کسب و کار

شفافیت و پاسخگویی؛ راز توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد

به مناسبت روز ارتباطات و روابط‌عمومی نظر مدیر واحد روابط‌عمومی و امور بین‌الملل سازمان مردم‌نهاد محک را در خصوص رمز پایداری و توسعه این سازمان جویا شدیم. الهام‌السادات انصاری ضمن تبریک روز ارتباطات و روابط‌عمومی گفت: «موسسات خیریه منابع خود را از ظرفیت اجتماعی دریافت می‌کنند، به همین خاطر همواره موظفند در برابر جامعه‌ای که از آن برداشت می‌کنند پاسخگو باشند. وقتی سخن از پاسخگویی به میان می‌آید، مفهوم شفافیت را نیز به‌دنبال خود می‌آورد. سازمان‌های خیریه موظفند به‌طور مداوم برای پاسداشت این دو اصل، ذی‌ربطان خود را در جریان نحوه مصرف عواید و تبدیل آن به خدمات قرار دهند و از طریق اطلاع‌رسانی، ارتباطی مستمر و سازنده با جامعه مدنی داشته باشند. همین امر دلیل وجودی اصلی واحد روابط‌عمومی در موسسه خیریه محک است.»

وی افزود: «در سال ۱۳۸۲ در میان شاخص‌های ضریب نفوذ، ضریب جذب و ضریب رضایت، ضریب رضایتمندی باوران محک از دیگر شاخص‌ها پایین‌تر بود. بررسی‌ها نشان داد که مهم‌ترین دلیل این عدم رضایت، کمبود ارتباط نیکوکاران با موسسه و نیز کم‌اطلاعی از روندهای موسسه و اتفاقات زیر سقف محک بود. این موضوع ارتباطی اساسی با ارزش‌های پاسخگویی و شفافیت به عنوان دو ارزش بنیادین محک داشت. پس از مطالعات تخصصی در حوزه وظایف سازمان‌های مردم‌نهاد و در حوزه روابط‌عمومی‌های بیشتر در جهان، برای تامین رضایت و تداوم اعتماد نیکوکاران و عمل به وظیفه در قبال آنان، واحد روابط‌عمومی و امور بین‌الملل که تا آن روز زیرمجموعه جلب مشارکت‌های مردمی بود به عنوان واحدی مجزا و با برنامه‌ای مدون و استراتژیک در زیرمجموعه مدیرعامل فعالیت خود را آغاز کرد تا بر مبنای نیاز جامعه مخاطب و انتظارات ایشان، کاری کند که محک مطابق با بیانیه ماموریت و چشم‌اندازش ارتباط و تعامل سازنده خود با جامعه نیکوکاری ایران و نیز جامعه تحت حمایت محک را حفظ کند و توسعه بخشد.»

وی افزود: «روابط‌عمومی به عنوان حافظ ارزش‌های بنیادین و متولی برند محک موظف است در ارتباط با برطرف کردن ابهام و سوال در اذهان مخاطبان پیشقدم باشد. برنامه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی کارآمد تعریف کند و با پویا بکار نگاه داشتن تمامی روش‌های ارتباطی سنتی و به روز، کاری کند تا همگان بدانند بر سقف محک چه می‌گذرد و حاصل کمک‌هایشان چطور به خدمات تبدیل می‌شود. همچنین از دیگر اهداف روابط‌عمومی آن است که با اطلاع‌رسانی وسیع در سراسر کشور هیچ کودک مبتلا به سرطان و خانواده‌ای از وجود خدمات محک بی‌اطلاع نماند و به محض تشخیص سرطان تحت حمایت محک قرار گیرند.» وی با بیان آنکه در نزدیک به ۲۰ سال فعالیت روابط‌عمومی محک، این واحد متولی یکپارچگی پیام‌های سازمان بوده و هست و جایگاه محک به عنوان حامی کودکان مبتلا به سرطان در اذهان جامعه برای این واحد اهمیت بسیار دارد، حفاظت از هویت بصری، ادبی و هویت سازمانی را از مهم‌ترین حیطه‌های تخصصی روابط‌عمومی و امور بین‌الملل محک دانست و ادامه داد: «آنچه هویت سازمانی همچون محک را ساخته است نیت خیر بانیان و کدهای اخلاقی و رفتاری است که بر آن پایبند بوده و آن را در تمامی لایه‌های سازمان نیز ترویج داده‌اند. چارچوب‌هایی که حافظ کمک‌های ارزشمند نیکوکاران و نیز حافظ کرامت انسانی کودکان و خانواده‌های آنهاست تا کمک‌های نیکوکاران به بالاترین سطح کیفی خدمات تبدیل شود. بانیان این سازمان آرزوهای بزرگی برای کودکان مبتلا به سرطان داشته‌اند که با همت بلند اعضای خانواده بزرگ محک محقق شده است و روابط‌عمومی محک همواره در تلاش است تا با پایبندی به این ارزش‌ها و حفاظت و بسط آنها، حافظ این رول ارزشمند باشد. روابط‌عمومی می‌کوشد با تولید پیام‌های یکنواخت، گویا، یکپارچه و شفاف برای ذی‌ربطان موسسه محک، باعث استمرار اعتماد و همدلی این عزیزان باشد. تنها به واسطه این استمرار در پشتیبانی است که می‌توانیم به سمت هدف مشترکمان، درمان کودکان مبتلا به سرطان، گام برداریم. پایبندی به اصول چهارگانه محک یعنی شفافیت، پاسخگویی، زیبایی‌شناسی و قدرشناسی اساس کار روابط‌عمومی و امور بین‌الملل محک است.»

