

پیام دژپاد⁹

نشریه‌ی اختصاصی شرکت دژپاد / شماره‌ی ۲۳ / پاییز ۸۲

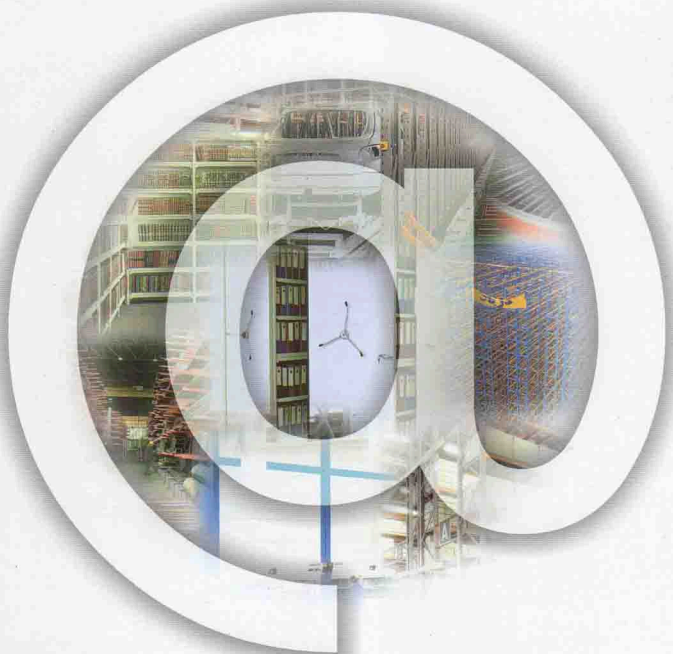


sale

دژپاد

dozhpad.com

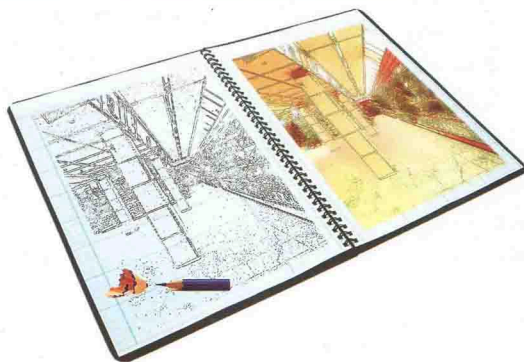
بهینه‌ساز قضا بچاره‌ساز انبار
۵۰ سال پیشینه‌ی مثبت



سازه‌های
فروشگاهی
نمایشگاهی
اداری

From A to Z

از طرح تا اجرا



دژپاد

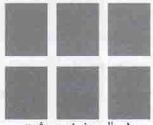
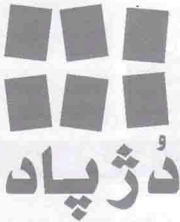
پنجاه سال
تجربه‌ی مثبت

تهران، یک کیلومتر ۱۴ جاده مخصوص کرج صندوق پستی: ۵۸۵-۱۳۳۴۵ کارخانه: ۲-۴۱۹۶۹۴۰ فاکس: ۳-۴۱۹۶۵۰۳ فروش: ۴-۷-۴۱۹۶۵۰۴
www.dozhpad.com sale@dozhpad.com

مستقیم: ۶۷۶۰۱۱۶



به نام آنکه هستی نام از اویافت



۵۰ سال پیشینه‌ی مثبت

دوره‌ی جدید- سال چهارم - شماره‌ی ۲۳

تاریخ انتشار: تابستان ۸۲

روش انتشار: فصلی

صاحب امتیاز: شرکت دژپاد (سهامی خاص)

مدیر مسؤول: محمد هاشم شهیم

سرمدیر: رضا کمال

همکاران این شماره:

ساسان قاسمیان و قاسم پازری

مدیر هنری: رضا کمال

Email: parvanch@tehran.ipost.com

عکاس: مریم مرزای حکمتی

طراح جلد: رضا کمال

مسئول امور داخلی: اصغر شهسوارزی

ویراستار: واژه نگار و صفحه آرا، مژده کمال

با تشکر فراوان از آقایان، مهندس سعید جابر اضراری

مهندس فرد، مهندس میرحسینی و سایر عزیزانی که ما را یاری نمودند.

مدیریت اجرایی:

موسسه‌ی توسعه‌ی هنرهای بدیع

طراحی و اجرا:

توسعه‌ی هنرهای بدیع ۲-۰۵۹۱-۲۹۰۰

لیتوگرافی: تارنگ

چاپ و صحافی: رودکی

هدف نشریه:

پیام دژپاد می‌کوشد تا با انتخاب و انتشار مطالب متنوع در زمینه‌ی صنعت تجهیزات انبار موضوعات علمی/فنی/تخصصی، با برداشتن گامی هر چند کوچک در راستای گسترش آگاهیهای خوانندگان، شور و شوق فعالیت، رقابت و سازندگی را نیز در سطح فعالان و علاقه‌مندان برانگیزد. در این راستا پیام دژپاد آمادگی دارد تا از مطالب، مقالات و نظریات مدیران، استادان، صنعتگران و دیگر خوانندگان در جای جای کشور بهره‌جوید و نسبت به انعکاس و انتشار آنها اقدام کند. لیکن انتشار چنین مطالبی همواره به معنای تأیید محتوای آنها از جانب نشریه نیست.

شرکت دژپاد در نظر دارد به منظور توسعه و ارتقا نشریه، فعالیت‌های مختلفی را آغاز نماید لذا بدینوسیله از علاقه‌مندان دعوت به عمل می‌آید چنانچه نامی مناسبتر یا موضوع جدید فعالیت نشریه در نظر دارند - ارائه‌ی مطالب تخصصی صنعت تجهیزات انبار (سیستمهای نگهداری و جابجایی مواد و کالا) در ایران - به دفتر نشریه ارسال نمایند، به پیشنهاد دهنده‌ی نام منتخب به رسم یاد بود هدیه‌ای تقدیم خواهد شد. دژپاد در نظر دارد به منظور جذب دوستان جدید و بسط دانش، نشریه را در شماره‌ی آینده با شکل و محتوایی متفاوت عرضه کند تا آن شاه آید... سردمدار فرهنگی این صنعت باشد لذا از تمام مدیران صنایع همکار و مرتبط و اساتید محترم دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی تقاضا داریم از بذل هر گونه همکاری دریغ نکرده تا این نشریه‌ی مستقل، تأمین کننده‌ی منافع چند جانبه گردد.

علاقه‌مندانی که مایلند مطالب ارسال‌ی آنها در نشریه درج گردد، باید نکات زیر را در نظر داشته باشند

-مقالات و مطالب ارسال‌ی با خطی خوانا و بدون قلم خوردگی، فقط در یک روی برگه‌هایی به ابعاد A4 با رعایت فاصله‌ی متناسب میان سطر ها (حد اکثر ۱۵ سطر در یک برگ) نوشته شود -چنانچه مقالات و مطالب ارسال‌ی ترجمه یا تالیف باشند، ذکر نام، تاریخ انتشار و دیگر مشخصات منابع و همچنین ارسال رونوشت متن زبان اصلی - به پیوست ترجمه - الزامی است. پیام دژپاد در ویرایش و درج مطالب و مقالات دریافتی کاملاً مختار است. مقالات دریافتی بازگردانده نخواهند شد.

سروورانی که اقدام به ارسال فایل متن می‌نمایند، می‌توانند فایل خود را با فرمت های doc, text only تحت هر نوع ویندوز و متاهای زنگاری با پسوند prs یا paradox و در صورت عدم امکان تبدیل، با هر پسوند ممکن به دفتر نشریه ارسال فرمایند. ضمناً برای ارسال تصاویر به صورت فایل، هیچ محدودیتی برای انتخاب پسوند فایل ارسال‌ی وجود ندارد. آن دسته از دوستانی که به پوست الکترونیک دسترسی دارند می‌توانند به نشانی مندرج در همین صفحه، فایل خود را ضمیمه‌ی E-Mail فرمایند. برای تصاویر مأخوذه از اینترنت، در صورت موفق نبودن در استخراج تصویر، ارسال print screen موضوع نیز مفید است.

استفاده از مطالب و تصاویر پیام دژپاد فقط با ذکر کامل منبع، آزاد است

نشانی:

کیلومتر ۱۲ بزرگراه مخصوص کرج - شرکت دژپاد

شرکت دژپاد تلفن کارخانه: ۲-۴۱۹۶۴۰۰ دفتر نشریه: داخلی ۲۱۲

فروش: ۴-۲۱۹۶۵۰۰

صدا رت: ۲۱۹۶۲۲۲ فاکس: ۲-۲۱۹۶۵۰۰

Email: sale@dozhpad.com

internet:www.dozhpad.com

یک قرن پیشینه‌ی درخشان

صنعت ابزار و جابجایی، با توجه به تنوع محصولات و گوناگونی راه حل‌های پیشنهادی برای رفع معضل کمبود فضا به طور فزاینده‌ای وسعت یافته و عواملی چون گرانی زمین، صاحبان صنایع مختلف را به سمت استفاده‌ی بهینه از فضا سوق داده است. دو عامل اصلی برای رونق صنعت ابزار در کشور ما در حال شکل‌گیری است و این آینده‌ی روشن را پیش روی ما قرار داده است.

دیری نخواهد پاید که طی دوران رونق، همکاران به فکر طرح راهکارهایی برای پیشی گرفتن از هم باشند و آنچه باعث تمایز خواهد شد، همانا اندیشه‌ی خلاق حاکم بر مجموعه‌ی کاری است.

امروزه بعد فکری و روحی مدیران و کارکنان نقش بسزایی در پیشبرد اهداف دارد بطوریکه از ارتقاء تکنولوژیکی مهمتر جلوه می‌کند. آنچه به عنوان شعار یک مجموعه سرحلوه‌ی کار قرار گرفته با وسواس تمام شکل می‌گیرد و بر سر در کارگاهها نقش می‌بندد تا آنجا پیش می‌رود که بخشی از هویت سازمانی می‌گردد.

هویت سازمانی یک مجموعه فقط از تعداد پرسنل، ماشین‌آلات، فضا و گردش مالی ساخته نمی‌شود بلکه از عناصری مانند اندیشه‌ی خلاق، استراتژی و اراده شروع و به موارد ریزی چون رنگ و آرم سازمانی، لباس فرم یکدست، اتومبیل‌های یک رنگ، لوگو سر درب کارخانه و حتی دکوراسیون فضای کارمندان ختم می‌شود.

بدیهی است از میان بیست و چند محصول تولیدی شرکت دژپاد آنچه بیش از همه در بازار جلب توجه می‌کند وجه اشتراک آنهاست و وجه اشتراک محصولات شرکت، انسانهایی هستند که در مسیر تغییر فرم آهن سرد تا محصول پتک برمی‌تابند. پس اگر عاشقانه‌تر به کار بپردازیم، محصول جاودانه‌تری خواهیم ساخت.

محصولات به سرعت عوض خواهند شد و به زودی نسل جدیدتری از محصولات بازار را تصرف خواهد کرد ما همانطوریکه امروز شاهد محصولاتی چون اتورها و سیستم‌های تمام اتوماتیک هستیم، روزی فرا خواهد رسید که این محصولات نیز دچار استحاله شوند. به عبارتی در دنیای صنعت آنچه تغییر نمی‌کند «تغییر» است ولی آنچه دلسوزانه‌تر انجام شود، ماندنی، اثری، بطور کلی بیشتر تغییرات و اصلاحات با هدف ماندگاری صورت می‌گیرد و راز تغییر و تحول در خلاقیت است و کلید خلاقیت، شجاعت و توکل است. پس بیاییم با توکل به خدا، کارهای محوله را دلسوزانه با یکارگیری خلاقیت پیش ببریم تا ماندگار باشیم باشد که جمله‌ی «با پیش از یک قرن پیشینه‌ی مثبت» تحت لوگوی دژپاد نقش بزند.

دیگران کاشکند و ما خوردیم ما می‌کاریم تا دیگران بخرند

بدرود

رضا کمال

با خاموشی بسیار وقار پدیدار شود
با ستاندن داد، دوست فراوان گردد
با بخشش، بزرگی منزلت آشکار گردد
با فروتنی، نعمت تمام، پایدار آید
و با تحمل مشکلات، سروری حاصل شود

حضرت علی علیه السلام

www.dozhpad.com

فهرست مطالب

- ۱- شناسنامه.....
- ۲- فهرست مطالب / سخن سردبیر.....
- ۳- خلاصه‌ی گزارش مراسم انتخاب کارآفرین نمونه
- ۴- قاسم پازری.....
- ۵- سیستم‌های نوین نگهداری کالا و بایگانی اسناد
- ۶- ساسان قاسمیان.....
- ۷- EFQM چیست؟ / واحد تحقیقات شرکت دژپاد.....
- ۸- ففسه کفپوشدار سبک/ ساسان قاسمیان.....
- ۹- افتخار آمیزترین فروشها / مصاحبه با مدیر صادرات شرکت دژپاد رضا کمال.....
- ۱۰- نوسانات قیمت فولاد / قاسم پازری.....
- ۱۱- نظام مدیریتی دژپاد / قاسم پازری.....
- ۱۲- تکنولوژی مذاکره / رضا کمال.....

شرح طرح جلد:

رو: ترکیبی از محصولات و آدرس پست الکترونیکی دژپاد
پشت: اخذ نمایندگی کارکدس توسط دژپاد

The advertisement for Dozhpad features a large, stylized '@' symbol in the center. Above it, the company name 'پیام دژپاد' is written in Persian. To the right, there are images of industrial equipment, including a Kardex Splice Time system. The text 'KARDEX Splice Time' is visible on the machinery. At the bottom, there is a small logo for 'Kardex' and some technical specifications.

کارگران نمونه ۸۱

- ۱- آقای مصطفی پشتریان - شرکت میناک
- ۲- آقای بهمن کهن خاکی - شرکت سوپا
- ۳- آقای علیرضایی - شرکت سایپا
- ۴- آقای داوود عجمی - شرکت سایپا
- ۵- آقای مهرداد حسینی - شرکت آذین خودرو
- ۶- آقای کامران پناهنده - شرکت آذین خودرو
- ۷- آقای سامان کردآشتیان - شرکت زامباد

کارآفرینان نمونه ۸۱

- ۱- آقای مهندس علی اکبر حسینی لاهیجانی - شرکت قاپلهای بزرگ صنعتی
- ۲- آقای مهندس علی قراهانی - شرکت میناک
- ۳- آقای مرتضی میشی فرد - شرکت تک ماکارون
- ۴- آقای مهندس خسرو وثوق زاده - شرکت نفت پارس
- ۵- آقای مهندس سعید جابری - شرکت دژپاد
- ۶- آقای مهندس مصطفی العباسی - شرکت مرتب
- ۷- آقای دکتر عباس محمد - شرکت داروسازی آریا
- ۸- آقای مهندس زرگر - شرکت جام دارو
- ۹- آقای مهندس ملکی - نهرانی - شرکت رادیاتور ایران

مدیران نمونه ی اداری سال ۸۱

- ۱- آقای مرتضی خانی - شرکت نفت پارس
- ۲- آقای بهروز بهرامی - شرکت جام دارو
- ۳- آقای احسان ابراهیمی - جیبی - شرکت داروسازی آریا
- ۴- آقای محمدرفیعی - شرکت نورد
- ۵- نظامت فولادی - آقای عزت الله خلیلی - تقدیری - شرکت آذین خودرو
- ۶- شورای اسلامی کار نمونه ی سال ۸۱

- ۱- شورای اسلامی کار - شرکت انصاف
- ۲- شورای اسلامی کار - شرکت جهان چیت
- ۳- شورای اسلامی کار - شرکت شیشه شکن

کارگر قاری نمونه سال ۸۱

- ۱- احمد پناهنده - شرکت الماس ساز
- ۲- کارگر نمونه ی سال ۸۱
- ۳- آقای جعفری - شرکت نفت پارس
- ۴- امام جماعت نمونه سال ۸۱
- ۱- حضرت عبدالسلام و المسلمین حاج آقا قدوسی

انجمن اسلامی نمونه سال ۸۱

- ۱- اعضای انجمن اسلامی شرکت فیول
- ۲- کمیته ی حفاظت و ایمنی و بهداشت
- ۳- انجمن شیشه ی رازی
- ۴- کارگران و روزشکار نمونه سال ۸۱

۱- انجمنی مینی - شرکت سایپا آذین

در رشتی فوسال

روابط عمومی نمونه ی سال

۸۱

- ۱- آقای ساکی - روابط عمومی شرکت انویسرانی کرج

خاصه ی گزارش مراسم

انتخاب کارآفرین نمونه

گرامیداشت هفته ی کار و کارگر

تهیه و تنظیم: قاسم بازاری

اهمیت کشور می باشد تلاش شده است با تقویت واحدهای خصوصی و ایجاد فرصت های شغلی و با هدایت آنها جهت استفاده از ام وام ۵۶ ایجاد اشتغال بپردازیم که از این بابت نیز تعداد زیادی شغل ایجاد و افراد در آن مشاغل به کار گمارده شده اند.

