



دانشگاه علوم پزشکی جندی شاپور اهواز

برنامه استراتژیک مرکز تحقیقات هایپر لیپیدی



الله الرحمن الرحيم

استراتژی‌های مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی

دورنمای مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی این است که تا پایان سال ۱۴۰۵ به منظور تشخیص نتایج مطمئن تر انواع دیس لیپیدی ها و شناخت شیوع انواع دیس لیپیدی ها در جمعیت استان خوزستان تا سال ۱۴۰۵ روش های نوین آزمایشگاهی طراحی شود. همچنین امکان مشارکت در انجام موثر تر فعالیتهای پژوهشی در داخل و خارج از کشور در زمینه هیپرلیپیدی و لیپروتئین های غیر طبیعی گسترش یابد. برای این منظور ۸ هدف کلی و ۳۱ هدف اختصاصی برای مرکز تحقیقاتی تعیین شد. مقاصدی نیز برای سالهای مختلف مشخص شدند. استراتژی‌ها و تاکتیکهای زیر برای دستیابی به اهداف استراتژیک، کلی و اختصاصی مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی مورد استفاده قرار می‌گیرد:

۱- **استراتژی معماری سازمانی**^۱: با استفاده از این استراتژی، مرکز سعی می‌کند روابط خوبی را با کارکنان، مشتریان و تأمین کنندگان کالاها و خدمات برقرار نماید. در بعد داخلی، مدیریت مرکز تلاش می‌کند تا کارکنان را راضی نگه دارد تا از این طریق خدمات بهتری را به مشتریان خود ارائه نمایند. در بعد خارجی، مدیریت مرکز سعی می‌کند از طریق برقراری همکاری های بلند مدت و مشارکتی با عده‌ای محدود از تأمین کنندگان کالاها و خدمات خود، همواره به کالاها و خدمات با کیفیت بالا و با قیمت مناسب دسترسی داشته باشد. مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی سعی می‌کند نیازهای مشتریان را شناسایی نموده و فرایندهای کاری را مورد بازبینی قرار داده، استاندارد نموده و بهبود ببخشد تا پاسخگوی نیازها و انتظارات منطقی مشتریان باشد. علاوه بر این، برقراری و توسعه ارتباط اثربخش با خیرین، سازمانهای مردم نهاد و فعالان اقتصادی در برنامه مرکز تحقیقاتی مورد توجه جدی قرار گرفته است. استراتژی معماری سازمان از سال اول در مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای این منظور اقدامات لازم در برنامه عملیاتی واحدهای مختلف مرکز تحقیقاتی در نظر گرفته شده است تا فرایند توسعه همکاری های درون بخشی و برون بخشی را در مرکز تحقیقاتی تسهیل کند.

۲- **استراتژی مدیریت کیفیت استراتژیک**^۲: با استفاده از این استراتژی، مدیریت و کارکنان مرکز تحقیقاتی سعی می‌کنند با تمرکز بر بهبود فرایندهای کاری و ارتقای مستمر کیفیت خدمات، رضایت کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان کالاها و خدمات و جامعه را تأمین کنند و بهره‌وری مرکز را افزایش دهد. مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی از اواخر سال اول اجرای این برنامه استراتژیک مقدمات شروع به اجرای این استراتژی را فراهم می‌کند. برای اجرای این استراتژی از مدل مدیریت کیفیت استراتژیک استفاده می‌شود. مدیریت کیفیت استراتژیک منجر به بهبود عملکرد سازمانی و رضایت کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان کالاها و خدمات و جامعه در درازمدت از طریق رهبری و مدیریت، برنامه‌ریزی استراتژیک، فرهنگ جامع سازمانی، یادگیری سازمانی و مدیریت کارکنان، مشتریان، منابع فیزیکی و فرایندها می‌شود. در برنامه عملیاتی سال ۱۳۹۴ مرکز تحقیقاتی اقدامات لازم برای شناسایی فرایندهای کاری و ارتقای آنها به منظور بهبود عملکرد واحدهای مختلف مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدی در نظر گرفته شده است.

