

حضور KWC در دومین همایش ملی آب و فاضلاب

مهندس فتاح در این بازدید به مسئول غرفه گفتند: «من محصولات KWC را به خوبی می‌شناسم و این محصول از کیفیت خوبی برخوردار است. فقط قیمت آن گران است و اقشار متوسط را در نظر نگرفته است.»

مسئول غرفه KWC نیز به ایشان توضیح داد: «دوش کم مصرف KWC با تکنولوژی پیشرفته آب و هوا را ترکیب می‌کند و تا ۵۰ درصد بدون لطمه به آسایش مصرف‌کننده، در مصرف آب صرفه‌جویی می‌نماید، اما فقط ۲۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شده است.

این محصول نه تنها اقشار متوسط، بلکه قشر کم درآمد را هم می‌تواند پوشش دهد و مصرف‌کننده در طول یک سال با هزینه صرفه‌جویی شده



در قبض آب، می‌تواند قیمت این دوش را جبران کند.»

البته همین‌جا باید اضافه کنیم که چون ما یک کالای تجاری عرضه می‌کنیم، همیشه در مظان این اتهام هستیم که اطلاعات ما جنبه تبلیغاتی دارد و با واقعیت تطبیق ندارد. البته این وظیفه مجامع علمی است تا اهمیت وسایل کاهنده در مصرف آب را جدی بگیرند و با تحقیق و بررسی اثرات مثبت آن، اعداد واقعی صرفه‌جویی و مقایسه آن با قیمت تمام شده آب را تدوین و اعلام کنند. همان کاری که در مورد لامپ کم مصرف انجام شده است و به این نتیجه رسیده‌اند که هر لامپ کم مصرف در طول یکسال به اندازه یک بشکه نفت خام صرفه جویی می‌کند.

در طول دو روز برگزاری این نمایشگاه عده زیادی از شرکت کنندگان از غرفه KWC بازدید کردند و با وسایل کاهنده مصرف مانند آبفشان، شیرهای فشاری، فلاش تانک کم مصرف، دوش کم مصرف و شیر اتوماتیک از نزدیک آشنا شدند.

در این نمایشگاه دو CD یکی در مورد انواع وسایل کاهنده مصرف و مقدار آبی که می‌توان با این وسایل صرفه جویی نمود و دیگری بررسی خطرات سرب در شیرهای غیر استاندارد، بین بازدیدکنندگان توزیع شد.

اگر شما هم علاقمند به داشتن این دو CD هستید، لطفاً با ایمیل و یا تلفن ماهنامه تماس بگیرید تا برای شما ارسال شود.

دومین همایش ملی آب و فاضلاب با رویکرد بهره‌برداری بهینه از آب، در روزهای ۱۶ و ۱۷ مهر ماه سال جاری در محل پژوهشکده نیرو

برگزار شد.

مدیران آب و فاضلاب کل کشور اساتید و دانشجویان که بالغ بر ۱۰۰۰ نفر بودند، دو روز متوالی و در سه سالن این پژوهشکده در سخنرانی‌ها و کارگاه‌های مختلف شرکت کرده و سطح اطلاعات خود را به روز کردند.

این همایش از طرف تعدادی از شرکت‌های مرتبط با صنعت آب و فاضلاب پشتیبانی شد که شرکت KWC نیز از جمله آنها بود.

باید یادآور شویم که KWC تنها تولیدکننده شیرهای بهداشتی، شرکت کننده در این همایش ملی بود. دلیل آن نیز تولید انواع محصولات کاهنده مصرف آب توسط این شرکت است.

از سالیان گذشته همیشه مسئله صرفه‌جویی در آب یکی از اهداف اصلی شرکت KWC بوده، در آینده نیز این مسئله مبرم، همواره در برنامه‌های تحقیقاتی و تولیدی نقشی به سزایی خواهد داشت.

آقای مهندس فتاح وزیر نیرو به عنوان میزبان، اولین سخنرانی را در همایش انجام دادند. ایشان گفتند: «با وجود همه مشکلاتی که به دلیل بروز خشکسالی بی سابقه در کشور به وجود آمد، با همت همکاران در تابستان امسال، ما شاهد جیره‌بندی آب نبودیم.»

وی همچنین با توجه به مشکل کم آبی، مدیریت صحیح کنترل تقاضا آب را یکی از راهکارهای اساسی مبارزه با کم آبی دانست.

سخنران بعدی آقای مهندس نامجو مدیر عامل شرکت آبفای کشور بود، ایشان گفتند: «پاشنه آشیل صنعت آب قیمت تمام شده آن است.»

آقای مهندس فتاح وزیر محترم نیرو از نمایشگاه جنبی این همایش که غرفه KWC نیز در آن محل بود، بازدید نمودند.

