



IRANIAN BABAK COPPER CO.

مدیریت توسعه خبرنامه

شماره : ۱۶ - آذرماه ۱۳۹۵



.....
شرکت بابک مس ایرانیان
.....

آنچه در این شماره خواهید خواند...

سخنی با مدیر مجتمع

گزارش استقرار مدیریت دانش

پیام های مدیران

برگ آزاد...

اخبار بابک مس

اخبار میدکو

بهبودی دانشی

تازه های مدیریت دانش

معرفی کتاب

آیا می دانید؟

دوربین بابک مس

سخنی با مدیر مجتمع



هر انسانی باید دانا باشد تا توانا گردد.

انسان آفریده شده تا به اسماء خداوند برسد و با این شایستگی دانایی و توانایی را در طول عمر خود کسب نماید. مدیریت دانش یعنی هدایت فرد و دیگران به سمت و سوی دانش مورد نیاز و هدفمند برای اهداف پیش رو. هدف کارخانه تولیدات آن بوده و لازم است پرسنل در راستای نیازهای تولید درجه یک، دانایی کاربردی این توانایی را داشته باشند. مدیریت دانش یعنی هدفمند کردن علم و دانش و هنر به سمت و سوی احتیاجات مورد نیاز کارخانه، لذا باید سعی و تلاش کرد که کلیه پرسنل در این راستا حرکت کنند و توانایی خود را روز به روز افزایش داده و همیشه دانش خود را به روز ارتقاء دهند تا تولیداتی مرغوب و عالی داشته که هم خود و هم مملکت به آن افتخار نمایند. انسان دانا و توانا در عرصه زندگانی نیز پیروز و سعادتمند خواهد بود. انسان پیوسته دنبال سعادت است و برای کسب آن باید دانا و توانا باشد که پیغمبر اسلام (ص) فرمود: از گهواره تا گور دانش بجوی.

مدیریت دانش هلدینگ میدکو بسیار بجا و خوب انتخاب شده است. جای بسی قدردانی دارد که در یک کارخانه تولیدی، چنین نهاد و شاخه ای تشکیل شده و علم و دانش را ابزار و وسیله برای پیشبرد اهداف خود قرار داده و آن را به سمت و سوی اهداف شرکت، یعنی یک تولید افتخارآمیز هدایت می نماید.

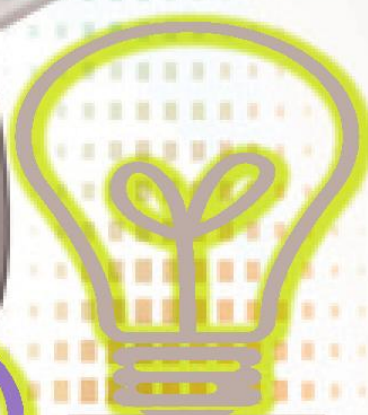
با کمال تشکر- مهندس رحمانی

گزارش استقرار مدیریت دانش

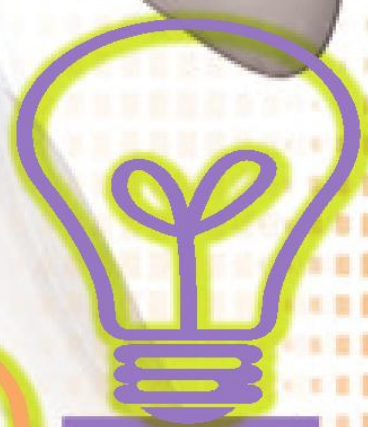


۱۹۰

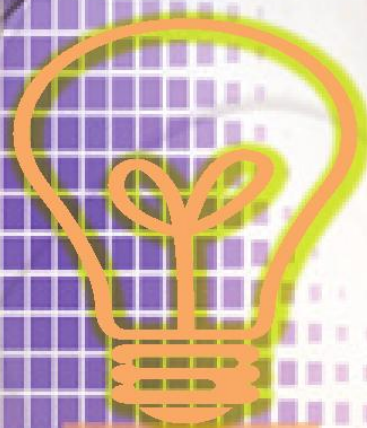
نفر ساعت
آموزش



ثبت
۲۵ مورد
دانش



ثبت
۳۹ مورد
مستند



۸۰ نفر

دانشکار

پیام های مدیران

بهترین راه آموختن، آموختن است.
چنانچه امام علی (ع) می فرمایند:
"زکات علم در نشر آن است."



