UL of KWC FAUCETS
SWISS TECHNOLOGY
شرکت شیرهای صنعتی و ساختمانی ایران (ISIV)
فروردین ــ ۸۹
June - July 2010
Issue No. 24

سرمقاله

وقتی با اتوبوس شرکت واحد از تهران به طرف شمیران برویم، نرسیده به قلهک ایستگاهی است به نام یخچال. اگر از مردم بپرسیم چرا نام این محل یخچال است، شاید بگویند« درگذشته کارخانه یخچال سازی اینجا بوده ». اما واقعیت این است که تا اواخر دهه ۳۰ این محل و یکی دو جای دیگر در تهران محل تامین یخ تابستان شهر تهران بود. به این شکل که در زمین چاله ای عمیق حفرشده بود و از اواسط آذر تا اواسط اسفند هر شب مقداری آب به قطر حدود۵ سانتی متر در این استخر می ریختند. در طول شب، آب یخ می زد. هر شب همین کار را تکرار می کردند و این عمل تا پر شدن چاله از یخ، ادامه داشت. برای اینکه در فصل تابستان یخ ها به راحتی از هم جدا شوند، بر روی هر لایه مقداری پوشال می ریختند. این چاله در زیر سایه درختان تعبیه شده بود و در ماه های فروردین و اردیبهشت با پوشاندن آن توسط گونی، از آب شدن یخ محافظت می کردند، آنگاه درخرداد، تیر و مرداد و بر پشت چارپایان، این یخ را در محله های مختلف تهران می فروختند. با آمدن انواع یخچال های نفتی و برقی به تدریج مشتری یخ طبیعی که آغشته به پوشال بود از میان رفت و این محل ها به تدریج تعطیل شدند و امروزه فقط نامی از آن باقی مانده.

کسانی که در زمستان امسال از جنوب به شمال کشور پرواز داشتند، دیده اند مقدار برفی که بر روی رشته کوه های زاگرس، شیرکوه و کرکس باریده، بسیار اندک است. در شهر تهران نیز برف زیادی نبارید و فقط چند شب درجه حرارت هوا به کمتر از صفر رسید. امسال حتی در حومه شمالی تهران، یخبندان نشد. اوایل اسفند وقتی ستاد برف روبی شهرداری کیسه های شن ضد لغزش را از سطح شهر جمع آوری کرد،کیسه ها دست نخورده بودند، چون برف و یخی در کار نبود. تا ۵۰ سال قبل، لااقل ۱۰۰ شب یخبندان در منطقه قلهک تهران اتفاق می افتاد. درحالی که در سال جاری این رقم به صفر رسید، آیا زمستان دارد از شهر ها و کشور ما رخت بر می بندد؟

در تمام مناطق معتدله دنیا، پایان فصل سرما، جشن گرفته می شود. قدیمی ترین و پرآداب ترین آن ها، جشن نوروز است که مربوط به منطقه ایران و چندین کشور اطراف آن می باشد. اگر دقت کنیم در همین منطقه، هر چه به طرف مناطق سرد سیر می رویم این جشن ها با شکوه تر می شود. شاید نوروز بیشتر از اینکه جشن شروع بهار باشد، جشن پایان زمستان است. زیرا از گذشته های دور همیشه مردم از زمستان در رنج و عذاب بوده اند.

به لشگر زمستان نوروز نامدار   کرده است رای تاختن و قصد کارزار
منوچهری

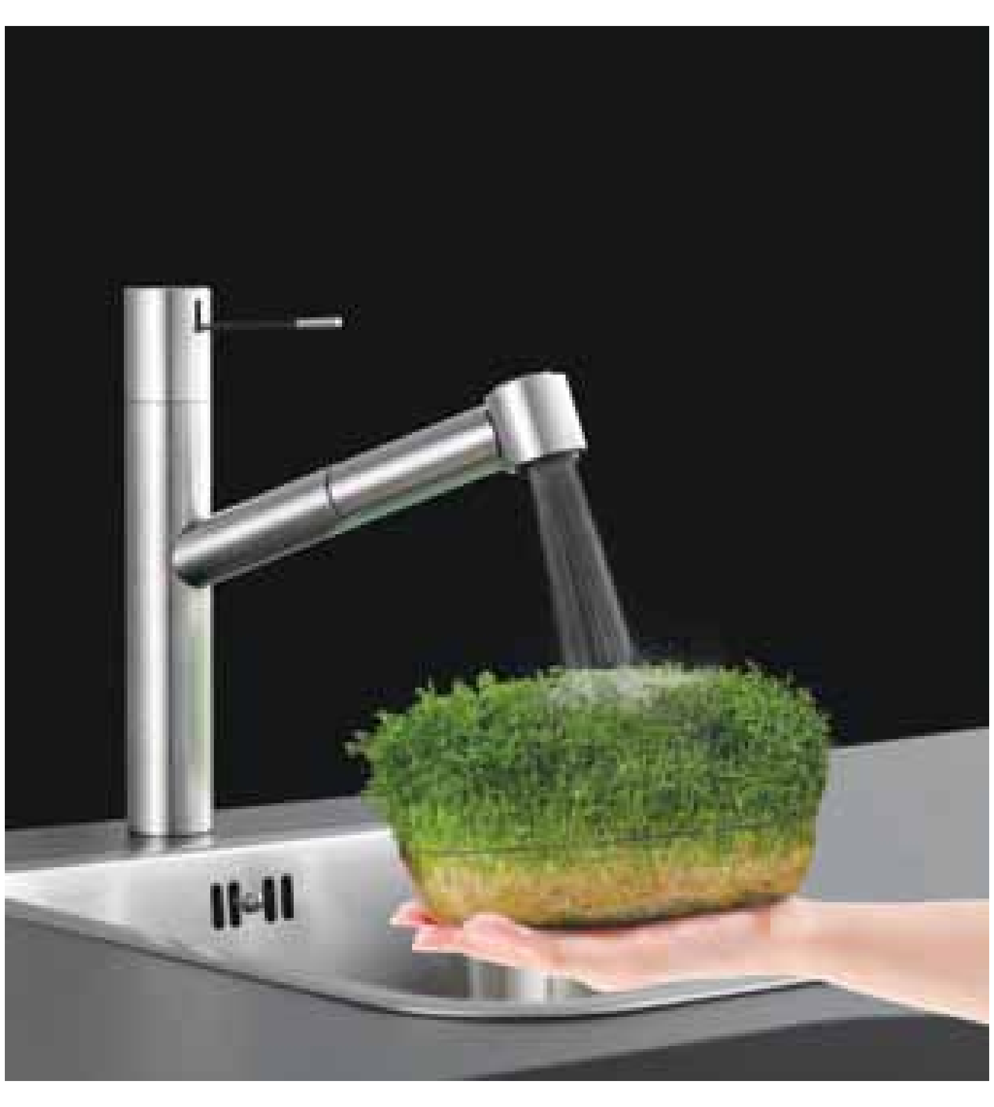
تا قبل از رایج شدن نفت و گاز، گرم کردن منازل با هیزم، ذغال و فضولات حیوانات انجام می شد. در فصل زمستان راه ها بسته و امکان دسترسی به پزشک و دارو از بین می رفت. کشاورزی که کار اصلی مردم بود، تعطیل می‌شد. اگرکسی در تابستان به اندازه کافی آذوقه ذخیره نکرده بود یا زمستان طولانی می شد، او و خانواده اش دچار کمبود مواد غذایی می شدند. حتی در بعضی از نقاط به دلیل یخ بستن آب، مردم با کم آبی مواجه می شدند. حمام کردن بسیار سخت بود و جشن ها و عروسی ها کمتر برگزار می شد و بسیاری مشکلات دیگر در زمستان بود که آمدن نوروز، نوید بهار و رفع این مشکلات را می داد.

