



مدیریت دارایی های فیزیکی در راستای نیاز مشتری

مفهوم مشتری مداری و منافع آن بیش از پنجاه سال است که در عملیات تجاری و خدماتی مورد بحث قرار گرفته است. علیرغم این واقعیت، بسیاری از سازمان ها هنوز در همسو کردن کامل خود ، خصوصا در بخش های عملیات و مهندسی، با الگوی مشتری مداری دچار مشکل می باشند.

فلسفه ی مدیریت دارایی متعارف، مدیریت چرخه ی دارایی از زمان طراحی و ساخت تا نگهداری و تعویض دارایی ها است. این فلسفه بیانگر یک مدل دارایی محور است. برعکس، در فلسفه ی مدیریت دارایی مشتری محور تمام تصمیمات با مشتریان آغاز می شود. هدف از رویکرد مشتری محور شناسایی اولویت ها برای مدیریت دارایی ها است. در مدل دارایی محور، عملکرد معمولا به عنوان دارایی های تحویل شده به موقع و به صورت ارزان قیمت اندازه گیری می شود؛ در حالی که در مدل دارایی مشتری محور، عملکرد دارایی درباره ی دستیابی به رضایت مشتریان/سهم داران است.

این کارگاه مسائل و چالش های اساسی را که یک سازمان را از مشتری محور شدن در مدیریت دارایی هایش باز می دارد تشریح می کند. برای غلبه بر این موانع، کارگاه مراحل عملی و دستورالعمل ها را برای اجرای یک رویکرد مشتری محور برای مدیریت دارایی از طریق تغییرات در فرهنگ، ساختار، فرایندها و سنجش عملکرد سازمان بیان می کند.

این کارگاه شامل ارائه مطالعات موردی (Case Studies) از صنعت راه آهن و صنعت آب و برق هنگ کنگ درباره ی برنامه ریزی راهبرد مشتری محور و راهبرد دارایی بلندمدت خواهد بود. این مطالعه برای شرکت MTR نشان داد که هنگ کنگ از حمل و نقل عمومی در سال ۲۰۲۰ چه انتظاراتی دارد، و برنامه ی ادامه کار و یا جایگزینی دارایی ها در MTR را مشخص کرد. همچنین مطالعه برای شرکت آب و فاضلاب سیدنی بر اساس کاهش هزینه ی چرخه ی عمر مشتری محور برای تعمیر و جایگزینی دارایی های زیرساخت شهری به ارزش ۳ میلیارد دلار نیز در این کارگاه ارائه می گردد.

جی هورتون