



خبرنامه مدیریت دانش

شماره ۱۰۲

تیرماه ۱۴۰۳

در این خبرنامه :

- داستان‌سرایی برای به اشتراک‌گذاری دانش
- حکایت
- دانستنی‌های کوتاه و جالب
- بسته دانشی

حکایت

زندگی زیباست

شخصی که چای را آن قدر کم رنگ می‌نوشید که به سختی می‌توانستیم بفهمیم که آب جوش نیست! چربی و نمک هم اصلاً نمی‌خورد! ورزش می‌کرد و وقتی از او علت این کارهایش را می‌پرسیدیم، می‌گفت که این‌ها برای سلامتی بد است و سگته می‌آورد. او در چهل و پنج سالگی در اثر سگته قلبی درگذشت! چندی پیش یک زندانی در امریکا از زندان گریخت. به ایستگاه راه آهن می‌رود و سوار یک واگن باری می‌شود. در واگن به صورت خودکار بسته می‌شود و قطار به راه می‌افتد. او متوجه می‌شود که سوار فریزر قطار شده است. روی تکه کاغذی می‌نویسد که این مجازات رفتارهای بد من است، که باید منجمد شوم. وقتی قطار به ایستگاه می‌رسد، مامورین با جسد او روبرو می‌شوند. در حالی که فریزر قطار خاموش بوده است. منتظر هرچه باشیم، همان برایمان پیش می‌آید.

منتظر شادی باشیم، شادی پیش می‌آید.

<http://imaz.blogfa.com>

استفاده از داستان‌سرایی برای به اشتراک‌گذاری دانش و ایجاد ارتباطات بهتر

استفاده از داستان‌سرایی برای به اشتراک‌گذاری دانش و ایجاد ارتباطات بهتر

در شرکت خود چگونه اطلاعات را به اشتراک می‌گذارید؟ آیا به روشی جذاب ارتباط برقرار می‌کنید یا صرفاً آخرین دستورالعمل‌ها را به اشتراک می‌گذارید؟ اگر می‌خواهید توجه کارکنان خود را جلب کنید، از داستان‌های مرتبط استفاده کنید. احتمالاً به خاطر سپاری این داستان‌ها بیشتر است.

داستان‌ها مزایای زیادی دارند. آن‌ها می‌توانند:

- راه‌حل ارائه دهند
- برند شما را بسازند
- دانش را حفظ کنند
- به کارکنان آموزش دهند

فرانک لیپرت (۱)، عضو ارشد انجمن خدمات بازاریابی حرفه‌ای، در کالیفرنیا، توضیح می‌دهد که چگونه مطالعات موردی داخلی می‌توانند نشان دهند که چگونه رابطه با مشتری با گذشت زمان تکامل می‌یابد. داستان‌های مشتریان دو مزیت قابل توجه دارند. او می‌گوید: «اول اینکه این داستان‌ها دانش گذشته‌ای را که باید منتقل شود، حفظ می‌کنند. این موضوع به صورتی زیبا و معنادار، قدردانی از فروشندگان و مجریان باتجربه است.» دومین مزیت این است که «به فروشندگان و مجریان جوان‌تر این اطمینان را می‌دهد که این فرآیند می‌تواند نتیجه داشته باشد.» لیپرت تأکید می‌کند که داستان‌ها باید مختصر باشند - حداکثر ۱۵ دقیقه. مانند هر داستان خوب دیگری، خوب است موانع برطرف شده را به اشتراک بگذارید و توضیح دهید که چگونه تیم فنی به مشتری برای رسیدن به اهدافش کمک کرده است.

فروش و انجام کار هر دو به یک اندازه مهم هستند. او می‌گوید: «تا زمانی که داستانی در موردشان نشنویم، نمی‌دانیم چگونه هر کدام از آنها را به درستی انجام دهیم.»

برجسته کردن بهترین شیوه‌ها

مطالعات موردی داخلی بهترین شیوه‌هایی را که می‌تواند به تمام کارکنان یک شرکت کمک کند را به ما نشان می‌دهد. این موارد شاید در یک جلسه‌ی گروهی کوچکتر یا به عنوان بخشی از یک رویداد در سطح شرکت به اشتراک گذاشته شوند. همچنین می‌توان آنها را به عنوان فیلم‌های داخلی یا داستان‌هایی در اینترنت شرکت ارسال کرد.