علم دولت نوروز به صحرا برخاست   زحمت لشگر سرما ز سَرِ ما برخاست
سعدی

در سالیان اخیر لوله کشی گاز، حتی نیاز به سیلندر گاز و پیت نفت و دردسرهای آن را از بین برده، چه رسد به هیزم و ذغال و خاکه، ولی در مقابل این همه تسهیلات، زمستان دارد کم کم با ما قهر می کند. زیرا در اثر استفاده بی رویه از سوخت فسیلی و تولید گازهای گلخانه ای، ما انسان ها نظم طبیعت را بر هم زده‌ایم. این نگرانی وجود دارد که درآینده جشن نوروز را نه به دلیل آمدن بهار و رفتن سرما بلکه به خاطر خلاص شدن از آلودگی هوای زمستانی به دلیل پدیده وارونگی برگزار کنیم.

ما انسانها به زمستان های پر برف، به خاطر پر شدن ذخایر آب نیاز داریم. ما به نوروز و جشن آن نیاز داریم. **باید با کنترل مصرف بی رویه انرژی از گرم شدن کره زمین جلوگیری کنیم تا همچنان زمستان و آب و نوروز برقرار باشد.**

ش .ب



خوش و خرم روزگاران
به همه کسان به همه یاران

هفت کلیدی که آینده جهان را کنترل خواهد کرد (قسمت ۴)

در سه شماره گذشته به پنج کلید از هفت کلیدی که به نظر آقای رای هاموند (RAY HAMMOND) متفکر و آینده پژوه انگلیسی،کنترل آینده جهان را در دست خواهد گرفت، پرداختیم. در این شماره، ترجمه ششمین کلید یعنی رشد و توسعه فناوری را چاپ کرده و در شماره آینده با چاپ کلید هفتم، یعنی افزایش فقر جهانی این مطلب را خاتمه خواهیم داد.

۶ - **رشد و توسعه فناوری.** در طول تاریخ، رشد تکنولوژی به آرامی صورت می گرفت ولی در سالیان اخیر این رشد، سرعتی روز افزون پیدا کرده. از زمانی که چرخ ساخته شد تا وقتی که برای آن لاستیک اختراع شد، بیش از پنج هزار سال زمان لازم بود. اما تبدیل موتورهایی که با نیروی بخارکار می کرد به موتورهای دورنسوز بنزین، ۱۲۰ سال طول کشید و از زمان اختراع رادیو تا اختراع تلویزیون تنها ۳۰ سال کافی بود. در واقع رشد تصاعدی تکنولوژی از اواخر قرن نوزدهم آشکار شد. به شکلی که نحوه زندگی بشر طی صد سال، به کلی تغیر کرد. پیش بینی می شود تکنولوژی در ۸ سال آینده به همان اندازه رشد کند که در۲۰ سال گذشته رشد کرده و این رشد تصاعدی همچنان ادامه پیدا خواهد کرد. متخصصان، پیش بینی می کنند در ۲۵ سال آینده بشر به نقطه ای خواهد رسید که بتواند کامپیوتر هایی با توانایی های مغز انسان بسازد. من در مورد زمان دقیقش مطمئن نیستم. ممکن است ۵ یا ۱۰ سال بیشتری لازم باشد. ولی مطمئنم پیش بینی آنها درست است. به هر حال، مسئله غیرقابل اجتناب این است که در زمان وقوع این اتفاق، سیر توسعه متوقف نخواهد شد و این کامپیوتر ها به سرعت قابلیت ها و توانایی هایشان فراتر از انسان خواهد رفت و با توجه به روند تصاعدی پیشرفت تکنولوژی، آنها ۲ و بعد ۴ برابر با هوش‌تر از انسان خواهند شد. سئوالی که پیش می آید این است که آیا ما مجازیم ماشین‌ها و کامپیوترهایی،باهوش تر و تواناتر از خودمان بسازیم؟ آیاباید از هم اکنون قوانینی وضع کنیم تا جلو این اتفاق را بگیرد. به فرض که این کار را انجام دهیم آیا قوانین کنترل کننده پیشرفت کامپیوترها، می تواند عملی شود؟ در جنگ های آینده حتماً ماشین ها به جای انسان خواهند جنگید، اگرکشوری از استفاده این ماشین ها منع شود و کشور دیگری به ساختن آن ادامه دهد، جنگ های آینده نابرابر خواهد شد. به همین دلیل توسعه و استفاده از این ماشین ها و کامپیوتر ها اجتناب ناپذیر به نظر می آید. در آن صورت آیا ما قادر به کنترل ماشین هایی هستیم که از خودمان باهوش تر و تواناتر هستند؟ به طور مثال انسان درآینده هواپیما ها و قطارهایی خواهد ساخت که بدون راننده حرکت می‌کنند. چه تضمینی وجود دارد که یکی از ماشین های متفکر، اقدام به کشتن انسان‌های تحت اختیارش نکند. پس ما در طول زمانی که تکنولوژی کامپیوترها و ربات ها پیشرفت می کند، باید به آنها اخلاق و لزوم پایبندی به اصول اخلاقی را بیاموزیم. آیا ما قادر به این کار خواهیم بود؟ تحقیقات من نشان می دهند ماشین های هوشمند آینده هم می توانند فرزندان ما باشند و ما بتوانیم به آنها عشق بورزیم و از آنها محافظت کنیم و آنها را پرورش دهیم و هم می توانند در راه غلط قدم بردارند و بی اندازه خطرناک و شرور شوند. تاکنون بشر نتوانسته به این سئوال پاسخ دهد که در آینده با این ماشین های هوشمند و احساساتی چگونه برخورد خواهد کرد. در حال حاضر تعداد کمی از مردم جهان تلاش می کنند به این سئوالات فکر کنند و برای آن ها پاسخ پیدا کنند.