انصاری در پایان خطاب به فعالان حوزه ارتباطات و روابط‌عمومی گفت: «امسال در محک، عشق ۳۰ ساله شد. در این ۳۰ سال به واسطه مهر و عشق هزاران انسان نیکوکار که اعضای عزیز این خانواده هستند و با اتکا به مجموعه ارتباطاتی که بنیان همه آنها نیکی و انسان‌دوستی بوده است ۳۵ هزار کودک حمایت شدند که بیش از ۲۰ هزار نفر از آنها در مرحله درمان قرار دارند و ۷۶۰۰ کودک بهبود یافته‌اند.»

رئیس اتحادیه آرامستان‌های کشور:

تحولات بهشت سکینه (س) حاصل برنامه‌ریزی و تدبیر مطلوب است

رئیس اتحادیه آرامستان‌های کشور گفت: طی سه سال گذشته تمامی بخش‌های سازمان آرامستان‌های کرج متحول شده و این نشانه برنامه‌ریزی مطلوب و تدبیر مطلوب است.

به گزارش پیام آشنا: حجت‌الاسلام حسین مهدوی دامغانی مدیرعامل سازمان فردوس‌های شهرداری مشهد و رئیس اتحادیه آرامستان‌های کشور به همراه دیگر مسئولان در سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج حضور یافت و با همراه حمیدرضا عسگری به بازدید از بخش‌های مختلف آرامستان بهشت سکینه(س) از جمله اداره متوفیات، سالن معراج، قبور پیش‌ساخته، مجموعه خدماتی بهشت، محوطه معراج، محل اقامه نماز میت، پروژه گذر بهشت، ساختمان اورژانس و خانه سلامت، مجموعه پزشکی قانونی و سالن تشریح پرداخت.

وی با حضور در سالن معراج بانوان و آقایان ضمن گفتگوی صمیمانه با طاهران خاطم و آقا از زحمات مدافعان خاموش تقدیر و تکریم کرد.

مهدوی دامغانی در حاشیه این بازدید با اشاره به اینکه مجموعه آرامستان‌های سراسر کشور طی ۱۵ ماه گذشته وشیوع بیماری کرونا دوران سختی را پشت سر گذاشتند، گفت: در این دوران کارکنان آرامستان‌ها به‌خصوص طاهران بیشترین فشار کاری و شغلی را متحمل شدند و تمام تلاش خود را برای انجام واجبات اموات و احترام به خانواده‌های عزادار داشتند.

وی با اشاره به راه‌اندازی پویش «مدافعان خاموش» از سوی سازمان آرامستان‌های شهرداری کرج بین سایر کلان‌شهرهای کشور افزود: از این پویش استقبال مطلوبی شد چون خدماتی که کارکنان آرامستان‌ها به‌خصوص طاهران در ایام کرونا ارائه دادند آن‌ها را به مدافعان خاموشی که جان خود به خطر انداختند، تبدیل کرد.

این مسئول ادامه داد: در بحث ویروس کرونا تمامی شهروندان قدردان زحمات شبانه‌روزی کادر درمان، دکتر و پرستارهای تلاشگر هستند اما کمتر به چشم می‌خورد که از کارکنان آرامستان‌ها و طاهران نامبرده شود این در حالی است که زحمت و تلاش این عزیزان کمتر از کادر درمان نیست چون مستقیم با اموات کرونایی سروکار دارند.

مهدوی دامغانی یادآور شد: در این زمینه اتحادیه آرامستان‌های کشور با همفکری و همکاری تعدادی از کلان‌شهرها سعی در ارائه خدمات مطلوب و حفظشان و جایگاه طاهران خود دارد. در ساختار رهبری سازمانی تالایق خصایص معهودی هست که به اندازه خودرایی مرکزیت دارند.

