◆ اطلاع رسانی

تولید ملی یعنی اشتغال و سربلندی ایران اسلامی

واردات بی رویه کالا طی سال های اخیر لطمات جبران ناپذیر زیادی بر پیکر اقتصاد کشور زده است. ضمن آنکه تولید به معنای ارزش نهادن به منافع ملی کشور است که می تواند زمینه های اشتغال را در کشور افزایش دهد و در نتیجه منجر به ایجاد ثروت و استقلال بیشتر در بخش های مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی شود

با توجه به اینکه هم اکنون نرخ بیکاری در کشور دو رقمی است، تعطیلی برخی از واحدهای اقتصادی که بر اثر واردات بی رویه کالا صورت گرفته، می تواند منجر به افزایش روند بیکاری در کشور شود. برخی از کارشناسان اقتصادی بر این باورند، فرهنگ تولید و زحمت باید جایگزین فرهنگ واردات کالا شود. متاسفانه طی سال های اخیر دستیابی به ثروت از راههای غیرمتعارف تبدیل به الگو برای بسیاری از افراد شده است و با اینکه همواره در باور اجتماعی و دینی ما بر انجام کار و تلاش تاکید شده اما افکار حاکم بر جامعه از این موضوع، دوری می کند. باور کار و تلاش را نمی توان فقط با دادن شعار و حرکات نمایشی فرهنگ سازی کرد. این باور زمانی می تواند در میان مردم تبدیل به الگوی رفتاری شود که نتایج عینی آنرا به وضوح مشاهده کنند. کتاب های درسی کودکان در دوره های مختلف آموزشی همواره به موضوع کار تاکید می کنند اما دانش آموزان همواره با آموزگاری سر و کار دارند که نمی تواند با وجود کار پرزحمت معلمی، مخارج روزمره خود را تامین کند و به همین سبب مجبور به کسب معاش به روشهای دیگر است که متاسفانه این امر الگوی ارزشمند وی را در اذهان دانش آموزان مخدوش می کند. شرایط اقتصادی کنونی طوری تنظیم شده که تجارت حرف نخست را در کسب منافع اقتصادی می زند و از تولید و تولیدکننده، خبری نیست.

ابراهیم رزاقی کارشناس امور اقتصادی معتقد است: تولیدکننده در عرصه اقتصادی می تواند قهرمان محسوب شود زیرا می تواند با آفرینش، زمینه های اشتغال را در کشور گسترش دهد و نه تنها به تولید ملی کمک کند بلکه در جهت توزیع ثروت از طریق توسعه اشتغال، یاری رساند.

بررسی های آماری نشان می دهد حدود ۴۰۰ هزار نفر در بخش تولید کشور فعالیت می کنند که این میزان با احتساب نیروهای واسطه به حدود ۲.۵ میلیون نفر، می رسند.

ساخت مراکز تجاری یکی از مهمترین اموری بوده که در سالهای اخیر در کشور به چشم می خورد و از آنجا که تولید در کشور با مشکلات متعددی دست به گریبان است، ساخت این مراکز فقط بستر مناسبی برای فروش کالاهای نامرغوب وارداتی به کشور است یعنی بعبارتی تلاش می شود تا کارگران خارجی همواره کار داشته باشند و تولید آنها همواره پر رونق باشد.

براساس برآوردهای آماری هم اکنون حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد تجاری در کشور فعال هستند بطوری که به ازای ۳۰ نفر یک مغازه در کشور وجود دارد در حالیکه در کشورهایی که مبنای حرکت اقتصادی آنها تولید است به ازای هر ۵۰۰ نفر، یک مغازه یافت می شود.