ترجمه و تلخیص : محمد علی اسلامی

مصاحبه با دو نماینده KWC در تهران

لطفا خودتان را معرفی کنید و در مورد فروشگاهتان برایمان توضیح دهید.

من محمد میرمحمدعلی هستم. حدود چهل سال است که در دوراهی قلهک فروشگاه دارم. از آنجایی که این محله قدیمی است، بیشتر مشتری‌ها ، سابقه طولانی ما در این صنف را می‌دانند.

من حمیدرضا سجده ای هستم. تقریبا از سال ۷۲ در صنف کاشی و شیرهای بهداشتی هستم و فروشگاهم در خیابان بنی‌هاشم است.

از چه تاریخی نماینده KWC هستید و چرا این برند را انتخاب کردید؟

میرمحمدعلی: من از سال ۱۳۸۲ نمایندگی KWC را به خاطر کیفیتش انتخاب کردم. شیری که به دست مردم می‌دهند از لحاظ کیفیت خوب است. راضی بودن فروشنده به راضی بود مصرف کننده و خریدار مرتبط است. ما چون مشتری هایمان راضی هستند و مرجوعی نداریم، مشکل خاص و دردسر بعدی نداریم، KWC را انتخاب کردیم و از این بابت خوشحالیم.

سجده ای: من از طریق مشتری ها آشنا شدم، آنها به دنبال KWC می آمدند و آشنایی از همین جا آغاز شد. تحقیق و پیگیری کردم و بعد برای نمایندگی آن درخواست دادم. قبلا گروهه آلمان می فروختیم برای همین بسیاری از مشتری های ما، کسانی بودند که به دنبال شیرهای با کیفیت بودند. به نظر من، مزیتی که KWC نسبت به دیگر انواع شیر دارد این است که یک کالای مارک دار و به نام است و مشتری‌های مخصوص به خودش را دارد، مشتری های KWC نیز خودشان از کیفیت بالای کالا اطلاع دارند.

محمد میرمحمدعلی   حمیدرضا سجده‌ای

حالا که نماینده شده اید نظرتان درباره KWC چیست؟

میرمحمدعلی: یک فروشنده برای حفظ اعتبار خود سعی می کند جنسی را به خریدار بفروشد که دردسر نداشته باشد. جنس خوب برای خود ما هم تبلیغ است، اگر ما جنس بد دست مشتری بدهیم، به عنوان فروشگاه بی اعتبار در ذهن مشتری جا می افتیم. در این مدت اگر هم اندکی مشکل در مورد شیرهای KWC پیش آمده، خود شرکت بلافاصله مشکل را حل و فصل کرده.

سجده ای: بسیاری از کارخانه ها، در ابتدای تولید، کیفیت کالایشان بالاست، اما به مرور زمان از کیفیت آن کاسته می شود و بعد از مدتی، شبیه دیگر اقلام بازار می شوند، شاید درست نباشد که بخواهم اسمی از کالایی ببرم، اما موارد زیادی را می شناسیم که اینگونه بوده. این افت کیفیت ممکن است برای به دست آوردن سود بیشتر باشد، به همین دلیل کارخانه ها از مواد اولیه با کیفیت پایین تر استفاده می کنند. خوشبختانه KWC تاکنون اینگونه نبوده و کیفیت اصلی خود را تا حالا حفظ کرده است و این مسئله باعث شده که نامش به مرور برای بسیاری از مشتری ها شناخته شود.

خدمات پس از فروش KWC چگونه بوده؟

حمیدرضا سجده ای: چون مشتری ها گله ای نکرده اند می توان نتیجه گرفت که مشکلی در مورد این شیرها وجود نداشته. ما تاکنون در مورد خدمات پس از فروش با مشکل مواجه نشدیم.

میرمحمدعلی: به اعتقاد من، خدمات بعد از فروش بهترین معرف کالاست و مهمترین تبلیغ یک محصول است. در این مورد ما هیچ مشکلی نداشتیم و همیشه نظر مشتری را نیز در مورد خدمات جویا می شویم. حتی یک مورد مشکل نداشتیم و مشتری ها راضی بودند. خدمات کاملا منظم و مرتب بوده. برخی از کالاهای دیگر بودند که ما در مورد خدمات با آنها مشکل داشتیم، بعد از مدتی متوجه شدیم که ضرر آنها چه به لحاظ مادی و چه از نظر اعتباری برای ما بیشتر از سود است، برای همین دیگر با آنها کار نکردیم.