سرمقاله

حدود ده سال پیش برای عده‌ای از ایرانیان، نامه‌هایی از یک کشور آفریقایی فرستاده می‌شد که آنها را دعوت به عقد قراردادهای صوری در معاملات نفتی آن کشور می‌نمود. کلیه نامه‌ها با سربرگ شرکت نفت آن کشور آفریقایی و با نام و امضاء شخصی مدیران نفت آن کشور بود. این شیوه کلاهبرداری که بسیار طبیعی و مستند به نظر می‌رسید، بعضی‌ها را تحریک به شرکت در آن می‌نمود. در همان زمان در چند نشریه ایران به این مسئله اشاره شد و آشکار شد که این کار یک روش کلاهبرداری بین‌المللی است. از این نوع نامه‌ها برای ثروتمندان و صاحبان صنایع خیلی از کشورهای جهان فرستاده شده، حتی برای کشورهای اروپایی.

چندی بعد خیلی اتفاقی در یکی از نشریات اروپایی مقاله‌ای دیدم که به همین موضوع پرداخته بود. خبرنگار با پیگیری‌های زیاد، پرده از بسیاری از اسرار این شبکه برداشته و مدعی بود که چون آن کشور آفریقایی نیاز به ارز خارجی داشته، مقاماتش به صورت تلویحی با هر گونه کلاه برداری بین‌المللی موافقت کرده و دست خلافکاران را باز گذاشته بودند.

به همین دلیل بود که خلافکاران بدون ترس از پیگیری قانونی در کشور خودشان از کاغذ، آرم و اسم افراد صاحب نام استفاده می‌کردند و در سطحی به این وسعت مبادرت به کلاهبرداری نموده بودند.

چند وقتی است که از صنایع چین، خبرهایی از بی دقتی و تقلب در ساخت تولیدات این کشور به گوش می‌رسد. آخرین مورد آن موضوع شیر خشک‌هایی بود که تولیدکننده شیر را به وسیله آب رقیق می‌کرد و برای اینکه غلظت آن مورد تردید قرار نگیرد، به وسیله پودر ملامین شیر را تغلیظ

می‌نمود. تاکنون این افزودنی غیر مجاز باعث مسمومیت تعداد زیادی از مصرف‌کننده‌ها گردید. چهار کودک در گذشته‌اند و بیش از ۶۰ هزار کودک در بیمارستان‌ها بستری شدند. آمار کسانی که به سنگ کلیه مبتلا شده‌اند و یا در آینده خواهند شد، هنوز مشخص نشده است.

ابتدا صحبت از یک کمپانی خطاکار بود. بعد معلوم شد که ۳ کمپانی به این کار مبادرت کرده و بالاخره تاکنون ۳۳ تولیدکننده شیر خشک و سایر محصولات لبنی تولیدشده از شیر و شیر خشک، تقلب‌شان آشکار شده است حتی کشور نیوزلند بود که این تقلب صنعتی را فاش کرد، نه خود چین.

مدتی پیش هم مسئله عروسک‌ها و اسباب بازی‌های چینی مشکل آفرین شد و باز آزمایش کشورهای صنعتی مشخص کرد که علاوه بر وجود آلودگی میکروبی در مواد اولیه آنها، رنگ مصرف شده در این اسباب بازی‌ها، که مستقیماً مورد استفاده کودکان خردسال قرار می‌گیرد نیز از مواد سمی ساخته شده است. به همین دلیل کشورهای اروپایی و آمریکا ورود این نوع وسایل را به کشور خود ممنوع کردند. با توجه به این موارد و بسیاری اشکالات دیگری که در سالیان اخیر در کالاهای این کشور دیده شده، به نظر می‌رسد که چین نیز مانند آن کشور آفریقایی مذکور قرار است که به هر صورت که شده، ارزش بیشتری وارد کشورش کند. به همین دلیل اهرم‌های کنترل و نظارت بهداشتی را از روی کالاهای خود برداشته است.

همین‌جا باید یادآور باشم که کشور چین بسیار پهناور است و از صنایع بسیاری برخوردار می‌باشد و در هر بخش صنعت، تولیداتی با کیفیت خوب نیز دارد که حتماً به دلیل همین کیفیت بهتر گران‌تر هستند. ولی اصولاً چون چین به‌ارزانی توجه‌ای زیاد دارد، کنترل کیفیت را تا حد زیادی فدای این ارزانی کرده است.

در مورد شیرهای آب نیز همین مورد صدق می‌کند، بسیاری از شیرهای آب چینی از استاندارد لازم در مورد مقدار سرب، آرسنیک و سایر شبه فلزات سنگین برخوردار نیست و این شیرها خطرات زیادی را برای مصرف‌کننده در پی دارد. صنایع شیرهای بهداشتی چین تمام کوشش خود را معطوف ظاهر فریبنده کالاهای خود نموده، بی آنکه این شیرها از تله‌رانس‌ها و عمر مفید بالایی برخوردار باشند.

بیباید باور کنیم هیچ ارزانی بی حکمت نیست. آیا برای شما قابل قبول است که با کمی صرفه‌جویی مالی آن هم در کوتاه مدت خود و خانواده‌تان را در معرض انواع مسمومیت‌ها قرار دهید؟ آن هم خطراتی که بعضی اوقات سالها طول می‌کشد تا تاثیرات آن آشکار شود.



مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن ایران



پانل‌ها را داده‌اند و فروشگاه‌ها، از نشانه‌ها و تبلیغات این کارخانه پر شده است. درحالی که KWC فقط در سال اول و یک بار پانل داده است که در حال حاضر کهنه شده و جلب توجه نمی‌کند. KWC همچنین هستند، تابلوی سر در و دیگر مواد تبلیغاتی کوچک نظیر هدیه‌های یادگاری برای مشتری نیز ندارد. این‌ها هزینه قابل توجهی ندارد، اما در فروش تاثیر بسیار زیادی دارد. درعین حال، در حال حاضر در تلویزیون‌های شهری تبریز تبلیغات KWC شروع شده که ما نمی‌توانیم دقیقا میزان تاثیر آن را محاسبه کنیم، اما بدون شک تاثیر خوبی داشته است.

فرهاد: نکته دیگری که برای فروش محصولات لازم است، حضور فعال‌تر در نمایشگاه‌هاست. KWC در نمایشگاه لوازم ساختمانی تبریز حضور کم‌رنگی داشت، با یک غرفه کوچک که چندان جذاب هم نبود. حتی برای نمایشگاه پانل جدید هم نیاورده بودند و همین پانل‌های کهنه را برای تزیین غرفه بردند. این اصلا در حد KWC نیست. کارخانه‌ای که محصولاتی به این کیفیت دارد، باید حضور شیک‌تری هم در نمایشگاه‌ها و هم در فروشگاه‌ها داشته باشد. به جز این، من پیشنهاد می‌کنم KWC تا مدتی قیمت‌های خود را بالا نبرد.

به نظر شما محصولات KWC در تبریز تا چه میزان می‌تواند فروش داشته باشد؟



فرهاد: از آنجایی که در تبریز کیفیت ساختمان‌سازی به نسبت بقیه شهرستان‌های کشور بالاتر است، به نظرم حداقل KWC می‌تواند تا چهار برابر میزان فعلی در تبریز مشتری داشته باشد. قابل توجه است که بدانید بیشترین فروش ما مربوط به محصولات گران قیمت تر KWC نظیر شیرهای دوما بوده است و محصولات کم قیمت KWC از میزان توجه کمتری برخوردار بودند.

چه انتقادی به مدیریت KWC دارید؟

فرهاد: مهمترین انتقاد ما فروش خارج از سیستم نمایندگی‌هاست. برخی از مشتری‌های ما مستقیما از کارخانه خرید می‌کنند و این برای نمایندگی بسیار دلسرد کننده است. به هر حال نماینده در هر شهرستان زحمت می‌کشد تا محصولات کارخانه را معرفی کند و این درست نیست که کارخانه مستقیما به فروش محصول بپردازد، خارج از عرف صنفی است.

فرزاد: مسئله دیگر که برای ما پیش آمده، اعطای نمایندگی متعدد بدون درجریان قرار دادن نمایندگی‌های دیگر است. KWC در منطقه ولیعصر تبریز که محدوده فعالیت ماست، اقدام به اعطای نمایندگی به فروشگاه‌های دیگری کرده و لازم بود حداقل اگر نیاز به مشورت هم نمی‌دید، ما را در جریان کار قرار می‌داد. کارخانه‌های دیگر، برای اضافه کردن نماینده جدید، حتما با دیگر نمایندگان خود مشورت کرده، جلسه می‌گذارند و نمایندگان را به هم معرفی می‌کنند تا ارتباط درست در بازار برقرار شود. اما KWC این کار را نکرده است و ما به عنوان قدیمی‌ترین نماینده از این مسئله گله‌مند هستیم و انتظار داشتیم کارخانه نماینده خود را پشتیبانی و تقویت کند.

ممنون از اینکه وقت خود را در اختیار ما گذاشتید و در مصاحبه شرکت کردید.

فرهاد: آنهایی که در مناطق خوب شهر کار می‌کنند، بیشتر از KWC استفاده می‌کنند، اما در مناطقی که قیمت‌ها پایین‌تر است، سازنده‌ها ترجیح می‌دهند برای پایین آوردن هزینه، از محصولات ارزان‌تری استفاده کنند.

به نظر شما KWC برای بهبود بازار محصولات خود چه کاری باید بکند؟

فرزاد: به نظر من تبلیغات در حال حاضر برای KWC بسیار ضروری

ابتدا خودتان را معرفی کنید و بفرمایید چند سال است نمایندگی KWC را برعهده دارید؟

من فرهاد و برادرم فرزاد اکبری والا هستیم و حدود ۴ سال است که در تبریز نمایندگی KWC را در اختیار داریم.

دلایل تصمیم شما برای در اختیار گرفتن نمایندگی KWC چه بود؟ چه ویژگی‌هایی در محصولات KWC دیدید؟

فرهاد: مهمترین و اصلی‌ترین تفاوت محصولات KWC با دیگر شیرآلات ایرانی یا چینی، کیفیت آنهاست. مشتری‌های ما در تبریز عموما به کیفیت اجناس اهمیت می‌دهند. ما برای حفظ مشتری و راضی نگه داشتن آنها لازم بود تا جنس با کیفیتی را عرضه کنیم. KWC نیز از این لحاظ قابل اطمینان بود و ما با خیال راحت این جنس را به مشتری‌های خود پیشنهاد می‌کنیم.

