

وسایل نوظهور کاهنده مصرف آب



فشاردست یا حتی پا، شیر را ببندیم و دست و صورت یا بدنمان را با صابون بشوییم. سپس با یک فشار دوباره آب را با همان درجه و فشار قبلی باز کنیم. راحتی این وسیله باعث می شود که مصرف کننده بدون ترس از دست دادن فشار و حرارت مورد نظر، وقتی که به آب احتیاج ندارد به راحتی آب را قطع می کند.



۴- کیسه صرفه جویی در آب فلاش تانک
با پرکردن این کیسه از آب و قرار دادن آن داخل فلاش تانک در هر بار استفاده از آن ۲ لیتر آب صرفه جویی می شود و این یعنی

با وجود آنکه استرالیا یک قاره نسبتاً کم جمعیت است و در بسیاری از نقاط آن مشکل کم آبی وجود ندارد، ولی به دلیل احترامی که استرالیایی ها برای مصرف بهینه آب به دلیل قیمت گران آن قائل هستند و به دلیل نیاز دنیا به وسایل کاهنده مصرف آب، کمپانی Today Water اقدام به اختراع و ساخت تعدادی وسایل کاهنده مصرف نموده که بعضی از اقلام کم مصرف مانند دوش کم مصرف، آیفشان و شیرهای فشاری زمانی وارد بازار ایران گردیده، ولی بعضی هنوز به بازار ایران نیامده. با توجه به مشکل کمبود آب در کشور که روز افزون نیز می باشد. برای آشنایی مصرف کنندگان و مدیران آب کشور با این پدیده به معرفی چند نمونه از این کالاها می پردازیم.



۱- پمپ صرفه جویی
این پمپ کوچک با داشتن یک ترموستات، بین لوله آب گرم و سرد و قبل از شیر آب نصب می گردد. اگر مثلاً درجه ترموستات را روی درجه ۶۰ بگذارید و شیر آب گرم را باز کنید، تا زمانی که

آب به ۶۰ درجه نرسیده داخل لوله آب سرد پمپ می شود و از هدر رفتن آن جلوگیری می گردد و به محض اینکه به درجه مورد نظر رسید آب گرم از شیر خارج می شود. با این روش مصرف کننده می تواند سالی هزاران لیتر آب صرفه جویی کند. قیمت این پمپ ۴۷۰ دلار استرالیا است.



۲- شناور صرفه جویی فلاش تانک توالت
فلاش تانک های (سیفون) قدیمی که یک حالت هستند، بانصب این شناور در داخل سیستم به دو حالت تغییر می یابد. یعنی با یک بار فشار دکمه، فقط ۲ لیتر و با دو فشار کلیه ظرفیت

فلاش تانک تخلیه می شود. این شناور به آسانی بر روی کلیه فلاش تانک های ۹ الی ۱۱ لیتر قابل نصب است و می تواند تا ۵۰٪ در مصرف آب توالت صرفه جویی کند، که این مقدار برابر با ۱۶۰۰۰ لیتر آب در سال، برای یک خانواده چهار نفره استرالیایی است. قیمت آن ۱۳ دلار استرالیا است.

۳- وسیله صرفه جویی در شیر حمام و دستشویی

این وسیله بر روی شیرهای دو طرفه نصب می شود. وقتی ما مخلوط مناسبی از نظر حرارت و فشار آب داشته باشیم، می توانیم با

سرمقاله

در اواسط آبان ماه امسال باران زیبایی می بارید. در حالی که مشغول رانندگی بودم، رادیو اتومبیل روشن بود و گوینده درباره زیبایی باران صحبت می کرد. ناگهان متوجه شدم که گوینده محترم رادیو دچار یک توهم نادرست شده و با خوشبینی می گوید: « با این بارش باران امیدوارم که مشکل کم آبی در سال جاری حل شود».

البته بارها دیده شده حتی مسئولین و متخصصین نیز دچار همین اشتباه شده، حل مشکل کم آبی را در گرو بارش چند دقیقه یا چند ساعت یا حتی چند روزه برف یا باران دانسته و ابراز امیدواری می کنند، مشکل کم آبی حل شود. در حالی که این اظهار شادمانی ها، ممکن است ثمره سال ها و ماه ها کار تخصصی در جهت رشد فرهنگ صرفه جویی آب، در افکار شهروندان را در چند لحظه به باد دهد.

