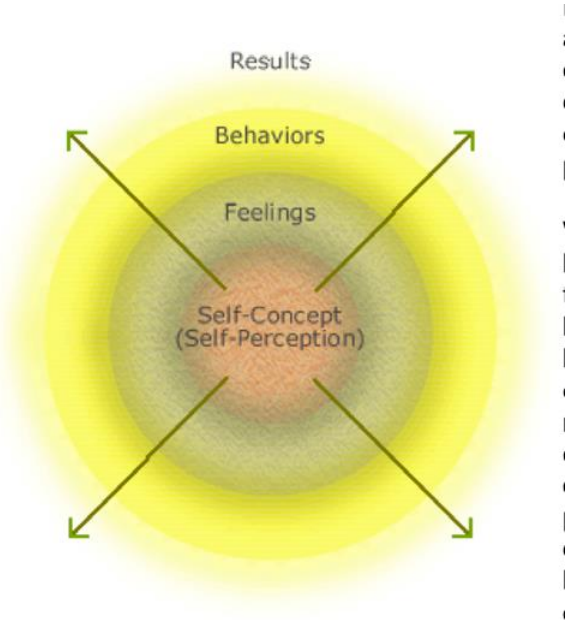
خلاقیت، همکاری و همگامی تشویق می شد و همکاری گروهی، آگاهی به خرج ها و راهی برای کاهش آن یافتن، توجه دائمی به هدف و رسالت پاداش داده می شد.

یک تلاش دائمی برای ساده تر کردن سازمان اداری و روشنتر شدن هدف، سرراست تر شدن و ساده تر شدن روند کار، کوتاه تر شدن زمان های تحویل خدمات و کالاها، کاهش هزینه، بهبود کیفیت در جریان است.

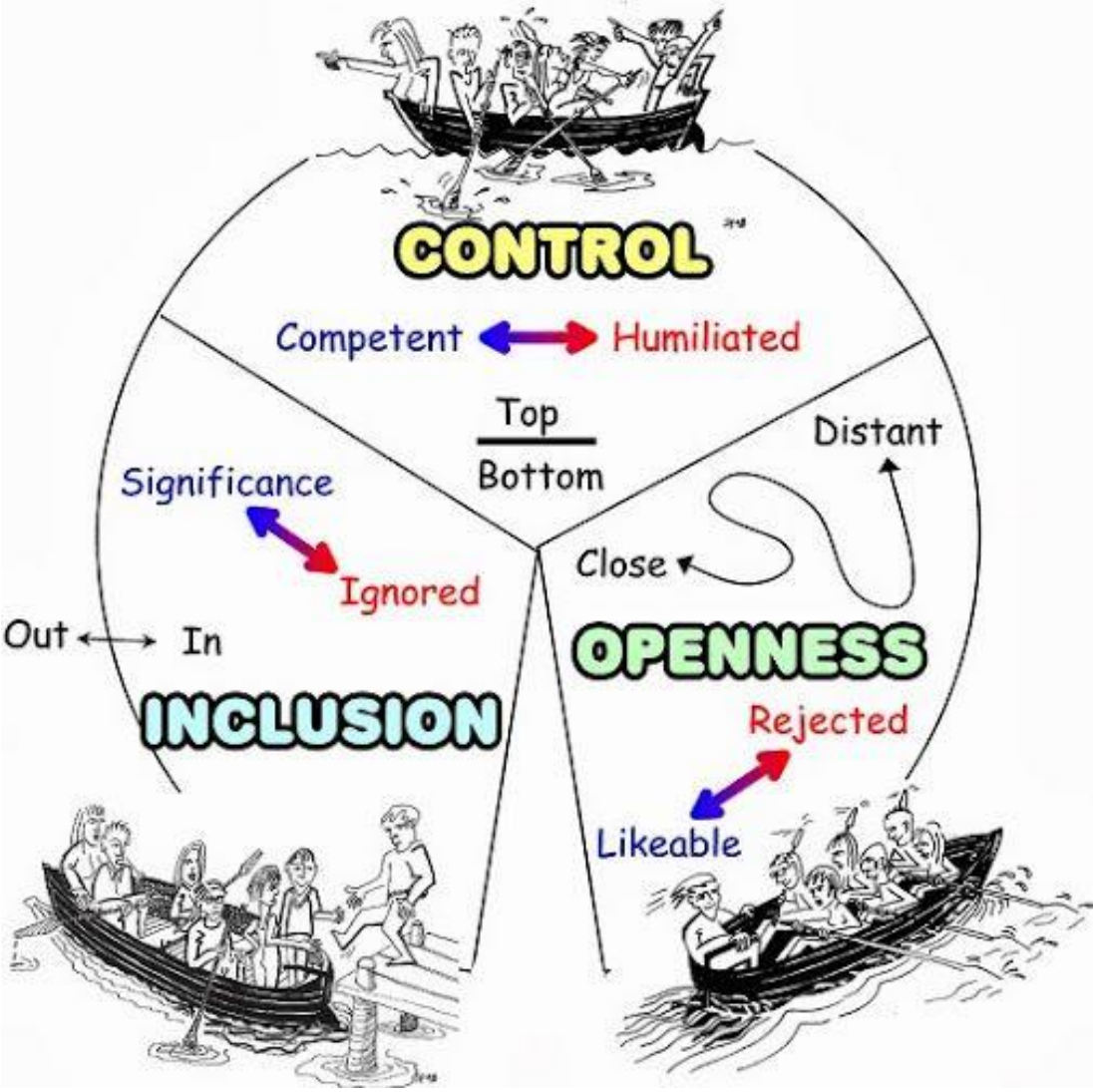
سودجوئی یک عده و آز حیوانی برخی سرمایه داران و مدیران نوکر آنها را نباید نادیده گرفت. اما، عده ای زیادی در محیط کار، در مراکز پژوهشی و علمی و در اتحادیه های کارگری و کارمندی تلاش می کنند به سازمان خوب برسند. سازمانی که که در آن انسان خود را مهم، ماهر و محبوب می بیند.