برخلاف تصور رایج بیشتر افراد از اعتمادبه‌نفس بیش از اندازه و بی‌جهت رنج می‌برند تا کمبود اعتمادبه‌نفس. همچنین اینکه رهبران اعتمادبه‌نفس بالایی داشته باشند موجب بهتر شدن اوضاع نمی‌شود. اعتمادبه‌نفس (اینکه فکر می‌کنید چه قدر خوب هستید) اساسا زمانی سودمند خواهد بود که با میزان شایستگی‌های شما مطابقت داشته باشد! (اینکه شما در واقعیت چقدر خوب هستید). با این حال تحقیقات زیادی نشان داده است افرادی که واقعا در انجام کاری بد هستند مهارت‌های خودشان را به اندازه کسانی که واقعا در انجام آن ماهرند، خوب ارزیابی می‌کنند که علت عمده این مساله فقدان خودآگاهی است.

این به این معناست که ما به شکل واقع‌بینانه نمی‌توانیم به ارزیابی‌های صاحبان قدرت از توانمندی‌های خود اعتماد کنیم. اما اگر این مساله صحت دارد چه کسی باید مسئول پیش‌بینی و -یا دید ایده‌آل‌تر- کاهش نارسایی‌ها و نقص‌ها در رهبران سازمان باشد؟

در یک دنیای ایده‌آل افرادی که مسئول بررسی نامزدها برای موقعیت‌های مدیریت و رهبری سازمانی هستند- چه در دنیای سیاست و چه در دنیای کسب‌وکار- تلاش می‌کنند تا نشانه‌های بالقوه برای کفایتی و نارسایی را تشخیص دهند. فرهنگ سازمانی- خوب باشد یا بد- صرفا محصول ارزش‌ها و رفتارهای رهبران ما در سازمان هستند از این‌رو می‌توان گفت بهترین راه برای ایجاد یک فرهنگ مثبت جلوگیری از ارتقای افراد فاقد اخلاق به رده‌های بالاست. این امر به‌طور مساوی هر دو جنسیت را شامل می‌شود، اما به دلایلی به‌نظر می‌رسد ما مردان را داریم تا زنان. البته برقراری برابری در این امر برای زنان، فقط رهبر شدن زنان تالایق در سازمان را آسان‌تر می‌کند؛ اما جایگزینی به مراتب بهتر وجود دارد اینکه در عوض، به شکل گسترده‌تری در پی تشخیص و تمییز مردان تالایق باشیم، چراکه آنها درحال‌حاضر چنین جایگاه‌هایی را در تعدادی بیش از تعداد متناسب با میزان جمعیت‌شان اشغال کرده‌اند.

برای شروع لازم است افرادی که مسئول قضاوت درباره نامزدهای مدیریت هستند، توانایی‌های خود برای تمایز میان اعتمادبه‌نفس و شایستگی را توسعه دهند. یک امتیاز اساسی که مردان بر زنان هنگام انتخاب شدن برای چنین نقش‌هایی دارند، تمایل اتسانی‌ما برای برابر دانستن غرور، شدت عمل و خودرایی با استعداد و توانایی است. با وجود اینکه همه ما در حالت کلی دچار اعتمادبه‌نفس بیش از حد هستیم، مردان بیش از زنان به اعتمادبه‌نفس بیش از حد و (خودرایی) گرایش دارند. این امر به‌صورت جزئی به مسائل بیولوژیک مربوط است- تفاوت‌های جنسیتی در حکومرمایی وسلطه‌جویی در تمام فرهنگ‌ها و از سنین بسیار کم پدیدار می‌شوند- اما بیشتر به‌دلایل فرهنگی برمی‌گردد.

اعتمادبه‌نفس بیش از حد نتیجه‌طبیعی برخورداری از امتیازات ویژه است. اگر آینده رهبری سازمانی شایسته‌سالارانه را بخواهد و مدیران، رهبران گروه‌ها را براساس استعدادها و توانایی‌های بالقوه‌شان انتخاب کنند نه براساس خودنمایی ماکیاولیستی، خطرپذیری بدون ملاحظه یا توهمات خودشیفتگی، ما نه تنها رهبران زن بیشتری خواهیم داشت بلکه رهبران سازمانی بهتری نیز خواهیم داشت. بسیاری از مردان باکفایت نیز به‌دلیل اینکه با الگوهای ذهنی اشتباه و معیوب ما برای رهبری سازمانی مطابقت ندارند، برای موقعیت‌های رهبر سازمانی و مدیریت نادیده گرفته می‌شوند- به این معنا که آنها به‌عنوان کسانی که «به اندازه کافی مرد» نیستند، «شناخته می‌شوند یا قادر به نشان دادن خصوصیات مناسب‌تر ما که انعکاس تاثیرگذاری رهبران را کم می‌کنند» نیستند.

خوب است اینکه علم راهی برای مبارزه با این مشکل یافته است. الان مدتی است که ما روش‌های ارزیابی‌های تمییز مردان تالایق باشیم، چراکه آنها در تمایز میان کفایت‌های واقعی و بالقوه‌شان، توانایی جایگاه‌هایی را در تعدادی بیش از تعداد متناسب با میزان جمعیت‌شان اشغال کرده‌اند.