^۱- Architecture

^۲- Strategic Quality Management

- ۲- **استراتژی تمرکز^۳**: با استفاده از این استراتژی مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی در سال اول و دوم اجرای برنامه استراتژیک بیشتر بر فعالیتهای موجود خود متمرکز خواهد بود. هدف اصلی مرکز تحقیقاتی در دو سال اول اجرای برنامه استراتژیک توسعه کیفی خدمات مرکز است. مرکز تحقیقاتی در حوزههای مختلف توسعه کمی داشته است. ولیکن، حالا وقت آن است که در این حوزهها از لحاظ کیفی هم رشد داشته باشد. واحدهای مختلف مرکز تحقیقاتی با ارتقای فرایندهای کاری سعی در ارائه ارزش بیشتر به مشتریان مختلف و تأمین انتظارات منطقی آنها می کنند.
- ۳- **استراتژی منحصر به فرد بودن^۴**: با استفاده از این استراتژی، مدیران و کارکنان واحدهای مختلف مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی سعی می کنند خدماتی منحصر به فرد و بهتر از خدمات مراکز تحقیقاتی مشابه در کشور به مشتریان مختلف ارائه کنند. این استراتژی نقش به سزایی در زمینه افزایش توان رقابتی مرکز تحقیقاتی دارد. مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی می تواند از لحاظ ارائه خدمات مورد نیاز پژوهشگران و ارائه امکانات و تسهیلات مورد نیاز در بین مراکز تحقیقاتی دانشگاه منحصر به فرد باشد. از سال دوم اجرای برنامه استراتژیک مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی می توان شروع به اجرای استراتژی منحصر به فرد بودن نمود. اجرای استراتژی های مدیریت کیفیت استراتژیک و معماری سازمانی زمینه ها و ساختارهای لازم را برای اجرای استراتژی منحصر به فرد بودن فراهم می کند. مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی از تاکتیک ها و روشهای مدیریت کیفیت به منظور دستیابی به این استراتژی سازمانی استفاده می کند.
- ۴- **استراتژی توسعه محصول^۵**: مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی با استفاده از استراتژی های قبلی در حوزه های مختلف با تأکید بر پاسخگویی به نیازهای جامعه در حوزه پژوهشی به مزیت رقابتی دست می یابد. از سال سوم اجرای برنامه استراتژیک مرکز تحقیقاتی، توجه مدیران و واحدهای مختلف معاونت معطوف به توسعه کمی و کیفی برخی از خدمات مرکز تحقیقاتی خواهد بود که به مرکز نسبت به رقبا مزیت برتری دهد.
- ۵- **استراتژی متنوع سازی^۶**: مرکز تحقیقاتی از سال سوم به سمت بین المللی شدن قدم خواهد برداشت و متناسب با نیازهای جامعه بین الملل هدف خود به توسعه کمی و کیفی خدمات خود خواهد پرداخت. مرکز تحقیقاتی از پتانسیل های بسیار بالایی در زمینه بین المللی شدن برخوردار است. همجواری یا نزدیکی جغرافیایی استان خوزستان با کشورهای عربی منطقه فرصت خوبی برای مرکز در زمینه ارائه خدمات پژوهشی سلامت محور به جامعه بین الملل است. واحدهای مختلف مرکز تحقیقاتی از سال سوم شروع به توسعه خدمات خود برای پاسخگویی به نیازهای جامعه بین الملل خواهند نمود. به کارگیری استراتژی های قبلی زمینه لازم را برای همکاری های بین المللی مرکز تحقیقاتی فراهم می کند. اقدامات حساب شده در برنامه های عملیاتی مرکز تحقیقاتی در سه سال اول موجب توسعه پایدار این مرکز تحقیقاتی شده و زمینه را برای همکاری های بین المللی دانشگاه در حوزه پژوهش فراهم می کند.