رزاقی معتقد است: سرمایه در کشور همواره بسوی فعالیت های غیرمولد می رود که این امر تاثیر نامطلوبی بر اقتصاد کشور، در طولانی مدت خواهد داشت. هم اکنون نفت می فروشیم و کالا وارد می کنیم اما این روند تا کی می تواند ادامه داشته باشد. زمانی که منابع درآمدی که از فروش مواد اولیه حاصل می شود، تتزل یابد آن روز با این مشاغل کاذبی که ایجاد کرده ایم و مشاغل تولیدی که نتوانسته ایم برای جبران آن روز توسعه دهیم چه باید بکنیم؟

رزاقی معتقد است: سودپرستی در کشور شکل گرفته و بیکاری در حال تشدید شدن است. دولت نباید از خودش مسئولیت زدایی کند. هیچ کشوری در مسیر توسعه قرار نگرفته است مگر اینکه دولت های آن، برنامه ای برای توسعه تدوین و آن را بدرستی دنبال کرده باشد. وی گفت: متاسفانه استفاده از کالاهای خارجی بدون اینکه نگرانی از عواقب آن وجود داشته باشد، براحتی در کشور تبلیغ می شود.بیلبوردهایی که در مناطق مختلف شهر به چشم می خورد جایگاهی برای تبلیغ انواع کالاهای مصرفی خارجی است. کالاهای خارجی را تبلیغ می کنیم در حالیکه بسیاری از واحدهای اقتصادی تنها با بخشی از ظرفیت خود کار می کنند.

واردات کالا در مجموع بد نیست اما واردات کنترل شده می تواند رقابت را در زمینه های مختلف اقتصادی افزایش دهد در غیر آن صورت کمر تولید کشور را نشانه گرفته و این نیز ظالمانه است.

ای برادر تو همه اندیشه ای...

گزارش پیشنهادهای اجرا شده طی یک ماه اخیر

شماره پیشنهاد: ۴۲۶۳
عنوان پیشنهاد: انتقال عملیات ماشینکاری قطعه ۷۱۲ از کپی تراش به دستگاه CNC

نتایج اجرای پیشنهاد: جلوگیری از توقف تولید-بالا بردن کیفیت سطح ماشین کاری شده-استفاده بهینه از دستگاه سی ان سی که بصورت راکد باقی مانده بود- راحتی اپراتور در تنظیم دستگاه و ابزار

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: احد مختارزاده - ایوب تقی پور عمیدی- جواد ملک لی
رضا مطلبی گاوگانی-محسن وجدی نژادآرا

شماره پیشنهاد: ۴۴۴۳
عنوان پیشنهاد: ایجاد پایه کار برای قطعات زنجیر مهار کننده وسط و تغییر در پایه کار جعبه گاز و آماده کاری قطعات آن

نتایج اجرای پیشنهاد: جلوگیری از حرکات زاید و اضافی - صرفه جویی زمان و افزایش بهره وری - تسهیل کار اپراتور-اجرای -5S جلوگیری از پراکنده شدن قطعات

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: خلیل عبدی زاده- عباس باغبان کریمی - محمد عباجی حکم آبادی نژاد -مهدی گلناری تبریزی

شماره پیشنهاد: ۴۵۹۶
عنوان پیشنهاد : ایجاد گرمایش برای انبار ابزار،سیم پیچی و باز سازی

نتایج اجرای پیشنهاد: کاهش فوق العاده مصرف برق (حدود ۲۰۰۰۰وات در روز) و در نتیجه جلوگیری ازگرم شدن و سوختن سیمها و افزایش عمر ترانس ها و کاهش فشار به شبکه

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: اصغر احمدیان - رکن الدین تقی پوررزاعی - ابراهیم فرزام راد -اسمعیل بلندی بارنجی- به داد داوطلب - رحیم هادی منتق - سیدجمال زین العابدین- فیروز یادگار-مصطفی مرتضی پور

شماره پیشنهاد: ۴۶۸۶
عنوان پیشنهاد : تغییر و بهبود سیستم گرمایشی گلخانه‌های فضای سبز

نتایج اجرای پیشنهاد: کاهش یا حذف کارهای مربوط به تامین سوخت وحمل و نقل های مربوط به آن - حذف هزینه سوخت مصرفی- حذف تعمیرات ونگهداری سیستم- حذف خطرات احتمالی (آتش سوزی و گازگرفتگی)- افزایش فضاهای قابل استفاده -استفاده ازانرژی پاک

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: آلهویردی تقی زاده شیخ احمدلو-ابراهیم فرزام راد-ابوالفضل زارعی لاهیجان