مهندس غمضفر انداز - مدیر کارخانه

مدیریت دانش پاسخی است آگاهانه و
جامع به نیازهای در حال تغییر مداوم در
بازارهای رقابتی و کسب موفقیت از
فرصت هایی که سازمان بدست می آورد.



مهندس علی محمد رکن آبادی - مدیر انبارها و سفارشات

بهترین و نوترین راه بقا، و
موفقیت سازمان ها در عصر
حاضر، توجه و تمرکز آنها بر
مدیریت دانش است.



مهندس علی هاشمی - مدیر تولید

شکاف بین نسل ها، موضوع

نیازمند توجه

علی طلائیکی - مدیر سرمایه انسانی

آنچه در درجه اول اهمیت قرار دارد این است که ما بتوانیم فاصله های طبیعی میان نسل جدید و نسل پیشین را درک کنیم و تفاوت های ناشی از گذشت زمان و تحولات اجتماعی را هضم نمائیم و آن را به رسمیت بشناسیم.

نسل قدیم به گذشته تعلق دارد که در زمان جوانی او شتاب زندگی کندتر و آرامش بیشتری بر محیط حکمفرما بوده است. اما نسل جدید، فرزند زمان خویش، در جامعه ای زندگی می کند که شتاب و سرعت آن به مراتب، بیش از گذشته است و انتظار دارد که نسل گذشته پا به پای او پیش برود و این در حالی است که نسل گذشته میل دارد نسل جدید با گامهایی آهسته تر با او هماهنگ شده، از سرعت خود بکاهد. این چیزی است که نسل جدید تحمل آن را ندارد و اعتراض نسل جوان را نسبت به نسل قدیم برمی انگیزد، بنابراین با درک شاخص های شکاف بین نسل ها همچون تغییر در مبانی و ریشه های باورها و معتقدات، تغییر در شاخص ها و ملاک های اصیل ارزشی و اخلاقی، تغییر در آرمان ها و کمال مطلوب های اجتماعی و فردی، تغییر در نگرش نسبت به سرمایه های تاریخی و اجتماعی و همچنین تغییر در چگونگی مواجهه با رویدادهای سرنوشت ساز در مسیر حرکت جامعه، باید تأکید کرد



که تغییر در برخی نمادها یا قالب های فرهنگی و یا تغییر در ابزارها و شیوه ها - که بطور طبیعی در مسیر حرکت جامعه انسانی رخ می دهد، هرگز نمی تواند به عنوان شاخص شکاف و گسست بین نسل ها مطرح گردد، بی شک گفت و گو کلید حل بسیاری از معماها و مشکلات است. اگر نسل بالغ و نسل جدید هر کدام با علاقه و دقت به حرف یکدیگر گوش دهند و یکدیگر را صاحب عقل و خرد و واجد اراده، آزادی و اختیار ببینند می توانند با هم ارتباط صحیحی داشته باشند. که در این صورت است که می توانند به مفاهیم مشترک برسند و همدلی و همزبانی را در میان خود تقویت کنند. در این خصوص هر کدام از این دو نسل بالغ و نسل جدید وظایفی دارند. نسل بالغ نباید چون خود را صواب و ملاک می داند، نسل جدید را منحرف، آلوده و بیگانه زده بیندارد. و از این موضع که حق را فقط ما می دانیم پس باید ما بگوییم و نسل جدید فقط گوش کنند پایین بیاید، بلکه باید یکی بگوید و یکی بشنود و برای گفته هایش نیز دلیل اقامه کند؛ نه تحکم، خشونت گفتاری و رفتاری. نسل جدید هم نباید نسل بالغ را به جاهل بودن، عقب مانده بودن و سستی بودن متهم کند، بلکه باید شرایط گفتمان مناسب را برای گفت و گو با نسل بالغ فراهم کند. نسل جدید باید هنر شنیدنش را تقویت کند، چرا که نسل بالغ بر اساس تجربیات خود حرفهای زیادی برای نسل جدید دارند.