آقای محمد سلامتی معاونت محترم بین الملل وزارت کار مطالبی پیرامون سه جانبه گرایی بعنوان چارچوب تنظیم رابط کاری مشارکت کارگر دولت و کارفرما را در کشور مورد توجه قرار داده اند.

آقای علی فرهنگی کارآفرین نمونه از شرکت صنعتی و تولیدی میناک، پرورش نیروهای خلاق و متعهد در رمز موفقیت کشور دانسته و در بیاناتی فرمودند که ما فقیر نیستیم، قوانین خوب داریم مثل قانون مالیاتها، سرمایه گذاری ولی خوب اجرا نمی شود بعضی قانونها به صنعت تحمیل شده است.

ما دست اندرکاران صنعت عاشق هستیم این عشق را از ما نگریه به ما کمک کنید تا عاشقانه تر و بهینه عمل کنیم. در مصاحبه کوتاهی که با آقای انصاری انجام دادیم ایشان خاطر نشان ساختند که در چنین مراسمی چه خوب بود زمانی را برای انتقال تجربیات علمی و عملی کارآفرینان و کارگران اختصاص می دادند تا مجموعه تجربیات و دانش کاری خود را برای عموم بازگو کرده تا مورد استفاده ی تمامی دست اندرکاران صنعت قرار بگیرد.

در ادامه مدیر عامل شرکت دژپاد فرمودند که:

امروزه شرایط نگاههای اقتصادی بسیار مشکل شده است بازار رو به توسعه و چند بخشی شدن و همچنین عضویت قریب الوقوع ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) را می توان به عنوان عاملی مهم در ایجاد این شرایط برشمرد. در این شرایط حفظ و ارتقای مداوم مزیت های رقابتی، یک عامل موثر در ادامه ی حیات و تداوم حضور فعال هر مؤسسه در بازار رقابتی خواهد بود. کیفیت بالا، تعهد به زمان تحویل، کاهش هزینه های

به مناسبت شروع هفته ی کار و کارگر و به منظور تجلیل از کارگران و کارآفرینان نمونه و برتر واحدهای تولیدی و صنعتی غرب استان تهران به

همت مدیر کل کار و امور اجتماعی منطقه ی کرج با همکاری شرکت داروسازی آریا مراسم باشکوهی در روز یکشنبه ۸۲/۲/۷ در محل شرکت داروسازی آریا برگزار شد.

این مراسم با شرکت مقامات کشوری و لشکری غرب استان تهران با تلاوت آیات کلام الله مجید و سرود جمهوری اسلامی ایران شروع شد.

ابتدا جناب دکتر محمد مدیر عامل شرکت داروسازی آریا ضمن خیر مقدم به کلیه میهمانان و تبریک روز کارگر شرح مبسوطی از روند فعالیت های شرکت داروسازی آریا از سال ۶۸ تا به امروز ارائه کردند ایشان در سخنان خود به اهداف و برنامه ها و ارائه شاخصهای کمی و کیفی توسعه شرکت داروسازی آریا اشاره کرد.

در ادامه مدیر کل اداری کار و امور اجتماعی غرب استان تهران آقای روحانی ضمن درود به روح پاک بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران شهادی جنگ تحمیلی ابتدا هدف از برگزاری این همایش را تقدیر و تشکر از عزیزانی که نقش بسزایی در پیشبرد تولید رشد اقتصاد ملی کشور عزیزمان داشته بیان فرمودند. در ادامه گزارشی از روند انتخاب عزیزان خلاق و مبتکر و کارآفرین را در کمیته های فنی و تخصصی که طی برگزاری جلسات مستد مورد بررسی و ارزیابی و نهایتاً انتخاب قرار گرفتند ارائه نمودند.

ایشان در بیانات خود خاطر نشان ساختند که کارگران و مدیران کارآفرین در کنار هم می توانند موجب رشد واحدهای صنعتی شوند و این تفکر که کارگران و مدیران کارآفرین در مقابل یکدیگر هستند بایستی از ذهنها پاک شود کارآفرینان و مدیران پدر تکنیکل و کارگران فرزندان آنها هستند آقای روحانی دستبایی به وحدت ملی و توجه به مصالح نظام و منافع ملی، رشد و توسعه اقتصاد ایران اسلامی را به دنبال خواهد داشت. وی گفت با توجه به اهمیت پروژه مشاغل سخت و زیان آور در وزارت کار با تشکیل کمیته تطبیق و تشخیص مشاغل سخت و زیان آور با همکاری تمامی مسوولین مربوطه در جهت حل مسائل و مشکلات کاری گامهای مؤسسه برداشته ام. در ادامه وی اظهار داشت در بحث اشتغال که از مسائل پر

صادر می‌شود و با تولید انواع قفسه‌بندی پالتی متغیر، راهرو، باریک، کفیو شدار، سنگین، کفیو شدار سبک، خود راهرو، خود تغذیه، خود جریان، مشبک، جمبه‌ای، بازویی، دفتری، بایگانی، متحرک، ریوت و سازه‌های فروشگاهی، نیم طبقه‌ای پیش ساخته، قالب فضایی، انواع کانوایر و خود تغذیه، ابزار خودایستا و انواع ظروف نگهداری (پالت و باکس پالت) به حضوری فعال و پرافتخار در بازارهای داخلی و جهانی دست یافته است. تحقیق و پژوهش در هر سازمانی بایستی از چه جایگاهی برخوردار باشد؟

با توجه به اینکه در محیطی متغیر به سر می‌بریم و به دلیل تحولات محیط، خواسته و نیازهای متقاضیان دائماً در حال تغییر است بنابراین جایگاه ویژه‌ای را بایستی به این بخش اختصاص داد تا از این طریق بتوان با تحولات موجود انطباق یافت اما رمز انطباق ریشه آن در این است که راه درست را برویم و برای شناخت این راه نیازمند تحقیق هستیم.

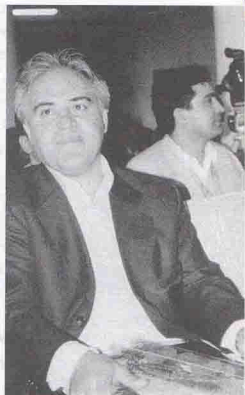
در خصوص بازرترین خدمات شرکت و سیاستهای آتی آن در سال جاری توضیحاتی بفرمایید؟
تحکیم شعار از ماست که بر ماست، در جهت خودباوری و پرسنل و ایجاد این تفکر که خواستن توانستن است و با وجود امکانات و تسهیلات اگر انگیزه برای تولید و ارتقای کیفیت نباشد نمی‌توان به نتیجه‌ی مطلوب رسید از بازرترین اقدامات شرکت در طول سالهای گذشته بوده چراکه معتقدیم عامل موفقیت هر سازمانی نیروی انسانی

سربار و به تبع آن قیمت تمام شده محصول و نهایتاً ارائه‌ی محصولات و خدمات با قیمت مناسب از مهمترین مزیت‌های رقابتی هر واحد تولیدی محسوب می‌شوند. شرکت دژپاد به عنوان اولین و بزرگترین تولیدکننده‌ی قفسه‌بندی و سازه‌های فلزی پیش ساخته در ایران و خاورمیانه با در اختیار داشتن تیم‌های تخصصی و دانش فنی -مهندسی روز دنیا طراحی، تولید و اجرای سیستم‌های روزآمد نگهداری و جایجایی را با موفقیت به انجام رسانیده است.

سعید جابر انصاری کارآفرین منتخب غرب استان تهران در خصوص موفقیت‌های این شرکت گفت: شرکت دژپاد تنها شرکت ایرانی است که موفق به کسب گواهینامه‌ی نظام مدیریت کیفیت بر اساس استاندارد سوییسی ENISO9001 در زمینه‌ی طراحی، ساخت، فروش و نصب انواع سیستم‌های قفسه‌بندی و اسکلت فلزی پیش ساخته از موسسه‌ی بین‌المللی RWTUV شده است. (۱)

اخذ پروانه‌ی خدمات مهندسی و گواهینامه‌ی تحقیق و توسعه از وزارت صنایع و دریافت لوح کیفیت، تعالی سازمانی، خلاقیت و تکنولوژی اروپا در سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۳ از دیگر مدارج ارزشمند این شرکت محسوب می‌شوند. در خصوص صادرات این شرکت توضیحاتی بفرمایید؟

در حال حاضر بخش عمده‌ای از تولیدات دژپاد به بیش از ۲۵ کشور آسیایی، خاور دور، خلیج فارس، اروپا و آفریقا



DOZP, in Need of Land

آن است و توجه به نیازها و خواسته‌های آنان از تمام زوایا ضروری است و اصلی ترین سیاست شرکت در سال جاری، اطلاع رسانی، شناختن از نیازهای مشتریان و ایجاد صرفه جویی برای خریداران است.

علاوه بر طرحهای معمولی و عادی شرکت دژپاد اقدام به اجرای پروژه‌های عظیم تحت عنوان پروژه AS /RS شرکت سایپونموده که صرفه جویی در هزینه‌های زمین و ساختمان، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی، کنترل روز موجودی ها، صرفه جویی در مصرف انرژی، افزایش ایمنی و امنیت به کالاهای وسایل و اپراتورها، افزایش کنترلهای مدیریتی و بهبود بازدهی انبار از مزایای پروژه می‌شود.

که مساحت کل آن حدود ۱۰هزار متر مربع با ارتفاع ۲۵ متر و گنجایش ۳۰۰۰۰عدد پالت با ظرفیت یک تن برای هر پالت می‌باشد و این طرح به عنوان اولین انبار تمام اتوماتیک کشور در آینده نزدیک به بهره‌برداری می‌رسد.

به عنوان آخرین سؤال نورآرپهای صورت گرفته در شرکت به منظور ارتقای سطح کیفی آن در چه زمینه‌هایی بوده است؟

طراحی و پیاده سازی نرم افزار و ساخت اسکلت فلزی پیش ساخته پیچ و مهره‌ای تا طبقه بدون جوش با روش تولید از کلاف فلزی، طراحی و توسعه محصولات جدید، همکاری در تدوین استانداردهای ملی باکس پانتهای فلزی، پیاده‌سازی سیستم تولیدی و مشاور، JIT در شرکت، پیاده‌سازی نظام برنامه‌ریزی استراتژیک و بازنگری ۶توره آن، پیاده‌سازی نظام مدیریت مشارکتی، پیاد سازی مدل مدیریت فرایندی، پیاده سازی نظام مدیریت کیفیت ISO 9001، پیاده سازی سیستم ارتقای انگیزه‌ی پرسنلی در کلیه ی سطوح از طریق ایجاد ساختار مبتنی بر فرایند و روشهای تولید کارآمدی مهمترین اقداماتی بوده که صورت گرفته است. در پایان روز کارگر و انتخاب شایسته‌ی کارگران و کارآفرینان منطقه ی غرب استان تهران را به تنگ آنان صمیمانه تبریک گفتند.

یو شوت:

(۱) شرکت دژپادبنامگی موفق به دریافت گواهی نامهی نظام مدیریت کیفیت بر مبنای استاندارد ENISO۹۰۰۱ ویرایش ۲۰۰۰ گردیده است.

رئیس سازمان صنایع و معادن استان تهران مهندس قانون در دژپاد

به نقل از روزنامه ی اعتماد

گزارشی از توانمندیها و ویژگی‌های اولین و بزرگترین تولید کننده ی قفسه بندی و سازه‌های فلزی پیش ساخته در ایران.

دژپاد برای اجرای طرح توسعه نیازمند زمین و فضای جدید و حمایت مسوولان است.

صادرات محصولات متنوع و با کیفیت شرکت صنعتی دژپاد بعنوان اولین و بزرگترین تولید کننده ی قفسه‌بندی و سازه‌های فلزی پیش‌ساخته در ایران و خاورمیانه به حدود ۳۰ کشور جهان صادر شده و این روند با توجه به صادرات سالانه حداقل ۲۵ درصد تولیدات آن، جایگاه بسیار مهم و معتبری را برای شرکت صنعتی دژپاد در صحنه ی بازارهای جهانی ایجاد کرده است.

یازده مهندس قانون در دژپاد در ستهای مختلف بارناب قابل توجهی داشته‌اند. تصویر زیر، بریده ای است از روزنامه ی ایران میز

the first and largest manufacturer of storage racks and shelving systems and pre-cast steel structures

PROMOTIONAL ITEM NEWS

Report on Capabilities and Productivity of the First and Largest Manufacturer of storage racking and shelving systems and Ready-made Steel Structures

DOZP, in Need of Land, New Space, and Su Authorities to Implement Development Pro

... of the Co.'s products. He added that D O Z H P A D Manufacturing Co. participation in international markets and creditable world exhibitors where hundreds of countries visited the Co.'s showroom named the Company Center. Efforts are taken to ensure the best of development.

Managing Director of D O Z H P A D Manufacturing Co. considered the employment of expert teams, access to technical know-how and engineering knowledge of the world today and expects a wide variety of modern systems in this. Company as important factors contributing to the Co.'s success. Besides rendering consultation services, system design, engineering and design, production according to customer requirements, turn-key factories and Market Organization of Tehran Province, to the large old factory of B&K Co. located in Karaj Special Road.

... that it had been after those activities that DOZHPAD Co. was established in the year 1967 and has since then in the course of the past five decades not only to become a force in storage racking systems, and services certificate and research and development increase of Industries Ministry and Arch of the year 2000 is with many other international projects are among valuable achievements of DOZHPAD Co. as one of national companies and said that there are no industries in the country that can use the equipments manufactured by DOZHPAD Co. The Co.'s clients registered in a few past years are at least 9 increasing even more.

Referring to present features of the factory, Managing Director of D O Z H P A D Manufacturing Co. said that the total area of the factory was 2000sqm with 3 production halls and a provision of about 350 people.