اسمعیل بلندی بارنجی- اصغر احمدیان - افشار شعبانی - خدمتعلی فاتحی جقه- رحیم هادی منتق -علیرضا فتح الهی قندیلو

فیروز یادگار- قلی زاهد ینگی کند- محمود پورگلی امامیه - مصطفی مرتضی پور- مهدی مردافکن-همتعلی محترمی امراله

شماره پیشنهاد: ۴۷۶۵
عنوان پیشنهاد: تسمه کشی به جای فنس کشی پائین راه آهن

نتایج اجرای پیشنهاد: افزایش امنیت - صرفه جویی در هزینه- عدم دوباره کاری- عدم امکان تردد و عبور و مرور- انجام در حداقل زمان ممکن -بکار گیری حداقل نیروی انسانی.

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: قلی زاهد ینگی کند- محمد مشفقی- احد بابازاده- امیر پاسیار- حسین فرجی-رکن الدین تقی پوررزاعی - سیدموسی پورعافی خلجان- فیروز یادگار- مصطفی مرتضی پور- ناصر تقی زاده

شماره پیشنهاد: ۴۷۶۶
عنوان پیشنهاد : ساخت بست های موتور برای استفاده در صادرات

نتایج اجرای پیشنهاد: صرفه جوئی و کاهش هزینه ها (مالی، زمانی ،....)- ساخت و تحویل دهی بستها در حداقل زمان ممکن

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: قلی زاهد ینگی کند- محمد مشفقی- احد بابازاده- رکن الدین تقی پوررزاعی - سیدموسی پورعافی خلجان

شماره پیشنهاد: ۴۷۹۲
عنوان پیشنهاد : کاهش تعداد صندوقهای قطعات صادراتی تراکتور ۳۹۹

نتایج اجرای پیشنهاد: کاهش در هزینه حمل معادل یک دستگاه تریلر در صدور محموله ۱۴۴ دستگاهی- کاهش تعداد ۳۰ صندوق و صرفه جویی در ساخت آنها به ازای هر محموله ۱۴۴ دستگاهی-کاهش حجم معادل ۳۱.۵۴ مترمکعب - کاهش زمان بسته بندی وبارگیری

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: حمید نعمتی فرد - محمد صالحی - جواد بابائی

شماره پیشنهاد: ۴۸۰۳
عنوان پیشنهاد : طراحی و ساخت پالت مخصوص برای بازوهای بالا برنده تراکتور (هیدرولیک)

نتایج اجرای پیشنهاد: ایجاد نظم و ترتیب و چیدمان در ایستگاه مربوطه و هم در حین آماده کاری- ایجاد سهولت در آماده کاری و مونتاژ در خط- تسریع در مونتاژ و آماده کاری -حمل و نقل آسان توسط لیفت تراک به ایستگاه مربوطه- ازدیاد آماده کاری از نظر تعداد آماده کاری -جلوگیری از آسیب رساندن به اپراتور از لحاظ جسمانی حین آماده کاری و مونتاژ

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: ابراهیم صادقی- احد ذبیحی بیرامی- احمد آشوبی-مهدی کرمانی لاهیجان -نوروز رام

شماره پیشنهاد: ۴۸۰۴ - ۴۸۰۵
عنوان پیشنهاد : طراحی و ساخت میز مخصوص آماده کاری روتاینر و شفت پینیون

نتایج اجرای پیشنهاد: ایجاد نظم و ترتیب در چیدمان قطعه کار - جلوگیری از اسکراب و زدگی قطعه- سهولت در مرحله آماده کاری- تسریع در کار و کم کردن زمان آماده کاری - جلوگیری از دمونتاژ مجدد گیربکس بعد از تست به سبب زدگی پروفیل دنده‌ها یا قطعه- ازدیاد آماده کاری از نظر تعداد آمار و کم شدن مرحله تست (در صورت زدگی داشتن قطعه)

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: احد ذبیحی بیرامی- اکبر همت نژاد زنگلانی- رضا بقالی-محرم محمد جعفرزاده