^۳ - Focus

^۴ - Differentiation

^۵ - Product development

^۶ - Diversification

جدول ۶: استراتژی ها و تاکتیکهای مورد استفاده در مرکز تحقیقاتی هیپرلیپیدمی

هدف	استراتژی ها	تاکتیک ها
G1: توسعه هدفمند تحقیقات پژوهشی مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی	• تمرکز	• نظام پیشنهادها • مدیریت ارتباط با کارکنان
G2: توسعه کمی و کیفی تحقیقات پژوهشی مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی	• مدیریت کیفیت استراتژیک • معماری سازمانی	• نظام پیشنهادها • مدیریت ارتباط با مشتریان
G3: توسعه ارتباط با صنعت برای انجام تحقیقات هیپرلیپیدمی	• مدیریت کیفیت استراتژیک • معماری سازمانی	• نظام پیشنهادها • مدیریت ارتباط با پیمانکاران
G4: ترجمان دانش در حوزه هیپرلیپیدمی	• مدیریت کیفیت استراتژیک • معماری سازمانی	• نظام پیشنهادها
G5: بهبود رضایت کارکنان مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی	• مدیریت کیفیت استراتژیک • معماری سازمانی	• نظام بهبود مستمر کیفیت (کایزن) • شش سیگما • نظام آراستگی محیط کاری
G6: بهبود رضایت گیرندگان خدمات مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی	• مدیریت کیفیت استراتژیک • معماری سازمانی • منحصر به فرد بودن	• نظام بهبود مستمر کیفیت (کایزن) • نظام آراستگی محیط کاری • تمرکز بر خدمات با کیفیت • تمرکز بر مشتری مداری
G7: بهبود رضایت تامین کنندگان کالاها و خدمات و سازمان های همکار مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی	• مدیریت کیفیت استراتژیک • معماری سازمانی	• نظام بهبود مستمر کیفیت (کایزن) • نظام پیشنهادها •
G8: بهبود بهره وری مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی	• توسعه محصول	• نظام بهبود مستمر کیفیت (کایزن) • نظام آراستگی محیط کاری • برون سپاری / درون سپاری خدمات

فرصت های موجود برای مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی

- ۱- دیدگاه مثبت دانشگاه های وزارت بهداشت
- ۲- اهتمام دانشگاه به توسعه مراکز تحقیقاتی خصوصا مرکز هیپرلیپیدمی
- ۳- علاقه و گرایش دانشجویان تحصیلات تکمیلی به تصویب طرح های تحقیقاتی در مرکز
- ۴- حضور اعضاء موسس و شورای پژوهشی مجرب و متخصص در امر تحقیقات مرتبط با مرکز
- ۵- پذیرش و انجام طرح های استانی و گاها ملی و منطقه ای
- ۶- وجود زمینه های کافی جهت ارتباط با سایر مراکز از جمله دیابت، قلب، ...
- ۷- جذب بودجه خارج از دانشگاه جهت انجام طرح های تحقیقاتی
- ۸- جلب اعتماد شرکت ها و موسسات خصوصی جهت انجام طرح های تحقیقاتی

تهدید های پیش روی مرکز تحقیقات هیپرلیپیدمی

- ۱- عدم انجام تعهدات دانشگاه در تامین فضایی فیزیکی مناسب برای مرکز
- ۲- عدم انجام تعهدات دانشگاه در تامین تجهیزات آزمایشگاهی مناسب مرکز
- ۳- عدم تامین و پرداخت به موقع بودجه طرح های تحقیقاتی
- ۴- عدم تسویه حساب مالی در زمان تعهد شده در قراردادهای طرح های تحقیقاتی
- ۵- طولانی شدن روند داوری، تصویب و اجرای طرح های تحقیقاتی
- ۶- تصویب و اجرای طرح هایی که در راستای استراتژی مرکز نیستند
- ۷- انجام طرح های تحقیقاتی تکراری
- ۸- عدم ارائه ی طرح های تحقیقاتی که در راستای اهداف مرکز نیستند