... perhaps assessed the results of this visit as positive and encouraging. He said that the presence of three construction projects of DOZHPAD Company investigation of problems and difficulties at the site as well as exchanges of information about new rules and regulations for manufacturing projects would result in rapid manufacturing projects which include large industrial and mines reconstruction and renovation bill by the Majlis and the Guardian Council. He particularly regarded the 3-year extension of the factory with 3 production halls and a provision of about 350 people.

... He reported that DOZHPAD Co. is the only Iranian Co. of this type that has succeeded in obtaining quality management system certificate according to ENISO 9001 series for



... all contributed to further satisfaction of clients. Eng. Jaber Ansari continued his report by

obtaining quality management systems certificate according to ENISO9001 series for designing, manufacturing, prese

service research license Minist Europe the year many prizes achiev

DOZP He equip square waref maint larges of suc manu gas, produ and fi as t DOZI prese

ياد کرد و گفت: در واقع هيچ صنعتي در کشور نيست که بتواند از تجهيزات ساخت شرکت دژياد استفاده کند و ما در حال حاضر حداقل ۹ هزار مشتری ثبت شده در سالهاي اخير داريم که روز به روز اين تعداد پيشتر مي شود.

مدیر عامل شرکت صنعتی دژياد در مورد مشخصات کامل کارخانه فعلی شرکت گفت: مساحت کل کارخانه ۲۱۰۰۰ متر مربع با ۸ سالن توليد و پرسلی حدود ۲۵۰ نفر است.

نابرده فضای موجود کارخانه را کم و ناکافی برای اجرای طرحهای توسعه‌ی شرکت ذکر کرد و گفت: اگر برای آینده و در یک شهرک صنعتی مصوب و مناسب در تهران زمین کافی در اختیار ما گذاشته شود ما آمادگی داریم که پروژه‌ای جدید خود را در این شهرکها پرمحله اجرا در آوریم.

مصاحبه‌ی کوتاه با مدیر عامل

مهندس جابر انصاری مدیر عامل شرکت صنعتی دژياد در پایان بازدید مسوولان سازمان صنایع و معادن استان تهران طی مصاحبه‌ای نتایج این بازدید را مثبت و دلگرم کننده ارزیابی کرد و گفت: حضور این مسوولان و بررسی مسائل و مشکلات شرکت دژياد و تبادل اطلاعات مربوط به قوانین و مقررات جدید به اجرائی شدن هر چه سریعتر پروژه‌های صنعتی منجر می شود که جای امیدواری دارد.

وی از تصویب احتمالی لایحه نوسازی و بازسازی صنایع و معادن در مجلس و شورای محترم نگهبان استقبال کرد و بویژه معافیت ۵ ساله واحدهای مستقر در شهرکهای صنعتی داخل محدوده را قدم بزرگی برای صاحبان صنعت دانست و در ادامه گفت: ما نیز در این شرکت علاقمند به استقرار در شهرکهای صنعتی طبق یک برنامه‌ی جامع و زمان بندی شده هستیم منتهی انتظار داریم که در شرایط فعلی حمایت لازم از طرحهای توسعه این شرکت به عمل آید. البته در مورد وام صندوق ذخیره‌ی ارزی بعثت نگرانی صنعت بی ثباتی آبی نرخ ارز و همچنین از وامهای ریالی سیستم بانکی به خاطر بهره‌های سنگین آن گل مند بوده و تجدید نظر در این نوع وام‌ها بویژه تصمیم‌گیری در مورد تهیه مواد اولیه فلزی را خواستاریم چرا که تاکنون خسارت زیادی از این بابت به شرکت وارد آمده است.

بر پایه‌ی این گزارش مهندس قانون رئیس سازمان صنایع و معادن استان تهران با ابراز رضایت کامل از محصولات متنوع و معتبر شرکت دژياد برای کمک به اهداف توسعه و رفع موانع موجود و همچنین تصویب طرحهای توسعه شرکت و حمایت از اجرای آن در شهرکهای صنعتی مصوب استان تهران قول همکاری داد.

بر اساس گزارش خبرنگار ما، مهندس سعید جابر انصاری مدیر عامل شرکت دژياد در بازدید هفته گذشته مهندس مختار قانون رئیس سازمان صنایع و معادن استان تهران از کارخانه‌ی بزرگ و قدیمی این شرکت در جاده‌ی مخصوص کرج با ارائه‌ی گزارشی اعلام کرد: کشورهای مختلفی در اروپا، آفریقا و آسیا منجمله انگلستان، اسلونی، سوئیس، اتریش و کشورهای حاشیه‌ی خلیج فارس از مشتریان عمده‌ی محصولات شرکت ما هستند.

وی همچنین افزود: حضور شرکت صنعتی دژياد در بازارهای بین المللی و نمایشگاههای معتبر جهان و بازدید مردم ۵۰ کشور جهان از غرفه محصولات این شرکت خود گواه اعتبار بیشتری برای ما می باشد که تلاش داریم این روند را توسعه و گسترش دهیم.

مدیر عامل شرکت صنعتی دژياد، داشتن تیمهای تخصصی و دانش فنی، مهندس روز دنیا، و تولید و اجرای سیستمهای روز را در این شرکت عامل مهم موفقیت شرکت دانست و یادآور شد: در کنار این ویژگیها، ارائه خدمات مشاوره، طراحی سیستم، طراحی سیستم، طراحی و مهندسی محصولات بر اساس نیاز مشتری، مدیریت پروژه‌های عمده به صورت کلید تحویل و در نهایت خدمات پس از فروش توانسته است رضایتمندی مشتریان خود را هر چه بیشتر تأمین کند.

مهندس جابر انصاری در ادامه‌ی گزارش خود با اشاره به فعالیت مؤثر مرحوم محمد حسین جابر انصاری صنعتگر کارآفرین کشور در صنعت قفسه بندی انبار در سال ۱۳۳۲ گفت: در پی این فعالیتها شرکت دژياد در سال ۱۳۴۷ تأسیس و در طول ۵ دهه گذشته همواره تلاش نموده که نه تنها در ایران به عنوان پیشرو در صنعت قفسه بندی و سازه‌های فلزی پیش ساخته شود بلکه در سطح بین المللی نیز با سایر شرکتهای معتبر در این صنعت هم‌تراز باشد.

ایشان در بخش دیگری از گزارش خود نتیجه حضور شرکت دژياد در بازارهای داخلی را تجهیز میلیونها مترمربع فضاهای نگهداری و انبار برای بزرگترین پروژه‌های ملی در صنایع خودروسازی، نفت و گاز، پتروشیمی، آهن و فولاد، صنایع غذایی و... اعلام کرد و افزود: در این راستا تأسیس بیش از ۳۰ فروشگاه و نمایندگی در سطح استانهای کشور، ضمن تسهیل دریافت نیاز مشتریان ارائه محصولات به آنها را سرعت بخشیده است.

همین گزارش حاکیست: مدیر عامل شرکت صنعتی دژياد در این جلسه، همچنین از طرح احداث انبار مرکزی مکانیزی شرکت سایکو به عنوان پروژه‌ای با ابعاد ملی

کیفیت بالا، تعهد به زمان تحویل، کاهش هزینه‌های سربار و به تبع آن قیمت تمام شده محصول و نهایتاً ارائه‌ی محصول و خدمات با قیمت مناسب از مهمترین مزینهای رقابتی هر واحد تولیدی محسوب می شوند.

احداث انبار مرکزی مکانیزه شرکت سایکو یک پروژه‌ی مهم و بزرگ شرکت دژياد در ابعاد ملی است.

به حرکت درمی‌آیند به این تنوع از محصولات نگهداری چرخشی عمودی یا Carousel گویند. در گروه دوم یک ماشین تمام اتوماتیک (Extractor) وظیفه‌ی رساندن سینی‌های حامل کالاها را به صورت واحدبار نزد کاربر و همچنین برگشت دادن سینی‌ها به محل‌های نگهداری را بر عهده دارد. این نوع از محصولات را شاتل (Shuttle) یا انبار مکانیزه گویند.

شایان ذکر است که سیستم‌های نگهداری دوار اتوماتیک خود دارای دو نوع هستند. در یک نوع طبقات بارگذاری حرکت چرخشی در ارتفاع را دارند که به آن دوار اتوماتیک عمودی یا Vertical Carousel گویند در نوع دیگر دهانه‌های قفسه‌بندی حرکت چرخشی در سطح زمین را دارند که به آن دوار اتوماتیک افقی Horizontal Carousel گویند.

کاربرد:

این سیستم‌ها، برای نگهداری قطعات و کالا به مواد اولیه در انبار و همچنین بایگانی اسناد و مدارک و پرونده‌ها در دفاتر اداری یا مراکز بایگانی در محیط‌های صنعتی و اداری کاربرد فراوان دارد.

مزایا:

- افزایش بهره‌وری
- افزایش سرعت و کارایی
- ایمنی اسناد در برابر گرد و غبار و حریق
- محافظت از دسترسی غیر مجاز
- انعطاف پذیری مطابق با نیاز کاربران
- تنوع کاربرد
- تنوع ابعادی و تحمل بار
- قابلیت اتصال به کامپیوتر برای مدیریت مکانیزه موجودی و گذاشت و برداشت مشخصات:

سیستم‌های نوین

نگهداری کالا و بایگانی اسناد

نمایندگی انحصاری شرکت کاردکس در ایران
تولید و تنظیم اسامان فاسیجان و جدید لایق میرحسینی

شرکت نوپاد در راستای ارائه‌ی راه‌های تمام عیار (Total Solution) به مشتریان خود، اخیراً نمایندگی انحصاری شرکت کاردکس (Kardex) آلمان را که به عنوان یکی از شرکت‌های پیشرو فناوری جابجایی و نگهداری اتوماتیک کالا و اسناد در جهان مطرح می‌باشد، اخذ نموده است.

تعریف:

محصولات کاردکس سیستم‌های نوین نگهداری کالا و بایگانی اسناد می‌باشند که با استفاده از ارتفاع امکان بهره‌مندی از فضا و صرفه‌جویی بهینه در مکان‌های گران قیمت صنعتی و اداری را فراهم می‌آورند. از طرف دیگر از آنجا که کالا یا اسناد مورد درخواست با حرکت دورانی عمودی با فشار یک دکمه بطور اتوماتیک تحویل کاربر می‌شود افزایش سرعت و ایجاد فضای مطلوب کاری برای کاربران را به همراه دارد.

تنوع محصولات کاردکس:

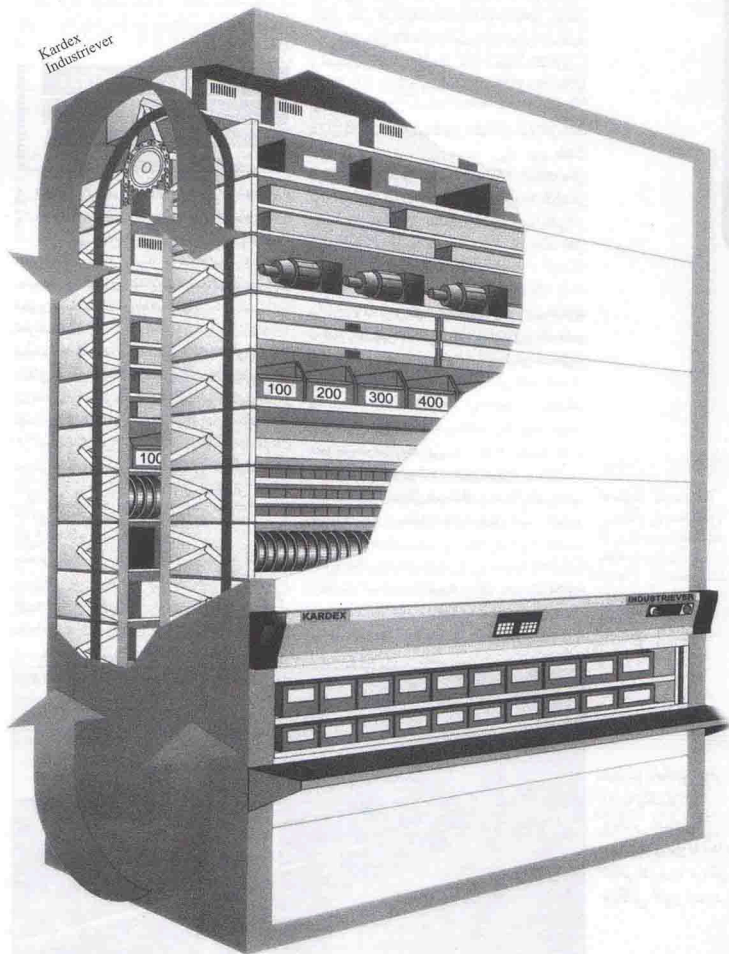
محصولات کاردکس از تنوع بالایی برخوردار هستند که می‌توان آنها را به دو دسته‌ی اصلی تقسیم‌بندی نمود. در گروه اول طبقات بارگذاری و یا قفسه‌ها به یکدیگر متصل می‌باشند و بصورت زنجیر وار در یک مسیر بسته

Kardex :Industriever



سیستم بایگانی دوار
اتوماتیک برای
بایگانی اسناد و
مدارک و پرونده‌ها در
دفاتر اداری یا مراکز
بایگانی کاربرد دارد.

Kardex
Industrievier





Kardex
Ektreiver

۱- اجزای سیستم :

اجزای بایگانی- نگهداری اتوماتیک (دوار) عبارتند از: شاسی، بدنه و سقف، طبقات محل اسناد یا کالا، دریچه دسترسی به طبقات، الکتروموتور و سیستم متحرک، مدارات و کابلها و اتصالات برقی و پانلهای فرمان.

۲- ابعاد سیستم :

ارتفاع: از ۲ متر تا ۳۰ متر (با توجه به نوع سیستم)
عمق: از ۱ تا ۳ متر

سایر ابعاد بر اساس سفارش قابل ارایه می‌باشد.

۳- تنوع کاربرد:

این سیستم‌ها با توجه به نیاز کاربردی مشتریان قابل تغییر می‌باشد.

- تنوع طبقات با توجه به

۱) روش بایگانی (نوع نگهداری مستندات - زونکن، پوشه و... بصورت عمودی، افقی و آویز)

۲) روش نگهداری کالا (قطعات ریز- بی‌شکل - بسته بندی شده - پالتی و...)

- ارتفاع سیستم با توجه به فضای محل کار.

- نحوه‌ی عملکرد با توجه به نیاز ارتباط میان واحدهای کاری در طبقات مختلف ساختمان.

- قابلیت تنظیم دریچه دسترسی به طبقات با توجه به تنوع ارتفاع.

شرکت دژباد آمادگی دارد تا براساس نیاز مشتریان محترم نسبت به نصب و راه‌اندازی انواع سیستمهای چرخشی عمودی برای بایگانی اسناد یا نگهداری مواد و کالا. در کوتاهترین زمان ممکن اقدام نماید.