اگر ما می‌خواهیم افراد تالایق کمتری در نقش‌های مدیریت و رهبری سازمانی داشته باشیم، لازم است افرادی که مسئول کارشناسی نامزدها هستند، توانایی خود برای تمایز شایستگی از اعتمادبه‌نفس را در خود ارتقا دهند. خوشبختانه مدتی است که ماروش‌های ارزیابی علمی معتبری، برای پیش‌بینی و پیشگیری از بی‌کفایتی‌های مدیریتی و رهبری سازمانی در اختیار داریم. افراد در نحوه ارائه خود تفاوت‌های فردی قاعده‌مندی دارند که این تفاوت‌ها سبک رهبری سازمانی و میزان شایستگی آنها را پیش‌بینی می‌کند. وقتی شما بتوانید هزاران رهبر سازمانی را در معرض پرسش‌نامه‌های خوداظهاری تعداد زیادی از سازمان‌ها از آنها استفاده می‌کنند.

اگر می‌خواهید دریابید که چرا بعضی شرکت‌ها فرهنگ سازمانی سمی دارند، نسبت به توان بالقوه خود عملکرد ضعیفی دارند و در نهایت از هم می‌پاشند؛ لازم نیست به چیزی بیش از کیفیت گروه رهبری سازمانی آنها نگاه کنید. درحالی که رهبران سازمانی باکفایت سطوح بالایی از اعتماد، تعامل و بهروری را ایجاد می‌کنند، رهبران تالایق در سازمان منجر به ایجاد کارمندانی مضطرب و بیزار می‌شوند که رفتارهای کاری زیان‌ده انجام می‌دهند و در سراسر سازمان جو سمی منتشر می‌کنند. در نظر داشته باشید که تاثیر اقتصادی حذر کردن از یک کارمند سمی دوبرابر بیشتر از استخدام یک کارمند باعملکرد نمونه است.

رهبران سازمانی تالایق دلیل عمده سطح پایین مشارکت کارمندان، شیوع سطح بالای کارمندان جویای کار منفعل (passive job seekers) -کارمندانی که خودشان فعالانه به‌دنبال شغل جدید نیستند اما اگر موقعیت شغلی جدیدی پیش آید از آن استقبال می‌کنند- و خوداشتغالی هستند- وقتی من هفت سال پیش برای اولین‌بار این نکته را مطرح کردم، برای بسیاری از افراد درمورد معنای کلمه تالایق، به‌خصوص در ارتباط با موضوع رهبری سازمانی سوال پیش آمد از هر زاویه‌ای که به مساله نگاه کنید، تعریف کردن درونمایه رهبری سازمانی یا مدیریت تالایق آسان است. این مساله تابعی است از اثرات مخربی که یک رهبر سازمانی بر زیردستان، دنبال کنندگان و سازمان است که ما روش‌های ارزیابی‌های پیش‌بینی و پیشگیری از بی‌کفایتی‌های مدیریتی و رهبری سازمانی در اختیار داریم. حتی آزمایش‌های ساده‌ای که در نگاه اول بی‌خاصیت و بی‌تاثیر به‌نظر می‌رسند، می‌توانند پیش‌بینی کنند که آیا کسی محتملا یک رهبر ناشایست است یا خیر. علت زیربنایی این مساله این است که افراد تفاوت‌های فردی قاعده‌مندی در نحوه‌ارائه خود دارند و این تفاوت‌ها سبک رهبری سازمانی و میزان شایستگی افراد را پیش‌بینی می‌کنند. وقتی شما بتوانید هزاران رهبر سازمانی را در معرض پرسش‌نامه‌های خوداظهاری (self-report questionnaire) یکسانی قرار دهید و پاسخ‌های آنان را با سبک رهبری سازمانی و میزان شایستگی افراد را پیش‌بینی می‌کنند. وقتی شما بتوانید هزاران رهبر سازمانی را در معرض پرسش‌نامه‌های خوداظهاری (self-report questionnaire) یکسانی قرار دهید و پاسخ‌های آنان را با سبک رهبری سازمانی، عملکرد و تاثیرگذاری‌شان مرتبط کنید، خواهید توانست الگوهای کلی‌یی را در خودارزیابی آنان شناسایی کنید که رهبران خوب و بد را مشخص می‌کنند. سوالات زیر که مشخصه ارزیابی‌هایی مبتنی بر علم هستند و برای ارزشیابی توانمندی‌های بالقوه رهبری سازمانی و مطابقت افراد با مشاغل استفاده نیست، بلکه این است که ما غلب ترجیح می‌دهیم فریب این ویژگی‌ها را بخوریم. این به این معناست که ما فقط می‌توانیم خودمان را برای انتخاب‌های خودمخرب‌مان در تعیین رهبر سازمانی سرزنش کنیم. شاید زمان آن رسیده است که به شعاردادن درباره اهمیت فروتنی، راستی و ارزش‌های اخلاقی پایان دهیم تا آنچه موعظه می‌کنیم را عملی کنیم و رهبران سازمانی را براساس این خصوصیات انتخاب کنیم به‌جای ارتقای افراد براساس کاریزما. اعتمادبه‌نفس بیش از حد و خودشیفتگی ما باید افرادی با شایستگی واقعی، فروتنی و راستی را در موقعیت مسئولیت قرار دهیم. مساله این نیست که اندازه‌گیری این خصوصیات سخت است، بلکه این است که به‌نظر می‌رسد ما به اندازه‌ای که می‌گوییم اینها را نمی‌خواهیم.

