

موضوع: مدیریت دانش

سمینار اثربخشی و کارایی در جلسات کمیته‌ها



مدیریت دانش خوشه‌ای
در اتحادیه میگاکمای ژاپن

معرفی: اتحادیه میگاکیا

سال تاسیس اتحادیه: ۲۰۰۳

به زبان ژاپنی

واژه "میگاکا" یعنی پرداخت
واژه "یا" یعنی انجمن صنفی

تعداد شرکت های عضو:

۴۷ تا سال ۲۰۱۱



صنعت: پرداخت فلز

برخی از محصولات و خدمات اتحادیه:

- کارد و چنگال
- ظروف غذاخوری فلزی
- وسایل آشپزخانه
- ریخته گری
- قالب سازی و غیره

محل اتحادیه:

در شهر تسوبام ژاپن که توسط اتاق بازرگانی و صنایع این شهرستان اداره می شود. این شهرستان مرکز شرکت های کوچک پرداخت فلز بوده است که برخی از آنها بیش از ۱۵۰ سال قدمت دارند.

نمونه‌ای از خدمات و محصولات شرکت‌های عضو



پیشینه صنعت و مسئله آن

قدرت صنعت پرداخت
فلز به زمان ساخت
چنگ‌های ژاپنی در
قرن ۱۷ بر می‌گردد.

این شرکت‌ها بیشتر
کارخانه‌های خود را به دلیل
نیروی کار ارزان‌تر به خارج از
کشور منتقل کرده‌اند.

حدود ۹۰ درصد ظروف
غذاخوری فلزی غربی‌ها را
تولید می‌کنند.

با این حال صنعت آنها با افت جدی مواجه شد!

چین به دلیل هزینه‌های پایین نیروی کار بازار را در اختیار گرفت و در
نتیجه تعداد فعالان این صنعت از ۱۷۰۰ نفر به ۶۰۰ نفر کاهش پیدا کرد.

چالش‌های شروع اتحادیه

در مورد چگونگی احیای صنعت خود به بحث نشستند.

- آنها ابتدا متوجه نقطه قوت خود نبودند. (به اشتراک گذاری دانش با هم و خلق دانش با همکاری هم برای احیای صنعت در حال زوال)
- متوجه نبودند که ایجاد خوشه صنعتی می‌تواند مهارت و دانش اصلی آنها را فراتر از شرکت های جداگانه تشریک کند.
- آنها ابتدا ۲ بار در ماه برای بحث و مذاکره دور هم جمع می‌شدند. اما در ابتدا قادر به توافق آراء برای احیای صنعت نبودند و این به این دلیل بود که آنها صرفاً خود را پیمانکار فرعی پرداخت فلز می دیدند.
- **تعارض و اعتماد** میان شرکت ها بسیار زیاد بود چون آنها شرکت های متفاوتی بودند.

اتفاق قانع کننده

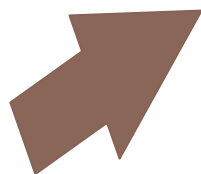
اتفاقی که طرز فکر اعضا را تغییر داد، زمانی بود که آنها در سال ۲۰۰۳ از یک کارخانه تولیدکننده ظروف غذاخوری در چین بازدید کردند. آنها از کارخانه های تولید کننده قابلمه و ماهی تابه بازدید کردند. آنها دیدند که عملیات پرداخت فلز توسط کارگران جوان، امکانات غیراستاندارد و در محیطی با امنیت پایین و تجهیزات کم به طور **کارآمد** انجام می شود. آنها متوجه شدند که هیچ راهی برای رقابت با چینی ها وجود ندارد.

تنها راه: گسترش کسب و کار خود به محصولات و خدمات باارزش افزوده بالاتر

۱. مدیریت دانش مشارکتی: مدل

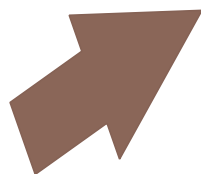
همه شرکت‌ها به اتحادیه پیوستند و شروع به
بازاریابی صلاحیت و دانش اصلی خود
در صنایع دیگری که نیاز به پرداخت فلز یا تولید
ظروف فلزی داشت، کردند.