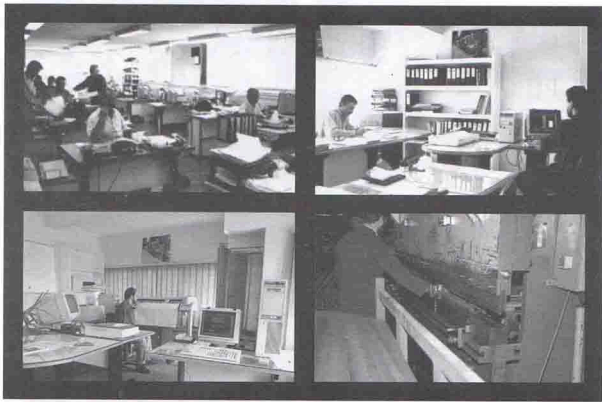
Kardex
Shuttle



موضوع

پیشرفت سریع ژاپن در سالهای بعد از جنگ جهانی دوم و وجود فضای رقابتی در فعالیتهای فردی، گروهی و شرکتی و تاثیر شگرفی که این شرایط بر روی بهره‌وری و ارتقا کیفی محصولات ژاپن بر جای گذاشته بود رنگ خطر را برای مدیران عالی شرکتهای غربی به صدا در آورد به همین دلیل کارشناسان غربی تحقیقات جامعی را در رابطه با علت این موضوع بعمل آوردند که نتیجه‌ی آن در سال ۱۹۸۰ منتشر شد. در این تحقیق عامل اصلی در پایین بودن سطح بهره‌وری و عدم رقابت پذیری صنایع این کشورها در مقایسه با کشور ژاپن، وجود جوایز ملی کیفیت در ژاپن و استفاده ابزاری در جهت تحریک رقابتها و افزایش توانمندیهای شرکتهای ژاپنی و عدم بهره‌گیری از این ابزار قدرتمند در کشورهای غربی اعلام شد لذا در یک کار کارشناسی بزرگ که از سال ۱۹۸۲ با تلاش وزارت بازرگانی آمریکا شروع شد چهارچوب جوایز ملی این کشور تهیه و در سال ۱۹۸۷ به پاس قدردانی از آقای مالکوم بالدريج به نام

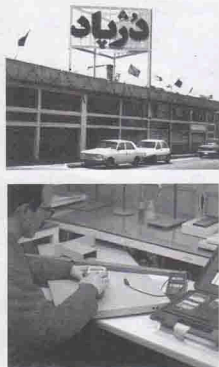
جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدريج در آمریکا مطرح و مورد استقبال شرکتهای آمریکایی قرار گرفت و همین امر سبب شد تا در سال ۱۹۸۸ چهارده مدیر برگزیده و مشهور کمپانیهای بزرگ اروپایی چهارچوبی را جهت رفع این نقیصه در اروپا طراحی و تحت عنوان (EFQM) European Foundation for Quality Management مطرح نمایند که توسط مدیر عامل کمیسیون اروپایی آقای Jacques Deloys بعنوان ابزار اصلی موفقیت شرکتهای اروپایی مطرح و سریعاً مورد استقبال کشورهای اروپایی و سایر کشورهای جهان قرار گرفت. زیرا به طور خیلی مختصر به معرفی این مدل و خواسته ها و اهداف آن می پردازیم. EFQM چهارچوبی است جهت ارزیابی عملکرد سازمانها که هم در حوزه ی فرایندهای مورد نیاز و هم در رابطه با نتایج حاصل از آن فرایندها مورد استفاده قرار می گیرد با بهره‌گیری از این مدل هم نقاط قوت یک سازمان و هم نواحی که نیاز به بهبود دارند و قابل توسعه می‌باشند مشخص می‌شود. در



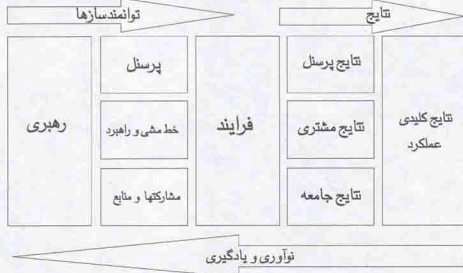
EFQM چهارچوبی
است جهت ارزیابی
عملکرد سازمانها که
هم در حوزه ی
فرایندهای مورد نیاز و
هم در رابطه با نتایج
حاصل از آن فرایندها
مورد استفاده قرار
می گیرد.

ارزیابی به عمل آمده در سال ۱۹۹۸ مشخص شد که حدوداً ۶۵ درصد سازمانها از مدل‌های Business Excellence Model (BEM) جهت تعیین نقاط قوت و نقاط ضعف خود استفاده می‌نمایند و ۹۰ درصد این سازمانها اظهار نموده‌اند که گزارشهای نهایی ارزیابی سازمان بر اساس مدل‌های (BEM) تأثیر بسیار زیادی در انجام بهبودهای مورد نیاز جهت ارتقا عملکرد و دستیابی آنها به نتایج مطلوب داشته است. در ضمن به تجربه ثابت شده سازمانهایی که از (BEM) جهت ارزیابی خود استفاده می‌نمایند در شروع کار ممکن است به ۲۰ تا ۲۰۰ مورد بهبود جدی در رابطه با عملکرد خود مواجه شوند. که هر کدام از آنها می‌تواند خودمنشاء پروژه‌های اجرایی بهبود متعددی در سطح سازمان گردند. به طور کلی EFQM دارای دو هدف بسیار مهم می‌باشد اول هدایت و حمایت از فعالیت‌های بهبود در سازمانها و شرکتهایی که از آن استفاده می‌کنند با هدف رضایت مشتری، کارکنان، تأثیر بر روی جامعه و نتایج کسب و کار و دوم حمایت از مدیران در جهت دسترسی به مدیریت کیفیت جامع Total Quality Management (TQM) به همین دلیل در بررسی مفاهیم اصلی که مدل‌های (BEM) بر پایه‌ی آنها ساخته شده‌اند مشاهده می‌شود که این مفاهیم با مفاهیم اصلی در (TQM) دارای اشتراکات زیادی می‌باشند. به عنوان مثال مفاهیمی مانند تمرکز بر مشتری یا مشتری مداری، بهبود مستمر رضایت و مشارکت پرسنل، مدیریت فرایند، مدیریت بر مبنای واقعیت، هدایت و رهبری، توسعه‌ی مشارکتهای داخلی و خارجی و... مفاهیمی مشترک بین (BEM و TQM) می‌باشند. شرکت دژنیاد در راستای برنامه ریزی شرکتی خود و به منظور تهیه‌ی لیستی از

آنچه در راستای برتری سازمانی باید در برنامه‌های خود قرار دهد، در مورخ چهارشنبه ۱۵/۹/۱۳۸۱ شنبه ۱۲/۵/۱۳۸۱ به مدت دو روز با حضور کلیه‌ی مدیران ارشد خود نسبت به خودارزیابی به روش کارگاه EFQM اقدام نمود. برای برگزاری کارگاه ابتدا توضیحاتی در خصوص شیوه‌ی امتیاز دهی در اختیار گروهها قرار گرفت و سپس همه‌ی افراد به ۵ گروه دسته‌بندی شده و هر گروه مستقلاً با استفاده از چک لیست نسبت به ارزیابی تمامی نه حوزه‌ی مدل EFQM اقدام نمودند. حضور جدی و فعال مدیران در این کارگاه از جنبه‌های مثبت این خودارزیابی بود. هر چند که آموزش حداقل ۳ روزه تربیت ارزیاب و خود ارزیابی هنوز از مدیران کارشناسان می‌توانست به دقت و کیفیت این خود ارزیابی بیافزاید. لیکن متأسفانه این آموزشها در مدت بسیار کوتاهی انجام پذیرفت. روز اول کارگاه در محل شرکت و روز دوم در بیلاقات تهران برگزار گردید. در پایان روز دوم نکاتی که تفریق زیاد امتیاز دهی شده بودند تک تک مورد بررسی و تا جای ممکن با بیان دلایل از طرف گروهها روی امتیازات توافق حاصل گردید. همه‌ی گروهها نسبت به خود ارزیابی و فواید آن توجیه شدند و از اینکه خود ارزیابی به تنهایی عامل توسعه‌ی سازمانی نبوده و اقدامات اصلاحی متعددی آن از این ویژگی برخوردار است، آگاه شده‌اند. فلذا امید است نتایج حاصل از این خودارزیابی دستمایه‌ی توسعه‌های بعدی به منظور تکمیل تلاشهای به عمل آمده در سالهای اخیر گردد. در پایان از زحمات آقای مهندس عراقی در اجرای این برنامه تشکر می‌کنیم.



ساختار مدل EFQM





ساسان قاسمیان سواد ۱۳۳۵ در تهران و کارشناس مکانیک می باشد. وی هم اکنون سمت ریاست قسمت کنترل و توسعه و مدیر امور کیفیت جامع شرکت دربار را عهده دار می باشد.

قفسه بندی کفیو شدار سبک

تعریف، مشخصات و مزایای آن

تهیه و تنظیم: ساسان قاسمیان

مقدمه

از این شماره برای افزایش دانش خوانندگان محترم که از تجهیزات انبار و جایابی اطلاعات کمتری دارند سعی بر ارائه مطالب کاربردی جهت رفع ابهام های احتمالی در زمینه مورد نظر داریم تا گامی در راستای گسترش فرهنگ انبار داری برداریم. مطالعه که بخش عمده ای از خوانندگان نشریه ی ما را مدیران و صنعتگران این مرز و بوم تشکیل می دهند. ما امیدواریم که با خواندن این دسته مطالب، بی به نیاز واقعی خود برده و برای رفع آن اقدام نمایند.

ما دانه که جنس مطالب صنعتی، کمی ملال آور است لذا متون شماره ی آینده با تلطیف بیشتر و قلم روایت گونه تری خدمت شما ارائه خواهد شد.

تعریف

قفسه بندی کفیو شدار سبک در رده ی سیستم های قفسه بندی یا بارگذاری نیمه سنگین و پر حجم قرار دارد و روش بارگذاری در آن بصورت دستی انجام می پذیرد. این قفسه بندی بصورت یک طبقه و دو طبقه و تک ردیفه یا دو ردیفه پشت به پشت قابل نصب می باشد.

کاربرد

قفسه بندی کفیو شدار سبک در انبارهای مواد و کالا فروشگاهی بزرگ، با یگانی ها یا بار حجیم و نیمه سنگین و سالنهای کارگاهی و کارخانجات کاربرد دارد.

مشخصات

۱- اجزاء قفسه بندی:

قفسه بندی کفیو شدار سبک تشکیل یافته است از قلههاو



بازوهای طبقات بارگذاری، کفپوشهای طبقات (که به طور استاندارد فلزی هستند ولی در صورت نیاز می توان از نئوپان یا ورقهای چوبی MDF برای پوشش طبقات استفاده نمود)، کفی ستونها، رابط های اتصال قفسه بندیهای پشت به پشت، پیچ و مهره، اتصالات اجزا و قابها بصورت پیچ و مهره ای و اتصال بازوها به ستون قابها از طریق درگیری ناخنهای بازو در شیارهای ستونها می باشد.

۲- رنگ اجزاء

- قابهای قفسه بندی و کفپوشها: رنگ طوسی پودر با شماره رال ۷۰۳۱

- بازوها و رابط ها: رنگ نارنجی پودر با شماره رال ۲۰۱۱
- کفی ستونها: گالوانیزه سرد

رنگ قطعات بر اساس نیاز مشتری از نظر فام رنگ یا استفاده از رنگ آلکید مایع با فام مشابه قابل تغییر می باشد.
۳- مواد اولیه:

(الف) مواد اولیه ی فلزی: ورق آهنی نورد گرم مطابق با استاندارد S355K از مجتمع فولاد مبارکه تأمین می شود.
(ب) مواد اولیه ی رنگ: رنگ آلکید مایع و رنگ پودر اپوکسی پلی استر که از تولید کنندگان داخلی تأمین می شود.

۴- ابعاد قفسه بندی:

- ارتفاع: یک طبقه ۲ و ۲.۵ متر

دو طبقه ۵، ۵۴ متر

- دهانه: ۲۷۰-۲۴۰-۲۱۰-۲۰۰-۱۸۰-۱۵۰ سانتیمتر

- عمق: ۲۰-۱۰۰-۹۰-۸۰-۷۰-۶۰ سانتیمتر

۵- روشهای محاسباتی تحمل قفسه بندی

محاسبات و آنالیز مقاومتی اعضای باربر قفسه بندی بر مبنای معیارهای تعریف شده در آیین نامه های معتبر بین المللی مانند SEMA انجام پذیرفته و جهت کسب اطمینان از صحت طراحی و محاسبات تحملی اعضا قفسه بندی تحت بارگذاری در حد تخریب مورد آزمایش عملی قرار گرفته است.

۶- میزان تحمل بار قفسه بندی :

دامنه ی بارگذاری طبقات قفسه بندی با توجه به تحمل بار بازو و ابعاد دهانه ی قفسه بندی عبارت است از:
الف) میزان تحمل قابهای قفسه بندی حداکثر ۶۰۰



کیلوگرم می باشد.

ب) در قفسه بندیهای دو طبقه که دارای پلکان و راهروهای دسترسی به دهانه های گذاشت و برداشت باری باشند. تحمل راهروندیها عبارت است از ۳۵۰ کیلوگرم بر متر مربع

۷- طراحی سیستم برای پروژه ها:

بدنیال ارائه ی نیازهای مشتریان و مشخصات ابعادی و وزنی بار هر طبقه و کروی محل نصب توسط کارشناسان فروش به قسمت مهندسی فروش، این قسمت با توجه به جداول حملی اعضای قفسه بندی پس از تعیین مقاطع مناسب برای ، نسبت به تهیه نقشه و برآورد اجزاء مورد نیاز پروژه اقدام می نماید که طبق آن سفارش تولید صادر و بدنیال تولید محصولات عملیات نصب در محل انجام می شود.

۸- روش تولید اجزاء و قفسه بندی

کلیه ی اجزاء قفسه بندی همچون ستونها ، مهاربندی های قاب ، بازوها و کفشوها پس از برش رولهای ورق (Slitting) ، تولید کلافهایی با عرضهای تعریف شده به روش پانچ اتوماتیک با تغذیه کننده (NC Feeder) سوراخکاری شده سپس به روش فرم دهی اتوماتیک (Roll Forming) مقاطع طراحی شده طبق سفارش برنامه ریزی شده تولید می شوند. محصولات نیم ساخته (یرینگ) سپس جهت رنگ آمیزی روی نقاله هوایی خط شستشو و رنگ آویز شده و مراحل شستشو، فسفاتاسیون، پاشش رنگ توسط دستگاه الکترواستاتیک پودر (یا مایع) و پخت رنگ در کوره پخت را می گذرانند.

۹- کنترل کیفیت

کلیه اجزاء قفسه بندی کفوشدار در مراحل مختلف تولیدی به روش بازرسی تصادفی (Random check) کنترل می شوند در صورت تأیید بازرسی به خط شستشو و رنگ انتقال می یابند. کلیه ی عوامل مؤثر در عملکرد کیفی خط شستشو و رنگ به همراه قطعات در حال رنگ

۱۰- نصب پروژه ها

پس از ارسال اجزاء قفسه بندی به محل نصب، گروه نصب آموزش دیده شرکت طبق دستور العمل نصب قفسه بندی کفوشدار سبک و نقشه جانمایی (Layout) تأیید شده نسبت به نصب قفسه بندی اقدام می نماید. به منظور حصول اطمینان از کیفیت نصب و رعایت اصول تعریف شده در آن در زمانبندی معین ، کنترل کیفی و فنی نصب پس از اتمام عملیات نصب توسط بازرس ویژه این امر در محل انجام می پذیرد.

مزایا

مزایای قفسه بندی کفوشدار سبک عبارتند از:

- ۱- استحکام و پایداری
- ۲- تنوع ابعادی محصول
- ۳- تنوع تحمل بارگذاری محصول
- ۴- دسترسی سریع و آسان به دهانه های گذاشت و برداشت کالا.
- ۵- سهولت و سرعت نصب
- ۶- صرفه جویی در مکان نصب
- ۷- کاهش وزن قفسه بندی در مقایسه با قفسه بندیهای با کاربرد مشابه
- ۸- صرفه جویی اقتصادی
- ۹- پوشش رنگ پودر قطعات

قفسه بندی
کفوشدار سبک در
رده ی سیستم های
قفسه بندی با
بار گذاری نیمه
سنگین و پر حجم
قرار دارد و روش
بار گذاری در آن
بصورت دستی انجام
می پذیرد.