کار فرهنگی ای که خود این مسئولان، برای مهار مصرف لجام گسیخته، به آن نیاز مبرم دارند و از طریق همین وسایل ارتباط جمعی، زحمات زیادی کشیده شده و هزینه های فراوانی پرداخت گردیده تا این فرهنگ به تدریج به وجود آید. حال ببینیم چرا این شادمانی به دور از واقعیت است؟

دو نوع نزولات آسمانی باعث غنی سازی ذخایر می گردد، برف و باران. آب باران معمولاً جذب زمین شده و سفره های زیر زمینی را غنی می کند و برفی که در کوهستان می بارد به تدریج در فصل بهار ذوب شده و رودخانه ها را پر آب می کند. آب این رودخانه ها است که داخل سدها ذخیره می شود. حالا فرض کنیم در یک سال به اندازه کافی برف و باران ببارد و تمامی گنجایش سدها پر شود و سفره های آب زیر زمینی غنی گردد، در واقع، ظرف مصرف کلان شهرهای مانند تهران مملو از آب گردد، با توجه به افزایش بی رویه جمعیت شهرهای بزرگ و الگوی مصرف

غلط، پر شدن کامل این ظرف نیز کفاف مصرف را نخواهد داد. یک مثال بزنم، فرض کنیم برای یک مهمانی بزرگ یک دیگ پر از غذا درست کرده ایم که به خوبی می تواند صد نفر را سیر کند. اگر جمعیت مهمانی به دوپست نفر برسد، چون حجم دیگ را نمی توان اضافه کرد، تنها راه حل این است که همه با دقت و به دور از اصراف غذای مختصری بردارند، در این صورت شاید سیر کردن همه افراد مهمانی امکان پذیر شود. ولی اگر جمعیت به سیصد نفر برسد، دیگر به هیچ وجه نمی توان آن عده را با این دیگ سیر کرد. در حال حاضر شرایط کلان شهرها مانند همین مهمانی است. جمعیت زیاد شده و اکثر مهمانان اهل بریز و بیاش هستند. این در حالی است که ظرفیت دیگ هم ثابت است. پس باید جلوی اضافه شدن تعداد مهمانان را بگیریم و همه باید در مصرف صرفه جویی کنیم. حالا فکر کنید هر چند وقت یکبار متولی مهمانی با خوشحالی به اطلاع همه برساند که چند بشقاب پلو رسیده و مشکل کمبود غذا حل شده. فکر می کنم با این خبر غیر کارشناسانه همه آموزش های مبنی بر کم مصرف کردن و صحیح مصرف کردن کم رنگ شده و انگیزه صرفه جویی از بین می رود.

ممکن است بپرسید: پس چگونه است که در سالیان اخیر با توجه به کمبود نزولات آسمانی و اضافه شدن مصرف هنوز هم آب در لوله ها جریان دارد؟ طبق نظر کارشناسان مدتی است که ما از ذخیره سفره های زیر زمینی استفاده می کنیم و اگر در به همین پاشنه بچرخد و فکری برای جلوگیری از ازدیاد جمعیت در شهرهای بزرگ نشود و به موازات آن آب موجود در منابع را به دقت و در کمال صرفه جویی مصرف نکنیم، دیر یا زود دچار کم آبی و جیره بندی شده و به نقطه بحران می رسیم. یعنی در طول شبانه روز چندین ساعت آب هر محله قطع خواهد شد.

مسئله کنترل جمعیت و مهاجرت به کلان شهرها در حیطه قدرت عموم مردم نیست و احتیاج به یک مدیریت قوی دولتی و با برنامه ریزی حساب شده دارد. ولی مسئله صرفه جویی در مصرف آب یک مسئله ملی و مربوط به تک تک همشهريان است و این صرفه جویی فقط با آموزش و اطلاع رسانی، امکان پذیر است. بهتر است واقعیت را با مردم در میان بگذاریم تا بدانند این مشکل دائمی و طولانی است و روز به روز شرایط وخیم تر می شود و بارش مقداری برف و باران هیچ مشکل را حل نمی کند و همیشه به صرفه جویی و دقت در مصرف آب احتیاج داریم.

یکی از بهترین شیوه های کنترل، استفاده از وسایل کاهنده مصرف آب می باشد. زیرا بدون اینکه در آسایش و بهداشت عموم مردم خللی وارد شود، مقدار زیادی آب صرفه جویی می شود. ضمن اینکه این راه حل سریع الوصول است، دقیقاً مانند آنچه در مورد لامپ کم مصرف اتفاق افتاد.

۵- قرص تشخیص خرابی فلاش تانک

چون فلاش تانک ها ممکن است بدون هیچ صدایی آب را هدر دهند و به دلیل بی رنگ بودن آب این هدر رفتن، قابل تشخیص نیست، با انداختن این قرص در داخل فلاش تانک بعد از ۱۵ دقیقه اگر داخل توالت رنگی شد، معلوم می شود فلاش تانک



نشستی دارد. که با تعمیر آن روزانه ۴۰ لیتر آب صرفه جویی می کنید، و این یعنی ۱۵۰۰۰ لیتر در سال. قیمت آن ۴ دلار استرالیا است. در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر می توانید به نشانی سایت این کمپانی مراجعه فرمایید:

WWW.TODAEWATER.COM



مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن ایران



فروشگاه شماره یک



ما بسیار جذاب و قابل تأمل است. ما نیز بعد از پیشنهاد KWC به مشتری، این مسئله را گوشزد می کنیم و عموماً دلیل انتخاب KWC توسط مشتری، کیفیت آن و صرفه جویی در مصرف آب است.