هنگامی که شما در مورد یک پروژه پیچیده تجربیاتی را ارائه می‌دهید، استفاده از اینفوگرافیک‌ها و نمودارهای تعاملی می‌تواند کمک مناسبی به توضیح کامل‌تر آن فرآیند بکند لیپرت اشاره می‌کند که هر پروژه/حرفه و تخصصی با دیگری متفاوت است. با این حال، کارکنان فنی در شرکت‌های مختلف می‌توانند از یکدیگر بیاموزند. درس‌های آموخته شده از چند پروژه ممکن است در رقابت بعدی شرکت قابل اجرا باشد.

ارائه ایده‌هایی برای ایجاد ارتباطات در کنفرانس

چگونه می‌توان از یک کنفرانس نهایت استفاده را برد؟ برخی از کارکنان متخصص ممکن است مشتاق یادگیری در مورد پیشرفت‌های فنی باشند، اما در برقراری ارتباط با افراد جدید با مشکل مواجه شوند. کارکنان ارشد می‌توانند یک ویدئوی کوتاه یا داستانی از تکنیک‌هایی که برای ارتباط با دیگران استفاده می‌کنند را به اشتراک بگذارند. یک فرد با تجربه در کنفرانس می‌تواند نشان دهد که چگونه به روش‌های زیر روابط استراتژیک دوستانه برقرار کرده است:

- در زمان صرف غذا کنارکسی نشسته و بعد از آن ایمیل همکاری ارسال کردم.
- در مورد موضوع کنفرانس به گفتگو پرداخته و سپس اطلاعات مرتبطی را با ایمیل برای مخاطب فرستادم.
- قبل یا بعد از کنفرانس با شرکت‌کنندگان دیگر از طریق لینکدین ارتباط برقرار کردم.
- شرکت‌کننده چه کسی را باید ملاقات کند؟ هوش مصنوعی می‌تواند با بررسی پروفایل‌ها، افرادی با علایق مشترک و ارتباطات متقابل را پیشنهاد دهد. قبل از ملاقات با فرد جدید، هوش مصنوعی می‌تواند موضوعات شروع‌کننده مکالمات و موضوعات مورد علاقه مشترک طرفین را پیشنهاد دهد. همچنین می‌توانید به سادگی از کسی در مورد کارش و اینکه تا به حال چه چیزی را در کنفرانس بیشتر دوست داشته است، سوال کنید.

معرفی کارکنان جدید با استفاده از داستان‌های شخصی

شرکت شما به تازگی یک کارمند جدید استخدام کرده است. چگونه او را به پرسنل سازمان خود معرفی می‌کنید؟ شرکت‌ها ممکن است اطلاعاتی را در اینترنت، وبسایت یا رسانه‌های مرتبط آنلاین ارسال کنند. بسته به نوع معرفی، نوشتن یک یا دو جمله در مورد علایق کارمند جدید ممکن است مناسب باشد. آیا آنها در یک سازمان غیرانتفاعی فعالیت دارند، یا اینکه چگونه مسیر شغلی خود را انتخاب کرده‌اند؟

این اطلاعات شخصی می‌تواند همکاران را تشویق کند تا با کارمند جدید ارتباط برقرار کنند. زمانی که در یک شرکت چند رشته‌ای کار می‌کردم، داستان‌های کوتاهی برای اعلام ورود کارکنان متخصص جدید می‌نوشتیم. همکارانم به من می‌گفتند که از این اطلاعات خوششان می‌آید. به عنوان مثال، موارد زیر را در مورد کارکنان جدید یاد گرفتند:

- یک مهندس که مربی شنا هم بود، به دلیل اختلاف زمانی کمتر از یک ثانیه در مسابقات انتخابی، از پیوستن به تیم ملی شنای المپیک آمریکا جا ماند.
- یک مهندس آب‌های سطحی در زمان کودکی، مسیر جریان آبی در نزدیکی خانه‌اش را با استفاده از الوار تغییر داد.