شماره پیشنهاد: ۴۸۰۶
عنوان پیشنهاد : طراحی و ساخت میز چند منظوره جهت حمل و نقل قطعات به شماره فنی B۳۳۷, B۳۳۰, D۹۸۳, C۸۰۷

نتایج اجرای پیشنهاد: سهولت کار اپراتور- حذف چند میز از خط مونتاژ فینال -حمل چند قطعه در یک میز- جلوگیری از زدگی پیچهای قطعات - حمل قطعات در کنار تراکتور و برداشتن آنها به راحتی از میز مخصوص - سهولت آماده کاری و مونتاژ -زمان کمتر جهت برداشتن و چیدمان قطعات

پیشنهاد دهندگان و مجریان پیشنهاد، آقایان: احد ذبیحی بیرامی- اکبر همت نژاد زنگلانی- رضا محمودی بنائی

مصرف درست انرژی در خانه با مشارکت همگانی

با رعایت توصیه های زیر می توانیم اطمینان پیدا کنیم از وسایل سرمایشی خود بهینه استفاده می کنیم :

۱) هنگام خروج از خانه ، سیستم های سرمایشی را خاموش نمائیم .
۲) درجه دمای کولرها ی گازی دو تکه (اسپلیت) را در فصول گرم بر روی ۲۶ درجه تنظیم کنیم .
۳) کولرها و دیگر وسایل سرمایشی را با استفاده از سایبان از معرض تابش مستقیم نور خورشید دور نگهداریم .
۴) فعالیت های گرما از نظیر شست و شو و اتوکشی را در ساعاتی که دمای هوا کمتر است انجام دهیم (اول صبح - عصر) تا گرمای ایجاد شده نیاز به استفاده از سیستم های سرمایش را بیشتر نکند .
۵) از کولرهای گازی متناسب با محل جغرافیایی خانه خود استفاده کنیم و دقت نمائیم در مناطق معتدل از کولرهای آبی و در مناطق گرمسیری ، ساحلی و مرطوب از کولرهای گازی استفاده کنیم .
۶) حتی الا مکان از استفاده از کولرهای آبی و به خصوص کولر های گازی در ساعات اوج مصرف برق خودداری نمائیم
۷) در صورت امکان از کولر های خود در درجه پایین استفاده کنیم .
۸) مسیر کانال های انتقال هوای کولر را عایق کاری کرده و از معرض تابش مستقیم نور خورشید دور نگهداریم

مهم است بدانیم با قرار دادن سایه بان بر روی کولر خود می توانیم خانه خود را خنک تر کنیم .
جهت استفاده بهینه از یخچال و فریزر ، رعایت نکات زیر مفید است :

۱) برفک یخچال - فریزر به طور مرتب بازرسی و در صورت لزوم برفک زدایی شود
۲) درجه ترموستات یخچال را در دمای ۳ تا ۵ درجه سانتیگراد تنظیم نمائیم .
۳) درجه ترموستات فریزر را در دمای- ۱۵ تا -۱۸ درجه سانتیگراد تنظیم نمائیم .
۴) نوار درزکیر درب یخچال و فریزر را به طو رمرتب بازر سی کرده و در صورت لزوم تعویض نمائیم .
۵) یخچال و فریزر از وسایل گرما زای داخل آشپزخانه بایستی بیشترین فاصله را تا حد امکان داشته و حتی الامکان سعی کنیم از تابش مستقیم خورشید دورباشند .
۶) مواد غذایی درون یخچال و فریزر را با فاصله قرار دهیم تا هوا به خوبی بین آنها جریان یابد.
۷) فاصله یخچال و فریزر تا دیوار ریشت آن را حداقل ۲۰ سانتی متر در نظر بگیریم تا امکان گردش هوا در پشت آنها وجود داشته باشد .
۸) از قرار دادن مواد غذایی گرم درون یخچال و فریزر خودداری کنیم . لازم است ابتدا آنها ر به دمای محیط رسانیده و سپس درون یخچال و فریزر قرار دهیم .
۹) بسته های مواد غذایی درون فریزر را با بر چسب مشخص کنیم تا هنگام نیاز به آنها ، درب فریزر به مدت طولانی باز نباشد.