شما به عنوان نماینده KWC، چه پیشنهادی برای فروش بیشتر محصولات دارید؟

چاپ بروشورهای تبلیغاتی و ساخت تیزرهای انیمیشن که طرز کار شیرها را نشان دهد تا نمایندگان فروش بتوانند آن را توسط رایانه و یا دستگاه‌های ویدئویی به مشتری نشان دهند. بیمه کردن سرویس‌کار، فرستادن لباس کار فرم با آرم KWC، تهیه ابزار و جعبه ابزار با آرم KWC، چاپ کارت ویزیت برای سرویس‌کارها که هم تبلیغ محصول است و هم دلگرم کردن خود آن‌ها. استندهای KWC بسیار قدیمی و رنگ و رو رفته شده است، تعویض آن‌ها و ساخت دکور زنده که آب در آن جریان داشته باشد، از جمله کارهای

مثبتی است که در این رابطه می‌توان انجام داد.

به عنوان نماینده چه انتقادی به مدیریت KWC دارید؟

مشکل ما قبول نماینده جدید بدون اطلاع ماست. ظاهراً KWC به علتی که ما از آن بی خبریم نماینده جدید در کرمان پذیرفته و از آن بدتر اینکه حتی به ما خبر نیز نداده‌اند. ما به عنوان نماینده قدیمی به انحای مختلف در طی سالیان سعی کردیم تا KWC شناخته شود. ما از طرف فروشگاه تیزر تلویزیونی ساختیم که بارها نیز از شبکه استانی و شبکه سراسری پخش شد. حتی در مجلات محلی برای KWC آگهی داده‌ایم. حالا بعد از این همه سال، حتی اگر کارمان ایراد داشت، به نظرم لازم بود اول به ما گفته می‌شد و با مشورت ما نماینده جدید آن هم با حفظ حریم گرفته می‌شد. در حال حاضر شکل برخورد KWC با نماینده‌ها، خارج از عرف بازار است و به نظرم لازم است برای دلگرم کردن نماینده، در این روش تجدید نظر شود.

ممنون از اینکه وقت خود را در اختیار ما گذاشتید.



فروشگاه شماره دو

مدل‌های جدید در ایران را ندارد، مدل‌های جدید و به روز را از سوئیس با تیراژ محدود وارد کند تا شأن خود را حفظ کرده باشد. در این صورت اگر قیمت آن بسیار بالا هم باشد، باز هم مشتری خود را پیدا می‌کند. ما این جمله را بارها از زبان مشتری شنیده‌ایم که «این هم که مثل بقیه است».

به نظر شما چه عواملی در فروش مؤثر است؟

فروش بستگی به نوع برخورد فروشنده با مشتری دارد. فروشنده باید بتواند طوری جنس را به مشتری معرفی کند که برای خرید قانع شود. در واقع این وظیفه فروشنده است که بتواند جنس را بشناساند و مشتری را مطمئن کند. ما چون نمایندگی داشتیم از ابتدا خود را موظف می‌دیدیم تا هرچه در کارخانه تولید می‌شود را بفروشیم. تاکنون هم به طور نسبی از فروش راضی هستیم. در حالت عادی اگر در مورد اجناس توضیحی به مشتری داده نشود، مشتری از خرید پشیمان می‌شود، این مسئله به خصوص در مورد اجناسی با قیمت بالا و مارک‌هایی که هنوز شناخته نشده‌اند، بسیار بیشتر است.

گارانتی KWC چگونه است؟ آیا مشتری‌ها را جلب می‌کند؟

گارانتی برای مشتری هر روز بیشتر از روز قبل اهمیت پیدا می‌کند و یکی از پارامترهایی است که همواره در مورد آن سؤال می‌شود. گارانتی KWC برای مشتری خوب است، لاقلاً از دیگر تولیدکننده‌ها چیزی کم ندارد. اما دو مسئله وجود دارد، یکی اینکه بازهم توقع از KWC بیشتر است به خاطر پرستیژ BRAND و دوم اینکه سرویس‌کار از گارانتی KWC رضایت ندارد. به گفته سرویس‌کارها، از زمان فرستادن برگه گارانتی تا به نتیجه رسیدن آن، بعضاً چندین ماه طول کشیده و این برای سرویس‌کار ایجاد مشکل می‌کند، به طوری که دو نفر سرویس‌کار در این مدت ادامه همکاری با ما را به ضرر

خود دیده و قطع همکاری کردند. ما با استخدام یک سرویس‌کار متخصص و بیمه کردن او از طرف فروشگاه سعی کردیم این نقیصه را جبران کنیم، به طوری که در حال حاضر مشتری KWC حداکثر ۶ ساعت بعد از تماس از خدمات پس از فروش بهره می‌گیرد. شیرآلات یدکی به صورت زاپاس نیز از دیگر تدابیری بود که ما به سرویس‌کار خود داده‌ایم تا در صورت نیاز از آنها به صورت موقت استفاده کنیم و مشتری تا رسیدن شیر اصلی دچار مشکل نشود. به جز این ما محصولات KWC را با ۵ سال گارانتی و ۲ سال تعویض می‌فروشیم. دو سال تعویض تعهدی است که کارخانه نسبت به نمایندگی ندارد ولی ما برای بدست آوردن بازار از طرف خودمان این تعهد را قبول کرده‌ایم، این مسئله نیز حدوداً سالی سه تا چهار مورد است ولی برای بدست آوردن بازار لازم است که این تعهد را به مشتری ارائه دهیم.