برای من که مدت زیادی نیست که با دژپاد آشنا شده‌ام، آنچه بیش از همه جلب نظر می‌کند، نظام خوب و تشکیلات سازمانی آنجا ست. البته تفکر ساختارگرایانه‌ی صرف، خود می‌تواند زمینه‌ساز مشکلات شود. از جمله اینکه هدف خود تحت الشعاع عوامل دیگر قرار می‌گیرد. درست مانند یک تیم فوتبال که بسیار خوب بازی می‌کند ولی گل نمی‌زند.

به نظر من در یک تیم فوتبال مهاجمان وظیفه دارند که زحمات سایر افراد گروه را به ثمر برسانند و از این رو نقش حیاتی آنها انکار ناپذیر است، به همین دلیل است که مهاجمان از ارزش زیادی برخوردارند. در یک شرکت تولیدی مدیران فروش داخلی و خارجی مهاجمان و به عبارتی گل زنان تیم به حساب می‌آیند. و به همین دلیل تصمیم گرفتیم با مدیر صادرات شرکت دژپاد گفت و گویی داشته باشیم تا نظری را در مورد کمی و کاستی و نقاط قوت فروش خارجی و معضلات صادرات بدانیم. آقای مهندس صدیقی مدیر بخش صادرات شرکت است که هم اکنون موفق شده‌اند بخش مهمی از تولیدات شرکت دژپاد را به خارج صادر کنند که در این بین نقش دیگر همکاران وی ستودنی است.

ما برای شروع ایشان را انتخاب کردیم، چرا که فکر می‌کنیم در پروسه‌ی تولید، فروش یکی از حیاتی‌ترین بخش‌ها است و فروش خارجی نیز افتخارآمیزترین فروش‌هاست.

از کجا شروع کنیم؟

منم دانم ولی همیشه باید از جایی شروع کنیم. پس از تازیرجیخه شروع کنیم ولی زیاده عقب نرویم. خوب، دژپاد یازده سال پیش یعنی در اواخر سال ۱۹۹۰ اولین محموله‌ی خودش را صادر کرد (کمی فکر) بله بیشتر از دوازده سال می‌شود این صادرات در ابتدا توسط یک شرکت واسطه‌ی بازرگانی انجام شد ولی شرکت بعدها راساً اقدام به صادرات کرد.

صادرات سخت‌افزار؟

در ابتدا بله ولی بتدریج فهمیدیم که می‌توانیم به صورت تمام عیار فروش داشته باشیم و کم‌کم به سمت صادرات دامنه کامل محصولات پیش رفتیم.

برای شروع کار را چگونه ارزیابی کردید؟

بعد از حضور در چند نمایشگاه بین‌المللی در کشورهای

افتخار آمیزترین فروش شما
گفتگو با مدیر صادرات شرکت دژپاد
تهیه و تنظیم: رضا کمال

کویت، اردن، امارات و... به صورت غیرمستقیم، در پایان سال ۱۳۷۱ در نمایشگاه بهاره‌ی دبی شرکت کردیم و این اولین حضور مستقیم دژپاد در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارجی بود. در تیر ماه ۱۳۷۲ بود که دژپاد فردی را به سمت مدیر صادرات منصوب کرد. و وضع به سمتی رفت که شرکت سالانه بطور متوسط در دو نمایشگاه بزرگ بین‌المللی تخصصی شرکت کند. با اینکه ایران در منطقه به عنوان یک کشور فعال در صدور کالاهای صنعتی شناخته نمی‌شد ولی حالا به جایی رسیده‌ایم که به بیش از ۲۵ کشور جهان صادرات داریم و این فروش‌ها هم، ممتد بوده‌اند.

در مجموع در چند نمایشگاه شرکت کرده‌اید؟

نزدیک به بیش از ۲۰ نمایشگاه بین‌المللی و تخصصی، و حال به نتایجی رسیده‌ایم که در راستای صادرات تصمیم داریم. این نتایج را در روند تصمیم‌سازی دخالت دهیم. چه نتیجه نتایجی رسیده‌اید؟

خوب، اینها اطلاعات شرکتی است ولی در هر حال تصمیم داریم از ارتباط خوبی که با تولیدکنندگان و فروشندگان داریم استفاده کنیم. چراکه ما شرکت شناخته شده‌ی هستیم.

در بازار دنیا دژپاد جزو شرکت‌های دسته اول نیست اگر بخواهید به دسته اول گام بگذارید چه مشکلاتی پیش رو دارید؟

در دنیا قیمت‌های کالاهای این صنعت افت کرده، آن هم به خاطر اینکه، صنعت به شدت رقابتی شده و اصطلاحاً (دست زیاد شده) و خدمات تولیدکنندگان بزرگ هم زیاد شده است.

چه خدماتی؟

گسترده‌گی دامنه‌ی محصولات، نسبت به قبل افزایش یافته و زمان تحویل کوتاه، شرایط پرداخت مدت‌دار تسهیل شده است و همچنین ارائه راه حل تمام عیار در رشته‌ی قفسه‌بندی انبار و جابجایی کالا (solution



محمد صدیقی
مدیر صادرات شرکت دژپاد
مدیر بازرگانی از نمایشگاه صنعتی
مهندسی صنایع و مهندسی مکانیک
تیم ملی بازرگانی بوده و هم‌اکنون مدیر صادرات است.
مدیر بازرگانی شرکت دژپاد است.
مدیر بازرگانی شرکت دژپاد است.
مدیر بازرگانی شرکت دژپاد است.

اکثر عمده فروشان در بازار داخلی روی این نکته اتفاق نظر دارند که تقاضای واقعی دولت تا بحال وارد بازار نشده است. سؤالی که مطرح می‌شود این است که اگر واقعا اینچنین باشد با توجه به روند جهانی قیمت‌ها و افت داخلی، زمانی که دولت وارد بازار شود منحنی قیمت‌ها به کجا خواهد رفت؟

(Total) قابل ذکر می‌باشد.

مهرزنی تأمین نقدینگی در دنیا کم است آیا مزیتی دارد که خریداران مدت‌دار پول بدهند؟

با وجود اینکه بهره‌های آنها خیلی پایین است ولی برای آنکه فشاری روی خود تحمل نکنند، پول را چند ماهه می‌دهند.

حذر کاهش فروش محصولات انبار ایده‌ی (JIT)

just in time تا چه اندازه در کاهش فروش تجهیزات انبار موثر بوده است؟

مدیران علاقمند به این ایده، انبار را حذف نمی‌کنند بلکه به جایی دیگر پاس می‌دهند.

آنها مشکلات را به دوش شرکت‌های زیر دست می‌اندازند. در نهایت خط تولید را هم نمی‌شود به علت کم کاری یک زیر مجموعه در عدم تحویل بموقع، خواباند. از طرفی کالایی که در مالزی تولید می‌شود و در ژاپن مصرف روزانه دارد را نمی‌شود بدون خطر توقف جنس در نظر گرفت.

سرگردیم به اصل مطلب در مورد معضلات صادرات بفرمایید؟

بله، در این ده سال کالاهای ما حدود ۶۰ درصد ارزان شده تا بتوانیم رقابت کنیم.

یکی از مشکلات دیگر هم نواقص سیستم بانکی کشور است، تغییرات متناوب قوانین پولی و کلان‌صادراتی، مثل وجود پیمان‌های ارزی و نرخ‌های نامتاسب با

واقعیت، در زمانهای گوناگون.

آیا خدمات و مواد نیز گران شده است؟

بله به تازگی ولی مشکل اصلی غیرقابل پیش‌بینی بودن نرخ خدمات و مواد در ایران است.

آیا منظور از خدمات یعنی دستمزد کارگران؟

اعم از دستمزد، مثلاً کرایه نرخ حمل و نقل بین‌المللی توسط شرکت‌های ایرانی و از همه مهمتر غیر قابل اعتماد بودن سیستم‌های حمل و نقل. باری که باید ۳۰روزه به سوئیس می‌رفت، ۶۰روزه رفت و ما بازار را از دست دادیم فقط به خاطر اینکه شرکت‌های حمل و نقل به اهمیت کار خود آگاه نیستند. در واقع اینگونه شرکت‌ها هیچگونه ضمانتی ندارند. یکی دیگر از نارسایی‌های خدماتی، اشکالاتی است که برخی از بانکهای بین‌المللی سر راه ما می‌تراشند. پولی که باید ۳۰روزه واریز شود، ۳۰روز طول می‌کشد، چون گاهی اوقات کار بانکی توسط ۳بانک واسطه انجام می‌گیرد و اینها به دلیل تحریماتی است که علیه ایران اعمال می‌شود.

حی دانه که ایران در دسته‌بندی کشورهای صنعتی نیست، بابت این مسأله چقدر بیا می‌پردازیم؟

ما همیشه رقم قابل توجهی از قیمت را قربانی نام شرکت‌های طرف می‌کنیم در حالی که گاهی محصولاتمان از کیفیت بالاتری نسبت به آنها برخوردار است.

حذر مورد خرید مواد اولیه چطور؟ آیا مسوولین حمایتی می‌کنند؟

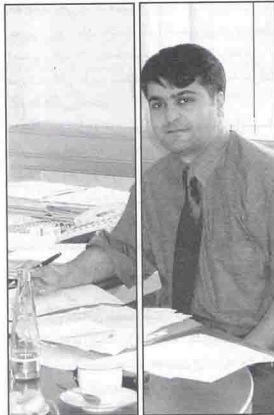
خوب، با ما درست مانند آهن فروشها رفتار می‌شود فکر نمی‌کنید این بخاطر شیطنت برخی از همکاران شماست؟

منظورتان چیست؟

یعنی اینکه برخی افراد از قوانین به نفع خودشان بهره می‌گیرند؟

شهردار سابق تهران آمد، حصارهای پارک‌ها را پرچید، گفتند مردم پارک‌ها را خراب می‌کنند، گفت آنقدر درست می‌کنیم تا عادت کنند. در حقیقت ما باید به پرت حساب شده اعتقاد پیدا کنیم.

حذر حقیقت من با حرف شما مخالفم، چرا که معتقدم باید قواعد بازی در ایران را با خارج یکی کرد، شما فکر می‌کنید آلمانی‌ها با پرت موافقت؟ آنها از مرغ فقط قدقدش را هدر می‌دهند. در هر حال نظام خرید مواد باید آنقدر حساب شده باشد که کسی نتواند شیطنت کند و در همین حال بین شما و یک آهن



گرانی نرخ حمل و نقل بین‌المللی توسط شرکت‌های ایرانی و از همه مهمتر غیر قابل اعتماد بودن سیستم‌های حمل و نقل. باری که باید ۳۰روزه به سوئیس می‌رفت، ۶۰روزه رفت و ما بازار را از دست دادیم فقط به خاطر اینکه شرکت‌های حمل و نقل به اهمیت کار خود آگاه نیستند

مدیر گروه صادرات؛
مهندس صدیقی

فروش تمایز قابل شنود.

در دراز مدت، بله. حرف شما درست است ولی در کوتاه مدت باید برای صادر کننده، امتیاز قابل باشی. حالا یک چیزی هم به مردم برسد چه عیبی دارد؟

به شرط اینکه ثروت ملی بین یک قشر خاص توزیع نشود

به هر حال حمایت کافی نیست، در ترکیه هر گروهی که میخواست کالایی صادر کند پرواز چارتر می گرفت و ... ولی ما باید پول اضافی هم بدهیم که چی؟ می خواهیم در نمایشگاه فلان شرکت کنیم. کتاب ایران خریدیم که هدیه بدهیم ولی چون اضافه بار داشتیم ناچار شدیم کتابها را در فرودگاه بگذاریم.

منحوی ارایه مشخصات کالا به خارجیان، آیا حرفه‌بی است؟

خیر. ما خیلی چیزها از آنها کمتر داریم ولی به امید خدا در صدر رفیع آنها هستیم، بطور کلی با خنجر نمی‌شود به جنگ یک لشکر رفت. تا به حال به روش چریکی حمله می‌کردیم، حالا قصد داریم لشکر بسازیم.

کیفیت کالا چطور؟

در ابتدا به این خوبی که الان هستیم نبودیم ولی بی نقص هم نیستیم، یا این حال اعتماد به نفس ما بالا رفته و این بواسطه‌ی کیفیت قابل قبول ما می‌باشد ولی معضل اصلی قیمت تمام شده است. یکی از دلایل قیمت بالا این است که بازار آزاد نیست.

ممکن است در تجارت آزاد درب کارخانه‌ها بسته شود؟

نه خیر. کره چطور شد؟ مگر تعطیل شد. خیر، سرمایه‌گذاری خارجی آنها را نجات داد.

سولی چین و ویتنام، اژدهای خفته‌ی اقتصاد که بازار آزاد ندارند؟

صنعت قسه‌بندی ما وقتی رشد می‌کند که اقتصاد آزاد باشد.

- ببینید، دستمزدها در روسیه بالاتر از ایران است، هزینه‌های زندگی بالاتر است ولی کالاهای آنها ارزانتر است؟

چرا روسیه؟ مثال بهتری می‌زنم. آلمانها که فولاد از روسیه می‌خرند چون تیراژ بالای تولید دارند خرج تولید را کاهش می‌دهند.

پس نتیجه می‌گیریم برای اینکه فروش زیادی داشته باشیم باید قیمتها پایین بیاید و برای اینکه قیمتها پایین بیاید، لاجرم فروش را باید بالا ببریم و این یک دور باطل است

ما عدم موفقیت را در همان دلایل مذکور می‌دانیم. علاوه اینکه ما تا بن دندان مسلح نیستیم یک سریاز هم باید تنگ داشته‌باشد. هم سرنیزه هم کلاه. هم نارنجک...، یک مدیر فروش امروز، باید افرادش را با امکانات روز تجهیز کند. کامپیوتر، نرم افزار ارایه ی پورت فولیوی مولتی مدیا، کاتالوگ عمومی، کاتالوگ جامع انگلیسی، کاتالوگ دست پخش، CD محصولات و ...

- من فکر می‌کنم یکی از راههای کاهش هزینه‌ی تمام شده‌ی شرکت، برنده شدن در مناقصات کم تنوع و پر تیراژ است. نظر شما چیست؟

بله اگر سلاح مبارزه داشته باشیم می‌توانیم برنده شویم و من اطمینان دارم روزی ناچار خواهیم شد کارخانه‌ی دیگری را احداث کنیم.

دور پایان؟

حرف خاصی ندارم، امیدوارم دست در دست هم عزم کنیم تا محصولات بهتر بسازیم و بیشتر بفروشیم. - تشکر.

گروه صادرات: از راست آقایان مالمر، سیف پور و خانم طهماسبی



نوسانات قیمت فولاد در سالی که گذشت تهیه و تنظیم: قاسم پازری

مقدمه

شاید در یک نشریه ای که ادوار چاپ آن فصلی است درج اخبار، آن هم اخباری که تاریخ مصرف آن کوتاه است کمی نادرست جلوه کند، اما در این شماره اخبار نوسانات قیمت در سال گذشته را جهت بررسی آماری و تحلیلی خدمت شما ارائه می دهیم. تا شما با اطلاعات بیشتری به بررسی وضعیت تولیدکنندگان در مورد قیمت تمام شده ی پروژه ها بپردازید.