توصیه هایی در زمینه استفاده از ماشین لباسشویی :

۱) حتی الامکان از استفاده همزمان ماشین لباسشویی و دیگر وسایل پر مصرف در ساعات اوج مصرف برق خودداری کنیم .
۲) در صورت امکان از ماشین لباسشویی با دو ورودی آب سرد و گرم استفاده کنیم تا از آب گرم خانه برای ماشین لباسشویی برق زیادی مصرف می کند .
۳) از ماشین لباسشویی وقتی استفاده کنیم که لباس به اندازه کافی برای شستن داشته باشیم .
۴) لباس های خیلی کثیف و کمتر کثیف را جداگانه بشوئیم ، زیرا برنامه شستشوی لباس هایی که کمتر کثیف هستند از لحاظ مصرف آب و برق کم مصرف تر می باشد .
۵) به جای استفاده از خشک کن ماشین لباسشویی ، در صورت امکان لباس های شسته شده را در هوای آزاد خشک نمائیم .

سایر لوازم برقی خانگی

۱) در صورتی که نیاز به استفاده از وسایل صوتی و تصویری به مدت طولانی نداریم ، آنها را در حالت آماده بکار (stand by) قرار ندهیم و آنها را کاملاً خاموش کنیم .
۲) لوازم صوتی و تصویری ،رایانه ، چاپگر و تجهیزات جانبی آنها را تنها هنگامی روشن نمائیم که به آن نیاز داریم .
۳) در صورت عدم نیاز به تلویزیون در مجالس و مهمانی های خود آن را خاموش کنیم .
۴) هنگام ترک منزل ، از خاموش بودن وسایل برقی مطمئن شویم

(جدول میانگین مصرف لوازم برقی خانگی)

نام وسیله	متوسط توان (وات)	نام وسیله	متوسط توان (وات)
یخچال فریزر	۳۰۰	اطوی برقی	۱۷۰۰
فریزر	۲۰۰	سماور برقی	۱۰۰۰
ماشین لباسشویی	۲۰۰۰	پلوپز	۸۰۰
ماشین ظرفشویی	۱۵۰۰	مایکروفر	۱۰۰۰
کولر آبی	۵۰۰	چرخ گوشت	۳۵۰
کولر گازی	۲۰۰۰	سشوار	۱۲۰۰
آبگرمکن برقی	۲۰۰۰	جارو برقی	۱۲۰۰
بخاری برقی	۲۰۰۰		

(وسایل روشنایی)

نوع لوستر	لامپ شمعی رشته ای ۶۰ وات		لامپ کم مصرف ۱۱ وات	
	توان مصرف (وات)	میزان روشنایی(لومن)	توان مصرف (وات)	میزان روشنایی(لومن)
۱۵ شعله	۹۰۰	۹۰۰۰	۱۶۵	۹۹۰۰
۱۲ شعله	۷۲۰	۷۲۰۰۰	۱۳۲	۷۹۲۰
۱۰شعله	۶۰۰	۶۰۰۰	۱۱۰	۶۶۰۰
۸ شعله	۴۸۰	۴۸۰۰	۸۸	۵۲۸۰
۶ شعله	۳۶۰	۳۶۰۰	۶۶	۳۹۶۰
۴ شعله	۲۴۰	۲۴۰۰	۴۴	۲۶۴۰

دبیر خانه کمیته انرژی - بهزاد بهلولی

◆ اطلاع رسانی

مدیریت روابط با مشتری

(فرآیند بازاریابی در هزاره سوم

تاثیرات IT بر اقتصاد و کسب و کار)

از مفاهیم مطرح شده در بازاریابی ، بحث CRM یا مدیریت روابط با مشتری است . اهمیت این موضوع تا جایی است که دپارتمان های خاصی را با همین عنوان در شرکت های که از لحاظ کارکرد در سطح بالایی قرار دارند به وجود آورده و فعالیت های خود را منطبق بر ویژگی های این مفهوم انجام می دهند و سعی می کنند تا بخش CRM خود را در فرآیند های اصلی بازاریابی نهادینه و مستند سازی کنند .