مثل پزشکی، خودرو، فناوری و غیره



تنها راه: گسترش کسب و کار خود به محصولات و خدمات باارزش افزوده بالاتر

۲. مدیریت دانش مشارکتی: سیستم دریافت سفارش



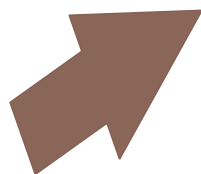
بعد آنها یک کتابچه راهنما تهیه کردند که اتاق بازرگانی نقش رابط با مشتری و شرکت‌های عضو را داشت. زمانی که یک درخواست از مشتری بالقوه دریافت می‌شد. تمامی شرکت‌های پرداخت فلز یک فکس از اتاق دریافت می‌کردند. هر شرکت یک نمونه محصول ارائه می‌کرد و مشتری هم می‌توانست با تمامی شرکت‌ها ملاقات و تصمیم بگیرد.

اگر سفارش مجدد می‌آمد اتاق سفارش را به طور مستقیم به همان شرکت ارجاع می‌داد.

تنها راه: گسترش کسب و کار خود به محصولات و خدمات باارزش افزوده بالاتر

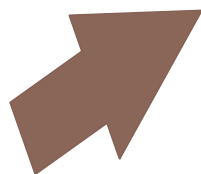
۳. مدیریت دانش مشارکتی: فناوری‌های نو

با بحث های فراوان در اتحادیه، آنها یک دانش بالقوه به نام "**پرداخت منیزیم**" در خود را شناسایی کردند که به طور گسترده‌ای در فناوری اطلاعات، تولیدخودرو و غیره مورد استفاده بود. همچنین اتحادیه صنعتگران حرفه‌ای این حوزه را گردهم آورد. بدین ترتیب شرایط ارائه خدمات پرداخت منیزیم فراهم شد و طیف خدمات گسترش پیدا کرد.



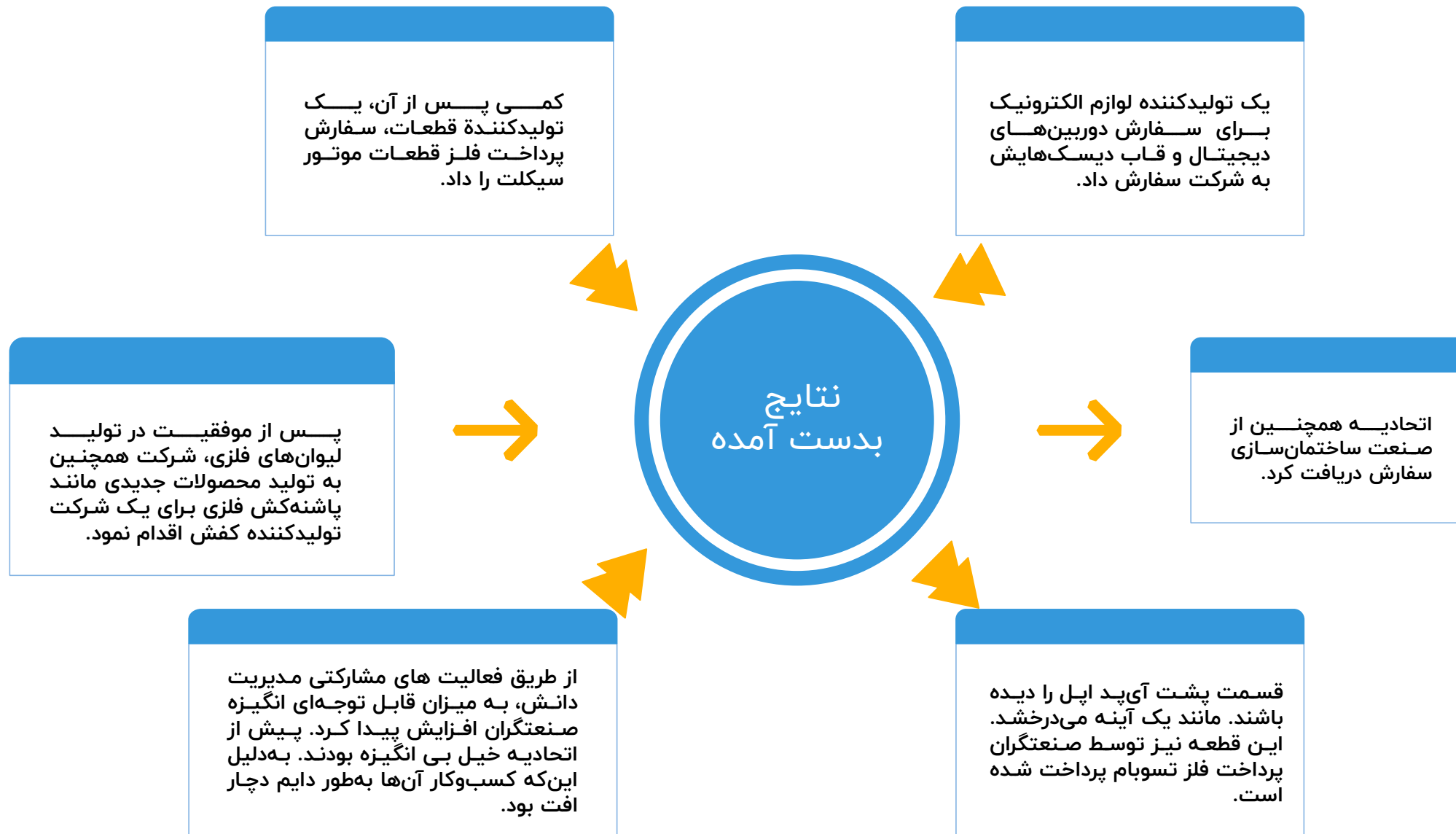
تنها راه: گسترش کسب و کار خود به محصولات و خدمات باارزش افزوده بالاتر