فروش محصولات KWC در این مدت چگونه بوده است؟ آیا شما راضی هستید؟

فرزاد: KWC در ابتدای امر ناشناخته بود و کمتر کسی را می‌دید که آن را بشناسد، مگر آدم‌های خاص. در این شرایط فروش آن نسبت به مارک‌های ایرانی دیگر دشوار بود. در طی این چند سال شرایط کار خیلی بهتر شده است و مشتری‌ها کم کم KWC را می‌شناسند و فروش راحت‌تر است.

فرهاد: البته قیمت محصولات KWC نسبت

به مارک‌های مشابه‌اش گران‌تر است و این هم از جمله مسائلی بود که در ابتدا مشکل ایجاد می‌کرد. مشتری مارک شناخته شده‌تر را با قیمت پایین‌تر می‌دید و مشکل می‌شد به او بقبولاند که KWC بخرد.

به نظر شما این گران بودن قابل توجیه است یا اینکه بی‌منطق به نظر می‌رسد؟

فرهاد: ما به عنوان فروشنده می‌توانیم تشخیص دهیم که کیفیت محصولات KWC بهتر است و گران بودن آن نیز به خاطر همین کیفیت بالاست. اما برای مشتری، خصوصا در ابتدا، قبول این مسئله سخت بود، چرا که KWC شناخته شده نبود. اما حالا دیگر کم کم محصولات KWC امتحان خود را پس داده و بسیاری از مصرف‌کننده‌ها کیفیت محصولات را تجربه کرده‌اند.

امسال نیز ما در کشورمان دچار مشکل کم آبی هستیم، شما می‌دانید استفاده از محصولات KWC چقدر از مصرف آب کم می‌کند؟

فرهاد: بله، اگر همه شیرهای یک واحد مسکونی KWC باشد، حدود ۵۰ درصد کمتر آب مصرف می‌شود. این به خاطر طراحی اصولی و علمی این شیرهاست. ما این مسئله را نیز به مشتری‌ها گوشزد می‌کنیم که تاثیر زیادی در جلب نظر مشتری‌ها دارد.

آیا می‌توانید برآورد کنید که چه عاملی بیشتر موجب جلب نظر مشتری‌هایتان برای خرید محصولات KWC می‌شود؟

فرهاد: قبل از هر چیز کیفیت.

در مورد گارانتی چطور؟ آیا مشتری به این مسئله اهمیت می‌دهد؟

فرزاد: بسیار زیاد. این روزها دیگر مسئله گارانتی برای مشتری در اولویت است. همه در مورد گارانتی سؤال می‌کنند و KWC نیز از این بابت جایگاه خوبی دارد.

استقبال انبوه سازان از محصولات KWC چگونه بوده است؟

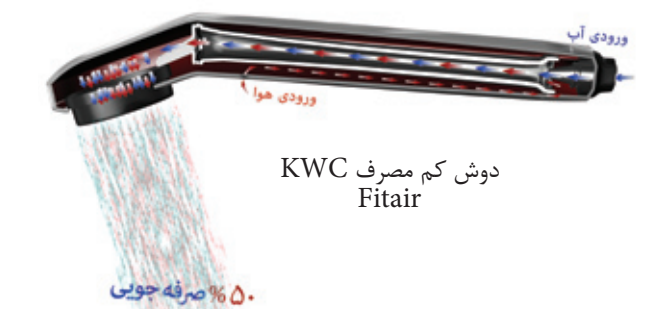


است. باید خود را به مشتری بشناساند. ما در اینجا بروشور و کاتالوگ به اندازه لازم نداریم. در بسیاری از موارد مشتری‌ها دنبال کاتالوگ کاملی هستند که با انواع محصولات KWC آشنا شوند. وقتی هم کاتالوگ رسمی کارخانه با ریز قیمت‌ها وجود داشته باشد، مشتری راحت‌تر و بیشتر اعتماد می‌کند. در درجه اول لازم است تا KWC نسبت به انتشار کاتالوگ، بروشور و دیگر اقلام تبلیغاتی اقدام کند. مورد دیگر درامر تبلیغات، پانل و استند است. شما ببینید مثلا برخی شرکت‌های تولیدکننده شیرآلات به همه نمایندگان‌های خود انواع

مدیریت صرفه جویی در مصرف آب با استفاده از وسایل کاهنده

آن بالا می‌رود و به این دلیل در دوش خلاء ایجاد می‌شود و از طریق سوراخ تعبیه شده بر روی بدنه شیر مقداری هوا وارد سیستم شده و با آب مخلوط می‌گردد. این مخلوط ضمن اینکه نیاز مصرف کننده را برای شستشو به خوبی تامین می‌کند، فشار آب را در مناطق کم فشار، بالا می‌برد اگر بخواهید شخصاً این مورد را آزمایش کنید یکبار هنگام استحمام با دوش های معمولی راه آب زیر دوشی یا وان را مسدود کنید و مقدار آب را اندازه بگیرید. بار دیگر با استفاده از دوش کم مصرف و طبق همان شرایط قبلی از نظر زمان استحمام، دوباره آب باقی مانده در زیر دوشی یاوان را اندازه بگیرید. تفاوت همان مقدار آبی است که در هر بار استحمام صرفه جویی خواهد شد.