در محیط کار سوئدی همیشه آخرین پژوهش های چگونگی کنش و واکنش بین انسان ها مورد توجه است. در دورانی که من در اریکسون و ولوو کار می کردم تئوری هائی چون عنصر انسانی (The Human Element) و جهت یابی بنیادی روابط اشخاص (Fundamental Interpersonal Relations Orientation = FIRO) در سازمان

کاری خیلی بحث می شد. من و همکارانم در کلاس هائی بسیاری برای درک این تئوری ها شرکت می کردیم.



در این کلاس ها با نظریات و پژوهش های ویل شوتز (Will Schutz)، موشه فلدنکرایس (Moshé Feldenkrais)، آیدا رولف (Ida Pauline Rolf)، فریتز پرلز (Fritz Perls)، آبراهام ماسلو (Abraham Maslow)، تیموثی لری (Timothy Leary)، الکساندر لوون (Alexander Lowen) و . . . درباره سازوکار سازمان و کنش و واکنش بین اشخاص آشنا می شدیم.



در این کلاس ها می آموختیم که چگونه همه می خواهند احساس مفید بودن، ماهر بودن و محبوب بودن داشته باشد. چگونه این نیاز ما خود را در سه سطح، در رفتار ما (Behavior)، در احساسات و عواطف ما (Feelings) و در خویشتن شناسی و خودپنداره ما (Self-concept)، خود را نشان می دهد.

هر کدام از این سه سطوح، سه بعد، تعلق (Inclusion)، کنترل (Control) و عاطفه (Openness) دارد.

تئوری فیرو می گوید:

- خویشتن شناسی و خودپنداره ما بر احساسات ما تاثیر می گذارد.
- احساسات ما بر رفتار ما تاثیر می گذارد.
- رفتار ما بر دستاورد ها و راندمان کاری ما تاثیر می گذارد.

کلید طلائی موفقیت در روابط کاری، تجارت و زندگی شخصی را می توان در سه جمله زیر خلاصه کرد:

- احساسات و عزت نفس خودت را درک کن و با آن برخورد و آنرا مدیریت کن.
- انسانهای دیگر را تحسین کن و احترام بگذار.
- در رفتارت نرم و انعطاف پذیر باش و از تعصب و یکدندگی بپرهیز.

نتیجه عملی این بحث های نظری این بود: با انسان های مرعوب در محیط کار خلاقیت، ابداع، اکتشاف و تعهد می میرد. ترس به راحتی منجر به اقدامات مخرب از جانب افراد ترسانده شده می شود. خرابکاری و انتقام پیامد این ترس است. وقتی انسان ها احساس ترس می کنند و نمی توانند

صادقانه آنچه فکر و احساس می کنند را بیان کنند، نتایج مطلوب حاصل نمی شود.

من افسوس می خوردم چرا ما آنقدر به نیازها و احساسات یکدیگر بی توجه بودیم. چقدر ما یکدندگی، خودرایی، سرسختی و لجاجت را مطلوب می دانستیم و می ستودیم. چقدر نرمش، سازش، انعطاف پذیری و رواداری مذموم بود. کاش من بیشتر با این نظرات و پژوهش ها آشنا بودم.

برای مطالعه بیشتر تئوری فیرو:

Schutz, W.C. (1958). *FIRO: A Three Dimensional Theory of Interpersonal Behavior*. New York, NY: Holt, Rinehart, & Winston.

البته برین نمونه سازی (idealization) نشود. نباید فراموش کرد اینجا همه مثل همه جا یک نبرد دائمی بین سازندگان دلسوز، فرصت طلبان و غارتگران در جریان است. اتفاق می افتاد کسانی با تمام وجود آزمایشگاه و یا پژوهشگاهی می ساختند، که هم مهم بود و هم سودآور. یکی به نیابت از سهامداران برای سود بیشتر آنرا می بست و پول و نیروی را در عرصه ای که زودتر می شد به پول رسید به کار می گرفت.

من خوشحال بودم که کار و پژوهش در اریکسون و ولوو فقط نوشتن برنامه برای کامپیوتر، آزمودن کالا تولید شده، ساختار مرکز مخابرات، پروتل ها و استانداردهای تلفنی و ماشین سازی، پیدا کردن راهی برای کم مصرف تر کردن خودروها و افزدون طول عمر باتری نبود و نیست. بلکه انسان و سازکار سازمان و گروه و چگونگی کنش و واکنش بین انسان ها هم در این شرکت ها مورد توجه است. گاه فکر می کنم شاید اینها برای

این موفق هستند که در صنایع و تولید، تنها بر فن و فناوری تاکید ندارند بلکه سلامت سازمان و گروه و تیم و لذت و احساس غرور کردن کارکنان در کار هم، دغدغه آنهاست.

بریده‌ای کوتاه شده به نقل از کتاب «*گذرگاه‌های پر سنگلاخ – خودزندگینامه*»، احد قربانی دهناری، ۱۳۹۳

۴ دی ماه ۱۳۹۵

احد قربانی دهناری
گوتنبرگ، سوئد

ahad.ghorbani@gmail.com

http://ahad-ghorbani.com

http://telegram.me/ahaddehnari

http://www.facebook.com/ahad.ghorbani.dehari