ما امسال نیز دچار مشکل کم آبی در کشور هستیم، علاوه بر این اقلیم استان کرمان نیز، کویری است. اینکه استفاده از شیرهای KWC می‌تواند حدود ۵۰ درصد در مصرف آب صرفه جویی کند، برای کرمانی‌ها قابل توجه بوده است؟

همانطور که گفتید، کرمان در منطقه کویری قرار دارد. امسال در شمال شهر کرمان، در منطقه شهداد، محلی شناسایی شد که ظاهراً قرار است به عنوان گرم‌ترین نقطه کره زمین ثبت بین‌المللی شود و دمای سایه آن در تابستان در روز ۸۰ درجه سانتیگراد است. این خود نشان از کویری بودن منطقه و جدی بودن مشکل آب در کرمان دارد که در طول تاریخ همواره وجود داشته است. میانگین بارش باران در استان، ۱۸۰ میلیمتر است و حداکثر آن در سال‌های پر باران به ۲۵۰ میلیمتر می‌رسد. آب شهر نیز از هزاران سال پیش از قنات بوده و در حال حاضر از طریق چاه‌ها تامین می‌شود. همه این‌ها باعث شده تا خصلت صرفه جویی در مصرف آب در کرمانی‌ها وجود داشته باشد و این مسئله برای اهالی کرمان بسیار جدی است. اینکه با شیرآلات KWC حدود ۵۰ درصد در مصرف آب صرفه جویی می‌شود برای مشتری‌های



خودتان را معرفی کنید و بفرمایید چند سال است نماینده KWC را در کرمان بر عهده دارید؟

من مجید هدایتی هستم. از حدود پنج سال پیش که فکر می‌کنم از روزهای اول KWC بود، نمایندگی این محصولات را قبول کردم و از آن تاریخ با دو فروشگاه بزرگ در سطح شهر کرمان به عرضه محصولات KWC پرداختیم.

دلیل خاصی برای قبولی نمایندگی KWC داشتید؟

اگر به مجموعه اجناس فروشگاه ما دقت کنید، به وضوح مشخص است که بهترین‌های این صنعت را می‌فروشیم. من به تجربه دیده‌ام که اگر کالا دارای کیفیت باشد، دیگر قیمت بالای آن موضوعیت ندارد و کالا جایگاه خود را پیدا می‌کند. اوایلی که ما KWC را در فروشگاه‌ها عرضه می‌کردیم، بسیاری حتی ما را مسخره می‌کردند و می‌گفتند: «وقتی سرویس بهداشتی ۷۰ هزار تومانی در بازار وجود

دارد، شما چطور می‌خواهید سرویس ۲۵۰ هزار تومانی بفروشید؟» حتی یکی از دوستانم می‌گفت که فلانی سادگی کرده‌ای و کلاه سرت گذاشته‌اند و این کالا به فروش نمی‌رود و از این قبیل صحبت‌ها... در جواب سؤال‌تان باید بگویم، ما دوست داریم در فروشگاه‌مان کالاهایی با بالاترین کیفیت را عرضه کنیم و از همین رو تمام سعی خود را برای معرفی KWC انجام دادیم.

فروشتان در این سالها چطور بود؟

در این چند سال فروش ما به نسبت بد نبود. سال پیش درهنگام تغییر و تحولات KWC از ما خواسته شد تا مقدار زیادی از محصولات این شرکت را خریداری کنیم، ما نیز خرید زیادی انجام دادیم، در حالی که انبار خودمان نیز پر بود. این مسئله باعث شد تا چند ماهی خرید جدیدی از KWC نداشته باشیم و شائبه کم کاری نمایندگی به وجود بیاید اما حالا به خرید روز رسیده‌ایم.

مشخصاً چه ویژگی KWC، آن را از محصولات مشابه متمایز می‌کند؟

همانطور که گفتم، کیفیتی که در محصولات KWC است باعث می‌شود نظر مشتری جلب شود و حرف اول را بزند. اما جای مدل ویژه KWC بسیار خالی است. مشابه مدل‌های KWC از لحاظ شکل و طرح در بازار زیاد است، یا به طور کلی می‌توان گفت که انواع شیرآلات موجود در بازار با اندکی تغییر، شبیه به یکدیگر هستند و تفاوت آنها بیشتر مربوط به کیفیت می‌شود. در این میان، جا دارد KWC مدل یا مدل‌های منحصر به فردی نیز داشته باشد. در واقع توقع بازار از چنین کارخانه‌ای، داشتن محصولاتی با طراحی متفاوت و امروزی است. وقتی کسی ترجیح می‌دهد اتومبیل تویوتا بخرد، انتظار ندارد که اتومبیلی شبیه به مثلاً ۴۰۵ خریداری کند، حتی اگر کیفیت و امکانات تویوتا را داشته باشد. مشتری تویوتا وقتی قیمت تویوتا را پرداخت می‌کند، انتظار دارد ظاهر اتومبیل‌اش نیز متفاوت باشد و طراحی بهتر داشته باشد و شبیه اتومبیل‌های رایج در بازار نباشد. من پیشنهاد می‌کنم KWC حتی اگر امکان تولید

