◆ گلهای دانش

ویدا تقی پور بهنامی
کلاس دوم ابتدایی
معدل کل ۱۹/۷۰

علی سامیرانی
کلاس سوم ابتدایی
معدل ۲۰

مجید محمودی
کلاس اول راهنمایی
معدل کل ۱۹/۷۸

سیده فائزه رضوی
کلاس پنجم ابتدایی
معدل ۲۰

گیتا عقلی دیزجی
کلاس اول راهنمایی
معدل کل ۱۸/۴۵

امین برقیان نظر لو
کلاس پنجم ابتدایی
معدل کل ۱۹/۳۷

زهرا فرج پور دهقانی نژاد
کلاس اول ابتدایی
معدل کل ۱۹/۷۶

فاطمه فرج پور دهقانی نژاد
کلاس پنجم ابتدایی
معدل کل ۹/۴۷

احسان حامد خدا
کلاس اول ابتدایی
معدل ۲۰

فتانه نوری خانقاه
کلاس دوم ابتدایی
معدل ۲۰

فائزه نوری خانقاه
کلاس چهارم ابتدایی
معدل کل ۱۹/۹۳

عاطفه جهانبان اسفهلان
کلاس چهارم ابتدایی
معدل کل ۱۹/۹۳

رومینا صاحبقران
کلاس دوم ابتدایی
معدل ۲۰

حمید رضا تقی پور
کلاس پنجم ابتدایی
معدل ۱۹/۱۸

فاطمه خانی
کلاس چهارم ابتدایی
معدل ۲۰

پریا امیر شقاقی
کلاس چهارم ابتدایی
معدل ۲۰

کاهش زمان عملیات حرارتی نیتراسیون قطعه رینگر

از بدو تشکیل کارگاه عملیات حرارتی، بالا بودن زمان عملیات حرارتی نیتراسیون قطعه رینگر (۳۶ ساعت) ؛ باعث اتلاف زمانهای تولید به مدت ۸۴۴۹۶ دقیقه در یکسال ودر نتیجه منجر به افزایش روزبه روز هزینه های تولید در این کارگاه می شد. مهندس علی سررشته کارشناس ارشد متالوژی بعنوان رهبر تیم عملیات حرارتی با بررسی مشکل مذکوره،راه حل ذیل را ارائه وبا همکاری اعضای تیم عملیات حرارتی به مرحله اجرا گذاشتند.

فرآیند نیتروژن دهی یک عملیات حرارتی شیمیایی است و در اثر نفوذ اتم هیدروژن به فولاد در محدود دمایی ۳۵۰ - ۶۶۰۰ انجام می شود و نیتروژن بصورت اتمی در سطح قطعه فولادی نفوذ کرده و طبق دیاگرام، نیتروژن در دمای نیتروژن دهی تا حدود ۰/۱٪ وزنی درآهن حل می شود. با فراتر رفتن درصد نیتروژن از این مقدار، فازهای نیترید آهن با ترکیبات متفاوتی از آهن و نیتروژن تشکیل می شوند. این فازها در سطح قطعه ایجاد شده و باعث تولید فازی بنام لایه سفید به ضخامت در حدود (۰۵ ۰/mm) در لایه سطحی قطعه می شود. لذا با عنایت به فرایند نیتروژن دهی و در نتیجه بالا بودن زمان عملیات قطعه رینگر ۴۲۴ که باعث ایجاد گلوگاه در خط تولید شده و هزینه تولید این قطعه را افزایش داده بود ؛ بررسی هایی در این زمینه انجام واز بین پارامتر های مختلف بهترین پارامتر (افزایش زمان و ثابت نگه داشتن دمای منطقه نفوذی و کاهش زمان کل عملیات بعد از نفوذ جهت حفظ سختی لایه نفوذی) انتخاب و به مرحله اجرا گذاشته شد.با انجام این روش ،زمان عملیات نیتراسیون قطعه رینگر از ۳۶ ساعت به ۲۴ ساعت کاهش یافته و آمار تولید قطعه فوق نیز از ۳۱۱۲۲ به ۳۱۶۸۴ عدد افزایش یافت. (افزایش تولید ۱۰۵۶۲عدد در سال)این کار نه تنها باعث حذف برونسپاری این قطعه گردیده ،بلکه کارگاه عملیات حرارتی از این به بعد قادر است برای اولین بار قطعه فوق را به تعداد ۳۱۶۸۴ عدد در سال ،تولید کند. روش فوق از اوخر خردادماه امسال در واحد نیتراسیون کارگاه عملیات حرارتی به مرحله اجرا گذاشته شده واز همان تاریخ روزانه ۸۹عدد (یک شارژ کامل) با برگ کنترل کیفی OK به انبار ارسال می گردد.