بررسی اثرات فلوراید در آب آشامیدنی

چرا در آب فلوراید وجود دارد؟

آب، که روزانه بیشترین حجم مصرف مایعات ما را تشکیل می‌دهد، به عنوان مایع ضروری و اساسی در زندگی انسان‌ها شناخته می‌شود. این مایع اساسی به حدی ضروری است که اگر برای مدت زمان کوتاهی بدون دسترسی به آب باشیم، زمان باقی‌مانده برای زنده ماندن به چند ساعت تقدیر ما را تعیین می‌کند. با این حال، آبی که ما از آن استفاده می‌کنیم، اغلب خالص نیست و در بسیاری از نقاط جهان، به آن مقداری فلوراید افزوده می‌شود. از دوران‌های گذشته، فلوراید به عنوان یک ماده معدنی در آبهای آشامیدنی افزوده می‌شود، به طوری که حتی در طبیعت نیز مقدار اندکی از این ماده در آب، خاک، و مواد غذایی یافت می‌شود. با این وجود، استفاده از مقادیر بیشتر فلوراید در خمیر دندان، دهان‌شویه و سایر محصولات بهداشتی دهان و دندان تداوم یافته است. دلیل اصلی اضافه کردن فلوراید به آب و محصولات بهداشتی دهان و دندان، در پیشگیری از پوسیدگی دندان است. فلوراید به عنوان یک واکنشگر مؤثر می‌تواند از فرایند تخریب دندان‌ها جلوگیری کند و به تقویت ساختار دندانها کمک کند.

فلوراید چیست؟

فلوراید، یک عنصر شیمیایی است که در کره زمین وجود دارد و از ترکیب فلورین با مواد معدنی خاک به وجود می‌آید. وقتی که فلورین با عناصر معدنی خاک ترکیب می‌شود، تشکیل ترکیبات فلورایدی می‌دهد که به راحتی در آب حل شده و وارد آب‌های زیرزمینی می‌شوند.

تاکید بر همکاری بین بخش‌های مختلف

بر داستان‌هایی که نشان‌دهنده‌ی ارتباط متقابل بخش‌های مختلف مانند مالی، منابع انسانی و عملیات است، تأکید کنید. برای ساخت یک شرکت موفق به تیم‌های متنوع نیاز است. این نوع ارتباط داخلی می‌تواند اتحاد را در کل شرکت گسترش دهد و مأموریت مشترک شرکت را برجسته کند.

استفاده از هوش مصنوعی برای تحلیل داده

چه روندهایی را در شرکت خود مشاهده می‌کنید؟ از هوش مصنوعی برای تجزیه و تحلیل سریع داده‌ها استفاده کنید. نتایج ممکن است الگوهایی را نشان دهد. سپس برای تفسیر نتایج و اظهار نظر در مورد درس‌های آموخته شده و دستاوردهای اخیر، به سراغ یکی از متخصصین شرکت خود بروید.

بهبودسازی عملیات با استفاده از داستان

داستان‌سرایی داخلی باعث ایجاد علاقه می‌شود. جانانان گاتشال (۲)، نویسنده‌ی کتاب «حیوان داستان‌گو: چگونه داستان‌ها ما را به انسان تبدیل می‌کنند»، می‌گوید ما ذاتاً از داستان لذت می‌بریم. او توضیح می‌دهد: «داستان، چسب زندگی اجتماعی انسان است - گروه‌ها را تعریف می‌کند و آنها را کنار هم نگه می‌دارد.»

داستان‌ها می‌توانند به شرکت‌ها در به اشتراک‌گذاری اطلاعات سازمانی کمک کنند. یک داستان کوتاه، که در جلسه‌ی تیم یا روی ویدئو ارائه می‌شود، می‌تواند به یادماندنی‌تر از یک گزارش باشد.

منبع:

Use Internal Storytelling to Share Knowledge and Build Better Connections, Leslie Blaize, https://www.linkedin.com/pulse/use-internal-storytelling-share-knowledge-build-leslie-blaize-cpsm-3h8nc?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via, May.2.2024

[1] Frank Lippert

[2] Jonathan Gottschall

<https://www.kminstitute.org/blog/building-resilience-role-knowledge-management-organizational-adaptation-and-change-management>



تأثیرات دعا در زندگی



سوالی وجود دارد که شاید به ذهن خیلی از ما رسیده باشد؛ اینکه واقعاً تأثیر دعا بر زندگی چیست؟ دعا در ادیان و باورهای مختلف به‌عنوان یک راه ارتباطی با خدا مطرح می‌شود. خدا به دعاهايمان گوش داده و به ما، خانواده‌ی ما و هر کس دیگری که برای او دعا کنیم، برکت می‌دهد.