سخنی با مدیران

تاکنون ۷ اشتباه مدیران را که مانع پیشرفت ایشان می گردد را بررسی کردیم که عبارتند از :

- ۱- **عدم مسئولیت پذیری**
- ۲- **عدم موفقیت در ایجاد انگیزه پیشرفت کارمندان**
- ۳- **گروه گرایی**
- ۴- **اعمال مدیریت یکسان بر افراد**
- ۵- **فراموش کردن اهمیت سود**
- ۶- **تکیه کردن بر مشکلات به جای اهداف**
- ۷- **سعی در کنترل نتایج به جای تاثیر بر شیوه ها**
- در این شماره به هشتمین اشتباه می پردازیم:
- ۸- **دوست و فامیل به جای مدیر**

شما نمی توانید هر شب چندین ساعت دوست و یا فامیل کسی باشید و وقتی فردا به دفترتان می آیید مدیر او باشید. این رابطه از سه طریق مشکل آفرین است.

۱- از طرف شما به عنوان مدیر : یک مدیر با دوست یا فامیل خود نمی تواند در جایگاه یک مدیر قاطعانه برخورد کند چون احساس می کند قاطعیت او در مدیریت باعث رنجش خاطر و سست شدن روابط دوستی یا خانوادگی خواهد شد .

۲- از طرف آن دوست یا فامیل: او مسائل را جدی نمی گیرد و سلسله مراتب را رعایت نمی کند همیشه برروی حاشیه امنیت ارتباط خود با مدیر، حساب باز می کند.

۳- از طرف سایرین : آنها هر نوع رفتار مدیر با خودشان و فرد وابسته را مقایسه می کنند و همیشه به حق یا ناحق فکر می کنند مدیر بیشتر هوای دوست و یا فامیل خود را داشته و در مورد آنها تفاوت قائل شده است.

همه به دوست احتیاج داریم و باید درزندگی چند دوست صمیمی داشته باشیم از داشتن فامیل هم گریزی نیست ولی می باید سعی کنیم برابر وسوسه ایجاد رابطه دوستی با کارمندان مقاومت کنیم .

بعضی اوقات کار دردناکی است چون ما به عنوان مدیر باید فقط به سیستم فکر کنیم.

یکی از سخت ترین لحظات برای یک مدیر وقتی است که از بین دوستان و همکاران سابق خود ارتقاء پیدا کرده و مدیر ایشان شده. اگر بخواهد با همه سرد و با احتیاط رفتار کند دوستان قدیم فکر می کنند که او خودش را گم کرده و روابط قدیم را فراموش کرده است و اگر بخواهد به همان روابط دوستانه ادامه دهد در کار خلل ایجاد خواهد شد.

بهترین راه حل این مشکل آن است که مدیر دوستان و همکاران قدیم خود را یک به یک ملاقات کند و به ایشان یادآوری کند « آیا به خاطر می آورید زمانی ما از مدیریت های قبلی به دلیل تبعیض انتقاد می کردیم چون اختلاف بین افراد قائل می شدند انتقاد داشتیم ؟ حالا هم اگر من با شما به خاطر سابقه دوستی، متفاوت با سایرین رفتار کنم باعث انتقاد آنها خواهم شد.» شاید این تذکر بتواند از بسیاری مشکلات پیشگیری کند.



کتری را کمتر از مقدار مورد نیاز بریزیم یا برای پخت و پز صرفه جویی در آب کنیم یا اینکه آب کم بنوشیم . این بخش ۲۰ درصد از کل مصرف آب در آشپزخانه را تشکیل می دهد و ۸۰ درصد دیگر برای شستشوی ظروف و سبزیجات و میوه ها مصرف می شود که فرهنگ مصرف آب در این بخش نیز نقش بسزایی دارد. ولی اگر از شیرهای اهرمی که بر سر آن آبفشان نصب شده در زمان شستشو استفاده کنیم تا ۴۰ درصد می توانیم در مصرف آب صرفه جویی کنیم . اگر ۱۰۰ درصد آب مصرفی در آشپزخانه را برای یک خانواده پنج نفره ۲۰۰ لیتر در روز در نظر بگیریم ، ۲۰ درصد آن یعنی ۴۰ لیتر که در پخت و پز مصرف می شود ، بدون راهکاری برای صرفه جویی است ولی در ۱۶۰ لیتر باقی مانده با استفاده از وسایل کاهنده مصرف ۴۰ درصد صرفه جویی خواهیم داشت و مصرف بدین شکل خواهد بود :

لیتر صرفه جویی روزانه $64 = 40\% \times 160$
لیتر آب مصرف شده در شستشوی آشپزخانه $96 = 160 - 64$
کل مصرف در آشپزخانه $136 = 96 + 40$

یعنی با استفاده از شیر اهرمی و آبفشان ۳۰ درصد در کل مصرف آشپزخانه می توان صرفه جویی کرد .