مترجم: فاطمه تل‌زرد

بضاعتی پور خبر داد

دریاچه «کاخ مروارید» آب‌گیری شد

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج از آب‌گیری دریاچه کاخ مروارید خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور با اشاره به اینکه عملیات آب‌گیری دریاچه کاخ مروارید به‌منظور فراهم‌ساختن حداکثر میزان بهره‌مری انجام‌شده است، گفت: این عملیات با پوشش ژئوممبران اجراشده است.

وی همچنین به دیگر اقدامات اجراشده در کاخ مروارید از سوی این سازمان اشاره کرد و افزود: از جمله این اقدامات می‌توان به احیا و بهسازی ۲۷ هکتار از فضای سبز این مجموعه تاریخی اشاره کرد.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج در ادامه از عملیات باغبانی تابستانه در کاخ مروارید سخن گفت و افزود: این عملیات مطابق تقویم زمانی در حال انجام است.

گزارش

راز محبوبیت شهردار لندن

به گزارش پیام آشنا به نقل از اقتصاد، دو مهرت «ترم» صادق خان، شهردار لندن را در اجرای ۱۰ برنامه کلیدی طی دوره اول شهرداری بشتیبانی کرد و باعث انتخاب دوبارهش از سوی مردم شد. ستون اول برنامه‌ها: «تامین مسکن و کاهش ترافیک در لندن بزرگ» بوده است. صادق خان به‌عنوان عضو حزب مخالف دولت به‌خوبی توانست از کابینه، به نفع شهر «متبرا» بگیرد و با جوترین شهردار جهان شناخته می‌شود. اداره موفق و رضایت‌بخشه لندن، شهری به قدمت تاریخ غرب، با تولید ناخالص داخلی ۵۵۴میلیارد پوند و با شهروندانی که به بیش از ۳۵۰زبان سخن می‌گویند، کار آسانی به‌نظر نمی‌رسد. شهردار لندن که مسئول اجرایی «لندن بزرگ» به وسعت بیش از ۱۶هزار کیلومتر مربع- است از سال ۲۰۰۰ و پس از رفراندوم سال ۱۹۹۸ در لندن، به‌طور مستقیم از سوی شهروندان لندن انتخاب می‌شود. فردی که بر صندلی شهرداری این مجموعه شهری عظیم تکیه می‌زند بیش از هر فرد دیگری در بریتانیا صاحب اختیارات ویژه در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری است و به‌عنوان «فیفر لندن» شناخته می‌شود.

عنوان وزیر امور حمل و نقل، سمتی است که صادق خان پیش از انتصاب به‌عنوان شهردار لندن، آن را یدک می‌کشید به همین دلیل جای تعجب نیست که او در استراتژی‌های انتخاباتی خود برای نامزدی شهرداری لندن در سال ۲۰۱۶ مفصل‌ترین برنامه را به حوزه حمل و نقل و مسکن اختصاص داده بود او یک سال پس از آنکه به عنوان شهردار برگزیده شد، در برنامه‌ای ۱۶۰ صفحه‌ای به چالش‌های شهری لندن پرداخت و سیاست‌های خود را برای آنکه به جذابیت‌های این شهر پرتردد و جهانی بیفزاید، اعلام کرد. اساس این استراتژی، بازگردن فضای بیشتر برای تنفس مردم‌پیاده بود. بنا بر این طرح که پلان اجرایی آن در سال ۲۰۱۸ از سوی شهرداری منتشر و عملیاتی شد، با نیمی از آلودگی هوای لندن بر دوش حمل و نقل جاده‌ای بود و از آنجاکه جمعیت این شهر تا سال ۲۰۴۱ به ۱۸/ ۱۰ میلیون نفر خواهد رسید، ۴میلیون سفر روزانه به آمار جابه‌جایی‌های فعلی در لندن افزوده خواهد شد.