تاریخ ۱۳۸۷/۵/۲۸

افزایش قیمت محصولات فولادی شرکت فولاد چین

شرکت فولاد چین جهت تطبیق با بازارهای جهانی، قیمتهای خود را برای فصل چهارم در بازار داخلی افزایش خواهد داد. بالا بودن تقاضای جهانی و کاهش تولید شرکت های آمریکایی از دلایل عمده این امر است.

تاریخ ۱۳۸۷/۵/۳۱

مهمترین اتفاق در ماه مرداد، آزاد سازی واردات آهن آلات و حذف عوارض مربوط به سازمان حمایت از تولید کنندگان و مصرف کنندگان بود. تا قبل از اعلام این خبر، ثبت سفارشهای داده شده به وزارت بازرگانی، به طور متوسط تا یک ماه متعطل دریافت نتیجه می ماند. اما پس از اعلام خبر فوق در خلال ۴۸ ساعت واردکنندگان نتیجه را دریافت می کنند. به محض اعلام تصمیمات فوق، عرضه کنندگان محصولات فولادی روسیه قیمتهای خود را برای عرضه به بازار ایران بالا بردند. این در حالی بود که تمام

گزارشات از احتمال پایین آمدن قیمتها برای فصل چهارم سال جاری میلادی خبر می داد. در واقع خبر فوق بهترین کمک به عمده فروشانی بود که در بازارهای ایران و روسیه دست به پیش خرید کالا زده بودند. شاید اگر عوارض حمایتی لغو نمی شد، روسها به نفع خود استفاده نمی کردند.

افزایش قیمت ورق گالوانیزه ۵۰ دلار، ورق روغنی ۵۰ دلار، ورق سیاه رول ضخامت ۲ میلیمتر ۲۵ دلار، ورق سیاه تخت ۶ تا ۳۰ میلیمتر ۵۰ دلار و میله گرد حداقل ۱۵ دلار بوده است. این در حالی است که تولیدکنندگان ایرانی که عمدتاً دولتی هستند، برای تغییر قیمتهای خود باید راه طولانی و سختی برای گرفتن تاییدیه از شورای اقتصاد طی کنند. اکثر عمده فروشان در بازار داخلی روی این نکته اتفاق نظر دارند که تقاضای واقعی دولت تا بحال وارد بازار نشده است. سوآلی که مطرح می شود این است که اگر واقعا اینچنین باشد با توجه به روند جهانی قیمتها و افت تولید کارخانه های داخلی، زمانی که دولت وارد بازار شود منحنی قیمتها به کجا خواهد رفت؟

در ماه گذشته بازارهای جهانی با ثبات همراه بودند و خریداران نیز امید به کاهش قیمتها به میزان حداکثر ۵۰ دلار در تن برای انواع ورق و میله گرد در فصل آخر سال ۲۰۰۲ را داشتند. اما باز نزدیکتر شدن سپتامبر، که پیشنهادات فصل آخر ۲۰۰۲ ارائه می گردد، نشانه ای از کاهش قیمتها به طور جدی به چشم نمی خورد. در هر حال، بازار ایران با شرایط خاصی که دارد، بسیار دیر از افت و خیز قیمتها متأثر می شود. با شروع ماه شهریور، نگاه عمده فروشها و تجار ایرانی به موجودیها و قیمتهای جهانی دقیق تر شده و همگی اتفاق نظر دارند

با اینکه ایران در منطقه به عنوان یک کشور فعال در صدور کالا های صنعتی محسوب نمی شد ولی حالا به جایی رسیده ایم که به بیش از ۲۵ کشور جهان صادرات داریم. این فروش ها هم، بصورت ممتد بوده اند.

که نه تنها قيمتها پايين نخواهد آمد، بلکه بين ۵ تا ۱۰ درصد رشد خواهد يافت، البته در صورتیکه تقاضای بازار در حد فعلی بوده و افزایش نیابد.

تاريخ ۱۳۸۱/۶/۴

روند قيمتها طی تعطيلات تابستاني

با توجه به ثبات قيمتها طی تعطيلات تابستاني، قيمت برخی از اقلام فولادی در برخی از کشورها افزایش داشته است. در لهستان به دليل اعمال تعرفه دولتی قيمتهاي انواع ورق، ميله گرد، آهن آلات سنگين و انواع لوله افزایش داشته است. در آسيا نيز به دليل تعرفه اعمالی چين، قيمت اکثر محصولات فولادی برای تحويل فصل چهارم افزایش خواهد داشت. در آمریکا، به دليل افزایش کالا ناشی از لغو برخی از تعرفه های گمرکی، احتمال کاهش قيمت در فصل چهارم وجود دارد.

تاريخ ۱۳۸۱/۶/۱۱

افزایش قيمت محدود ورق استیل در آمریکا

طی دو ماه گذشته، قيمت ورق استیل در آمریکای شمالی تا در صد افزایش داشته و به نظر می رسد خریداران افزایش بیشتر قيمتها را نخواهند پذيرفت. در حال حاضر بازار نیازمند تقاضای بیشتری است تا بتواند جلوبوگی افزایش بیشتر میزان قيمتها باشد.

افزایش قيمت انواع ورق در کارخانه های فولاد اروپا

شرکتهاي بزرگ فولاد دنيا مثل آرسلو و کروب، اخيرا اعلام کرده اند که قيمت انواع ورق توليدی تا ۲۰۰ دلار در تن افزایش خواهند داد. شرکت بزرگ کورس انگلستان نيز تصميم دارد برای فصل چهارم حداقل ۱۵۰ دلار در تن به قيمت محصولات خود اضافه کند. ساير شرکتها نيز قصد افزایش قيمت محصولات خود برای فصل چهارم را دارند.

افزایش قيمت ورق در شرکت فولاد نيبون

شرکت فولاد نيبون تصميم دارد تا مجدداً قيمت انواع ورق توليدی خود را تا ۵۰ دلار در تن و برای تحويل ماه اکتبر افزایش دهد.

افزایش قيمت محصولات توليدی شرکت شنگ يوتاويان

شرکت فولاد شنگ يوتاويان در نظر دارد قيمت ورق رنگی توليدی خود را در بازار داخلی تا ۳۰ دلار در تن افزایش دهد. اين شرکت به دنبال افزایش قيمت محصولات ورق روغنی، ورق سيله ورق گالوانيزه

افزایش جهاتی توليد فولادی در جولای ۲۰۰۲

طبق آمار بين المللی آهن و فولاد، میزان توليد جهاتی فولاد طی جولای امسال در مقايسه با مدت مشابه سال پيش، ۳،۸ درصد افزایش داشته است. بيشترين سهم را در اين افزایش کشورهای برزیل و چين داشته اند. امکان افزایش قيمت محصولات فولادی ژاپن برای ماه اکتبر توليدکنندگان فولاد ژاپن در نظر دارند تا قيمت ورق سيله و تير ستونی خود را در بازار آسيا افزایش دهند. علی رغم اجرای تعرفه های گمرکی چين، تقاضای فولاد در بازار آسيا، بخصوص از طرف کره جنوبي همچنان بالا است و توليدکنندگان ژاپنی در مورد بازار فولاد آسيا، طی فصل چهارم خوش بين هستند.

تاريخ ۱۳۸۱/۶/۱۸

فصل متوسط

به طور معمول فصل چهارم ميلادی از نظر خريديو فروش فصل متوسطی به شمار می رود. با اين حال قيمت متوسط ميله گرد ژاپن طی اين فصل همچنين در سطح بالاو حدود ۲۵۴ دلار در تن بوده است و انتظار می رود تا پايان امسال و با آغاز کار پيش از ۵ هزار پروژه ساختمانی، قيمت آن، تا ۳۰۰ دلار در تن افزایش يابد.

تاريخ ۱۳۸۱/۷/۱

افزایش قيمت ورقهای صادراتی پوسکو

شرکت فولادی پوسکو برای فصل چهارم قيمت فروش ورق خود به ژاپن را تا ۳ هزار ين در تن و قيمت فروش اين محصول به کشورهای آسياي جنوبي را ۲۰ تا ۶۰ دلار در تن افزایش خواهد داد. اين افزایش، سومين افزایش بی در بی در طی اين ماه است. اين شرکت در ماه قبل قيمت فروش ورق سيله خود به ژاپن و آسياي جنوبي را افزایش داده بود.

تاريخ ۱۳۸۱/۷/۸

افزایش قيمت ورق های توليدی شرکت پوسکو

به دنبال افزایش شديد قيمت مواد خام در ژاپن، شرکت پوسکو قيمت ورق های سيله و روغنی خود را برای سفارشات فصل چهارم افزایش خواهد داد. قيمت فروش ورق اين شرکت به کشورهای آسياي جنوب شرقي به ۲۰ تا ۶۰ دلار در تن افزایش يافته است.

افزایش قيمت محصولات فولادی ژاپن طی فصل چهارم

طبق اظهار سازمان بين المللی آهن و فولاد، کره جنوبي با توليدی بالغ بر ۲۵/۳۹ ميليون تن، رتبه پنجم فولاد دنيا طی سال ۲۰۰۲ را به خود اختصاص داد. طی همين سال، چين با ۱۸۰/۴ ميليون تن توليد به عنوان بزرگترين توليد کننده فولاد دنيا شناخته شد.

ژاین قصد دارد قیمت تولیدات فولادی خود را برای فصل چهارم ۲۰۰ تا ۲۰۰ دلار در تن افزایش دهد. به همین ترتیب قیمت ورق استیل از ۱۵۰۰ دلار در تن به ۱۷۵۰ دلار در تن و قیمت ورق سیاه نیز از ۲۸۰ دلار در تن به ۳۰۰ دلار در تن افزایش یافته است.

تاریخ ۱۳۸۷/۱۵

افزایش قیمت ورق طی فصل چهارم در اروپا

تولیدکنندگان اروپایی برای سفارشات خود در فصل چهارم تا ۲۰ دلار در تن افزایش قیمت داشته اند. که این میزان افزایش با موفقیت در بازار انجام شد. از طرفی تقاضای بالای محصولات فولادی در چین باعث شد تا تولیدکنندگان آسیایی مسیر صدور کالاهای خود را از اروپا به بازار چین تغییر دهند.

افزایش قیمت صادراتی ورق تایوان طی فصل چهارم به دنبال افزایش قیمت‌های جهانی محصولات فولادی و افزایش قیمت این محصولات در شرکت‌های پوسکو کره جنوبی و ژاین. تایوان نیز قیمت فروش محصولات فولادی خود به چین، ژاین و آسیای جنوب شرقی را افزایش خواهد داد. در شرایط موجود، سطح قیمت بازار چین در بالاترین حد قرار دارد و میزان موجودی نیز در این منطقه با کاهش جدی مواجه است.

تاریخ ۱۳۸۱/۱۳

نگرانی تجار

نگرانی تجار با رسیدن قیمت‌های شانگهای به بالاترین حد طی ده سال اخیر با نزدیک شدن قیمت محصولات فولادی در بازار چین به بالاترین حد طی ده سال اخیر نمی‌توان در مورد آینده بازار مطمئن بود. چرا که برخی تجار علاقه چندانی به انجام معامله با قیمتهای بالا را ندارند و معتقدند این افزایش قیمت موجب افزایش میزان موجودی انبارها خواهد شد. قیمت انواع ورق در بازار چین شدیداً رو به بالاست.

کره جنوبی پنجمین تولیدکننده بزرگ فولاد در دنیا

طبق اظهار سازمان بین المللی آهن و فولاد، کره جنوبی با تولیدی بالغ بر ۲۹/۵ میلیون تن، رتبه پنجم فولاد دنیا طی سال ۲۰۰۲ را به خود اختصاص داد. طی همین سال، چین با ۸۰/۴ میلیون تن تولید به عنوان بزرگترین تولیدکننده فولاد دنیا شناخته شده پس از آن ژاپن با ۱۸۰ میلیون تن تولید، آمریکا با ۹۲/۴ میلیون تن تولید و روسیه با ۹

۵۹ میلیون تن تولید، جزو بزرگترین تولیدکنندگان فولاد در دنیا قرار دارند.

افزایش کم سابقه قیمت ورق در ژاپن

تولیدکنندگان ژاپنی در اکثر قراردادهایی که به امضاء رسانده اند قیمت ورق خود را برای تحویل ژانویه تا ژوئن ۲۰۰۳ به ۵۰۰ دلار در تن رسانده اند که این قیمت ۶۰ تا ۸۰ دلار در تن بیشتر از قیمت قبلی است. به دنبال افزایش میزان تقاضا در چین قیمت ورق صادراتی ژاپن به این منطقه نیز به ۵۸۰ تا ۹۰ دلار در تن سی اند اف ژاپن افزایش پیدا کرده است که ممکن است به ۲۰۰ دلار در تن نیز برسد. قیمت فعلی ورق روغنی صادراتی ژاپن به چین ۸۰ دلار در تن سی اند اف ژاپن است.

تاریخ ۱۳۸۱/۱۷

افزایش قیمت‌های محصولات فولادی در بازار توکیو طی ماه فوریه

شرکت فولاد توکیو تنها پس از دو ماه از آخرین افزایش قیمت خود در تلاش است تا قیمت پایه تمام محصولات را طی ماه فوریه افزایش دهد. قیمت پایه ورق سیاه این شرکت با ۳ هزار یین افزایش به ۲۵۰ دلار در تن خواهد رسید. قیمت ورق روغنی نیز با ۳ هزار یین افزایش به ۴۸ هزار یین در تن می‌رسد. ضمن اینکه قیمت ورق کالوئیزه و آجدار نیز به ترتیب با ۸۰۰ یین و ۳ هزار یین افزایش به ۴۷ هزار یین در تن خواهد رسید. این شرکت همچنین اظهار کرد که قیمت تیرآهن را با هزار یین در تن افزایش به ۴۰۰ یین در تن رسانده است. این شرکت پیش بینی افزایش بیشتر قیمت‌ها طی اسامال را کرده اگرچه اظهار کرده که منتظر عکس العمل خریداران در مورد پذیرش یا عدم پذیرش قیمت‌ها در قراردادهای ماه فوریه است.

نتیجه گیری: همانطور که در ابتدای یادداشت جمع‌آوری شده اشاره کردیم ارائه‌ی این اخبار می‌تواند حساسیت تأثیر قیمت فولاد به عنوان اصلی ترین ماده اولیهی بنگاههای تولیدکننده صنایع فلزی بر قیمت فروش آنها را نشان دهد. نوسانات قیمت فولاد در طول ۶ ماهه گزارش نشان می‌دهد که پایداری بنگاهها به قیمت فروش تا چه حد امکان پذیر می‌باشد.