یعنی اگر دوش حمام با دوش کم مصرف جایگزین شود، ۵۰ درصد نیز در این مرحله آب صرفه جویی خواهد شد. مکانیزم صرفه جویی به وسیله دوش کم مصرف را در این تصویر ملاحظه می‌کنید .



نحوه مصرف صرفه جویی آب از طریق دوش بدین صورت است:

آب مصرف شده خانوار برای دوش به لیتر $280 = 70 - 350$
آب صرفه جویی شده به وسیله دوش کم مصرف به لیتر $140 = 50\% \times 280$
کل آب صرفه جویی شده برای حمام خانوار به لیتر $160 = 20 + 140$
در محاسبه مشخص می‌شود که ۱۶۰ لیتر برابر است با ۴۵ درصد مصرف روزانه یک خانوار، همه روزه صرفه جویی می‌شود، آن هم بدون تغییر

کیفیت مصرف و یا تعداد استحمام . حالا اگر به الگو مصرف خانوار مراجعه کنید خواهید دید که ۲۰ درصد از مصرف روزانه آب یک خانوار در حمام است و به این شکل یعنی با استفاده از وسایل کاهنده مصرف از این مقدار می‌توانید ۴۵ درصد صرفه جویی کنید .

در شماره های آینده نیز سایر بخش های باقی مانده از الگو مصرف را بررسی نموده و صرفه جویی به دست آمده از طریق استفاده از وسایل کاهنده مصرف را محاسبه خواهیم نمود .

دوش کم مصرف KWC

۵۰٪ صرفه جویی در مصرف آب



در شماره گذشته پر مصرف ترین بخش الگو مصرف آب در خانوار یعنی مصرف آب در توالت مورد بررسی قرار گرفت. در آن جا دیدیم که با استفاده از وسایل کاهنده مصرف و بدون تاثیر بر بهداشت خانواده می‌توان ۵۶ درصد در مصرف آب صرفه جویی نمود . حالا بار دیگر به الگو مصرف آب در خانواده نگاه می‌کنیم تا ببینیم رتبه دوم مصرف به کدام بخش اختصاص دارد .



همان گونه که ملاحظه می‌کنید حمام رتبه دوم را دارد . این بار بررسی اثر وسایل کاهنده مصرف مقدار صرفه جویی در مصرف آب هنگام استحمام را محاسبه خواهیم کرد . مصرف آب در حمام به دو بخش تقسیم می‌شود، یکی برداشت از شیر آب و دیگری دوش . طبق تحقیق به عمل آمده در یک استحمام به طور متوسط یک نفر ۷۰ لیتر آب مصرف می‌کند که ۲۰ درصد این مصرف از شیر و ۸۰ درصد از دوش است . اگر یک خانواده را ۵ نفر در نظر بگیریم که هر کدام یکبار در روز استحمام می‌کنند مصرف یک خانوار این گونه خواهد بود :

لیتر بار نفر
مصرف روزانه در حمام به لیتر $350 = 70 \times 1 \times 5$

اگر ما درحمام از شیر اهرمی استفاده کنیم و آن شیر را هم به آیفشان مجهز کنیم (کلیه شیرها ی KWC علاوه بر اهرمی بودن مجهز به آیفشان نیز هست) ۳۰ درصد در مصرف آب صرفه جویی خواهد شد چون آیفشان باعث

می‌شود که آب با هوا ترکیب شود و اهرمی بودن نیز زمان بازکردن آب و زمان مخلوط شدن آب سرد و گرم را تقلیل می‌دهد. محاسبه صرفه جویی در این قسمت بدین شکل است:



مقدار صرفه جویی لیتر
مصرف آب از طریق شیر حمام به لیتر $70 = 20\% \times 350$

مقدار صرفه جویی به لیتر
مقدار صرفه جویی لیتر $20 = 30\% \times 70$

شما حتماً شستشوی اتومبیل ها در کارواش را دیده اید. در آنجا آب به وسیله پمپ با مقدار زیادی هوا مخلوط شده و با حجم زیاد و به شدت اتومبیل را می‌شوید ولی اگر به زمین نگاه کنید مقدار آب مصرف شده، شما را به تعجب می‌اندازد چون بسیار اندک است. در دوش های کم مصرف نیز همان گونه که دیده می‌شود از همین مکانیزم استفاده می‌شود.

آب وقتی وارد قسمت داخلی دوش می‌شود طی شیوه خاصی سرعت عبور

سخنی با مدیران

در شماره‌های گذشته، ۶ اشتباه مدیران را که باعث عدم پیشرفت آنها و دست نیافتن به اهدافشان می‌گردد، بر شمردیم که عبارتند از :

۱- عدم مسئولیت پذیری

۲- عدم موفقیت در ایجاد انگیزه پیشرفت کارمندان

۳- گروه‌گرایی

۴- اعمال مدیریت یکسان بر افراد

۵- فراموش کردن اهمیت سود

۶- تکیه کردن بر مشکلات به جای اهداف

این بار به هفتمین اشتباه خواهیم پرداخت و ۶ مورد باقی مانده را نیز به تدریج در شماره‌های آینده بررسی خواهیم کرد .

