



بنزین گران شد؟ دورکاری را انتخاب کنید!

افزایش حقوق واقعی شما اینجاست: رهایی از ترافیک و هزینه سوخت.



بنزین گران شد؟ «دورکاری» را گران تر بفروشید!

**بنزین گران شد؟ «دورکاری» را گران تر بفروشید!
(استراتژی حفظ پرسنل بدون افزایش حقوق)**

مقدمه: پمپ بنزین، کابوس جدید کارمندان شما

این روزها در راهروهای شرکت، هنگام ناهار و در گروه‌های واتس‌آپی پرسنل، فقط یک صحبت شنیده می‌شود: «شنیدی بنزین قرار است سه نرخ شود؟»، «می‌گویند بنزین آزاد لیتری فلان قدر می‌شود.» صرف نظر از اینکه این اخبار چقدر صحت دارند یا شایعه هستند، اثر روانی آن‌ها همین الان هم کار خودش را کرده است. «تورم انتظاری» فعال شده است.



کارمند شما در ذهنش ماشین حساب برداشته و محاسبه می‌کند: «اگر بنزین گران شود، هزینه اسنپ دو برابر می‌شود. اگر با ماشین خودم بیایم، هزینه باک بنزین و استهلاک قطعات سر به فلک می‌کشد. پس حقوقی که می‌گیرم، عملاً ۲۰ درصد بی‌ارزش‌تر می‌شود.» نتیجه این محاسبات چیست؟ او به زودی درب اتاق شما را می‌زند و می‌گوید: «آقای مدیر، با این هزینه‌ها، حقوق فعلی من دیگر نمی‌صرفد. یا حقوقم را زیاد کنید یا من مجبورم بروم.»

اما شما به عنوان مدیر، خودتان هم تحت فشار تورم هستید و شاید بودجه‌ای برای افزایش ناگهانی حقوق نداشته باشید. اینجا نقطه‌ای است که مدیریت سنتی شکست می‌خورد، اما مدیریت مدرن یک کارت برنده رو می‌کند: استراتژی «دورکاری» به عنوان یک «افزایش حقوق پنهان». این مقاله به شما نشان می‌دهد که چگونه تهدید بنزین را به فرصتی برای افزایش وفاداری و بهره‌وری تبدیل کنید، بدون اینکه هزینه سربار سازمان را بالا ببرید.



بنزین، قیمت بنزین، سهمیه بنزین

۱. ریاضیات «هزینه نامرئی»: حقوق کارمند شما واقعاً چقدر است؟

اولین گام این است که دیدگاه پرسنل را نسبت به «درآمد» تغییر دهید. اکثر افراد فقط به «عدد فیش حقوقی» (Gross Salary) نگاه می کنند. شما باید به آن ها مفهوم «درآمد خالص واقعی» (Net Real Income) را آموزش دهید.

بیایید یک محاسبه ساده انجام دهیم: فرض کنید کارمندی ماهیانه ۲۰ میلیون تومان حقوق می گیرد. اگر او هر روز به شرکت بیاید:

هزینه بنزین/اسنپ: با نرخ های جدید و ترافیک، شاید ماهیانه ۳ تا ۴ میلیون تومان.



هزینه ناهار و تنقلات بیرون: ماهیانه ۲ میلیون تومان.

هزینه لباس و خشکشویی: ماهیانه ۱ میلیون تومان.

زمان از دست رفته: روزانه ۲ ساعت در ترافیک (که ارزشمندترین دارایی است).

در واقع، این کارمند ۲۰ میلیون نمی‌گیرد؛ او ۱۴ میلیون تومان می‌گیرد و ۶ میلیون تومان را خرج «کار کردن» می‌کند! اگر شما به او اجازه دهید ۳ روز در هفته دورکاری کند، در واقع انگار ماهیانه ۳ تا ۴ میلیون تومان به حقوق خالص او اضافه کرده‌اید، بدون اینکه یک ریال از حساب شرکت خارج شود. این همان «افزایش حقوق نامرئی» است.

۲. دورکاری را «بفروشید»، رایگان ندهید!

اشتباه بزرگ مدیران این است که دورکاری را به عنوان یک لطف کوچک یا یک گزینه معمولی اعلام می‌کنند: «خب بچه‌ها، اگر سختتان است نیایید.» این غلط است! شما باید دورکاری را به عنوان یک «مزیت رقابتی ارزشمند» (Perk) بسته‌بندی و مارکتینگ کنید.

در جلسات ارزیابی عملکرد یا هنگام استخدام، وقتی بحث حقوق



پیش می‌آید و کارمند درخواست مبلغ بالاتری دارد که در توان شما نیست، باید مذاکره را این‌گونه تغییر دهید: «بین علی جان، ما نمی‌توانیم الان عدد حکم را بالا ببریم. اما من یک پیشنهاد بهتر دارم. ما پکیج "کار ترکیبی" (Hybrid Work) را به تو می‌دهیم. این یعنی تو ۳ روز در هفته نیاز نیست هزینه بنزین و اسنپ بدهی، نیاز نیست ۲ ساعت در ترافیک بمانی و می‌توانی با لباس راحت در خانه کار کنی. ارزش ریالی و زمانی این پکیج برای تو حدود ۵ میلیون تومان در ماه است. آیا این معامله خوبی نیست؟»

وقتی شما دورکاری را در مقابل «گرانی بنزین» قرار می‌دهید، ارزش آن در ذهن کارمند ۱۰ برابر می‌شود. او می‌بیند که شما دارید یک مشکل واقعی (هزینه سوخت) را برایش حل می‌کنید.