او در سال ۲۰۱۸ تمامی تاکسی‌های شهری را به نئوگاهی عاری از کربن بدل کرد و بنا دارد تا نوگاهن اتوبوس‌های شهری را تا سال ۲۰۲۵ عاری از کربن سازد که در نهایت تا سال ۲۰۵۰ تمامی حمل و نقل عمومی این شهر، ذره‌ای کربن منتشر نکنند در برنامه شهرداری لندن آمده است که لندن تا سال ۲۰۵۰ باید به بهترین «بزرگ شهر» دنیا از منظر کیفیت هوا بدل شود و تا سال ۲۰۳۰ بالغ بر ۴۰درصد از زباله‌های خود را بازیافت کند. تنها در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۸ بالغ بر ۱۰۲میلیارد پوند برای حمل و نقل عمومی (رقمی معادل ارزش خرید حداقل ۲۰ هزار دستگاه اتوبوس درون شهری) هزینه شد که ۴۷درصد آن مستقیما از کرایه‌های پرداختی شهروندان تامین شد.

صادق خان پس از گذشت بیش از یک سال پس از انتخاب به عنوان شهردار، در یک برنامه جداگانه ۲۶۰صفحه‌ای از چالش‌های مسکن در لندن و برنامه‌های خود برای رفع آنان پرده برداشت. طبق این برنامه، هنگامی که صادق خان سکان شهرداری لندن را در دست گرفت این شهر کمبودی ۱/۵ ۳میلیون واحدی در مسکن داشت و با توجه به سرعت بالای رشد جمعیت این شهر، این کمبود رو به فزونی می‌رفت. در سوی دیگر هزینه خرید و اجاره در این شهر سیری صعودی داشته و بحران مسکن را وخیم‌تر کرده است. صادق خان در برنامه مسکن خود تاکید داشت که ضمن تعهد به روح لندن و حفظ کمربند سرزا این شهر، کمبود مسکن را جبران خواهد کرد.

صادق خان در مانیفست انتخاباتی خود وعده داد که تنها در حوزه برق‌رسانی به نوگاهن اتوبوسرانی لندن، سه‌هزار شغل جدید تعریف خواهد کرد. در کمپین انتخاباتی وی برنامه‌ای به ارزش ۵۰میلیون پوند برای مسائل سبز در نظر گرفته شده است. مبارزه با مواد مخدر و حشیش و تلاش برای تبدیل لندن به شهری عاری از کربن تا سال ۲۰۳۰ از دیگر برنامه‌های وی بوده است. شهردار لندن هیچ اختیاری در تغییر قوانین مربوط به مواد مخدر ندارد، اما آنها را به‌عنوان کمپین پلیس و جرم در لندن عمل می‌کنند. این بدان معناست که شهردار در نحوه تعیین کارکنان پلیس لندن نقش دارد. علاوه بر مواد مخدر، خشونت علیه زنان و رفتارهای نژادپرستانه در شهری که سابقه حملات تروریستی نیز دارد، دغدغه اجتماعی برای مردمان یافت‌شده است.

پیروزی صادق خان در سال ۲۰۲۱، کم‌نگرتر از پیروزی در ۲۰۱۶ بود اما توانست رأی ۵۵/۲درصد شهروندان لندن را کسب کند. صادق خان در سخنرانی پیروزی خود گفت که امیدوار است شهری سبزتر، امن‌تر و با دسترسی عادلانه به امکانات را برای مردمان این شهر فراهم کند. او در دور نخست شهردار بودن خود در سال ۲۰۱۷ در یک نظرسنجی از مردم لندن برنامه‌های خود را به رأی گذشته بود این نظرسنجی که با عنوان Talk London شناخته می‌شود، شامل استراتژی‌هایی در حوزه حمل‌ونقل، محیط‌زیست، برابری در دسترسی عادلانه به خدمات بهداشتی، تقویت مهارت‌های شهروندان، استراتژی‌های حوزه مسکن و اقتصاد و همچنین برنامه‌های فرهنگی بود. با وجود این، برنامه‌هایی که این شهردار برای لندن در نظر داشت در اواخر سال ۲۰۱۹ تحت تاثیر کووید-۱۹ قرار گرفت. در یک نظرسنجی (YouGov) گرچه ۳۶درصد لندنی‌شهروند از عملکرد صادق خان در مواجهه با شرایط همه‌گیری ناراضی بودند ولی غالب شهروندان (۴۱درصد) از مدیریت وی در برابر کووید ابراز رضایت کردند.

صادق خان، در سخنرانی خود پس از پیروزی در دور دوم انتخابات شهرداری از برنامه سه کلمه‌ای خود خبر داد: شغل، شغل، شغل. صادق خان متعهد شده است که به‌عنوان بخشی از بسته ۴۴میلیون پوندی برای لندن، ۳۲میلیون پوند، رایه «صندوق کار خوب» اختصاص دهد تا با ایجاد فرصت‌های شهری به لندن برای خروج از بحرانی که در پی کرونا ایجاد شده کمک کند. بنا بر نظرسنجی YouGov فوری‌ترین مساله لندن در سال ۲۰۲۱ از منظر شهروندان این شهر، مسکن، جرم و جنایت و اقتصاد است. میزان جرم و جنایت در دوران شهرداری صادق خان افزایش پیدا کرده و بسیاری از منتقدان وی جنایت در لندن را در بالاترین سطح تاریخی خود ارزیابی کرده‌اند. با این حال صادق خان انگشت اتهام را به سوی دولت محافظه‌کار گرفته که بودجه عمومی خدمات پلیس را کاهش داده است. او وعده داد که در صورت انتخاب، مجدد به‌عنوان شهردار لندن، هر سال ۱۵۹ میلیون پوند به بودجه پلیس این کلان‌شهر بیفزاید و با لابی با دولت، تعداد افسران شهر را افزایش دهد.