آیا در رابطه با شرکت مشکل خاصی دارید؟

سجده ای: از آنجایی که این کارخانه به نام و قوی است، شاید انتظارات ما بیش از حد باشد. در برخی موارد ما مشکلاتی در این زمینه داریم. در درجه اول، در بسیاری از موارد کالا به موقع دست ما نمی رسد، به عنوان مثال، مدت هاست که ما شیر ظرفشویی اکس اکسمارت نداریم و درخواست داده ایم. مشتری می آید، انتخاب می کند ولی شیر ظرفشویی آن موجود نیست، وقتی یک قلم کم باشد، بقیه را نمی توان فروخت. به همین خاطر ما مجبور می شویم برای جلب مشتری، شیر گرانتری از KWC را با قیمت اکس اکسمارت و در واقع بدون سود بفروشیم تا بتوانیم رضایت مشتری را با توجه به بودجه اش تامین کنیم.

میرمحمدعلی: رابطه ما با شرکت خوب است، تاکنون مشکلی نداشته ایم. اما همین نکته وجود دارد و کارخانه باید از محصولات خودش ذخیره داشته باشد تا کار نماینده ها دچار مشکل نشود.

فروش امسال چگونه بود؟ راضی هستید؟

میرمحمدعلی: بازار امسال دچار رکود بوده، اما ما چون جنس خوب می‌فروشیم مشتری های خودمان را داریم و دچار مشکل حادی نشدیم. اما درکل بازار دچار رکود است و جنس گران قیمت سخت فروش می‌رود، برای همین بسیاری از دیگر همکارانمان دچار مشکل شده اند. دست زیاد شده، شیرهای بهداشتی مختلف و بی نام و نشان به بازار آمده و هر روز زیادتر می شود، این به فروشنده شیرهای گرانتر فشار می آورد، ولی برای ما که از ابتدا شیرهای با کیفیت عرضه می کردیم، چندان تفاوتی نداشته.

سجده ای: یکی دو سال اخیر مشکلات اقتصادی بین المللی همه بازارها را تحت الشعاع قرار داده، طبیعتا بازار ایران هم دچار رکود و رخوت شده است. به هر حال KWC فروش خودش را دارد و خوشبختانه آسیبی ندیده است.

آیا شما شیر چینی هم می فروشید؟

میرمحمدعلی: ما شیر متفرقه نمی فروشیم، چون خدمات ندارد و مشکلات بهداشتی دارد. البته شیرهای دیگر ایرانی هستند که استاندارد هستند ولی کیفیت KWC را ندارند، این شیرها از نظر قیمت برای برخی مشتری ها خوب هستند. اما شیر چینی و غیر استاندارد، مشکلات بهداشتی برای مصرف کننده دارد و ما اصولا آنها را عرضه نمی کنیم.

سجده ای: ما نیز با توجه به نامه ی موسسه استاندارد که در نشریه KWC هم به انتشار رسید، به اطلاع مشتری هایمان می رسانیم و از آنها می خواهیم که حتی اگر از ما خرید نمی‌کنند، برای حفظ سلامتی خودشان از خرید شیرهای چینی پرهیز کنند. به هر حال شیر چینی در بازار موجود است و به نام اروپایی فروخته می شود.

آیا با شرکت KWC مشکلی دارید که بخواهید از این طریق به گوش مدیران برسانید؟

سجده ای: برخی از نماینده ها با همان میزان تخفیفی که کارخانه به ما می دهد، جنس خود را می فروشند. حتی بعضی از آنها، زمانی که جنسی در کارخانه موجود نیست، آن را دارند، ما خودمان از آنها خرید کرده ایم. حالا باید دید که این اتفاق چگونه رخ می دهد. یا تخفیف بیشتری نسبت به بقیه نماینده ها دارند و یا شاید هم از کالا برای جا به جایی پول نقد استفاده می کنند. به هر حال اینکه برخی از نماینده ها این توانایی را داشته باشند که به اندازه کارخانه تخفیف بدهند، سازمان فروش به وسیله نمایندگی ها را زیر سئوال می برد و دچار مشکل می‌کند. به نظرم شرکت باید به سرعت این موضوع را بررسی کند.

میرمحمدعلی: بنده هم همین مسئله را دارم، اگر برخی از نماینده ها بتوانند بیشتر به مشتری تخفیف بدهند، سیستم نمایندگی ها به هم می ریزد.

پیشنهاداتتان برای بهتر شدن کارها چیست؟

سجده ای: اگر برای کارخانه مقدور باشد که نماینده های منطقه ای، مثلا نماینده های شمال تهران را دور یک میز جمع کند این برای همه ما خوب است. همه با هم آشنا می شویم و روابط گسترش می یابد. در ضمن، مطمئنا افکار خوبی شکل می گیرد و احتمالا برخی از مشکلات حل می‌شود. پیشنهاد دوم طرح تعویض شیرهای فرسوده با شیرهای KWC است که می تواند به صورت دوره ای و با ارائه تخفیف های ویژه به صورت منطقه‌ای یا جامع اجرا شود و احتمالا نتایج خوبی به همراه خواهد داشت. دیگر اینکه، پیشنهاد می کنم، لباس های فرم برای فروشندگان نمایندگی‌ها و با همکاری شرکت تهیه شود، از نماینده شرکتی مثل KWC چنین انتظاری وجود دارد. KWC جنس خاص است، ممکن است در همه جا مصرف شود، اما امکان ندارد بتوان آن را در هر جایی فروخت. همین خاص بودن ایجاب می کند که برخی تفاوت های شکلی وجود داشته باشد.

ممنون از اینکه وقت خود را در اختیار نشریه قرار دادید.

سخنی با مدیران

تاکنون با ۶ رمز از رموز موفقیت مدیران آشنا شدیم، **۱- از پافشاری برروی شیوه های خاص خودداری کنید، ۲- دانش و تجربه هیچ کدام به تنهایی راه گشا نیستند، ۳- مشوق کار تیمی باشید، ۴- جلسات پر بار برگزار کنید، ۵- مشاور پذیر باشید، ۶- دور اندیش باشید.**

در این شماره هفتمین رمز را بررسی می کنیم . **ریسک پذیر باشید.**

شما هم حتماً مَثَل « مشق ننوشته غلط ندارد» را شنیده اید. مدیرانی هستند که در طول سالیان مدیریت خود مشقی ننوشته اند و خوشحال اند از اینکه غلطی نیز ندارند. ریسک پذیری یعنی انجام کارهای مهم و نترسیدن از خطرات احتمالی. البته ریسک پذیری هم مانند همه مسائل دنیا دارای یک نقطه اعتدال است که لحظه به لحظه و در موقعیت های مختلف، این نقطه تغییر مکان می دهد. شناخت نسبتاً دقیق محل این نقطه، هنر مدیریت است. باید بدانیم ریسک پذیری مترادف با پر خطر بودن نیست، همچنان که عامل وجود خطر، دلیلی برای بی عملی نمی تواند باشد.