تیم بهبود مستمر وحدت (نگهداری و تعمیرات) کارگاه ریم سازی

نام پروژه : بازسازی دستگاه خم کن قدیم رومانی

با توجه به توقف پی در پی و روزانه حداقل یک ساعت دستگاه خم کن قدیم رومانی(سالیانه ۲۰۰ ساعت) بدلیل نایاب بودن قطعات یدکی جکها و شیرآلات پنوماتیکی؛ تیم بهبود مستمر وحدت ،نگهداری و تعمیرات کارگاه ریم سازی با بررسی مشکل پیش آمده ،توانستند کلیه نواقصات موجود را رفع و قطعات ابتکاری جدیدی را بجای قطعات قدیمی نصب و با رنگ آمیزی مناسب، دستگاه مذکور را مجدداً به چرخه تولید بازگردانند. اسامی اعضای این تیم عبارتند از ناصر افتخار(رهبر تیم)،عادل عیوض زاده (دبیر تیم)، روح اله سلمانی،جهانگیر معرفت، رحیم رحیمی و علی دهقان.

تیم برتر 22

در راستای اجرای 22 در شرکت تراکتورسازی ایران ؛ شش نفر از رانندگان لیفت تراک دریک اقدام جمعی مبادرت به رنگ آمیزی خودروهای تحویلی خود نمودند.اسامی این عزیزان عبارتند از کسری زایر، ابوالفضل برازنده، داریوش ذهدی، ابوالفضل دریادل، فرخ گلکار، دانیال حاتمی. لازم بذکر است کلیه عزیزانی که اقدام به اجرای نظام آراستگی در محیط کار خود می نمایند مورد تقدیر مدیریت شرکت قرار می گیرند.

تهیه کننده : مهندسی صنایع - دبیرخانه توسعه کایزن

مبارزه طلبی کایزن

استراتژی کایزن مهمترین مفهوم در مدیریت ژاپنی و رمز موفقیت رقابتی این کشور است. در سرتاسر این کتاب، کایزن به معنای بهبود پیوسته و مداوم، توام با مشارکت همه افراد در یک شرکت یا سازمان (مدیریت ارشد، مدیران و کارگران)، به کار رفته است. در ژاپن، برای ایجاد آگاهی نسبت به کایزن در بین مدیران و کارگران، روش های بسیاری بکار گرفته شده است. کایزن وظیفه‌ای همگانی است. راز ادراک تفاوت های موجود میان روش های مدیریتی در ژاپن و غرب، کایزن است. مهمترین تفاوت میان روش های مدیریتی در ژاپن و غرب می توان چنین بیان نمود: کایزن و نظام تفکر روندگرا در ژاپن، در مقابل نوآوری و نظام تفکر نتیجه گرا در غرب. کایزن یکی از متداول ترین کلمات در ژاپن است. مردم ژاپن در طول شبانه روز، از طریق رسانه های گروهی دایماً در معرض بمباران سخنان مقامات دولتی و سیاستمداران درخصوص کایزن توازن بازرگانی و تجارت با ایالات متحده، کایزن روابط سیاسی با فلان کشور و کایزن سیستم تامین اجتماعی قرار دارند. در این کشور، هم مدیران و هم کارگران درخصوص کایزن روابط صنعتی متفق القول اند. در شرکت ها، کایزن چنان در اعماق وجود و ژرفای اندیشه کارگران و مدیران ریشه دوانیده است که آنان در اکثر موارد حتی متوجه نیستند که براساس نظام کایزن فکر می کنند.

