

تاکتیک‌های افزایشِ نفوذ در منابع انسانی سازمان‌ها

*** تألیف: پری مکینتاش، ریچارد الیک ***



ترجمه:

دکتر سید احمد بزاز جزایری

نسرین مهدی‌فر



انتشارات فرمانش

تاکتیک‌های افزایش نفوذ در منابع انسانی سازمان‌ها

ترجمه: دکتر سید احمد بزاز جزایری، نسرين مهدی‌فر

سال چاپ: ۱۳۹۸

قیمت: ۲۱۰۰۰ تومان

طراحی جلد: استودیو تهران

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۶۰۳-۶-۵

تألیف: پری مکینتاش، ریچارد ا. لوک

چاپ: اول

شمارگان: ۳۰۰

صفحه‌بندی: انتشارات فرمانش

چاپ و صحافی: یاسین

راه‌های تماس با انتشارات فرمانش

۰۲۱) ۲۲۳۹۷۳۶۱ | ۰۱۳۹ ۳۷۴ | ۰۹۱۲) | farmanesh.org

برای دریافت آخرین اطلاعات در مورد کتاب‌های انتشارات فرمانش، به وب‌سایت انتشارات مراجعه فرمایید.

هرگونه استفاده تجاری و بازرگانی، بازنویسی، خلاصه‌نویسی، برداشت، اسورت فتوکپی، ضبط کامپیوتری، تهیه لوح فشرده، شبکه اطلاع‌رسانی و هرگونه تکثیر بدون اخذ مجوز کتبی از انتشارات فرمانش ممنوع است.

مکینتاش، پری، ۱۹۵۱-م. McIntosh, Perry

تاکتیک‌های افزایش نفوذ در منابع انسانی سازمان‌ها/ تألیف: پری مکینتاش، ریچارد ا. لوک؛ ترجمه: سید احمد بزاز جزایری، نسرين مهدی‌فر

تهران: فرمانش، ۱۳۹۸

۶۸ ص: مصور

فیبا

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۶۰۳-۶-۵

عنوان اصلی: Increase your influence at work, 2010

موضوع: موفقیت در کسب‌وکار

تأثیر (روان‌شناسی)

قاطعیت (روان‌شناسی)

ارتباط بین اشخاص

شناسه افزوده: لوک، ریچارد

بزاز جزایری، سیداحمد، ۱۳۴۲- مترجم

مهدی‌فر، نسرين، ۱۳۴۸- مترجم

رده‌بندی دیویی: ۶۵۰/۸

رده‌بندی کنگره: HF۵۲۸۶

شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۰۶۱۸۲

فهرست مطالب

۵	بیشگفتار.....
۷	فصل ۱- نفوذ، قدرت، و متقاعدسازی.....
۷	۱-۱- قدرت.....
۹	۱-۲- نفوذ (تأثیرگذاری).....
۹	۱-۳- متقاعدسازی.....
۱۱	۱-۴- مرور فصل.....
۱۳	فصل ۲- پایه و اساس نفوذ.....
۱۳	۲-۱- قابلیت اعتماد.....
۱۵	۲-۲- قابلیت ادراک (یار).....
۱۶	۲-۳- جرأت ورزی (طغیت).....
۲۰	۲-۴- مرور فصل.....
۲۱	فصل ۳- تاکتیک‌ها.....
۲۳	۳-۱- ایجاد اعتبار متقابل.....
۲۴	۳-۲- منبع تخصصی، اطلاعات و منابع.....
۲۵	۳-۳- به افراد کمک کنید تا زمینه‌های مشترک را بیابند.....
۲۸	۳-۴- مسائل را به شیوه خودتان چهارچوب دهید.....
۳۰	۳-۵- ایجاد شبکه حمایتی.....
۳۳	۳-۶- از ارتباطات متقاعدکننده استفاده کنید.....
۳۸	۳-۷- مرور فصل.....
۳۹	فصل ۴- اعمال نفوذ به پایین و کنار.....
۳۹	۴-۱- نفوذ بر زیردستان.....
۴۵	۴-۲- نفوذ بر روی هم‌رده‌ها (همتایان).....
۵۱	۴-۳- مرور فصل.....
۵۳	فصل ۵- نفوذ بر رئیس‌تان.....
۵۳	۵-۱- افراد با نفوذ.....
۵۵	۵-۲- یافته‌های یک مطالعه.....
۵۷	۵-۳- چگونه نفوذ بر رئیس‌تان را از دست می‌دهید.....
۵۸	۵-۴- مرور فصل.....
۵۹	فصل ۶- اخلاقیات نفوذ.....
۶۰	۶-۱- غایات.....
۶۲	۶-۲- وسایل.....
۶۵	۶-۳- مرور فصل.....
۶۷	واژه‌نامه.....