ظاهراً بدون ریسک، جایزه بزرگ، انتظار هیچ مدیری را نمی کشد. هدف مدیر، احتراز از ریسک نیست، بلکه درک صحیح و بهره برداری از جنبه های مثبت آن و به حداقل رساندن جنبه های منفی ریسک است. دستیابی به این هدف نیازمند درک روشنی از خطرهایی است که با آن مواجه می شوید و اندازه‌گیری نسبی آن و پیدا کردن فرایندهای مناسب برای مدیریت ریسک. با توجه به شرایط پیچیده رقابت در جهان، امروزه مدیریت ریسک بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده و مدیران برای بقای موسسه خود ناگزیرند ریسک‌پذیر باشند. هر موسسه ای با توجه به ماهیت کارخود، باید ریسک های گوناگونی را تجربه کند. موفقیت یک مدیر در گرو تسلط او بر انواع این ریسک‌ها است.

فرض کنیم کارخانه ای می خواهد یکی از اصلی ترین مواد اولیه خود را که سال ها است از کشوری وارد می کند، با مواد اولیه ساخت کشور دیگری، با قیمتی ارزان تر و شرایطی مناسب تر جایگزین کند و در نهایت با استفاده از این روش، قیمت تمام شده محصول خود را پایین بیاورد. تغییر دادن شرایط موجود، به امید سود بیشتر، یک نوع ریسک پذیری است که هم می تواند باعث ایجاد موفقیت و درآمد بیشتر شود و هم در اثر عدم مدیریت ریسک، می تواند منجر به شکست و زیان مالی گردد.

شش عامل موثر در مدیریت ریسک وجود دارد که در قالب همین مثال آن را تشریح می کنیم.

۱- **شناسایی**: ابتدا جوانب مختلف امکان جدید باید به دقت بررسی و شناسایی شود. دلیل ارزان تر بودن این نوع مواد اولیه چیست؟ آیا واقعاً کیفیت آن درحد قابل قبول است؟ آیا این تولید کننده معتبر است؟ آیا خوش قول است و مواد را به موقع تحویل خواهد داد؟ آیا مشکلی در حمل و یا پرداخت قیمت این کالا به دلایل جغرافیایی و یا سیاسی پیش نخواهد آمد؟ سئوال هایی از این قبیل و پیدا کردن پاسخ آن، وسیله ای مناسب، برای شناسایی هر چه بیشتر شرایط است.

۲- **تحلیل**: باید کلیه اطلاعات به دست آمده ابتدا تحلیل و سپس تبدیل به تصمیم گیری شود. مواد جدید چند درصد در قیمت تمام شده موثر است؟ ماشین آلات تا چه حد برای چنین تغییری آمادگی دارند؟ آیا نیروهای انسانی آمادگی پذیرفتن چنین تغییری را دارند؟ قوانین وارداتی و گمرکی خاصی مانع روند کار نمی شود؟ این تغییر، خلالی درکیفیت محصول نهایی پدید نمی آورد؟ این مسائل باید تحلیل شود تا ریسک تصمیم گیری به حداقل برسد.

۳- **برنامه ریزی**: اطلاعات مربوط به ریسک و تحلیل آنها، هرگاه منجر به تصمیم‌گیری اجرایی شد، نیاز به برنامه ریزی برای عملی شدن دارد. مثلاً تشکیل کلاس و دوره های توجیهی. تست و نمونه گیری در شرایط واقعی، دریافت گواهی و استانداردهای لازم برای شرایط جدید. اینگونه برنامه ریزی ها کمک می کند تا ریسک شما تا حدودی قابل پیش بینی بوده، منجر به شکست نشود.

۴- **پیگیری**: باید همه تحلیل ها و برنامه ریزی ها مرتباً پیگیری شود. بررسی نتایج تست ها، بررسی باز خورد عوامل انسانی، پیگیری مسائل حقوقی و گمرکی و ... اینگونه پیگیری ها صحت تصمیم گرفته شده و اجرایی شدن آن را تا حد زیادی تضمین می کند.

۵- **کنترل**: بررسی درصد انحراف نسبت به برنامه پیش بینی شده، ابزار موثری برای اصلاح وکنترل شرایط است. پیش بینی در مورد کاهش قیمت تمام شده چند درصد صحیح بوده؟ راندمان تولید چه تغییری کرده؟ کیفیت در چه شرایطی است و با پیش بینی چقدر تطبیق دارد؟ بررسی هایی از این قبیل می تواند مدیر را در کنترل لحظه به لحظه شرایط کمک کند. حتی درصورت لزوم مدیر می تواند به سرعت روندکار را متوقف کرده و شرایط را به صورت قبل باز گرداند.

۶- **ارتباطات**: جمع آوری باز خوردهای بیرونی و درونی، سود و ضرر ریسک‌پذیری را ثابت و مشخص می کند. واکنش همکاران نسبت به این تغییر چه بوده؟ توزیع کنندگان با مسئله چگونه برخورد کرده اند؟ نظر مشتری ها نسبت به شرایط جدید چیست؟ آیا واقعاً این کار در قیمت تمام شده تاثیر مهمی که ارزش دردسرش را داشته باشد داشته یا نه؟ پاسخ این سئوالات علاوه بر کنترل ریسک، تجربه خوبی برای مدیر جهت ریسک پذیری های آینده خواهد شد.

البته مدیران می توانند ریسک های خود را با امکانات مانند بیمه و یا گرفتن شریک یا استخدام بازرس کاهش دهند. ولی باید همیشه آماده پذیرش عواقب ریسک خود باشند. یک مدیر قوی ریسک پذیر است و با وسواس و نظارت های بیهوده، قدرت ریسک پذیری افراد زیر مجموعه را از بین نمی‌برد.