برای حل بحران مسکن در این کلان‌شهر، صادق خان وعده داد که در چهار سال آینده بالغ بر ۱۰ هزار مجتمع بزرگ مسکونی عرضه خواهد کرد. او در سخنرانی‌های خود اشاره نکرد که ازراهی برای تعدیل بازار مسکن چیست اما گفت که سیاست تنظیم اجاره را برای لندن اجرایی خواهد کرد گرچه این مولود در حوزه اختیارات دولت مرکزی است اما کمتر کسی در توانایی چانه‌زنی این شهردار آسیایی تبار با دولت مرکزی غیرهم‌جرب خود شک دارد او همواره تاکید کرده که رهبری لندن را با چانه‌زنی‌های فراحزبی پیش برده است. صادق خان همچنین به دنبال اجرای سیاستی است که برای کارگران خط مقدم همه‌گیری، اولویت‌هایی ویژه برای خلاص‌دار شدن اعطا کند.

صادق خان پس از اطمینان از حتمی شدن شهرداری‌اش برای دور دوم، از کمپینی با نام Let's Do London با بودجه‌ای ۶میلیارد پوندی پرده برداشت که هدفش جذب توریست برای بازگرداندن رونق به لندن پس از کووید است. اقتصاد لندن که همواره به توریسم داخلی و بین‌المللی وابسته بوده، در سال ۲۰۲۰ کاهشی ۷/۴میلیارد پوندی را از محل رکود سفرهای خارجی تجربه کرده و شهردار امیدوار است که با پایان محدودیت‌ها رونق به آن بازگردد.

آینده پیداست. حضور پرنگ صادق خان در این کلان‌شهر است و تقویت جایگاهش در حزب کارگر نشان از آن دارد که این جایگاه تنها آغازی برای حضور او در جهان سیاست است و باید منتظر ماند و دید که آیا همچون شهردار سابق لندن، بوریس جانسون او نیز بر جایگاه نخست‌وزیری بریتانیا تکیه خواهد زد یا خیر. عملکرد او در چهار سال پیش رو جواب این پرسش را خواهد داد. شاید رهبری بر لندن برای او بهترین گزینه باشد چراکه پس از آن گفته بود: «قرن ۱۹، قرن امپراتوری‌ها، قرن ۲۰، قرن دولت و ملت‌ها و قرن ۲۱ قرن شهرها و شهرداری‌هاست.»

چگونه مدیران نالایق را تشخیص دهیم؟

بهرسندید؟

● آیا شما قادرید فقط با هدف‌گذاری ذهنی خود به هر چیزی که می‌خواهید دست پیدا کنید؟

● آیا شما استعداد خاصی برای رفتار بامیاست در دختر کار دارید؟

● آیا موفقیت برای شما «مقدر شده» است؟

● آیا برای شما آسان‌تر است مردم را فریب دهید تا آنها شما را فریب دهند؟

● آیا شما برای اینکه فروتنی پیشه کنید، بیش از حد بر استعداد هستید؟

چرا چنین ارزیابی‌های خوداظهاری ساده‌ای می‌تواند رهبری سازمانی بی‌کفایت را پیش‌بینی کند؟ چون اینها می‌توانند به شکل معتبری خودرأیی و اعتمادبه‌نفس بیش از حد را گرداوری کنند. افرادی با این گرایشات از جمله افراد خودشیفته معمولا علاقه ندارند که خود را به شکل فروتنانه‌ای ارائه کنند. این مقاله علمی اخیر که براساس ۱۱ آزمایش عملی مستقل است را در نظر بگیرید؛ این مقاله نشان می‌دهد شما می‌توانید افراد خودشیفته را تنها با طرح یک سوال تشخیص دهید: «شما خودشیفته هستید؟»

یافته شگفت‌آور این نیست که تنها یک سوال صریح و شفاف برای تشخیص خودشیفتگان کافی است بلکه این است که خودشیفتگان (الف) تا حدودی نسبت به خودشیفتگی خود، خودآگاهی دارند و (ب) تقریبا به آن افتخار می‌کنند. به بیان دیگر افرادی که به شکل نامناسبی خود را دوست دارند اغلب به خودپرستی‌شان افتخار می‌کنند و بیش از آنچه دیگران فکر می‌کنند از پندار بیهوده خود آگاهی دارند.