پیشگفتار

این کتاب در مورد نفوذ است، چنانچه می‌توان آن را توسعه داد، چگونه می‌توان از آن برای تأثیرگذاری روی رفتار و تفکر افرادی که با شما کار می‌کنند استفاده کرد. توانایی اعمال نفوذ بر دیگران یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت برای افراد در هر یک از سطوح سازمانی است و غیرمربیان آن هم شامل می‌شود. حتی آن‌هایی که قدرت سازمانی رسمی دارند از درک و به‌کارگیری اعمال نفوذ در کار سود می‌برند.

هر مدیر تازه‌کاری به سرعت کشف خواهد کرد که استفاده از قدرت رسمی به عنوان ابزاری برای انجام هر کاری، مبالغه‌آمیز است. اختیار مدیران به واسطه وابستگی آن‌ها ♦ دیگران و الزامات مدیریت مشارکتی محدود شده است. با دستور دادن نمی‌توان زیردستان را دور و بر خود نگه داشت! و همچنین جلب همکاری هم‌تایان و سایر گروه‌ها را نمی‌توان از طریق زور و اجبار به دست آورد.

افرادی که می‌دانند چگونه بر دیگران نفوذ کنند منفعت زیادی می‌برند. آن‌ها می‌توانند:

- ۱- مدیریت و رهبری اثربخش‌تری داشته باشند.
- ۲- به مسائل و روش‌های حل آن‌ها چهارچوب بدهند.
- ۳- برای اجرای موفق ایده‌ها و پروژه‌هایشان از حمایت‌های خیلی خوبی برخوردار شوند.
- ۴- تصمیمات مهمشان را به خوبی عملی سازند.
- ۵- تعارضات را آسان‌تر حل کنند.
- ۶- پیشرفت شغلی (کارراه شغلی) خیلی خوبی داشته باشند.

مهم‌تر این‌که، آن‌ها ارزیابی و کنترل بیش‌تری بر زندگی کاری‌شان خواهند داشت. به جای این‌که شرکت‌کنندگان منفعلی باشند و به سادگی آن‌چه را که به آن‌ها گفته می‌شود انجام دهند، آن‌ها می‌گویند که چگونه خطوط زندگی شغلی‌شان نوشته می‌شود. بدین معنی که رضایت‌مندی از زندگی شغلی (کاری) برای آن‌ها خیلی ارزشمند است.

چه یک سرپرست باشید یا یک مدیر و یا یک دست‌اندرکار حقیقی (کمک‌دهنده فردی) باشید، شما می‌توانید نفوذتان را در کار افزایش دهید و این کتاب چگونگی آن را به شما نشان می‌دهد. در فصل اول مفهوم نفوذ شرح داده می‌شود و نشان خواهد داد که نفوذ متفاوت از سایر ابزارهای انجام کار مانند: قدرت، اجبار و متقاعدسازی است. در فصل دوم، چهارچوب مفهومی نفوذ به همراه دو عامل اصلی ارائه خواهد شد: (۱) جنبه‌های اساسی نفوذ (اعتمادسازی، اعتبار و اطمینان‌سازی و جرأت‌ورزی)، و (۲) شش تاکتیک عملی برای نفوذ بر دیگران. زیرا نفوذ مبتنی بر اعتماد است. ویژگی‌های اساسی و بنیادی نفوذ چانه‌هایی هستند که شما بایستی در کارتان به نمایش بگذارید اگر هدفتان تغییر تفکر و رفتار دیگران در محیط کار باشد. هنگامی که شما این ویژگی‌ها را دارید، می‌توانید تاکتیک‌های مناسب را برای وضعیت خود انتخاب و اعمال کنید. ♦

در فصول چهار و پنج کشف خواهد کرد که در چه مسیری قرار دارید. این فصول نکات عملی را برای نفوذ و تأثیرگذاری بر سه دسته از افرادی که در زندگی کاری‌تان خیلی مهم هستند: زیردستان، همکاران و رؤیستان، به شما پیشنهاد خواهد داد.

نهایتاً در فصل ششم، به مسئله اخلاق پرداخته می‌شود. نفوذ یک طرف بالقوه تاریک هم دارد. می‌تواند برای مقاصد غلط به کار رود: فریب دادن، سرکار گذاشتن، دست‌کاری، خدوخواهی و استفاده شخصی از اموال عمومی. فصل آخر این کتاب، این مسائل اخلاقی را بر حسب اهداف و نیت و ابزار استفاده‌کننده مورد ارزیابی قرار می‌دهد. ملخص کلام این است که با خواندن این کتاب، یاد می‌گیرید که چگونه بتوانید در کار تأثیرگذارتر باشید.