روش‌های صرفه جویی در مصرف آب (قسمت ۱۳)

روش های صرفه جویی در مصرف آب منازل به سه دسته کلی تقسیم می شود:

۱- فرهنگ سازی، ۲- تدوین قوانین، ۳- استفاده از وسایل کاهنده مصرف آب

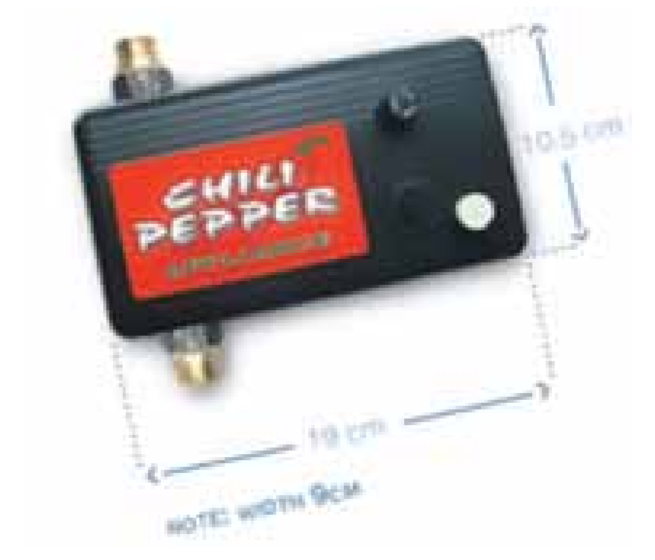
تاکنون هر سه مبحث مورد بررسی قرار گرفته و وسایل کاهنده مصرف موجود در کشور معرفی شده. امروزه به دلیل اهمیتی که آب قابل شرب درسطح جهان دارد، تعدادی وسایل کاهنده مصرف نوظهور نیز ساخته شده که هنوز به صورت انبوه واردکشور نشده و مورد استفاده قرار نمی گیرد. چون مسئله کمبود آب بهداشتی در کشور ما از اهمیت حیاتی برخوردار است. در چند شماره آینده به معرفی این وسایل نوظهور و بررسی اهمیت آنها درکاهش مصرف آب می پردازیم. به این امید که راهی باشد برای آشنایی مدیران آب کشور و بازرگانان، برای ترویج، ساخت و واردات این محصولات، درجهت صرفه جویی هرچه بیشترآب.

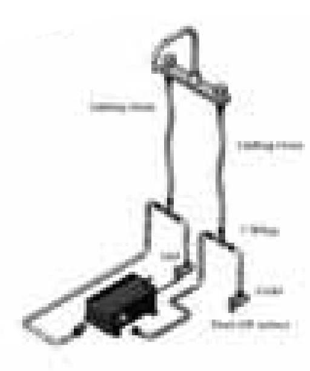
شما قبل از شروع استحمام و بعد از باز کردن شیر چه مدت منتظر گرم شدن آب می شوید؟ در این مدت چه اتفاقی برای آب جاری می افتد؟

به دلیل دور بودن وسایل گرم کننده آب مانند موتورخانه یا پکیج، از محل مصرف در حمام و دستشویی، محتوی لوله آب گرم، در طول زمان فاصله دو مصرف، حرارت خود را از دست داده و تبدیل به آب سرد می شود. مصرف کننده باید مدتی شیر آب گرم را باز بگذارد تا آب با حرارت مطلوبش فراهم شود. همین مدت زمان، باعث هدر رفتن مقداری آب می شود. بسته به فاصله منبع گرم کننده آب تا محل مصرف در هر بار استفاده از شیر آب گرم، بین ۵ الی ۱۵ لیتر آب هدر می رود. اگر این مقدار در تعداد دفعات مصرف و جمعیت مصرف کننده ضرب شود، عدد بسیار بزرگی به دست می آید. چون بررسی آماری دقیقی در این مورد انجام نشده، به همین دلیل از ذکر آمار و عدد خودداری می کنیم. ولی ابعاد وسیع آن به راحتی برای هرکس قابل درک است. برای صرفه جویی این آب هدر شده، روش‌هایی وجود دارد. در بعضی کشورها که قیمت آب گران است، معمولاً مصرف‌کننده این آب را جمع آوری نموده و به مصرف آبیاری گل و گیاه و یا سایر مصارف می رساند و یا از وسایل خاصی استفاده می کند تا این آب هدر نرود.

در این شماره به چند نمونه از این وسایل خاص و نوظهور اشاره می کنیم.

۱- پمپ صرفه جویی: این پمپ کوچک بین لوله آب گرم و سرد و قبل از شیر نصب می شود. برروی این پمپ ترموستاتی وجود دارد که با تنظیم درجه حرارت مورد نظر« مثلاً۶۰ درجه» و باز کردن شیر آب گرم و سرد، این پمپ شروع به کار می کند و تا زمانی که درجه حرارت آب مخلوط به عدد دلخواه نرسیده، آب موجود در لوله آب گرم را به لوله آب سرد پمپ کرده و اجازه خروج و هدر رفتن آب را نمی دهد. به محض اینکه آب گرم از منبع به شیر رسید و به اندازه کافی گرم شد، آنگاه آب ولرم با حرارت مورد نظر از شیر خارج می شود.





در حال حاضر قیمت این پمپ در حدود ۴۰۰ دلار است. ولی اگر فرهنگ مصرف آن رایج شود و در تعداد انبوه تولید و فروخته شود می تواند بسیار ارزان تر از این رقم به دست مصرف کننده برسد.