۳. پارادوکس بهره‌وری: چرا بتزین گران، کارمند را در شرکت «کم‌کار» می‌کند؟

شاید بپرسید: «اگر نیاید شرکت، کار نمی‌کند.» بیایید صادق باشیم. کارمندی که صبحش را با دعوا سر قیمت کرایه تاکسی یا گیر کردن در صف پمپ بنزین شروع کرده و با اعصابی خرد و خیس عرق به شرکت رسیده، چقدر راندمان دارد؟ تحقیقات نشان می‌دهد استرس ناشی از رفت‌وآمد (Commute Stress)، یکی از بزرگترین قاتلان بهره‌وری است.



وقتی شما گزینه دورکاری را فعال می‌کنید، در واقع دارید انرژی‌ای را که قرار بود در آگروز ماشین‌ها بسوزد، به موتور کسب‌وکارستان تزریق می‌کنید. اما یک شرط دارد: تغییر مدیریت از «ساعت‌زنی» به «نتیجه‌محوری». در روزهای دورکاری، به کارمند نگوئید «ساعت ۸ آنلاین باش». بگوئید: «من تا ساعت ۵ عصر، این ۳ گزارش و آن ۵۰ تماس فروش را از تو می‌خواهم. اینکه کی بیدار می‌شوی یا وسطش ناهار چه می‌خوری، به خودت مربوط است.» این آزادی عمل، وفاداری‌ای ایجاد می‌کند که هیچ بنزین ۳۰۰ نمی‌تواند آن را از بین ببرد.

۴. کاهش هزینه‌های پنهان سازمان (سود دوطرفه)

دورکاری فقط به نفع جیب کارمند نیست؛ مرهمی بر زخم هزینه‌های شرکت هم هست. وقتی نیمی از پرسنل شما دورکار باشند:

مصرف برق و آب و گاز شرکت کاهش می‌یابد.

هزینه چای، قهوه و پذیرایی نصف می‌شود.

استهلاک تجهیزات اداری و میز و صندلی کم می‌شود.

حتی ممکن است بتوانید به دفتر کوچکتری نقل مکان کنید (کاهش هزینه اجاره).



در شرایط تورمی، هر هزار تومانی که صرفه‌جویی شود، سود خالص است. شما با استراتژی دورکاری، در واقع یک بازی «برد-برد» واقعی راه می‌اندازید: کارمند از هزینه بنزین فرار می‌کند، شما از هزینه‌های سربار.

۵. جنگ استعدادها: برگ برنده شما در جذب نیرو

در بازار کار امروز، نیروهای متخصص (برنامه‌نویسان، فروشندگان دیجیتال، گرافیک‌ها) به شدت باهوش هستند. اگر رقیب شما حقوقی کمی بالاتر می‌دهد اما اصرار دارد که کارمند «هر روز کارت بزند» و شما حقوقی معمولی می‌دهید اما «امکان دورکاری» دارید، حدس بزنید استعدادها کدام را انتخاب می‌کنند؟

مخصوصاً با گران شدن بنزین، گزینه‌ی «نزدیکی به محل کار» یا «امکان دورکاری» تبدیل به فاکتور شماره یک تصمیم‌گیری برای شغل می‌شود. در آگهی‌های استخدامی خود، به جای نوشتن کلیشه‌هایی مثل «محیط پویا»، با فونت درشت بنویسید: «امکان دورکاری و رهایی از ترافیک و هزینه بنزین!» این جمله در شرایط فعلی ایران، از وعده پاداش هم جذاب‌تر است.

نتیجه‌گیری: مدیر هوشمند، موج‌سواری می‌کند

افزایش قیمت بنزین یک واقعیت اقتصادی (یا حداقل یک تهدید



اقتصادی قریب‌الوقوع) است. شما نمی‌توانید قیمت بنزین را کنترل کنید، اما می‌توانید واکنش سازمانتان به آن را کنترل کنید.

مدیران سنتی در این شرایط گارد می‌گیرند، با درخواست‌های افزایش حقوق می‌جنگند و شاهد ریزش نیروهایشان خواهند بود که به دنبال شغل‌های نزدیک‌تر یا با حقوق بالاتر می‌روند. اما مدیران هوشمند، از این بحران به عنوان اهرمی برای پیاده‌سازی فرهنگ «کار ترکیبی» استفاده می‌کنند. آن‌ها با حذف هزینه‌های غیرضروری رفت‌وآمد، عملاً قدرت خرید پرسنلشان را حفظ می‌کنند و در عوض، تیمی وفادارتر، آرام‌تر و متمرکزتر می‌سازند.

به کارمندان بگویید: «من نمی‌خواهم حقوقت را در باک ماشینت بریزی. در خانه بمان، پولت را ذخیره کن و کارت را عالی انجام بده.» این جمله‌ای است که یک رهبر واقعی می‌گوید.

آیا زیرساخت‌های شرکت شما (CRM، تسک منیجرها و...) برای مدیریت تیمی که نگران بنزین نیست، آماده است؟

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی**



پیشرفته همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت را دنبال کنید.