۷- سعی در کنترل نتایج به جای تاثیر بر شیوه‌ها

اکثر مدیران معمولاً به نتایج فکر می‌کنند و سعی دارند ، در اسرع وقت به نتیجه مطلوب برسند ولی زیاد نگران اینکه ، این نتیجه از چه راهی بدست آمده، نیستند .

این روش شاید در کوتاه مدت مثمر ثمر باشد ولی در زمانی طولانی ، کم بازده و حتی بعضی اوقات خطرناک و پردردسر است .

ممکن است این نتایج با سه شیوه غلط حاصل شود. حال بررسی می‌کنیم که چه مشکلاتی در اثر این سه روش می‌تواند برای سیستم یک مدیر به وجود آید.

اولاً ممکن است نتیجه اتفاقی بدست آمده باشد و در بارهای بعدی افراد نتوانند دوباره به همان نتیجه برسند. به عنوان مثال اگر یک گلف باز به دقت راه و روش ضربه زدن به توپ را نیاموزد و بارها و بارها این کار را تمرین نکند، ممکن است به صورت اتفاقی ضربه‌ای بزند که توپ در سوراخ بیافتد. ولی او این را کار نمی‌تواند دوباره تکرار کند چون مهارت لازم را ندارد . «مهارت یعنی انجام کارهای تکراری با بهترین نتیجه ، در کمترین زمان و با هزینه و خطر اندک .» پس خوشحالی ما از وارد شدن توپ به سوراخ، مدت زیادی دوام نخواهد داشت .

ثانیاً ممکن است این نتیجه از طرقی بدست آمده باشد که پیامدهای منفی آن ، درآینده نه تنها ارزش آن نتیجه را از بین ببرد بلکه باعث دردسرهای

زیادی شود . یکی از مثال‌هایی که در این مورد می‌توان زد گل مارادونا است که در جام جهانی سال ۱۹۸۶ به تیم انگلستان زد. هر چند این گل کاپ جام جهانی را برای آرژانتین به ارمغان آورد ولی به دلیل عواقبی که زدن این گل برای مارادونا داشت فکر نمی‌کنم ، اگر عقربه زمان به عقب باز می‌گشت ، او یکبار دیگر توپ را با دست روانه گل می‌کرد.

ثالثاً گاهی ممکن است از راهی درست نتیجه‌ای درخشان بدست آید ولی هنوز این پرسش باقی بماند که آیا راه بهتر ، سریع‌تر و ارزان‌تری برای رسیدن به این نتیجه وجود نداشت ؟ به عنوان مثال مردی که همسرش همیشه برای او استیک‌های آبدار و خوشمزه‌ای می‌پخت متوجه شد که او قبل از انداختن گوشت در ماهیتابه قسمتی از بالا و پایین آن را می‌برد و دور می‌ریزد. مرد با تعجب پرسید: دلیل این کار چیست؟ همسرش گفت: من این شیوه را از مادرم یاد گرفته‌ام و در کیفیت استیک بسیار مؤثر است. چندی بعد مرد مادر زنش را دید و از او پرسید: شما چرا سر و ته استیک را می‌برید؟ او هم گفت: من این شیوه را مادرم یاد گرفته‌ام. بالاخره مرد که مادر بزرگ همسرش هنوز زنده بود به دیدن او رفت و علت را از او پرسید، مادر بزرگ بعد از کمی فکر به یاد آورد که چون ماهیتابه‌اش کوچک بوده، سر و ته گوشت را می‌بریده تا در آن جا شود . بسیاری از اوقات کارمندان ما کارها را طبق یک عادت قدیمی و با شیوه‌ای غیر اصولی به نتیجه می‌رسانند و ما هم چون فقط به نتیجه فکر می‌کنیم ، هرگز شیوه آنها را مورد بررسی قرار نمی‌دهیم و از آنها نمی‌پرسیم آیا به شکلی بهتر هم می‌شد، این کار انجام شود یا نه ؟

به یاد داشته باشید وظیفه یک مدیر دانستن فرق بین خوب و بد نیست .این کار را اکثر مردم بلدند بلکه وظیفه یک مدیر تشخیص بین «خوب و خوب‌تر» و «بد و بدتر» است . به یاد داشته باشید بهره‌وری هنگامی بالا می‌رود که مدیران شناخت خود را نسبت به کارمندان هر روز بیشتر کنند و به طور مؤثری طرز فکرها و عادات غلط ، ترس‌ها و موانع بازدارنده‌ای که در ذهن کارمندانشان رسوخ کرده را بشناسند و سعی در بر طرف کردن آن بنمایند. یک مدیر باید به جای تمرکز بر روی نتایج و کنترل آن ، سعی بر شناخت و تاثیر بر روی شیوه‌ها داشته باشد .