خبر بد اینکه به‌رغم وجود چنین ابزارهایی، تعداد بسیار معدودی از سازمان‌ها از آنها استفاده می‌کنند، بنابراین به‌نظر می‌رسد مشکل، فقدان ابزارهایی برای تشخیص بی‌کفایتی نیست بلکه این است که ما غلب ترجیح می‌دهیم فریب این ویژگی‌ها را بخوریم. این به این معناست که ما فقط می‌توانیم خودمان را برای انتخاب‌های خودمخرب‌مان در تعیین رهبر سازمانی سرزنش کنیم. شاید زمان آن رسیده است که به شعاردادن درباره اهمیت فروتنی، راستی و ارزش‌های اخلاقی پایان دهیم تا آنچه موعظه می‌کنیم را عملی کنیم و رهبران سازمانی را براساس این خصوصیات انتخاب کنیم به‌جای ارتقای افراد براساس کاریزما. اعتمادبه‌نفس بیش از حد و خودشیفتگی ما باید افرادی با شایستگی واقعی، فروتنی و راستی را در موقعیت مسئولیت قرار دهیم. مساله این نیست که اندازه‌گیری این خصوصیات سخت است، بلکه این است که به‌نظر می‌رسد ما به اندازه‌ای که می‌گوییم اینها را نمی‌خواهیم.

شود در واقع باید طرح‌های فضای سبز و زیست‌محیطی این مجموعه الگوی دیگر کلان‌شهرهای کشور شود.

مهدوی دامغانی همچنین از اجرای طرح الاچیق‌های خانوادگی و پروژه گذر بهشت کرج در کلان‌شهر مشهد خبر داد و اعلام کرد: اجرای چنین پروژه‌ای در سازمان فردوس‌های شهرداری مشهد احساس می‌شود که با الگو گیری از کرج در آینده انجام خواهد شد.

رئیس اتحادیه آرامستان‌های کشور و مدیرعامل سازمان فردوس‌های شهرداری مشهد در بخش دیگری از سخنان خود ضمن تشکر از نظم موجود در انجام امور بهشت سکینه(س) گفت طی سه سال گذشته تمامی بخش‌های سازمان آرامستان‌های کرج متحول شده و این نشانه برنامه‌ریزی مطلوب و تدبیر مطلوب است.

وی افزود: «در سال ۱۳۸۲ در میان شاخص‌های ضریب نفوذ، ضریب جذب و ضریب رضایت، ضریب رضایتمندی باوران محک از دیگر شاخص‌ها پایین‌تر بود. بررسی‌ها نشان داد که مهم‌ترین دلیل این عدم رضایت، کمبود ارتباط نیکوکاران با موسسه و نیز کم‌اطلاعی از روندهای موسسه و اتفاقات زیر سقف محک بود. این موضوع ارتباطی اساسی با ارزش‌های پاسخگویی و شفافیت به عنوان دو ارزش بنیادین محک داشت. پس از مطالعات تخصصی در حوزه وظایف سازمان‌های مردم‌نهاد و در حوزه روابط‌عمومی‌های بیشتر در جهان، برای تامین رضایت و تداوم اعتماد نیکوکاران و عمل به وظیفه در قبال آنان، واحد روابط‌عمومی و امور بین‌الملل که تا آن روز زیرمجموعه جلب مشارکت‌های مردمی بود به عنوان واحدی مجزا و با برنامه‌ای مدون و استراتژیک در زیرمجموعه مدیرعامل فعالیت خود را آغاز کرد تا بر مبنای نیاز جامعه مخاطب و انتظارات ایشان، کاری کند که محک مطابق با بیانیه ماموریت و چشم‌اندازش ارتباط و تعامل سازنده خود با جامعه نیکوکاری ایران و نیز جامعه تحت حمایت محک را حفظ کند و توسعه بخشد.»

وی افزود: «روابط‌عمومی به عنوان حافظ ارزش‌های بنیادین و متولی برند محک موظف است در ارتباط با برطرف کردن ابهام و سوال در اذهان مخاطبان پیشقدم باشد. برنامه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی کارآمد تعریف کند و با پویا نگاه داشتن تمامی روش‌های ارتباطی سنتی و به روز، کاری کند تا همگان بدانند بر سقف محک چه می‌گذرد و حاصل کمک‌هایشان چطور به خدمات تبدیل می‌شود. همچنین از دیگر اهداف روابط‌عمومی آن است که با اطلاع‌رسانی وسیع در سراسر کشور هیچ کودک مبتلا به سرطان و خانواده‌ای از وجود خدمات محک بی‌اطلاع نماند و به محض تشخیص سرطان تحت حمایت محک قرار گیرند.» وی با بیان آنکه در نزدیک به ۲۰ سال فعالیت روابط‌عمومی محک، این واحد متولی یکپارچ