نشست صمیمی همکاران با مدیر محترم عامل



نشست صمیمی با مدیر عامل محترم میدکو



آموزش مدیریت دانشی به نیروهای جدید



بازدید نماینده شهر بابک از کارخانه لوله

NEWS

اخبار میدکو



آمادگی سازی نرم افزار پکیارچه سیستم مدیریت پکیارچه

نرم افزار پکیارچه TQS توسط واحد توسعه مدیریت در ستاد میدکو نصب و راه اندازی گردید. با استفاده از این نرم افزار امکان اتصال فرآیند ها و اهداف از استراتژی ها برقرار گشته و علاوه بر آن امکان ثبت و پیگیری اهداف، و برنامه ها و شاخص های فرآیندی میسر شده است. این نرم افزار بصورت اینترنتی در دسترس واحدهای سازمانی می باشد. در همین راستا دوره آموزشی در تاریخ ۳۰ آذر ماه در دفتر تهران و کارشناسان واحد توسعه مدیریت با حضور تکمیل دهنده های مورد نیاز نرم افزار برگزار گردید

اتمام فاز ارزیابی پروژه مدیریت دانش میدکو و ارائه گزارش ارزیابی وضعیت موجود مدیریت دانش در میدکو بر اساس مدل جهانی MAKE در تاریخ ۲۰ و ۲۱ آذر ماه با حضور آقای برنادر در تهران انجام گرفت در پیوند مدیریت دانش جهت برنامه های بهبود مدیریت دانش در فرآیند ارزیابی MAKE جهانی استخرج و به واحدها ابلاغ گردید.



دور چهارم جلسات با مشاور مدیریت دانش



دوره های آموزشی آشنایی با مدل MAKE

در راستای فرهنگ سازی و آموزش مفاهیم اولیه، دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت دانش و مدل MAKE در کارخانجات شرکت بابک سین و شرکت پایدانا در تاریخ های ۱ و ۲ آذر ماه و در کارخانجات کنسانتره و گندله زرنده در تاریخ ۶ آذر ماه توسط واحد توسعه مدیریت میدکو برگزار گردید.



خلق دانش و تسهیم آن با انگیزه درونی/ فاطمه طهماسبی ابدر

دنیای امروز دنیایی است که مانمی توانیم حواسمان را جمع کنیم. همه چیز در حال تغییر مداوم است و شرایط دینامیکی بر تمام دنیا حاکم شده است. تکنولوژی به سرعت در حال پیشرفت است و سیستم های مختلفی در حال شکوفایی هستند. شکی نیست که در این اوضاع پر تحول امروزی، تنها سازمان های دانش محور قادر به بقاء و پیشرفت خواهند بود همانطور که مطلع هستید به دلایل مختلفی در کشور ما فرهنگ تسهیم دانش ضعیف است و متأسفانه به جای تسهیم دانش، پنهان نمودن آن از دیگران قدرت شده است. به عبارتی افراد به دلیل عدم احساس امنیت و یا از ترس از دست دادن جایگاه خود در سازمان بیشتر ترجیح می دهند دانش خود را پنهان کنند و انگیزه ای برای ثبت و تسهیم آن ندارند. حال این وظیفه ماست که در مرحله اول تمامی افراد را از اهمیت خلق و تسهیم دانش در سازمان آگاه نموده و در مرحله دوم با اعتماد سازی و ایجاد انگیزه این فرهنگ را در سازمانمان جاودانه نماییم.

موضوع مهمی که برای ایجاد انگیزه در پرسنل مطرح است، تمرکز بر سه سطح اول هرم نیاز های مازلو یعنی نیاز به خودشکوفایی، احترام و تعلق می باشد. اگر این سه نیاز را در افراد ارضا کنیم در واقع به آنها انگیزه درونی داده ایم. انگیزه های درونی وقتی تقویت می شوند که افراد احساس اختیار داشته باشند، برایشان فرصت پیشرفت فراهم باشد، فرصت ارتباط اجتماعی داشته باشند و هدف برایشان شفاف باشد. تمام موارد فوق به وضوح در بازی ها مشاهده می شود. همانطور که می دانید در بازی هیچ اجباری برای رفتن به مرحله بعد وجود ندارد، هدف مشخص است و فرصت برای پیشرفت فراهم است.