آبفشان Neoperl

در شماره آینده بخش های باقی مانده مدیریت مصرف آب را بررسی خواهیم کرد و مشخص خواهیم نمود که با استفاده از وسایل کاهنده مصرف چه مقدار در کل مصرف خانواده می توان صرفه جویی کرد.

ما بیشتر اوقات مفید خود را سر کار می گذرانیم.

با این وجود به خاطر مشکلاتی که دوستی ها برای سیستم ایجاد می کنند باید از برقراری روابط بسیار صمیمی با کارمندان خود اجتناب کنیم.

یک مدیر هیچ گاه نباید نقش پدر و مادر ، دوست ، روانپزشک یا عالم ربانی را ایفا کند چون وظیفه یک رییس مدیریت بر زندگی کاری یک کارمند است و نه بیشتر . بسیاری از مدیران با ایجاد این گونه مسئولیت های نامربوط برای خود، دیگر نه وقت مدیریت دارند ، نه ابهت آن را . هیچ کس نباید حس کند مورد علاقه مدیر قرار گرفته و از طرف او بدون چون و چرا حمایت می شود و یک مدیر حق ندارد بیشتر از خود کارمندان نگران موفقیت یا شکست او باشد. بلکه مسئولیت شکست یا پیروزی هر کارمند به عهده خود اوست و نه مدیر او. به عهده گرفتن مسئولیت کارمندان مانند یک پدر باعث می شود ما اشتباهات آنان را نادیده بگیریم.

هیچ کس تا به حال نگفته که مدیریت کار آسانی است اگر این طور بود همه می توانستند مدیر شوند و حقوق مدیران بیشتر از سایر کارمندان نبود. به همین دلیل است که مدیر خوب باید بتواند تصمیمات سخت بگیرد و در محیط کار پا بر روی احساسات فردی مانند روابط خانوادگی و دوستانه بگذارد.

در زمان جنگ جهانی دوم اداره اطلاعات انگلستان به وینستون چرچیل خبر داد که آلمان ها قصد حمله به شهر کاونتری را دارند . چرچیل بر سر یک دوراهی قرار گرفته بود یا باید به اهالی کاونتری اطلاع می داد تا شهر را تخلیه کنند که در این صورت آلمان ها می فهمیدند که اطلاعات آنها لو رفته و یا اینکه این راز را حفظ کند و به آلمانها اجازه دهد تا این شهر را بمباران کنند و جان هزاران زن و کودک را به خطر اندازند . بالاخره چرچیل اجازه داد تا آن شهر را بمباران کنند و در پایان انگلستان جنگ را برد.

خدا را شکر که ما در سطحی نیستیم که چنین تصمیمات بزرگ و سختی به عهده ما باشد ولی این مثال به ما می آموزد که مدیریت

مدیریت صرفه جویی در مصرف آب با استفاده از وسایل کاهنده

پس فقط از طریق روش های فرهنگی در این بخش می توان در مصرف آب صرفه جویی کرد و ابزار خاصی برای صرفه جویی آب در زمان شستشوی لباس تاکنون ساخته نشده است ، در نتیجه صرفه جویی را صفر درصد محاسبه می کنیم.

بخش بعدی الگو، مصرف آب در آشپزخانه است که ۱۵ درصد از مصرف کل خانواده را تشکیل می دهد .

مصرف آب در آشپزخانه به دو بخش تقسیم می شود ، یکی آب مصرفی برای پخت و پز و آب آشامیدنی افراد خانواده. دیگری آب مورد نیاز برای شستشوی ظروف، سبزیجات و سایر مواد. در قسمت اول راهی برای صرفه جویی در آب وجود ندارد، مگر با رعایت روش های فرهنگی صرفه جویی آب . بطور مثال در آشپزخانه ما نمی توانیم آب داخل



شیر دو طرفه



شیر اهرمی DOMO

در شماره های گذشته ماهنامه به موضوع دو بخش توالت و حمام در الگوی مصرف آب پرداختیم . با انجام محاسباتی مشخص شد که با استفاده از وسایل کاهنده مصرف می توان ۵۶ درصد در بخش توالت و ۴۵ درصد در بخش حمام در مصرف آب صرفه جویی نمود. این بار به دو بخش دیگر الگوی مصرف آب یعنی ماشین لباسشویی و آشپزخانه می پردازیم.



مصرف آب در ماشین لباسشویی ۱۹ درصد از کل مصرف یک خانواده را به خود اختصاص می دهد . در این بخش چون آبرگیری ماشین های لباسشویی مقدار ثابتی است (در بعضی از مدل ها با استفاده از دکمه Economy اگر مقدار لباس کم باشد می توان مصرف آب را به نصف تقلیل داد). با این اوصاف در بحث ماشین لباس شویی فقط به یک شکل می توان در مصرف آب صرفه جویی نمود ، آن هم در صورتی که به اندازه ظرفیت نهایی ماشین ، لباس چرک در آن ریخته شده باشد . بدین معنی که اگر شما ماشین لباسشویی را فقط برای یک جفت جوراب راه اندازی کنید ، همان مقدار آب مصرف خواهد کرد که با حداکثر ظرفیت در آن لباس چرک ریخته شده باشد .