۴. مدیریت دانش مشارکتی: روابط عمومی



آنها از SEO برای بالا آمدن در جستجوهای اینترنتی استفاده کردند و اینکار چند مشتری بزرگ برای آنها داشت. برای جلب توجه روزنامه‌ها، مجلات و خبرنگاران، گروه روابط عمومی اتحادیه، اخبار هوشمندانه‌ای منتشر کرد. در نتیجه فعالیتهای اتحادیه در رادیو و تلویزیون پخش شد که نوعی تبلیغات رایگان برای آنها بود و به صنعتگران نیز انگیزه داد. **فعالیت‌های اتحادیه چنان محبوب شده بود که نخست وزیر ژاپن در سال ۲۰۰۶ از اتحادیه میگاکیا بازدید کرد.**

نتایج بدست آمده در خصوص تلاش های مشترک مدیریت دانش



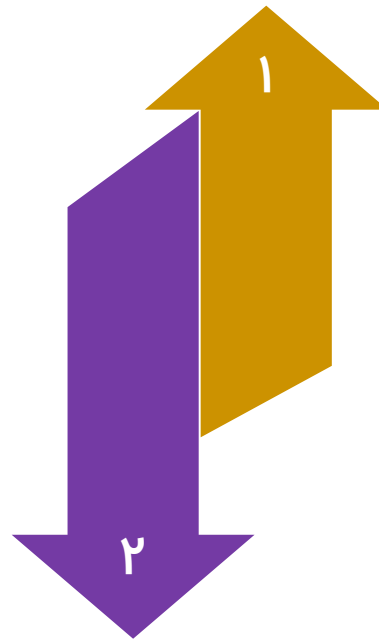
نتایج بدست آمده

درآمد صنعت در سال اول به ۲۰ میلیون ین، سال بعد به ۳۰ میلیون ین و ۱۰۰ میلیون ین در سال گذشته افزایش یافت. صنعتی که رو به زوال بود، از طریق به اشتراک‌گذاری و ارتقای دانش و مهارت‌های اصلی، خود را احیا کرد.

یکی از اعضای میگاکیا می‌گوید: «صنعتگران انحصارطلبانی بودند که مهارت‌های خوب خود را با افراد دیگر به اشتراک نمی‌گذاشتند. با این حال، متوجه شدیم که با گرد آوردن تخصص‌ها، هر شرکت کوچک می‌تواند توانایی خود را افزایش دهد و یک مجموعه تجاری بزرگ‌تری بنا کرد.»

