

استراتيجية إدارة الحصان الميت

دكتور

عبدالرحيم محمد

استشاري التخطيط الاستراتيجي وقياس الأداء المؤسسي

أستاذ الادارة العامة المساعد – كلية المجتمع

drabdo68@yahoo.com

هناك حكمة عند قبيلة داكوتا الهندية Dakota انتقلت من جيل إلى جيل ، تقول أنه إذا اكتشفت أنك تركب حصاناً ميتاً ، فإن أفضل استراتيجية النزول. ومع ذلك ، في الأعمال الحديثة ، وبسبب عوامل الاستثمار الكثيرة التي يجب أخذها في الاعتبار ، غالباً ما يجب تجربة استراتيجيات أخرى مع الخيول الميتة، وهي:

- شراء سوط أقوى.
- تغيير من يقودون الحصان.
- تهديد الحصان بالخروج من العمل.
- تشكيل لجنة لدراسة الحصان.
- ترتيب زيارة لمواقع أخرى لمعرفة كيفية ركوب الخيول الميتة.
- خفض المعايير بحيث يمكن قبول الخيول الميتة.
- تعيين فريق تدخل لإعادة تنشيط الحصان الميت.
- زيادة الجهد المطلوب من المتسابق .
- إعادة تصنيف الحصان الميت على أنه معوق.
- انشر نموذج نصة : "هذا الحصان لم يمت".
- استأجر مقاولين خارجيين لركوب الخيل الميت.

أحضر عدة خيول مية معاً لزيادة السرعة.

• التبرع بالحصان المية إلى مؤسسة خيرية معترف بها ، وبالتالي خصم كامل التكلفة الأصلية.

• توفير تمويل إضافي لزيادة أداء الحصان.

• قم بدراسة إدارة الوقت لمعرفة ما إذا كان امن يثودون الحصان الأخف وزنا سيحسنون الإنتاجية.

• شراء منتج ما بعد السوق لجعل الخيول المية تعمل بشكل أسرع.

• أعلن أنه بسبب انخفاض النفقات العامة ، فإن الحصان المية يؤدي أداءً أفضل من أي وقت مضى.

• تشكيل مجموعة تركيز عالية الجودة لإيجاد استخدامات مربحة للخيول المية.

• إعادة كتابة متطلبات الأداء المتوقعة للخيول.

• ترقية الحصان المية إلى منصب إشرافي.

كثيراً ما تتفاعل المنظمات مع كل أنواع المواقف الإدارية السيئة ، فأحياناً تقوم بإلقاء اللوم على الآخرين في

الشركة ، وإلقاء اللوم على المنافسين ، وإلقاء اللوم على الأسواق ، وإلقاء اللوم على بعضهم البعض ، وما إلى

ذلك.

والمقصود هنا هو كيف يمكن التكيف مع التطور الموجود في المنظمة، وما هي الطريقة الأفضل لتطوير الأداء

وتقديم الخدمة، وما هي الطريقة التي يمكن من خلالها إضافة القيمة. فأى كانت الأساليب التي تستخدمها في

العمل ، أنت في النهاية مطالب بتحقيق قيمة للعملاء. فإذا لم تقديم قيمة مضافة للعميل فإن الأمر ينتهي بك

مع الحصان المية، وبالتالي فمهما فعلت مع الحصان المية لن يغير من الأمر شيء هو في النهاية حصان مية.

وفي ظل المتغيرات التي نعيشها والتسارع الكبير في التطوير وشدة التعقيد ، هناك اهتمام بمشكلة الحصان

المية ، لأنها موجودة بشكل كبير في هذه البيئة المتغيرة فالحصان الأسرع والأقوى اليوم، غداً سيكون حصاناً

ميتاً.

وهذا يتطلب:

- وجود آليات وأدوات تساهم في تقديم الخدمات مع اضافة القيمة.
- استخدام منهجيات حديثة في إدارة المشاريع وتصميم الخدمات لتركز فقط على الجودة ولكن على ضمان الاستمرارية في تقديم خدمة ذات جودة تضيف قيمة للعميل.
- المراجعة المستمرة لجميع الخدمات لتحديد مساهمتها في اضافة القيمة واتخاذ الإجراءات التصحيحية عند الضرورة .

يقول Vijay Govindarajan أستاذ الأعمال الدولية ومدير مركز تاك للقيادة العالمية في كلية دارتموث، أن الشركات التي تريد أن تصنع استراتيجية يجب أن تتبع الثلاث نقاط التالية:
الأولى: إدارة الحاضر.

الثانية: التخلي عن الماضي بشكل انتقائي.

الثالثة: صنع المستقبل.

والنقطة الثانية في غاية الأهمية وهي التخلي عن الماضي بشكل انتقائي ، بعبارة أخرى البقاء على ما هو ذو صلة بالمستقبل ، لأن المستقبل هو امتداد للماضي، وتجاهل ما ليس له صلة به. فالكثير من المديرين يخافون من التخلي عن الماضي لأنهم يرون أنه كان سببا في نجاح المنظمة. وتدافع المنظمة عن هذه الأشياء (الخيول الميتة) وتعتبرها ذات صلة للأسباب التالية:

أولا: لأنها تم انشاؤها من قبلهم.

ثانيا: لأنها جزءا من ثقافة المنظمة.

وفي النهاية، استراتيجية الحصان الميت مهمة . وعلى المنظمات متابعة مالدتها من أحصنة ومحاولة التخلص منها قبل موتها بمجرد ظهور الأعراض عليها ، حتى تستطيع الاستمرار والابتكار واطافة القيمة للعميل.