برگرفته از کتاب ۱۳ اشتباه مدیران

دابلو استیون بران

اخبار KWC

۱- شرکت KWC در نمایشگاه مصالح ساختمانی و کاشی و سرامیک یزد از ۲۶ الی ۳۰ مهر ماه شرکت نمود . ماهنامه KWC به دلیل همزمانی برگزاری این نمایشگاه با زمان انتشار موفق به ارائه گزارش این نمایشگاه نگردید، در ماه آینده اخبار مربوط به نمایشگاه یزد را در اختیار شما قرار خواهیم داد.

۲- در آبان ماه سال جاری نیز این شرکت در نمایشگاه آب و فاضلاب تهران حضور خواهد داشت. این نمایشگاه ۸ الی ۱۱ آبان ماه برگزار می‌شود. گزارش این نمایشگاه نیز ماه آینده ارائه خواهد شد.

دانشگاه شریف هستند، در این پروژه شرکت دارند. ایران علاوه بر کمک نقدی، ساخت میزی را که قطعاتی با وزن بالغ بر ۳۰۰ تن، بر روی آن قرار می‌گیرد، با هزینه ۶۰۰ میلیون تومان تقبل کرده که این میز در کارخانه هپکو اراک ساخته و تحویل پروژه گردید.



سرمایه‌گذاری کلان ایران در بخش آب و فاضلاب
مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور از سرمایه‌گذاری ۲۵۰ تریلیون ریالی در بخش آب و فاضلاب کشور خبر داد.
مجید نامجو در دومین همایش ملی آب و فاضلاب در پژوهشگاه نیرو گفت: با وجود این میزان سرمایه‌گذاری، صنعت آب و فاضلاب کشور اکنون با چالش بزرگ تثبیت قیمت‌ها مواجه است.
«روزنامه هموطن سلام ۱۶ مهرماه ۱۳۸۷»

نصب ۱۰۰ شیر کاهنده مصرف آب در مصلی بزرگ المهدی بیرجند
مدیر امور آب و فاضلاب بیرجند گفت: به منظور ترویج فرهنگ صحیح مصرف آب و براساس بازدیدهای انجام شده و اعلام نیاز، تعداد ۱۰۰ دستگاه شیر کاهنده مصرف آب در سرویس‌های بهداشتی مصلی بزرگ المهدی بیرجند نصب شد.
مهندس محمود نادى اظهار کرد: با توجه به اعلام نیاز ۱۵۰ دستگاه شیرکاهنده مصرف و محدودیت در واگذاری با تعداد ۱۰۰ دستگاه موافقت شد.

وی بیان داشت: نصب شیرآلات مزبور از محل اعتبارات مدیریت مصرف سال ۸۷ تامین اعتبار شده است.
لازم به ذکر است، در طی دو سال اخیر عملیات آبرسانی و نصب انشعابات مصلی المهدی توسط امور آب و فاضلاب بیرجند اقدام شده و اجرای شبکه‌های جمع‌آوری فاضلاب این منطقه نیز در دستور کار شرکت آب و فاضلاب استان قرار دارد.

«روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب خراسان جنوبی ۱۶ مهرماه»

آزمایشگاه CERN

در این شماره گزارشی از پروژه CERN تقدیم شما می‌کنیم. پروژه‌ای که چون بزرگترین پروژه علمی تاریخ بشر است، در مرکز ثقل توجه محافل علمی و خبری جهان قرار گرفته است.
شاید این سؤال پیش آید که چرا ماهنامه یک کارخانه تولیدکننده شیرهای آب، به معرفی آزمایشگاه CERN می‌پردازد.
دلایل ما به این شرح است:

۱- از آنجایی که شرکت KWC به تحقیقات بهاء می‌دهد، وظیفه خود می‌داند که تحقیقات بزرگ دنیا را به خوانندگانش معرفی کند.
۲- خوانندگان ما اکثراً مهندسان، کارشناسان و دانشجویان هستند، در نتیجه با توجه به اینکه این روزها پروژه CERN در مرکز توجه اخبار جهان قرار دارد، ممکن است این عزیزان سئوالاتی در مورد مهمترین آزمایش تاریخ داشته باشند که امیدواریم این گزارش به بخشی از آنها



پاسخ دهد.

۳- این آزمایشگاه در مرز کشور سوئیس و فرانسه بنا شده و از مدیریت سوئیسی برخوردار است. سؤال اینجاست که چرا کشور سوئیس (که محل تولد کارخانه KWC در ۱۳۰ سال پیش است) برای انجام این پروژه انتخاب شده است؟ زیرا این کشور از اهمیت تحقیقاتی و علمی بالایی در جهان برخوردار است.

برای آسان‌تر شدن درک موضوع مطالب این بحث به صورت پرسش و پاسخ تنظیم شده است.

CERN چیست؟ آزمایشگاهی است به شکل سیلندر دایره‌ای به طول ۲۷ کیلومتر که در عمق صد متری زیر کوه بنا شده است.

در CERN چه چیزی آزمایش می‌شود؟ بررسی اثرات برخورد دو پروتون از روبرو با سرعتی نزدیک به سرعت نور. این برخورد شبیه به اتفاقی است که در زمان بیگ بنگ روی داده است البته در ابعادی بسیار کوچکتر.

