


باسمه تعالی

	صورت جلسه ۵ کارگروه مدیریت دانش	
تاریخ: ۱۳۹۳/۹/۴	محل برگزاری: انجمن مدیریت کیفیت	ساعت: ۱۴ الی ۱۶

حاضرین در جلسه: ۵ نفر حضور داشتند.
آقایان؛ رستگار مقدم (هم افزا)، کهن زاده (زامیاد)، و خانم‌ها؛ کشاورز (مشانیر)، دانشیان (پتروشیمی شازند)،

کلیات جلسه:

<ul style="list-style-type: none">● جلسه با ذکر صلوات رأس ساعت ۱۴:۱۵ آغاز شد.● با توجه به اطلاع رسانی نامناسب برای تشکیل جلسه اعضای کارگروه موفق به حضور در جلسه نشدند.● آقای رستگار مقدم به بیان مطالب آموزشی در خصوص مدیریت دانش پرداختند که در ذیل مطالب آن آمده است. <p>فشرده‌گی زمان؛ کوتاه شدن فرصت‌ها</p> <p>در بسیاری از جنبه‌های زندگی مدرن، یک سال واقعاً یک سال نیست. بعضی‌ها این مقیاس جدید زمان را تحت عنوان، زمان اینترنتی تعریف می‌کنند، که به سختی می‌توان آن را معادلی برای تعریف زمان تراکم انجام کار دانست. این بدان معنی است که در هر دو ماه، یک سال اینترنتی کلید می‌خورد. و قبل از اینکه زمین یک گردش به دور خورشید داشته باشد شش سال اینترنتی گذشته است.</p> <p>این مفهوم از زمان اینترنت، سرعت شگفت‌انگیزی را برای تحولات مجسم می‌کند که تمام فعالیت‌های اقتصادی در جهان را فرا خواهد گرفت؛ همچنین بر این نکته تأکید دارد که تغییرات در آینده بسیار سریعتر از تقویم ۳۶۵ روزه خواهند بود. همه روزه سازمان‌های بیشتری به این نتیجه می‌رسند که باید عملکرد خود را با سرعت اینترنتی تطبیق دهند. زمان‌بندی بازار برای محصولات جدید باید از سال به ماه تغییر کند، زمان اجرایی کردن فناوری‌های جدید نیز باید از ماه‌ها به روزها تبدیل شود، تصمیمات حیاتی نباید در طول روزها بلکه باید در طول ساعت‌ها اتخاذ گردد.</p> <p>فشرده‌گی زمان تا حدی چالش برانگیز شده که برخی از سازمان‌ها سعی دارند با قرار دادن چندین گروه کاری در مناطق مختلف کره زمین که ساعت‌های روز و شب آن‌ها متفاوت است، روز کاری ۲۴ ساعته را پدیدآورند.</p> <p>برای غلبه بر فشرده‌گی زمان، باید تورم اطلاعات را کاهش داد، اثربخشی و کارایی کسب آگاهی را افزایش داد، دسترسی و به اشتراک گذاری دانش را بهبود بخشید، برای مسئولیت‌های مهم دستیاران دانشی در نظر گرفت و ...</p> <p>اجرایی شدن این راهبردها نیاز به مدیریت دانش دارد.</p>
--

بی همتایی انبوه؛ موج عظیم متناسب سازی

نوع تکنولوژیکی قرن بیستم، تولید انبوه بود. ساده سازی عملکردها، استانداردسازی اجزا، جدا کردن مشاغل تولید، ایجاد خط مونتاژ، همگی موجب کاهش چشمگیر قیمت محصول، از پوشاک و اتومبیل گرفته تا اسباب بازی و تلویزیون شد.

بواسطه حجم عظیم اطلاعات موجود و در دسترس بودن آنها، برخی از مشتریان، شناخت بهتری از کالاها و خدمات نسبت به عرضه کنندگان دارند. مشتری که تحقیقات خود را در اینترنت انجام داده است، بیش از متصدی عرضه درباره محصول مورد نظرش شناخت دارد. آگاهی مشتریان روبه افزایش است که قدرت ارزیابی و انتظارات آنها را افزایش داده و می تواند تبدیل به چالشی جدی برای سازمان شود.

متناسب سازی با مشتری در خدمات اهمیت بیشتری دارد. باید بتوان به مشتریان اطمینان داد که خدمات متناظر با اقتضائات خاص آنها ارائه می شود.

برای آشنایی با خواسته ها و انتظارات مشتریان، بهره مندی از آگاهی ها و بویژه تجربیات آنها و کسب توانایی پردازش اطلاعات و درک موقعیتها باید مدیریت دانش را بکار گرفت.

- ارائه نقطه نظرات متعدد از زوایای گوناگون اعضاء درباره ارائه خانم رضایی؛ مدیر واحد مدیریت دانش شرکت مپنا
- جلسه در انتها با ذکر صلواتی به پایان رسید.

خروجی جلسات:

- ارائه نظرات و نکاتی که در جلسه تور آموزشی شرکت مپنا برگزار گردید توسط اعضای حاضر در جلسه
- بحث و بررسی در خصوص ضرورت تورهای آموزشی مدیریت دانش

دستور جلسه بعدی کارگروه

- برگزاری تور آموزشی در محل شرکت هم افزا
- ارائه مطالب آموزشی به دیگر اعضای کارگروه در جلسات آینده
- تعیین و قبول مدیریت سامانه دانش انجمن مدیریت کیفیت توسط یکی از اعضای کارگروه