مرکز خدمات فولاد

نظام مدیریت دژ دیاد

تهیه و تنظیم: تقاسم بازاری

در همین راستا با سازماندهی مناسب و انعطاف پذیر شوراها و کمیته ها در حدود چهل مورد برنامه ی کاری فصلی را تدوین و اجرای تصمیمات اتخاذ شده را از طریق سیستم مکانیزه ی خاص دنبال کرده است. امروزه این فرآیند در این شرکت هسته ی اصلی اجرای سیستم PDCA است و باعث بهبودی مستمر می باشد. استقرار نظام مدیریت کیفیت در این شرکت با توصیف سازمان و وظایف مربوطه،

روشها و دستورالعملها و استانداردهای لازم انجام و پس از یک دوره ممیزی داخلی، شرکت آماده اجرای برنامه ممیزی صدور گواهینامه گردید و در سال ۱۳۷۸ موفق به دریافت گواهینامه نظام مدیریت کیفیت بر مبنای استاندارد سری ISO از شرکت RWTUV گردید و این موفقیت در ممیزهای مراقبتی بعد نیز ادامه پیدا کرد. و در سال جاری با بازنگری در حوزه ی استراتژیک شرکت و تشخیص اجرای فعالیتها در قالب فرآیندهای مستقل با تعیین حدود و دامنه ی مسئولیت و اختیار مالکین فرآیندها در اقدام موفق به دریافت گواهی نامه ی نظام کیفیت بر مبنای استاندارد ISO 9001:2000 گردید. شرکت دژ دیاد همسو با تغییرات محیطی به منظور پاسخگویی سریع به نیازها و خواسته های مشتری و با بهره گیری از تئوریهای سازمان و مدیریت (SBU) و انجام مطالعات لازم در این زمینه اقدام به بازنگری کسب و کار خود کرده و ارائه ی تعرف جدید از تولیدات خود، سازمانی متناسب با نیاز بازار را طراحی و تا حدودی پیاده کرده است. در همین راستا نظام کارمزد، بهره وری در فرآیندهای تولیدی، فروش و ستاد بر مبنای ارزش افزوده ی ایجاد شده و توانسته است میزان بهره وری را افزایش

فعالیت موثر در صنعت قفسه بندی انبار در سال ۱۳۳۲ توسط صنعتگر کارآفرین مرحوم حاج محمد حسین جابرنصاری ایجاد و در سال ۱۳۴۷، شرکت دژ دیاد تأسیس شد و در طول ۵ دهه ی گذشته همواره تلاش نموده که نه تنها در ایران به عنوان پیشرو در صنعت قفسه بندی و سازه های فلزی پیش ساخته شناخته شود بلکه در سطح بین المللی نیز با سایر شرکت های معتبر در این صنعت هم تراز باشد.

شرکت دژ دیاد در راستای ارتقاء بهره وری مدیریت نگاه خود از سال ۱۳۷۵ اقدام به تعریف پروژه ی بهینه سازی تلفیقی با هدف تعریف، تدوین و استقرار نظام برنامه ریزی استراتژیک و عملیاتی و نظام مدیریت مشارکتی، نظام مدیریت کیفیت بر مبنای استاندارد ISO، طبقه بندی مشاغل و در نهایت تدوین مدل کار (Business Process model) کرده است. در این مسیر از راهنماییها و همکاری مستمر شرکت های معتبر به عنوان مشاوره ی پروژه بهره مند شده است.

دژ دیاد موفق شده است نظام برنامه ریزی استراتژیک را با تعریف بیانیه ی مأموریت، اهداف بلند مدت، طراحی استراتژی خاص، سازمان خود را در جهت تحقق استراتژی تدوین شده پیاده نماید تا اکنون با انجام هفت دوره بازنگری آن و تدوین همین تعداد برنامه و بودجه عملیاتی سالانه به درصد بالایی از موفقیت دست یافته است. در بعد دیگر به منظور جلب مشارکت کارکنان شرکت، نظام مدیریت مشارکتی را با فعال کردن شوراها ی تصمیم گیری و کمیته های تصمیم سازی مستقر کرده و فرآیند تصمیم گیری را در شرکت به صورت مشارکتی به اجرا در آورده و سرعت بخشیده ایم.

دهیم و با ادامه‌ی برنامه‌های تکمیلی تصویب شده در سال ۸۱-۸۲ امیدوار هستیم که در این رابطه به استانداردهای جدید جهانی تولید قفمه دست یابیم. شرکت دژ یاد در جهت توسعه‌ی محصولات خود، با انجام بررسی‌های لازم، کار بر روی محصولات قدیم خود را توسعه داده و محصولات جدید راک کفوشدار سبک و ریوت (آسان نصب) را به بازار عرضه کرده است.

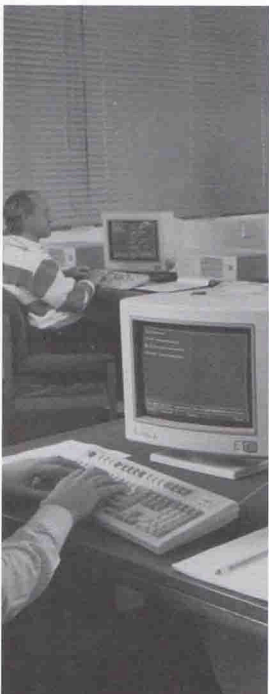
در همین راستا، شرکت موفق شده است که بزرگترین انبار مکانیزه (Automatic Storage & Retrieval System) AS/RS را به عنوان بهترین راه حل به شرکت سایکو ارائه

داد و در نهایت توانست با مشارکت شرکت SMC پروژه‌ی انبار تمام مکانیزه سایکو را به مساحت ۱۱۰۰۰ متر مربع و ارتفاع ۲۵ متر با ظرفیت گذاشت و برداشت مکانیزه به مقدار ۴۳۶۰۰ عدد پالت با ظرفیت یک تن را برای هر پالت را با موفقیت به پایان برساند. این مهم بدون پشتوانه‌ی سالیان طولانی کار و کوشش و همت همکاران در شرکت دژ یاد میسر نمی‌شود.

ایجاد ارتباط بین عناصر سازمانی و ضرورت اطمینان از اجرای فعالیتها در بخشهای مستقل، وجود سیستم کنترلی دقیق و کارآمد را لازم دارد. با تعریف استانداردهای کنترل داخل فرآیندها و کنترل‌های بین فرآیندها و ورودی و خروجی از شرکت می‌توان زمینه‌های لازم را برای ایجاد اطمینان از تحقق خواست مشتری فراهم آورد. دیگر فعالیتهایی که به اجرای بهتر این سیستم کمک می‌کند، تکمیل سیستم یکپارچه‌ی اطلاعات روزآمد جهت تحقق فرآیندهای بهسازی شده و دارای شفافیت است. به صورتی که منجر به مزیت رقابتی شرکت نزد مشتریان گردد.

ارتقای سیستم کنترل شرکت با تعریف پروژه‌ی تکمیل سیستم MIS در سال ۸۱-۸۲ می‌رود تا با حفظ انسجام کلی شرکت و ایجاد ارتباط منطقی و شفاف بین فرآیندها و تدوین و کنترل شاخص‌های اثرگذار بر کیفیت، سرعت و هزینه، این مزیت را برای دژ یاد محقق سازد. حضور شرکت دژ یاد در بازارهای جهانی و موفقیت در رقابتهای بین المللی چشمگیر بوده است بطوریکه در حال حاضر بخش عمده‌ای از تولیدات به بیش از ۲۵ کشور آسیایی (خاور دور - خلیج فارس)، اروپا و آفریقا صادر می‌شود.

ما در این شرکت خواهان آن هستیم که به عنوان یک شرکت بین المللی در جهان معرفی شویم تا موجبات افتخار و سربلندی ایران گردد. در ایران نیز یک بنگاه سرآمد و نماینده شویم.



ایجاد ارتباط بین عناصر سازمانی و ضرورت اطمینان از اجرای فعالیتها در بخشهای مستقل، وجود سیستم کنترلی دقیق و کارآمد را لازم دارد.

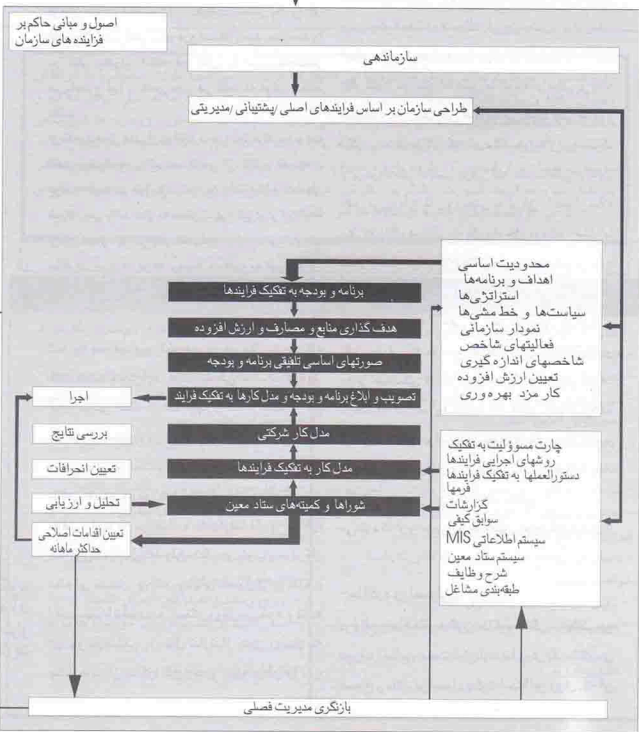
شرکت دژ یاد همسو با تغییرات محیطی به منظور پاسخگویی سریع به نیازها و خواسته‌های مشتری و با بهره‌گیری از تئوریهای سازمان و مدیریت (SBU) و انجام مطالعات لازم در این زمینه اقدام به بازنگری گسب و کار خود کرده و ارائه‌ی تعرفه‌ی جدید از تولیدات خود، سازمانی متناسب با نیاز بازار را طراحی و تا حدودی پیاده کرده است.

فلو چارت مدل مدیریتی شرکت دژپاد

دیدگاه موسسین



بازنگری کسب و کار سالانه



تکنولوژی مذاکره

دانشی برای فروش بیشتر

تهیه و تنظیم: رضا کمال

مقدمه

مختصات جامعه‌ی کنونی ما این امر را القا می‌کند که فروختن یک محصول متوسط، مشکل‌تر از تولید یک محصول متوسط است و به عبارتی دیگر صورتی برای فروش آسان محصولات با کیفیت بسیار بدو فروش سخت محصولات با کیفیت بسیار بالا را اگر کنار بگذاریم و هنرمندی فروشندگان عیار متوسط را در نظر بگیریم آنگاه فروختن را امری سخت‌تر می‌یابیم و این را کسی بهتر می‌فهمد که تولیدکننده باشد.

از نگاه بیشتر مدیران و انکاردار، فروشنده قلب شرکت است و خوشنامی شرکت ناشی از تبلور فلسفه‌ی برنده - برنده و توزیع آن در بین مشتریان و اعضای شرکت می‌باشد حال به منظور بهره‌گیری از این ایده از این شماره به طرح دیدگاههایی در زمینه‌ی نحوه‌ی مذاکرات می‌پردازیم که ارتباط مستقیم به هنر فروش دارد.

(سردبیر)

شما چه بخواهید و چه نخواهید، به هر حال یک مذاکره‌کننده هستید. مذاکره یک حقیقت زندگی است. مذاکره یک ابزار اساسی است تا شما آنچه را که از دیگران می‌خواهید به دست آورید: «مذاکره تبادل اطلاعات برای رسیدن به توافق است، وقتی که شما و طرف مقابل دارای منافع هستی که بین شما مشترک اند و در همان حال منافی دارید که در تضاد با یکدیگرند» اگرچه مذاکره همه‌روزه انجام می‌شود ولی مذاکره‌ی خوب و مؤثر کار

ساده‌ای نیست، چراکه روشهای معمول برای مذاکره اغلب سبب ناخشنودی و خستگی روانی می‌شوند و نتیجه‌ی آن جز ناراضیاتی به دنبال ندارند. همین روست که بیشتر مردم از مذاکره گریزانند و نتیجه‌ی آن را سوء

تفاهم و مشاجره می‌دانند: بی‌دلیل نیست که گفته می‌شود بهترین راه برای مذاکره دوری جستن از آن است. اما واقعیت آن است که همه‌ی مردم به شیوه‌ی مناسب مذاکره نمی‌کنند. به همین دلیل بهتر آن خواهد بود تا پیش از آنکه به روشهای مذاکره‌ی صحیح و مبتنی بر اصول بپردازیم، روشهای معمول مذاکره را دوباره بازمینی کنیم تا تفاوت به دست آمده از روشهای معمول و روش صحیح بهتر درک شود.

در بیشتر مذاکرات، چه مذاکره مربوط به یک قرار داد باشد یا یک اختلاف خانوادگی، مردم بر اساس عادت دست به چانه زدن روی مواضع می‌زنند. مثال کلاسیک برای اینگونه مذاکره‌ها، چانه زنی بین مشتری و فروشنده است. مذاکره‌ی مبتنی بر بده بستان بی‌درپی و به عبارتی دیگر تکرار مواضع، اما همین مذاکره‌های مبتنی بر چانه زدن هم به دو روش کلی صورت می‌گیرد: یکی ملایم و دیگری سخت. مذاکره‌کننده‌ی ملایم خواستار آن است که از برخوردهای شخصی پرهیز کند، لذا بسادگی به امتیاز دادن می‌پردازد تا راه رسیدن به توافق را هموار سازد. وی به دنبال دستیابی به یک راه حل دوستانه است، اما بیشتر اوقات خود را در وضعی می‌بیند که رفتارش مورد سوء استفاده قرار گرفته. مذاکره‌کننده‌ی سرسخت هم هر موقعیتی را جدال تلقی می‌کند که در این درگیری و تقابل، طرفی که مواضع افراطی تری را اتخاذ کند و بیشتر ایستادگی کند در نهایت نتیجه‌ی بهتری خواهد گرفت. (به قول معروف دست بالا را بگیرد) مذاکره‌کننده‌ی سرسخت می‌خواهد به هر نحوی که شده پیروز باشد. با وجود این نتیجه‌ی کار چنین شخصی اغلب منجر به ایجاد واکنشی به همان میزان سخت و خشن می‌شود که او را مایوس و مستأصل خواهد کرد. (جدول ۱)

- مذاکره‌ی اصولی

در واقع راهبردهای همگون مذاکره، همگی در طیف بین دو روش ملایم و سخت قرار دارند. اما روش یک مذاکره‌ی صحیح و مبتنی بر اصول چگونه است؟ این روش، که آن

- ۱- «مذاکره ی اصولی» یا مذاکره بر اساس شایستگیها
می خوانیم، مبتنی بر اصولی است که تضمین کننده ی پیشبرد مذاکره و دستیابی به توافقی معقول و واقعی و پایدار است. در واقع برای کسب موفقیت در مذاکرات هیچ ورد جادویی برای مسحور کردن طرف مقابل وجود ندارد. تنها توصیه ی می ممکن به کارگیری همین اصول ابتدایی است:
به کارگیری این اصول به شیوه ای آگاهانه، زیرکانه، در زمان و به شیوه ای مناسب ممکن است از هر شخصی، مذاکره کننده ی موفق بسازد.
الف) اصول مذاکره ی صحیح

جدول ۱

معمولاً میزان موفقیت هر دو روش مذاکره با این معیارها سنجیده می شود: توان دستیابی به موافقتی معقول، کارا و مؤثر (بودن روش) و بهبود روابط بین طرفین. با این معیارها هر دو روش ملایم و سخت، روشهای متناسبی نیستند. این روشها غالباً نمی توانند به ایجاد توافقی مورد رضایت طرفین منجر شود. معمولاً این مذاکره ها نیمه کاره رها می شوند. یا به ایجاد توافقی می رسند که مورد قبول یکی یا هر دو طرف نیست و از آنجایی که طرف بازنده همواره در پی فرصتی برای انتقام خواهد بود، بزودی نقض خواهند شد و به ایجاد کدورت بیشتر بین طرفین خواهند انجامید. در هر صورت این روشها نه کارایی دارند و نه می توانند تضمین کننده ی منافع طرفین باشند.