دعا یک مفهوم کاملاً شخصی است که اعتقاد به آن عمدتاً از پیشینه‌ی مذهبی و دینی افراد سرچشمه می‌گیرد. برای بعضی‌ها، دعا به معنای ذکر برخی کلمات و عبارات خاص دینی است در حالی که برای برخی دیگر، خودمانی‌تر بوده و نوعی صحبت غیر رسمی بین خودشان با خدا است. دعا کردن ریشه در این باور دارد که قدرتی بالاتر از ما هست که به حرف‌های ما گوش می‌دهد و می‌تواند بر زندگی ما تأثیرگذار باشد. دعا قلب و ذهن ما را به خدا نزدیک نگه می‌دارد. هیچ راه مشخصی برای دعا کردن وجود ندارد..

جالب است بدانید مدیتیشن هم نوعی دعا کردن محسوب می‌شود. هر چند که با دعای مذهبی تا حدود زیادی متفاوت است. در ادیان الهی هدف از دعا کردن، برقراری ارتباط با خداوند است.

اغلب ما هنگام تجربه اتفاقات ناگوار و یا شرایط پر استرس، دچار احساسات منفی و پریشانی می‌شویم؛ در چنین شرایطی دعا کردن اولین کاری است که به‌صورت ناخودآگاه به سراغ آن می‌رویم. دعا کردن باعث دفع احساسات منفی و کسب آرامش می‌گردد.

<https://raze4fasl.com>

از سری بسته‌های دانشی (مستندسازی تجربیات) مهندس اردشیر غزنوی

عنوان دانش

لزوم آشنایی کامل با صنعت پتروشیمی در راستای تحقق اهداف حسابرسی در این صنعت صورت مساله

مأموریت واحد حسابرسی داخلی، ارائه خدمات اطمینان‌دهی و مشاوره‌ای مستقل و بی‌طرفانه، به منظور ارزش‌افزایی و بهبود عملیات شرکت می‌باشد. حسابرسی داخلی با ایجاد رویکردی منظم و روش‌مند به شرکت کمک می‌کند که برای دستیابی به اهداف خود، اثربخشی فرآیندهای راهبردی، مدیریت ریسک و کنترل را ارزیابی نموده و بهبود بخشد. "ابتدای ورود به شرکت بازارگاد کارکنان سازمان از دادن اطلاعات، امتناع می‌کردند. این رویه رفته رفته با روشن شدن اهداف ترسیم شده برای کارکنان شرکت و برداشته شدن طرز نگاه منفی از بین رفت و کارکنان دریافتند که مدیر مالی جدید برای کمک به آنها و سازمان آنها آمده است لذا مدیریت مالی به یکی از بازوهای توانمند مدیریت شرکت برای اخذ تصمیمات مهم تبدیل شد."



حدیث



قَالَ عَلِيٌّ (عَلَيْهِ السَّلَامُ) لِكَمَيْلٍ

بْنِ زِيَادٍ: رُوَيْدَكَ لَا تَشْهَرُ، وَ آخْفِ

شَخْصَكَ لَا تُذَكِّرْ، تَعَلَّمْ تَعَلَّمْ وَ

اَضْمُتْ تَسَلَّمْ، لَا عَلَيْكَ إِذَا عَرَّفَكَ

دِينَهُ، لَا تَعْرِفِ النَّاسَ وَ لَا يَعْرِفُونَكَ.

آرام باش، خود را شهره مساز، خود را نهان دار که شناخته نشوی، یاد گیر قابلدانی، خموش باش تا سالم بمانی. بر تو هیچ باکی نیست، آن گاه که خدا دینش را به تو فهمانید، که نه تو مردم را بشناسی و نه مردم تو را بشناسند. (یعنی گمنام زندگی کنی.)