چرا این آزمایشگاه ۱۰۰ متر زیر کوه ساخته شده است؟ کره زمین هر لحظه در معرض برخورد با تعداد بسیار زیادی از ذره‌های سرگردان در کهکشان قرار دارد. ورود این ذرات به سیستم آزمایش باعث اختلال در نتایج بدست آمده می‌شد، به همین دلیل آزمایشگاه در این عمق ساخته شده تا از تاثیر این ذرات مصون باشد.

چرا طول آزمایشگاه ۲۷ کیلومتر است؟ همان گونه که می‌دانید سرعت نور ۳۰۰/۰۰۰ کیلومتر در ثانیه است، چون قرار است پرتون‌ها در شتاب دهنده CERN به سرعتی در حدود ۲۷۰/۰۰۰ کیلومتر در ثانیه برسند، طول این آزمایشگاه را ضریبی از این عدد یعنی ۲۷ کیلومتر در نظر گرفته‌اند، در واقع هر پروتون در هر ثانیه ۱۰ هزار بار در این تونل می‌چرخد.

چگونه این شتاب‌دهنده می‌تواند سرعت ذرات را به این مقدار بالا ببرد؟ در تمامی ۲۷ کیلومتر طول شتاب دهنده، مغناطیس‌های بسیار قوی کار گذاشته شده که با استفاده از خاصیت ابر رسانایی می‌توانند ذره

پروتون را تا این سرعت شتاب دهند.

می‌گویند این آزمایش شکست خورده و دستگاه خراب شده است؟ شروع شکل‌گیری این آزمایشگاه در سال ۱۹۵۴ بوده و اکنون بعد از گذشت ۵۴ سال به اولین آزمایش‌های خود نزدیک می‌شود و ممکن است تا رسیدن به نتایج چشمگیر هنوز سالیان زیادی فاصله داشته باشد. اصولاً آزمایش‌های علمی احتیاج به حوصله و دقت دارد و باید بارها و بارها مورد آزمون و خطا قرار گیرد. ادیسون برای کشف آلیاژ Filament لامپ، ۵۰۰ آلیاژ مختلف را مورد آزمایش قرار داد تا بالاخره تنگستن را کشف کرد.

آیا صحیح است که این آزمایش می‌تواند برای جهان خطرناک باشد؟ یک تئوری وجود دارد که می‌گوید در اثر برخورد پروتون‌های پر شتاب، ممکن است پدیده‌ای مانند سیاه‌چاله به وجود آید. ولی در صورت صحت این تئوری، به قدری ابعاد این سیاه‌چاله‌ها کوچک خواهد بود که به نظر نمی‌رسد، بیش از لحظه‌ای پایداری داشته باشند، به همین دلیل خطر این پروژه برای جهان صفر است.

چند کشور در این پروژه شرکت دارند؟ ۵۱ کشور که به سه دسته تقسیم می‌شوند. دسته اول ۱۹ کشور اروپایی پایه‌گذار این پروژه. دسته دوم ۶ کشور بزرگ غیر اروپایی، شریک مستقیم پروژه که اکثر هزینه‌های CERN را تقبل کرده‌اند و بالاخره دسته سوم ۲۶ کشور همکار، که ایران نیز در این دسته قرار دارد.

آیا ایران نیز به صورت تحقیقاتی در این پروژه حضور دارد؟ بله، ۴ دانشمند و ۳ دانشجوی رشته دکترا که همگی از

اخبار آب

نصب شیرهای کاهنده مصرف در قالب طرحی ملی اجرا می‌شود
مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب کشور از نصب شیرهای کاهنده مصرف آب در قالب طرحی ملی خبر داد و گفت: در صورت حمایت دولت از این طرح می‌توان آن را وارد فاز اجرایی کرد.
«مجید نامجو» در این خصوص افزود: حمایت از بخش صنعت در قالب تولید وسایل کاهنده آب مانند شیرآلات از برنامه‌های این طرح است.
«خبرگزاری ایرنا ۳ مهر ۱۳۸۷»

هشدار وزیر نیرو در مورد ادامه مشکلات کم آبی
پرویز فتح، وزیر نیرو در حاشیه دومین همایش ملی آب و فاضلاب کشور با توجه به پیش‌بینی سازمان هواشناسی مبنی بر پایین بودن میزان بارندگی در فصل‌های سرد، از احتمال ادامه تاثیر خشکسالی در زمستان و تابستان سال آینده خبر داد.

وی گفت: با توجه به این شرایط باید صرفه‌جویی در مصرف آب و برق را همچنان جدی ادامه دهیم.

فتح تصریح کرد: وضعیت بارندگی‌ها با گذشت ۱۶ روز از شروع سال آبی ۸۸ مطلوب نیست.

«روزنامه همشهری ۱۷ مهرماه ۱۳۸۷»

سردبیر: آزاده کریمی

گرافیک: یحیی پاکدل

عکس: شراره کسروی / سجاد تبریزی

حروفچینی: سیما پیریایی

لیتوگرافی و چاپ: آهو

تهیه شده در مشار ایران ۸۸۸۲۲۸۶۰

moshariran@yahoo.com