اخبار آب



شیرهای زمان‌دار در مدارس شهر خرم آباد نصب شد

مهندس دالوند مدیرعامل شرکت آب وفاضلاب استان لرستان با اشاره به بروز پدیده خشکسالی در سال جاری و لزوم دقت در مصرف آب بویژه در مراکز آموزشی و فرهنگی ،گفت: به منظور جلوگیری از هدر رفتن آب در مدارس و آموزش فرهنگ استفاده صحیح از آب ،این شرکت اقدام به خرید ۳ هزار شیرکم مصرف زمان‌دار نمود و نصب آن درمدارس شهر خرم آباد آغاز گردید.

روابط عمومی آبفای شهری لرستان

مدیرعامل آبفا افزایش قیمت آب را خواستار شد

مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور خواستار واقعی شدن قیمت آب در کشور شد وی گفت : هم اکنون مردم تنها یک سوم قیمت تمام شده آب را می پردازند.

مجید نامجو گفت: زمانی که قیمت آب واقعی شود، مردم مصرف بهینه‌تری خواهند داشت و آنها به سمت استفاده از شیرهای کم مصرف روی آورده و از روشهای دیگری نیز برای بهینه‌سازی مصرف آب استفاده می‌کنند.

شبکه خبری نفت و انرژی ایران پترو

وزیر نیرو درباره خطر کمبود آب هشدار داد

وزیر نیرو خاطرنشان کرد: در شرایط امروز که متوسط منابع آب تجدید شونده برای هر نفر در دنیا ۷ هزار و ۶۰۰ متر مکعب است، در ایران این رقم به کمتر از هزار و ۹۰۰ متر مکعب می‌رسد، این در حالی است که این روند در ۵۰ سال گذشته شیب کاهشی به خود گرفته است.

پرویز فتاح نسبت به «خطر جدی کمبود آب در کشور» هشدار داد و گفت: صرف نظر از شرایط خشکسالی، در حال حاضر میزان برداشت و تغذیه سفره‌های آب زیرزمینی با ۶ میلیارد متر مکعب تراز منفی روبرو است.

خبرگزاری مهر

وزیر نیرو: قیمت آب و برق امسال گران نمی‌شود

پرویز فتاح وزیر نیرو از منتفی شدن موضوع افزایش قیمت آب و برق در سال جاری خبر داد و گفت: در لایحه هدفمند کردن یارانه‌ها موضوع آزادسازی قیمت آب و برق ظرف مدت سه سال پیش بینی شده است.

۷ آبان ۱۳۸۷ - همشهری

توزیع بیش از ۲۵۰ هزار بروشور صرفه جویی آب در استان یزد
شرکت آب وفاضلاب استان یزد در شش ماهه اول سال جاری بیش از ۲۵۰ هزار بسته‌واشر شیر آلات و بروشور حاوی روش‌های صرفه‌جویی در مصرف آب همراه قیوض آب بهاء در بین مشترکین در سطح استان یزد توزیع کرد.

محمد حسین شرعیاتی مدیر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان یزد با اشاره به خشکسالی و کاهش نزولات جوی و لزوم رعایت الگوی مصرف آب ، اطلاع داد :توزیع وسایل کمک آموزشی برای کودکان و لوازم کاهنده مصرف در بین بازدیدکنندگان جشنواره تابستانی آب و نمایشگاه هفته دولت از جمله عملکردهای واحد روابط عمومی در شش ماهه اول سال جاری بوده است.

شرکت آبفای استان یزد

کشور ایجاب می‌کند تا مدیریت آب کشور، در کنار تامین آب بر مدیریت تقاضا نیز متمرکز شود.

فتاح با تصریح این مطلب که اختلاف فاحش قیمت تمام شده واقعی آب و قیمت فروش آن چه در بخش کشاورزی و چه در بخش‌های صنعت و شرب بزرگترین فشار را بر مدیریت آب کشور تحمیل کرده، افزود: ما امیدواریم با تدبیر مشترک هیات دولت و مجلس شورای اسلامی در قدم اول نسبت به منطقی کردن تعرفه‌های آب اقدام گردد و در گام دیگر مابه‌التفاوت این دو قیمت به صنعت آب پرداخت شود. مشابه آنچه که فعلا در بخش انرژی کشور عمل می‌شود. لازم به ذکر است درمدت برپایی پنجمین نمایشگاه بین‌المللی آب و تاسیسات آب و فاضلاب چندین سمینار تخصصی با حضور متخصصان و اساتید دانشگاه برگزار شد.

شرکت KWC در این نمایشگاه به عنوان یکی از شرکت کنندگان حضوری فعال داشت.