در طول دو دهه پیش از وقوع بحران نفت، اقتصاد بین المللی از رشدی بی مانند برخوردار بود و نیازی سیری ناپذیر به محصولات و تکنولوژی های جدید احساس می کرد. در این دوران بود که استراتژی نوآوری مورد توجه خاص قرار گرفت. بنیاد این استراتژی بر تکنولوژی استوار است و دستیابی به سود سرشار و پیشرفت های پرشتاب، از جمله پیامدهای آن محسوب می شود. استراتژی نوآوری در محیطی که از ویژگی های زیر برخوردار باشد، شکوفا می شود و به بار می نشیند: - وجود بازارهایی که بتوانند به سرعت گسترش یابند. - وجود مشتریانی که توجهشان به کمیت معطوف باشد نه کیفیت. - وجود منابع فراوان و کم هزینه - اعتقاد بر این که دستیابی به موفقیت در اثر نوآوری در محصولات، باعث جبران خمودگی و حرکت بطئی روش های تولید سنتی می شود. - مدیریت پیش از آنکه به کاهش هزینه ها فکر کند، به افزایش فروش بیندیشد. اما اینک آن دوران گذشته است.

بحران نفتی دهه ۱۹۷۰، فضای تجارت بین المللی را عمیقا و به طور برگشت ناپذیری، عوض کرده است. بدینسان ویژگی های شرایط جدید عبارتند از: - افزایش سریع هزینه های مواد، انرژی و کار - قابلیت بیش از حد ابزار و تجهیزات تولید - رقابت فزاینده میان شرکت ها در بازارهای اشباع شده یا راکد - ارزش های تغییریافته مصرف کنندگان و انتظار آنان نسبت به کیفیت بیشتر و دقیق تر. - نیاز به معرفی سریع تر محصولات جدید. - نیاز به نقطه سربه سر در سطحی پایین تر. اما علیرغم این تغییرات، بسیاری از مدیران هنوز استراتژی نوآوری را تایید می کنند و نسبت به تبیین و اجرای استراتژی های مناسب با دوران جدید، امتناع می ورزند.

در مورد هزینه های فزاینده منابع، رقابت شدید برای جلب نظر مشتری از طریق افزایش کیفیت، نیاز به تولید محصولات با عنایت به انتظارات و درخواست های مشتری و ارائه خدمات با سرعت بیشتر نسبت به گذشته، هشدارها و علایم بسیاری وجود داشته اند. اما شرکت های غربی پس از نادیده گرفتن این هشدارها برای مدت های مدید، «ناگهان» دریافته اند که شرکت های ژاپنی رقبای نیرومندی برای آنها محسوب می شوند. در فضای رقابتی امروز، تاخیر در بکارگیری آخرین تکنولوژی ها، مستلزم پرداخت بهایی سنگین است. بهایی که باید برای تاخیر در بکار بردن روش های بهودیافته مدیریت پرداخت شود، کمتر از آن نیست. با این وجود مدیریت غربی برای بهره برداری از کایزن که توسط شرکت های ژاپنی اعمال می شود، رغبت چندانی از خود نشان نمی دهد و اسف بارتر این که بسیاری از مدیران غربی حتی نمی دانند که اعمال استراتژی کایزن به راحتی امکان پذیر است و می تواند بهترین یاور آنان در فعالیت های رقابت آمیزشان باشد.

شرکت های موفق نشان داده‌اند که با برخورداری از مدیریت مناسب، می توانند پذیرای تغییرات باشند و با مسایلی که بعضاً پیش می آید، دست و پنجه نرم کنند. برهمین اساس، شرکت های ژاپنی توانسته‌اند با استفاده از استراتژی کایزن، محصولات رقابتی را با موفقیت کامل طراحی و تولید کنند و بفروش برسانند. بسیاری از دست اندرکاران امور تجارت و شرکت ها در غرب می پرسند که: «ژاپنی ها چگونه توانسته‌اند به این موفقیت ها دست یابند؟» ولی دانشمندانی که در پی یافتن پاسخ سوال فوق هستند، بنابه دلایلی استراتژی کایزن را نادیده گرفته اند.