<https://snn.ir/fa/news>

صنعت پتروشیمی به دلیل ویژگی‌های خاص آن و به دلیل هدر رفت‌های پنهانی که در آن وجود دارد جزو صنایع سخت در حیطه حسابرسی بشمار می‌رود و نیازمند کسب تجربه و آشنایی با پیچیدگی‌های صنعت می‌باشد. سازمان حسابرسی در اولین بررسی‌های خود از شرکت ملی صنایع پتروشیمی در سال‌های ۱۳۷۲ و ۱۳۷۳ به دلیل عدم شناخت کافی از این صنعت و خصوصیات آن، به برخی از شرکت‌های زیرمجموعه شرکت ملی صنایع پتروشیمی، گزارش عدم اظهار نظر ارائه کرد. در حالیکه وقتی یک شرکت از سازمان حسابرسی گزارشی مبنی بر عدم اظهار نظر دریافت می‌کند یعنی صورت‌های مالی آن شرکت به قدری مبهم است که حسابرس قادر به رسیدگی و اظهار نظر نمی‌باشد. از این رو در فرآیند جذب و استخدام حسابرسان، هر فرد می‌بایست برای ورود به حیطه حسابرسی یک دوره آموزشی آشنایی با صنایع و واحدهای پتروشیمی را می‌گذراند تا با جزئیات کارخانجات پتروشیمی، محصولات و خط تولید آن آشنا شود. در شرکت بازارگاد، زمانی که حسابرسان سازمان حسابرسی در حال تدوین پیش‌نویس گزارش خود بودند با توجه به اینکه خوراک اصلی این کارخانه نمک بود و نمک آن از حوضچه‌های نمک پتروشیمی بندر امام تامین می‌شد، به یکباره با کسری مواد اولیه (یعنی همان نمک) در بررسی‌ها مواجه شدیم.

با توجه به اینکه کسری نمک بسیار بالا بود چنین چیزی قابل توجیه به نظر نمی‌آمد. واحد مشابه دیگری نیز در شیراز به نام واحد کلر آلکالی وجود داشت که به تازگی به عنوان طرح توسعه کارخانه آبادان راه‌اندازی شده بود و محصولات مشابهی را تولید می‌کرد. در واقع سوء تفاهم از آنجایی نشات می‌گرفت که میزان هدر رفت نمک در کارخانه شیراز تقریباً نصف این میزان در کارخانه آبادان بود و لذا حسابرسان سازمان حسابرسی قیمت تمام شده محصولات تولیدی واحد آبادان را نمی‌پذیرفتند.

با توجه به قدیمی بودن تجهیزات نصب شده در واحد آبادان شرکت بازارگاد، مقدار زیادی از نمک‌ها در حین فرآیند تولید از بین می‌رفت بطور مثال سل‌های تجزیه الکتریکی در واحد شیراز از تیتانیوم ساخته شده بود در حالیکه جنس آنها در کارخانه آبادان سیمانی بوده و به دلیل قدمت زیاد آنها بسیاری از آب نمک مصرفی از درزها و ترک‌های آن هدر می‌رفت. همچنین لودر مورد استفاده در آبادان که نمک‌ها را به مخزن تهیه آب نمک انتقال می‌داد فضای کمی در اختیار داشت و در اثر رفت و آمد روی نمک‌ها مقدار زیادی نمک در زیر چرخ‌های آن بصورت فشرده جمع شده بود. بررسی این موارد و توضیح آن برای حسابرسان سازمان حسابرسی منجر شد دلیل تفاوت این واحد با واحد شیراز توجیه پذیر شود.

شواهد اثر بخش بودن تجربه

بررسی این موارد و توضیح آن برای کارشناسان سازمان حسابرسی باعث شد دلیل تفاوت این واحد با واحد شیراز توجیه پذیر گشته و قیمت تمام شده محصولات شرکت شیمیایی بازارگاد مورد پذیرش قرار گیرد.

در فرآیند حسابرسی واحدهای پتروشیمی به دلیل عملیاتی بودن فرآیند و شرایط فنی و تخصصی حاکم بر آن، حسابرسان این صنعت می‌بایست بطور عینی و از نزدیک با فرآیند مورد نظر درگیر شوند و کل فرآیند را از خوراک ورودی تا محصول نهایی پیگیری کنند تا بتوان تعارضات و مشکلات موجود در گزارشات مالی را تا حد امکان کاهش داده و دلایل عملی توجیه‌پذیر برای آنها ارائه نمود.