۲-آب گرمکن های بدون تانک: در تبلیغ این نوع آب گرمکن آمده «چه کسی اتومبیل خود را در تمام طول شب روشن می گذارد در حالی که صبح می‌خواهد آن را براند، پس چرا آب گرمکن خود را وقتی به آن احتیاج ندارید، روشن می گذارید؟» این نوع آب گرمکن به دلیل حجم کوچکش داخل حمام و در نزدیک محل مصرف نصب می شود. در دو نوع برقی و گاز سوز ساخته شده و می تواند به سرعت آب گرم را بدون نیاز به تانک ذخیره و به اندازه مورد نیاز تامین کند. با این نوع آب گرمکن، علاوه بر صرفه جویی در مصرف آب، در انرژی هم می توانید صرفه جویی کنید. تبلیغ کارخانه سازنده می گوید «شما با صرفه جویی در مصرف آب و انرژی، درکمتر از یک سال هزینه خرید این آب گرمکن را صرفه جویی خواهید کرد.»

در شماره آینده، شما را با سایر وسایل نوظهور صرفه جویی در مصرف آب آشنا خواهیم کرد.

کارشناسان محترم آب: صرفه جویی در مصرف آب را از منزل خود شروع کنید. KWC جهت جایگزینی وسایل کاهنده مصرف با شما همکاری می کند.

با ما تماس بگیرید.

اطلاعیه اداره استاندارد در رابطه با واردات شیرهای بهداشتی

از آنجایی که وجود آلاینده هایی مانند سرب در شیرهای بهداشتی سلامتی عمومی را به خطر می اندازد و چون امکان کنترل موسسه استاندارد بر روی شیرهایی که به صورت غیرقانونی وارد کشور می شود وجود ندارد، اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان تهران از حقوق قانونی خود استفاده کرده و اقدام به صدور اطلاعیه‌ای نموده که در اینجا متن آن جهت آگاهی عموم چاپ می شود:

اطلاعیه

برخود قانونی با عرضه کنندگان شیرآلات غیر استاندارد

اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان تهران در راستای اجرای ماده ۹ قانون اصلاح قوانین و مقررات سازمان استاندارد به اطلاع عموم می رساند: با توجه به واردات بی رویه شیرآلات بهداشتی غیر استاندارد به ویژه از مبادی غیر قانونی، هرگونه تولید، عرضه و واردات کالاهای مشمول مقررات استانداردهای اجباری، مستلزم اخذ مجوزهای قانونی مربوطه بوده و عدم رعایت آن، تخلف از قانون محسوب می شود.

این اداره کل اعلام کرد: هر گونه مبادرت به عرضه شیرآلات بهداشتی در مراکز توزیع و فروش تنها با شرایط ذیل مجاز است:

۱ - نگهداری، عرضه و فروش انواع شیرآلات بهداشتی تولید داخل، تنها با ارائه پروانه کاربرد علامت استاندارد اجباری معتبر از سوی تولیدکننده و درج نشان استاندارد ملی بر روی کالای مربوط، مجاز خواهد بود.

۲ - نگهداری، عرضه و فروش انواع شیرآلات وارداتی توسط وارد کننده، تنها با ارائه گواهی انطباق با کالای معتبر (COC) صادره از سوی سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مجاز خواهد بود، ضمناً، عدم ارائه گواهی انطباق معتبر توسط عرضه کننده نیز به معنی قاچاق کالا محسوب می شود.

بدیهی است به عنوان آخرین اخطار، در صورت مشاهده هر گونه تخلف از موارد فوق توسط واردکنندگان و عرضه کنندگان، مطابق قوانین و مقررات برخورد قانونی صورت خواهد پذیرفت.

روابط عمومی
اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی
استان تهران

گزارشی از برگزاری سومین همایش ملی آب و فاضلاب

در ساعت ۸ صبح روز چهارم اسفندماه سال ۸۸، سومین همایش ملی آب و فاضلاب با رویکرد اصلاح الگوی مصرف، در پژوهشگاه نیرو آغاز به کار کرد. این همایش در دو روز متوالی و همزمان در سه سالن این پژوهشگاه برگزار شد و ۲۰۰ مقاله علمی در آن ارائه گردید.

یکی از سخنرانان این همایش آقای محمدرضا جلیلی قاضی زاده، دبیر علمی همایش بود که در بخشی از سخنان خود اظهار داشت، افزایش جمعیت، بالا بودن مصرف سرانه آب، توسعه صنعتی و هزینه های بالای تامین آب آشامیدنی از یک سو و محدودیت جدی منابع آب از سوی دیگر سبب شده استفاده بهینه از منابع آب موجود به یک موضوع حیاتی در کشور تبدیل شود.

از جمله مسائلی که در سخنرانی های این همایش مطرح شد، تاثیر اقدامات فرهنگی بر اصلاح الگوی مصرف، نقش زنان در تحقق اصلاح الگوی مصرف، استفاده از وسایل کاهنده مصرف آب، اصلاح الگوی مصرف با رویکرد زیست محیطی، و رویکرد جامع عبور از بحران خشکسالی ها بود.

آقای کیت رابرتسون (Keith Robertson) نیز به عنوان میهمان از سوی انجمن بین المللی آب (IWA)، در این همایش حضور داشت و سخنانی با عنوان « تطبیق سریع با تغییر شرایط به دلیل بالا رفتن جمعیت کره زمین» بیان کرد. نشریه KWC امیدوار است با دسترسی به متن کامل این سخنرانی، ترجمه آن را در شماره آینده به خوانندگان تقدیم کند.

معرفی کتاب

در اسفند ماه امسال کتابی تحت عنوان «اصلاح الگوی مصرف آب چرا؟ و چگونه؟»، توسط آقای مهندس صادق یونس لو در تیراژ ۵ هزار نسخه چاپ و روانه بازار شد.

ناشر این کتاب موسسه پژواک فرهنگ است. نکته قابل توجه این است که کتاب بدون پشتیبانی مالی و با هزینه شخصی نویسنده و ناشر چاپ شده. به همین دلیل بسیار مناسب است، موسسات و افرادی که به موضوع کتاب علاقه مند و مرتبط هستند، نسبت به خرید آن اقدام کنند تا انگیزه ای شود، برای چاپ بیشتر آثاری از این دست. شرکت KWC به دلیل علاقه مندی به مبحث صرفه جویی در مصرف آب، در اولین گام اقدام به خرید ۳۰۰ جلد از این کتاب نمود. ماهنامه نیز وظیفه خود می داند هر کمکی که بتواند درجهت فروش این کتاب انجام دهد. به همین دلیل کلیه کارشناسان و موسساتی که می خواهند کتاب را تهیه کنند، می توانند از طریق ماهنامه برای خرید اقدام نمایند. ماهنامه به سهم خود هزینه های پست و ارسال کتاب را به عهده می گیرد و قیمت کتاب را به حساب ناشر واریز خواهیم کرد. شما می‌توانید با تلفن، E-mail و یا آدرس پستی ماهنامه کتاب را درخواست کنید. قیمت پشت جلد کتاب ۴۷۰۰۰ ریال است.