اخبار KWC

مصاحبه خبرنگار آبفا با مدیر تبلیغات KWC

شراره کسروی در روزهای برگزاری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت آب و تاسیسات آبفا در گفتگویی با خبرنگار ستاد خبری این نمایشگاه مصاحبه ای انجام داد. وی پیرامون ساخت شیرهای کاهنده مصرف گفت: هم‌اکنون ایران نیز با انتقال این تکنولوژی از کشور سوئیس به یکی از کشورهای استفاده‌کننده از محصولات کاهنده مصرف تبدیل شده است. وی افزود: استفاده از این تجهیزات منجر به ۳۵ تا ۷۵ درصد صرفه‌جویی در مصرف آب می‌شود.

کسروی گفت: وزارت نیرو با خرید وسائل کاهنده و نصب آن در مکان‌های عمومی قصد صرفه‌جویی در مصرف آب را دارد و امیدواریم با حمایت‌هایی که دولت از تولیدکنندگان لوازم کاهنده مصرف انجام می‌دهد، در آینده

بتوان تمامی شیرهای خانگی و مکان‌های عمومی را به کم مصرف تبدیل کرد.

شراره کسروی گفت: مردم باید توجه داشته باشند که خرید یک شیر کاهنده مصرف اگرچه ممکن است در نگاه اول هزینه مالی برای آنها در برداشته باشد ولی با توجه بر تصمیم دولت مبنی بر واقعی شدن قیمت آب طی ۳ سال آتی، قطعاً بازگشت سرمایه‌گذاری آنها در کوتاه مدت میسر خواهد شد.

وی افزود: هم‌اکنون مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران در حال تدوین استاندارد میزان سرب موجود در شیرهای بهداشتی است که ما نیز در تولیدات محصولات KWC از این استاندارد پیروی می‌کنیم.

ستاد خبری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت آب و تاسیسات آبفا ۱۰ آبان ۱۳۸۷

حضور KWC در نمایشگاه کاشی و سرامیک تهران

شرکت KWC آذرماه امسال در نمایشگاه بین‌المللی کاشی و سرامیک تهران شرکت خواهد کرد و در سالن ۱۴ به عرضه محصولات خود خواهد پرداخت و در این جا از شما دعوت می‌کنیم تا از ۱۳ تا ۱۷ آذر ماه از غرفه KWC دیدن فرمایید و با محصولات کاهنده مصرف آب و جدیدترین شیرهایی که مستقیماً از کشور سوئیس وارد شده از نزدیک آشنا شوید.

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

نمایشگاه محصولات KWC در یزد

شرکت KWC درنمایشگاه مصالح ساختمانی و کاشی و سرامیک یزد که از تاریخ ۲۶ الی ۳۰ مهر برگزار شد ،حضور یافت.در این نمایشگاه غرفه KWC به عرضه و نمایش محصولات خود پرداخت و با مردم یزد ارتباطی صمیمی برقرار کرد.

این نمایشگاه در سه سالن مجزا و با حضور ۷۳ شرکت برگزار شد. در طی روزهای برگزاری این نمایشگاه آقایان اولیاء و صدوق از نمایندگان مردم یزد در مجلس شورای اسلامی ازغرفه KWC بازدید کردند. در این نمایشگاه شرکت شیرهای ساختمانی ایران برای مراجعین به نمایشگاه و مصرف‌کنندگان محصولات، اقدام به برگزاری هشت مسابقه کرد و به برندگان سردوش کم مصرف Fitair اهداء گردید.



پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت آب و تاسیسات آبفا

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت آب و تاسیسات آبفا چهارشنبه ۸ آبان ماه جاری به مدت چهار روز در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران با حضور تولیدکنندگان ، پیمانکاران ، مهندسین مشاور،

شرکت های تحقیقاتی، اساتید دانشگاه و دانشجویان برپا شد.

این نمایشگاه در ۷ سالن و محیطی در حدود ۳۰ هزار متر مربع برگزار شد و میزبان ۳۲۰ شرکت داخلی و خارجی از کشورهای آلمان، انگلستان، چین، اتریش، سوئیس، سوئد، تایلند، امارات متحده عربی، کویت، ایتالیا و آمریکا بود.

در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه مهندس سیدپرویز فتاح وزیر نیرو، مهندس ستار محمودی مدیرعامل شرکت مدیریت منابع آب ایران، مهندس نامجو مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، و معاونان و مدیران ارشد صنعت آب و فاضلاب، سفرای کشورهای خارجی مقیم تهران و نمایندگان مجلس شورای اسلامی شرکت داشتند.



غرفه KWC در پنجمین نمایشگاه صنعت آب و آبفا

مهندس فتاح در سخنرانی خود در این مراسم اظهار داشت: محدودیت منابع آب شیرین، تغییرات آب و هوا، وقوع خشکسالی های وسیع، افزایش جمعیت، توسعه شهرنشینی، آلودگی منابع آب و محدودیت منابع سرمایه گذاری جزو مهمترین عوامل پیچیدگی شرایط در رویارویی با چالش بزرگ تامین آب مورد نیاز به شمار می رود. وی همچنین گفت پاسخگویی به نیازهای رو به رشد حال و آینده