Management Club Report

May.2019/Vol.197

Monthly Opinion　≪歯科医院が目指したい組織≫

個人か法人かは別として、経営戦略が院内に最も効率よく行き渡り、また来院者に対して効果的に伝わり、利益率の高さを誇る歯科医院の組織モデルは、勤務医が1人か2人、スタッフが10人から15人ほどで運営されている、ユニット10台前後の中規模歯科医院ではないでしょうか。私どもに定期訪問の要請があり、院内研修で伺っている歯科医院の多くがこれに該当します。

しかし、このモデル規模の歯科医院で高収益を挙げていたとしても、組織が活性化している医院と不活性である歯科医院とに分かれます。或いは中核となるスタッフがしっかり定着し、組織的安定感のあるところと、人の入れ替わりが激しく３年もするとまったく別のスタッフばかりになっているような医院とに分かれます。

問題は、個人の集合体である組織が、構成員それぞれの人格とは別の、組織としての人格とも言うべき確固とした“組織格”を有しているかどうかにあります。

強烈な個性が集まった組織は、個人々々の色彩が濃く出過ぎる傾向にあるため、組織は単なる個性派の連合体、寄せ集め集団の受け皿的な存在となり組織内での人の定着率は低下します。

一方、院長の個性が強すぎるか、或いは家業的感覚から抜けられない歯科医院の場合は、院長の人格や考え方がそのまま医院の“組織格”となってしまっているケースが多く、やはり人の定着率は低く活性化とはほど遠い状態になっています。

今回はこのような現状を打破し、集まった人たち全員が“組織格”を形成する一人となって、それぞれが生き生きとした組織人となり、目指した歯科医療人としての真価を発揮できるようになるための方策を考えたいと思います。

1　一流企業に負けない上質な歯科医院を目指す

組織文化に対する誇り

伝統的な大企業には「〇〇の社員らしく」とか「〇〇会社の人間はそんなことはしない」といった、社員全員が共通認識として持っている『その会社らしさ』があります。

恐らく明文化されてはいないものの、言わずもがなの行動規範が厳然として存在し、社員全員がその存在に誇りを持ち、それを守る自分たち自身の人格が磨