بسیاری از کارشناسان دلایل این موفقیت ها را در عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جستجو می کنند و تنها معدودی از آنان به روش های مدیریت ژاپنی که در طول سی سال گذشته مورد استفاده مدیران این کشور بوده است، پرداخته اند. البته باید خاطرنشان ساخت که این همه تاکید بر کایزن به این معنی نیست که نوآوری می تواند و یا باید کنار گذاشته شود. بلکه سخن در این است که اگر قرار باشد شرکت یا سازمانی در شرایط کنونی بقای خود را حفظ کند و پیشرفت و رشد داشته باشد باید هم از کایزن و هم از نوآوری استفاده کند. بسیاری از مقالاتی که این روزها پیرامون مدیریت ژاپنی به رشته تحریر درمی آیند، فقط به سردرگمی و اغتشاش فکری خوانندگان خود می افزایند. کارشناسان و دانشمندان، در بیان رمز موفقیت مدیریت ژاپنی تفسیرها و برداشت های شخصی را دخالت داده‌اند و اغلب چنین القا می کنند که در غرب، دستیابی به موفقیت از راه اعمال مدیریت ژاپنی ناممکن است. واژگان مورد استفاده در این گونه مقالات نیز به سردرگمی و اغتشاش فکری بیشتری می انجامد. درست است که واژگانی همچون کیفیت، بهره وری و لغات دیگری از این دست، برای متخصصین واضح و گویا هستند ولی باعث ابهام و سردرگمی خوانندگان ناآشنا می شوند.

کایزن شالوده اساسی فلسفه مدیریت ژاپنی برای دستیابی به بهترین هاست. بدینسان همان گونه که افرادی که برای اولین بار با واژه کایزن آشنا می شوند، آن را به مثابه بنیاد محکم و استواری برای مطالعات آتی خود تلقی می کنند، مدیرانی هم که به مطالعه مدیریت ژاپنی پرداخته اند، کایزن را مقوله‌ای خواهند یافت که بسیاری از مشاهدات و نظرات مجزا و جدای از هم نویسندگان مختلف را با یکدیگر پیوند می زند و مجموعه‌ای منسجم ایجاد می کند.

بسیاری از روش ها و عملکردهای مدیریت ژاپنی تنها به این دلیل که روش های خوب مدیریت هستند، با موفقیت قرین می گردند. ارتباط این موفقیت ها با فرهنگ بسیار اندک است و فقدان تعصب و نفوذ موثر فرهنگی چنین می نمایاند که این روش ها می توانند در جاهای دیگر نیز با موفقیت اجرا شوند، کما اینکه می شوند.

به نقل از سایت "ایران کایزن"

◆ اطلاع رسانی

اطلاع رسانی بیمه‌ای

تامین و ارتقاء سلامت افراد و حفظ کرامت انسانها از اصلی ترین محورهای درمانی هر جامعه می باشد. طبق آئین نامه صندوق حمایت و بازنشستگی آینده ساز، وضعیت درمان کارکنان عضو در زمان اشتغال آنان، به هنگام عقد توافقنامه، به شرکتهای متبوع واگذار گردیده است که این امر در سالیان گذشته به دلایل عدیده، هیچگونه اثرسوئی را نشان نداده، ولی با گذشت زمان، این خلاء بیشتر موجودیت خود را آشکار ساخته و با وجود تمام تلاشهای بکارگرفته شده در این ارتباط، رفته رفته به علت تفاوت سلیقه و روشهای اجرائی مختلف در شرکتها، آثار کمبودهای ناشی ازسازماندهی مناسب و عدم وجود آئین نامه و ضوابط اجرائی مدون در بخش درمان اعضاء مشهود گشته است.