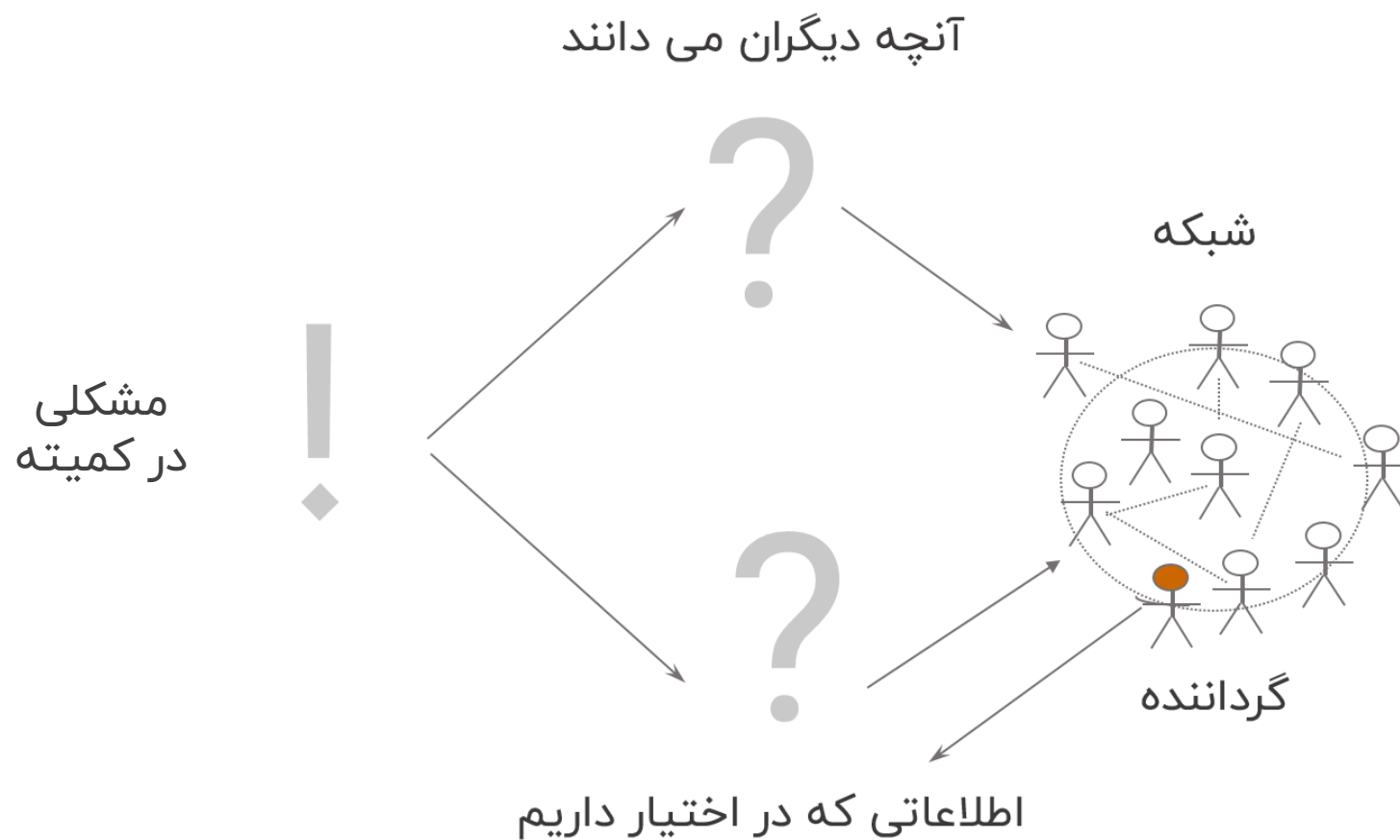
برخی از قدم‌های بعدی اتحادیه

ایجاد یک مرکز آموزشی به نام «میگاکیا ایچیبانگان» برای آموزش نیروهای جوان و کم کردن ریسک پیری شدن و خروج تکنسین‌های قدیمی صنعت



راه‌اندازی «اتحادیه گسترش فروش» برای دریافت سفارش‌های توسعه فروش از طریق بسته‌بندی، چاپ و ایجاد ابزار تبلیغاتی به‌جای صرفاً ساخت اقلام تازه

مدیریت دانش مشکل محور در جلسات کمیته ها



جهت آشنایی با خدمات "پویشگران عرصه سوم" برای تشکلهای کارفرمایی - اقتصادی و همچنین دریافت فایل‌های آموزشی ما، می‌توانید از راه‌های ارتباطی زیر استفاده فرمایید.

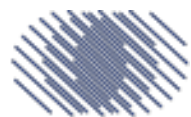
آدرس سایت: www.pouyeshgaran.org

کانال تلگرامی: <https://t.me/ar3>

شماره تلگرام: ۹۳۳۲۶۳۶۸۳۱ لطفا شماره ما را در فهرست مخاطبین خود اضافه کنید جهت دریافت تصاویر سمینارها

ایمیل: pouyeshgaran.ins@gmail.com

نشانی پویشگران: میدان جهاد (فاطمی) کوچه بهرام مصیری، شماره ۲۴، واحد ۴



پویشگران
عرصه سوم

تأسیسات سازی و توانمندسازی جامعه انجمنی ایران