بهیوایی دانشی



همچنین در بازی المان های تشویقی وجود دارد که انگیزه فرد برای رفتن به مراحل بعدی و رقابت با همتایان را افزایش می دهد. بنابراین استفاده از مکانیزم بازی ضمن تمرکز بر نیازهای سه سطح بالایی هرم مازلو، می تواند راهکار مناسبی برای افزایش انگیزه پرسنل جهت خلق و تسهیم دانش باشد. همانطور که می دانید درصد زیادی از پرسنل شرکت بابک مس ایرانیان را افراد نسل Y تشکیل می دهند که در زمان انقلاب تکنولوژیک دنیا (سال ۱۹۸۹) به دنیا آمده اند و به خوبی با کامپیوتر و بازی های کامپیوتری آشنایی دارند و این موضوع شانس ما را در پیاده سازی بهتر مدیریت دانش با استفاده از مکانیزم بازی افزایش می دهد. نتیجه آنکه اگر فضای مدیریت دانش برای افراد مانند بازی باشد و در آن قضا علاوه بر توجه به نیازها و ارزش های افراد، تمام المان های بازی مانند هدف مشخص، تشویق بموقع، فرصت پیشرفت و امکان رفتن به مراحل بالاتر در صورت ارائه دانش بهتر برایشان فراهم باشد، قطعاً شاهد افزایش انگیزه درونی پرسنل برای خلق و تسهیم دانش و بمباران دانشی خواهیم بود.

Bloomfire

share knowledge with your
smart phone

increase productivity by giving employees
easy access to the information they need
to be successful.

employees spend on average almost 20%
of their time searching for information
they need to do their jobs.

With **Bloomfire**, your entire
organizations knowledge is organized,
categorized, and ready to share.

Bloomfire برنامه های تلفن همراه را به تازگی برای
سیستم عامل Ios، Android و Blackberry طراحی
نموده است که کاربران را قادر به اشتراک گذاشتن دانش،
یادگیری و همکاری می کند. ویژگی های نرم افزار
Bloomfire عبارتند از بوک مارک محتوا، توصیه پیش
بینی ها، اطلاعیه ها و ابزار کشف محتوا.

معرفی کتاب

این کتاب در ده فصل تنظیم و به بازار نشر عرضه شده است. نویسندگان در نخستین فصل کتاب در تشریح اهمیت کیفیت آورده: "یک محصول تمام عیار می تواند برای همه باشد. سازندگان آن رشد می کنند و ثروتمند می شوند و استفاده کنندگان نیز خوشحال خواهند بود، زیرا زندگی شان پیشرفت می کند. توزیع کنندگان از تقاضا برای محصول سرمست می شوند و رسانه نیز از اثرات مثبت و آشکار آن بهره مند می شود." فصل های نخست کتاب به مباحثی مانند روندهای آتی، رشد جمعیت و تغییر سلطه پرداخته اند. سه فصل بعدی کتاب به موضوعاتی مانند تناسب حسی، صنعت و مسأله فرهنگ و عشق، نفرت یا نارضایتی اشاره دارند و "زیبا، بی نظیر و ظریف"، "نمادها و ارزش های فرهنگی"، "محدودیت های جهانی" و "نتیجه گیری، آموزه های ما چه بودند؟" عنوان های ۴ فصل پایانی کتاب حاضر هستند.



محصول خوب، محصول بد

نویسنده: جیمز آل-آدامز

مترجم: شهرام خلیل نژاد

ناشر: دنیای اقتصاد

تعداد صفحه: ۲۳۲

آیا می دانید؟

کدام مورد به حفظ محیط زیست بیشتر کمک می کند؟
(در این خصوص چه پیشنهادی برای سازمانتان دارید؟)

- ☐ کاشت درخت
- ☐ بازیافت
- ☐ پاکسازی محوطه

پیشنهادهای سبزتان را به همراه پاسخ سوال تا تاریخ ۱۵/۱۰/۲۵ به آدرس f.tahmasbi@ibcco.midhco.com ارسال نمایید.
بهترین پیشنهاد در شماره بعدی خبرنامه توسعه مدیریت چاپ خواهد شد.

دوربین بابک مس