در سالهای اولیه شکل گیری سیستم درمان، که پرداخت هزینه های درمانی بدون تبعیت از مکانیزم خاصی انجام می گرفت، وضعیت چندان مساعدی نداشت. در سال ۱۳۶۸ معدود شرکتهایی منفرداً مبادرت به تنظیم و تصویب آئین نامه رفاهی - درمانی در داخل شرکت خود نموده و به مورد اجرا گذاشتند لیکن معضلاتی از قبیل انتقال کارکنان عضو به دیگر شرکتهای صنعتی مستقر در تبریز و نبود مرجع مشخص برای رفع نیازهای درمان اعضاء آینده‌ساز پیش‌ازپیش به چشم می‌خورد که در سال ۱۳۷۰ آئین‌نامه درمانی یاد شده با مختصر اصلاحات انجام یافته و به همراه یک جلد تعرفه درمانی با عنوان تعرفه خدمات تشخیصی- درمانی صنایع تهیه و تدوین گردیده بود جهت تصویب و اجرا به شرکتهای ذینفع ارسال گردید.

درسالیان آتی نیز همان آئین‌نامه و تعرفه با اندک تغییراتی که ناشی از شرایط روز درمان و مصوبات و دستورالعمل های مراکز ذیصلاح درمانی کشور بود اعمال می گردید.

به هر حال در مقایسه با روشهای دیگر، کارکنان عضو آینده‌ساز بالنسبه رضایت خود را نسبت به سیستم مذکور بارها اعلام نموده‌اند اما بطور کلی و با دید فنی میتوان به اشکالاتی چند اشاره نمود:

۱- عدم پشتیبانی اجرائی قوی
۲- عدم تطابق سریع با تغییرات روز وضعیت درمان
۳- عدم هماهنگی شرکتها در اجرای تصمیمات متخذه
۴- نداشتن نقدینگی شرکتها در بعضی مواقع جهت پرداخت هزینه درمان کارکنان
۵- نبودن رهبری سازمانی موثر برای رفع و رجوع مشکلات درمان در شرکتها

البته طی این مدت شرکت تراکتورسازی تا حدودی بعنوان مرجع، پاسخگوی مسائل مطروحه بوده است اما بدون ایجاد یک سیستم منسجم بیمه‌ای و عدم پشتیبانی سازمانی، دستیابی به اهداف تعیین شده امکانپذیر نمی باشد مضافاًاینکه طی یکی دو سال گذشته افزایش تعرفه‌های درمانی و هزینه‌های سرسام‌آور پزشکی که هیچگونه سنخیتی با درآمد کارکنان ندارد، در ایجاد تنش روحی افراد اجتناب ناپذیر می‌باشد و بدیهی است نیروی انسانی متخصص زمانی می تواند در ارائه وظایف خود موفق باشد که نگران حوادث غیرقابل پیش‌بینی و سلامتی خود و خانواده‌اش نباشد.

در آبانماه سال۱۳۸۵و نودمین جلسه شورای هماهنگی شرکتهای مستقر در تبریز کمیته‌ای با عنوان کمیته درمان شورای هماهنگی تشکیل و مقررگردید کمیته منتخب که از افراد کارشناس و خبره و متخصص در امور درمان می‌باشد با کارشناسی دقیق نسبت به ارائه روشهای منطقی و مطلوب که در برگیرنده پوشش بیمه درمانی کارکنان عضو و متناسب با تغییرات ساختاری جدید باشد بهره‌مند شوند، لذا اعضاء کمیته سریعاً با تشکیل جلسات متعدد و طی مدت هفت ماه و با تکیه بر دانش فنی خود و گردآوری مطالب و تجزیه و تحلیل مسائل روز درمان نسبت به تدوین و ساماندهی آئین‌نامه درمانی- رفاهی و تهیه و اجرای تعرفه‌های درمانی جامع با نرخ‌گذاری واقعی آن جهت مهار بازار آشفته درمان که مشتمل بر تامین نیازهای اعضاء و با در نظرگرفتن منابع مالی شرکتها و بار مالی ایجاد شده آن می‌باشد اقدام نمودند که دستورالعملهای اجرائی حاصل از آن بعنوان مرجعی قابل اتکاء و پس از تصویب نهائی و ابلاغ صندوق حمایت و بازنشستگی آینده‌ساز در اختیار شرکتهای ذینفع قرار می گیرد.

امید است که ماحصل جمع بندیهای کارشناسی و فنی اعضای کمیته بتواند نتایج ارزشمندی بدنبال داشته باشد.

سعید مشعشعی
عضو و دبیر کمیته درمان شورای هماهنگی شرکتهای صنعتی مستقر در تبریز