در یک تعریف بسیار مختصر مدیریت روابط با مشتری (Customer Relationship Management) یک فرآیند کلی است از ایجاد و حفظ مشتریان قابل اتکاء و سود آور از طریق ارائه یا تحویل یکسری از نیاز های مشتری که ارزشمند بوده و ایجاد رضایت می کند .

به این منظور سازمان ها از طریق کانال های مختلف جمع آوری اطلاعات آن دسته از نیازهای مشتریان را که قابل تبدیل به تقاضا می باشند را مشخص و در مرحله بعد اقدام به ارائه آن از طریق واحدهای طراحی مهندسی به شکل کالا ویا خدمت می نمایند . به این ترتیب حیات و دوام سازمان ها تضمین شده و ارتباط با مشتری تداوم می یابد .بازاریابان باید همواره در فعالیت های خود توجه کنند که هزینه جذب یک مشتری به میزان ده برابر حفظ آن می باشد .

بازاریابی در هزاره سوم دستخوش تغییراتی شده که می توان از آن جمله به موارد زیر اشاره کرد :

۱- واحدهای تولیدی که بر اساس محصول سازماندهی می شدند اکنون بر اساس بخش های مختلف نیاز بازار سازماندهی می شوند . زیرا ممکن است بر اساس نیاز بخش های مختلف بازار فعالیت های مختلفی برای واحدهای تولیدی تعریف شود .

۲- در گذشته توجه و تمرکز بر مبادلاتی بود که بیشترین سود را داشته باشند ولی در هزاره سوم به سودآوری در کوتاه مدت توجه نمی شود به این معنی که مشتری به صورت یک ارزش دائمی و همیشگی در نظر گرفته می شود .

۳- در کنار ترازها و توازن های مالی جهت ارزیابی عملکرد سازمان ها ، توازن های بازاریابی و این که سازمان چه جایگاهی را توانسته است برای خود در بازار کسب نماید برای ارزیابی مد نظر قرار می گیرد . زیرا بعضی مواقع شرکت ها حاضرند با سرمایه گذاری بلند مدت برای جلب اعتماد مشتری به صورت دائمی به مدت کوتاهی متحمل ضررهای مقطعی مالی شوند . در حقیقت در این حالت ترازهای مالی شرکت نمی تواند معیار کاملی برای ارزیابی عملکرد آن محسوب شود .

۴- در یک شرکت شرکای مختلفی از جمله شرکای داخلی (صاحبان سهام ، مدیران ، کارکنان) و شرکای خارجی (دولت ، تامین کنندگان ، اجتماع ، ...) وجود دارند . بطور همزمان نمی توان منافع همه شرکای سازمان را مد نظر قرار داد. با این توضیحات در گذشته تمرکز بر شرکاء یا صاحبان منافع بود ولی در اقتصاد جدید تمرکز بر منافع سهامداران است. (یکی از صاحبان منافع)

۵- در گذشته مسئولیت بازاریابی ، تنها وظیفه بخش بازاریابی بود امروزه همه افراد سازمان باید بازاریابی کنند .

۶- در گذشته تلاش ها تنها برای جلب مشتری بود اما امروزه بازاریابی عبارت است از جلب مشتری ، نگهداری و رشد آن .

۷-در گذشته بدلیل وجود مازاد تقاضا بر عرضه ، رضایت مشتری چندان برای تولید کننده اهمیت نداشت و تمامی محصولات تولید بفروش می‌رسید ، اما امروزه سازمان ها در پی کسب رضایت مشتری هستند لذا یکی از دغدغه‌های آنها ، کسب اطلاعات و تعیین شاخص های رضایت مشتری بوده و این که مشتری در چه مرحله ای از اعتماد به محصول و سازمان قرار دارد . تلاش سازمان ها بر این است که بیشتراز آنچه که به مشتری وعده داده شده ، در ارائه یک محصول و یا خدمت به او سود برساند تا به این ترتیب رضایت و اعتماد مشتری جلب شود .

ادامه دارد...

ارسال : جواد راستی حوزه تولید