اصلاح الگوی مصرف آب
چرا؟ و چگونه؟

اخبار KWC

نمایشگاه تخصصی خانه مدرن در رشت

دومین دوره نمایشگاه تخصصی خانه مدرن از تاریخ ۲۸ بهمن تا دوم اسفند ماه در شهر رشت برگزار شد. در این نمایشگاه پیشرفته ترین دستاوردهای صنعت ساختمان و دکوراسیون داخلی به نمایش در آمد. شرکت KWC نیز در این نمایشگاه غرفه داشت و به نمایش و ارائه محصولات خود پرداخت. آقای صبوری نماینده KWC در شهر رشت مسئولیت برپایی و مدیریت غرفه را در طول برگزاری نمایشگاه بر عهده داشت.

نمایشگاه خانه مدرن در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان گیلان برپا شده بود، و به گفته مسئولان نمایشگاه بیش از یکصد هزار نفر از آن بازدید کردند.

سردبیر: شهریار بدیعی
گرافیک: یحیی پاکدل
عکس: سجاد تبریزی
حروفچینی: سیما پیریایی
لیتوگرافی و چاپ: آهو
تهیه شده در مشار ایران ۸۸۸۲۲۸۶۰
moshariran@yahoo.com
استفاده از مطالب ماهنامه بدون ذکر ماخذ بلامانع است

اخبار آب

نُه دریاچه فارس در معرض خشک شدن قرار گرفتند

حمید ظهرابی معاون محیط طبیعی محیط زیست استان فارس گفت: از ۱۲ تالاب و دریاچه استان دو دریاچه وضعیتی به نسبت مناسب، یک مورد در حد متوسط و ۹ مورد باقیمانده در وضعیت نامناسب ناشی از خشکسالی و بی آبی قرار دارند.

وی خاطرنشان کرد: دریاچه های پریشان، کافتر و بختگان به رغم اینکه زیستگاه مهمی برای پرندگان مهاجر به شمار می روند وضعیت چندان مطلوبی ندارند و سطح آب موجود در آن چندان قابل توجه نیست.

عکس از خبرگزاری مهر

دریاچه طشک نیز که در محدوده حفاظت شده بختگان فارس قرار دارد از بزرگترین و پرآب ترین دریاچه های کشور به شمار می رفت که طی چند سال اخیر با خشکسالی دست و پنجه نرم می کند.

جام جم آنلاین

کمبود آب اشامیدنی در کامرون

به دلیل توسعه بی رویه مصرف آب و فرسودگی تاسیسات آبرسانی، دو شهر کشور کامرون با کمبود آب مواجه شده‌اند. ساکنان شهرهای یائونده و دوالا می‌گویند تاسیسات آبرسانی، متناسب با توسعه شهرها در کامرون گسترش نیافته است. مقامات این دوشهر آب را جیره بندی کرده اند و ساکنان آنها تنها برای زمانی محدود در هفته آب دارند لذا مجبورند برای تامین آب آشامیدنی خود هر روز در برابر محلهای توزیع آب صف بکشند. وزارت انرژی و آب کامرون اعلام کرد در حال حاضر تنها سه درصد از هجده میلیون جمعیت مردم کامرون به آب آشامیدنی سالم دسترسی دارند و دولت در تلاش است تاسیسات آبرسانی شهری را در این کشور گسترش دهد تا مردم در سالهای آینده کمتر با جیره بندی آب مواجه شوند.

واحد مرکزی خبر

خشکسالی در چین، بیش از هفت میلیون نفر را با بی آبی مواجه کرده است

مقالات محلی دولت چین اعلام کردند: در پی وقوع خشکسالی طی دو ماهه گذشته در این کشور تاکنون هفت میلیون و ۵۰۰ هزار نفر با کمبود آب مواجه شدند و چهار میلیون راس دام نیز تلف شده است.

بر اساس اعلام رسانه‌های این کشور اگر این روند همچنان ادامه یابد، بر تعداد افرادی که هر ماه از بی‌آبی و یا کم آبی رنج می برند و یا مجبور به کوچ به دیگر نواحی کشور می باشند، افزوده خواهد شد، به طوری که تخمین زده می‌شود در ماه مارس این رقم به هفت میلیون و ۹۲۰ هزار نفر، در آوریل به ۹ میلیون و ۵۱۰ هزار نفر و در ماه می به ۱۰ میلیون و ۱۴۰ هزار نفر برسد.

ایسنا

سال ۲۰۰۷ در یک صد سال گذشته گرم ترین سال زمین بود

اقلیم شناسان «مرکز پژوهش های فضایی موسسه گودارد» (GISS) در نیویورک سیتی دریافته اند که سال ۲۰۰۷ بعد از سال ۱۹۹۸ گرم ترین سال زمین در صد سال گذشته بوده است. پژوهشگران موسسه گودارد با استفاده از اطلاعات مربوط به درجه حرارت مراکز هواشناسی مستقر در زمین و ماهواره هایی که از سال ۱۹۸۲ دمای توده های یخ دریاها را اندازه گیری می کردند و همچنین با بهره گیری از اطلاعات به دست آمده از کشتی های تحقیقاتی به این نتیجه گیری دست یافتند. ذوب شدن یخ و برف از یک سو باعث بالارفتن سطح آب های آزاد شد، و از طرف دیگر، آب ها نیز نور خورشید و گرمای بیشتری را جذب می کنند. برف و یخ معمولاً نور خورشید را منعکس می کند، در حالی که هنگامی که از بین بروند، توانایی آنها در تغییر جهت پرتوهای گرما نیز از بین می رود.

NASA 2010