چانه زدن روی مواضع، شما کدام راه را انتخاب می کنید؟

ملایم	سخت
- شرکت کنندگان در مذاکره، دوستان یکدیگرند.	- شرکت کنندگان در مذاکره رقیب و دشمن یکدیگرند.
- هدف رسیدن به توافق است.	- هدف پیروزی است.
- امتیاز بدهید تا روابط را حفظ و تقویت کنید.	- به عنوان پیش شرط حفظ روابط، امتیاز بخواهید.
- در رابطه با افراد و مسائل، نرم و ملایم باشید.	- در رابطه با مسائل و افراد سخت باشید.
- به دیگران اعتماد کنید.	- به دیگران اعتماد نکنید.
- موضع خود را به سهولت تغییر دهید.	- روی موضع خود پافشاری کنید.
- پیشنهاد جدید بدهید.	- تهدید کنید.
- حداقل مورد قبول خود را آشکار کنید.	- در مورد حداقل مورد قبول خود طرف را گمراه کنید.
- عقب نشینی یک جانبه را بپذیرید تا به توافق برسید.	- به عنوان بهایی که طرف باید برای رسیدن به توافق بپردازد، دنبال منافع یک جانبه باشید.
- دنبال این پاسخ ساده باشید، توافقی که طرف مقابل خواهد پذیرفت.	- دنبال این پاسخ ساده باشید، توافقی که شما خواهید پذیرفت.
- روی رسیدن به توافق اصرار کنید.	- روی موضع خود پافشاری کنید.
- سعی کنید از کشمکش بین خواسته ها پرهیز کنید.	- سعی کنید در کشمکش بین خواسته ها پیروز شوید.
- به فشار تسلیم شوید.	- فشار بیاورید.

مردم غالباً گرایش به آن دارند که فرض کنند هر آنچه از آن می ترسند همان است که طرف مقابل قصد انجام آن را دارد

- تجزیه و تحلیل:

در مرحله ی تجزیه و تحلیل اگرچه در ارتباط مستقیم با طرف دیگر قرار ندارید اما این مرحله ایجاد کننده ی آمادگی و پیش ذهنیت شماست: پیش زمینه ای که گاه تا پایان مذاکره همراه شما خواهد بود. پس آگاهانه از چهار اصل مذاکره در این مرحله استفاده کنید.

- برنامه ریزی:

در مرحله ی برنامه ریزی شما اطلاعات و داده های بنیادین سازمان یافته و تحلیل شده ای دارید که باید بر اساس آن برنامه ریزی کنید. پس باز هم به چهار اصل اساسی مذاکره بیندیشید تا راهکارهایی که پی خواهید گرفت تضمین کننده ی یک مذاکره ی موفق باشند. در این مرحله شما باید تصمیم بگیرید که مذاکرات را به چه شیوه ای آغاز کنید.

- گفت و گوی مستقیم:

در گفت و گوی مستقیم، که گاه با کل مذاکره اشتباه گرفته می شود، نیز همین اصول حاکمند که به شیوه ای مستقیم به کار گرفته خواهند شد. در ادامه به تفصیل به به کارگیری این اصول در گفت و گوی مستقیم پرداخته خواهد شد.

۱- اشخاص را از مسأله جدا کنید:

مذاکره بویژه برای حل و فصل اختلافات و نیز برای رسیدن به توافق بدون ایجاد سوء تفاهم، عصبانیت و ناراحتی کار دشواری است. برای پرهیز از مواجه شدن با این شرایط ناخواسته توصیه های زیر می توانند کمک شایانی به شما بکنند:

۱-۱- مذاکره کنندگان در درجه ی نخست انسانند:

شما با موجودی انتزاعی سروکار ندارید، طرف دیگر مذاکره یک انسان است و شخصیت و دیدگاههای متفاوتی دارد. به یاد داشته باشید که با کوهی از عواطف و احساسات عجیب و غریب و گاه متناقض روبه رو هستید. این قابل پیش بینی هم نیست، شما هم همین طور هستید. این جنبه ی انسانی مذاکره هم می تواند مفید باشد و هم می

در یک مذاکره بویژه در هنگام مباحثات جدی نقش احساسات می تواند از گفتار هم مهمتر باشد. طرفین ممکن است بیشتر از تمایلی که همکاری در تهیه ی یک راه حل مشترک آماده ی جنگ و ستیز باشند

تواند منجر به فاجعه گردد. همان گونه که یک توافق می تواند بر اساس حس اعتماد، تفاهم، احترام و دوستی ایجاد گردد- احساسهایی که هر مذاکره ای را هموارتر و کارا تر می سازند- فائوری در رفتار مناسب با دیگران میتواند به خشم، افسردگی، رنجش و تهدید انجامد.

در واقع واکنش طرف دیگر مذاکره همواره بستگی زیادی به رفتار شما دارد. رفتار شما ممکن است یک شخص را مثبت، منفی، دوست، همراه یا دشمن شما کند. در هر کاری که در طول مذاکره انجام می دهید از خودتان بپرسید که آیا توجه کافی به مسأله ی عواطف انسانها داشته اید؟ برای اینکه مذاکره ی موفق داشته باشید هرگز به اشخاص حمله ی شخصی نکنید و همواره سعی کنید خطاب صحبتهایتان را از افراد به سازمانها یا شرکتها و... تغییر دهید. حداقل در مواقعی که در صحبتهای شما انتقادی نهفته است جهت صحبت شما باید از افراد به سمت دیگری هدایت شوند.

هر منظوری را می توان با روشهای گوناگون بیان کرد. غیر مستقیم ترین روش و نرمترین بیانه را به کار بگیرید. مطمئن باشید این روش به معنای سستی و ضعف شما نخواهد بود چرا که شما در حال انتقاد کردن هستید. هر کسی می تواند مستقیماً انتقاد کند و احساسات طرف مقابل را جریحه دار کند، شما چنین نکنید. از سوی دیگر، قردرانی ها و تمجیدهای شما می توانند نسبت به اشخاص ادا گردند اما بشدت مراقب برانگیختن سوء تفاهم ناشی از قابلیت تشخیص قردرانی از تملق گویی باشید.

تمجید مناسب و بجا می تواند چرخهای خشک یک مذاکره را روانتر سازد و دیگران را با شما همراه کند.

۲-۱- هر مذاکره کننده ای دونوع منافع دارد: یکی منافع ماهوی و دیگری روابط انسانی

یک مذاکره کننده حداقل در پی آن است که روابط کاری خوبی را با طرف مقابل به وجود آورد که حاصل آن یک توافق مورد پذیرش در جهت منافع دو طرف باشد. اما معمولاً روابط بین طرفین چیزی بسیار بیش از این حداقل

است. منافع ماهوی و روابط انسانی دست کم به دو شیوه ی گوناگون و تماماً در ارتباط با یکدیگر قرار می گیرند: ۱-۲-۱- روابط انسانی معمولاً با منافع ماهوی پیوند می خورد:

در هر دو سوی بحث، ما به این سمت تمایل پیدا می کنیم که انسانها و مسأله را یکی ببینیم. هر جمله ای مثل «این واقعاً اقتضاح است» اگرچه ممکن است برای بیان یک نظریه ادا شود اما بسادگی می تواند به عنوان یک جمله ی شخصی عمل کند. خشمگین بودن در مورد یک موقعیت ممکن است شما را وادار کند که نسبت به انسانی که فکر می کنید درگیر آن مسأله است خشم و غضب نشان دهید: در این صورت پدیده ای که وجود شما با منافع ماهوی درگیر شده است.

از سوی دیگر گاهی انسانها از بحثهای ماهوی تعبیر دیگری می کنند که ممکن است کم کم این تعبیر را در مورد شخصیت خود برداشت کنند. آگاه باشید که از هر سخن ممکن است تعبیرها و تفسیرهای دیگری صورت گیرد که گاه به همان میزان مصادق عینی پیدا می کنند.

۲-۲-۱- چانه زدنی روی مواضع روابط انسانی و منافع ماهوی را در تقابل و تعارض قرار می دهد. چانه زدنی و اصرار پیاپی روی مواضع، بسادگی ممکن است این ذهنیت را در طرف مقابل شما ایجاد کند که شما برای مناقعتان بیشتر از شخصیت وی ارزش قائل

هستید. در این صورت منافع شما به صورت جدی به خطر افتاده است و طرف شما حداقل برای دفاع از شخصیت خودش، به دفاع برخواید خواست و تسلیم نخواهد شد. احتمال دیگر این است که تنها یک بار برای همیشه و تنها برای از شخصیت آزار دهنده ی مقابلش، مواضع کوتاه مدت وی را خواهد پذیرفت و پس از آن روابط کاری دیگری با وی برقرار نخواهد کرد و این یعنی از دست دادن موقعیتهای بیشمار.

۳-۱- روابط انسانی را از منافع ماهوی جدا کنید و با مسائل انسانی مستقیماً برخورد کنید:

سعی کنید در مقابل مسائل انسانی نرم و راجع به مسائل سخت باشید. این ذهنیت را در طرف دیگر به وجود آورید که برخورد با منافع ماهوی لزوماً با معنای تعارض روابط حسنه نخواهد بود و شما نیز چنین رفتار کنید. برای برخورد و رفتار مناسب به مسائل انسانی از فنون روان شناسی استفاده کنید. آگاهی از روان شناسی ارتباطات انسانی و شناخت بهتر انسان می تواند کمک فراوانی در پیشبرد مذاکرات شما باشد. برای یافتن راهی برای نجات یافتن از دشواریهای مسائل انسانی، تفکر در سه زمینه ی اساسی به کمک شما خواهد شتافت: ادراک، احساس و ارتباط

شاید بتوان مسائل گوناگون انسانی را در یکی از این سبدها جا داد.

۴-۱- ادراک:

چه وقتی که معامله ای انجام می دهید چه زمانی که به حل و فصل اختلافی می پردازید اختلاف میان شما و طرف مقابل معمولاً راجع به یک یا چند موضوع راجع به شینی یا قابل تبدیل به آن است. در این صورت اولین موضوعی که برای حل اختلاف به ذهن می رسد دانستن بیشتر پیرامون آن موضوع است. اما در واقع اختلاف در واقعیت عینی قرار ندارد بلکه اختلاف در ذهن طرفین است.

۴-۱-۱- خود را جای آنها قرار دهید:

اینکه دنیا را چگونه می بینید بستگی به آن دارد که کجا قرار دارید. مردم گرایش به این دارند که آنچه را که دلشان می خواهد ببینند، از سویی آنچه را که ادراکات آنها تأیید کند برمی گزینند و روی آن متمرکز می شوند و از سوی دیگر آنچه را که قادر به ادراکش نیستند نادیده می گیرند یا به دلخواه خود تعبیر و تفسیر می کنند. هر یک از طرفین مذاکره معمولاً از یک سو شایستگیها و نکات مثبت خود را می بیند و از سوی دیگر صرفاً خطاهای طرف را در نظر می گیرد.

در موارد زیادی صرف یک عذر خواهی، می تواند احساسات را به طور مؤثری فرو بنشانند

توانایی دیدن موقعیت از زاویه ی دید طرف دیگر هر قدر هم کار مشکلی باشد. یکی از مهمترین مهارتهایی است که یک مذاکره کننده می تواند دارا باشد. دانستن اینکه طرف مقابل شما مسائل را به طور متفاوتی تحلیل می کند کافی نیست. اگر می خواهید روی آنها نفوذ داشته باشید قطعاً نیاز به این هم خواهید داشت که میزان قدرت دیدگاههای آنان را دریابید و نیروی احساسی را که به آن اعتقاد دارند درک کنید. برای دستیابی به این منظور، پیش از قضاوت کردن، اندکی صبر کنید تا در فرصت به دست آمده نظرات آنان را دریابید.

۴-۱-۲- مقاصد آنها را از نگرانیهایتان استنباط نکنید: مردم غالباً گرایش به آن دارند که فرض کنند هر آنچه از آن می ترسند همان است که طرف مقابل قصد انجام آن را دارد. براحتی می توانیم گرفتار عادت بدترین تعبیر و تعبیر از آنچه دیگری می گوید یا انجام می دهد بشویم. اغلب به طور طبیعی نسبت به گفتار و اعمال دیگران در مورد نظرات خود، تعبیر آمیخته با سوء ظنی داریم. افزون بر این به نظر می رسد که احتیاط حکم می کند که فلان کار را بکنیم و به عینه نشان دهیم که طرف دیگر تا چه اندازه انسان بدی است. ولی هزینه ی این کار برای ما بسیار بالاست. هرگز به اندیشه ی پی گرفتن چنین روشی هم تمسک پیدا نکنید، چرا در بهترین حالت ذهن شما را بشدت از واقعیات دور خواهد کرد.

۴-۱-۳- آنان را به مسائل خودتان ملامت نکنید:

این وسوسه و گرایش وجود دارد که طرف مقابل را مسؤول مسائل خود به شمار آورید. ملامت و سرزنش دیگران چاله ای است که راحت به داخل آن می افتیم. بخصوص وقتی که احساس می کنیم طرف دیگر واقعاً مسؤول است ولی حتی اگر هم سرزنش دیگران قابل توجهی باشد. طرف دیگر وقتی بداند که مورد حمله واقع شده جنبه ی دفاعی به خود می گیرد و در برابر آنچه شما می گویند شروع به مقاومت می کند. دیگر حاضر به گوش دادن به حرفهای شما نخواهد بود یا شروع به حمله ی متقابل می کند. انتخاب مسیر سرزنش، طرف مقابل را

بیش از پیش در گیر مسأله می کند.

۴-۱-۴- دیدگاههای یکدیگر را مورد بحث قرار دهید: یکی دیگر از راههای برخورد با دیدگاههای مختلف، بیان صریح این دیدگاهها و بحث درباره ی آن با طرف مقابل است. زمانی که این کار را با صراحت و صداقت و بدون سرزنش طرف مقابل برای مسائلی که هر یک از طرفین دارد انجام می دهید، چنین گفت و گویی می تواند منجر به ایجاد زمینه ی تفاهم گردد. این زمینه ی تفاهم باعث می شود آنچه را که شما می گویند جدی بگیرند و همین طور شما آنچه را که آنها بیان می کنند جدی تلقی کنید.

۴-۱-۵- به دنبال فرصتهایی باشید که در تناقض با ادراکهای آنان عمل کنید:

همان گونه که پیشتر بیان شد طرف دیگر مذاکره ممکن است در هر شرایطی ذهنیت مثبتی از شما نداشته باشد و از جانب شما احساس نگرانی کند. این احساس طبیعی است، شما هم گاه چنین احساسی نسبت به طرف مقابلتان دارید. از این رو شاید بهترین راه برای تغییر دادن نظرات طرف مقابل چنین باشد که پیامی برای آنها بفرستید که خلاف انتظار آنها باشد.

۴-۱-۶- با جلب مشارکت آنان در فرایند مذاکره، سهمی از نتایج فرایند را به آنان منتسب نمایید.

چنانچه افراد طرف مقابل، فعالانه در جریان مذاکرات نباشد مشکل بتوان انتظار داشت که حاصل مذاکرات را بپذیرند. موضوع به همین سانگی است. چنانچه می خواهید طرف دیگر نتیجه ای را که با آن موافق نبوده است بپذیرد، لازم و ضروری است که وی را در جریان نیل به آن نتیجه مشارکت دهید. این همان کاری است که مردم معمولاً تمایلی به انجام آن ندارند.

حتی اگر شرایط توافق، مساعد و مطلوب به نظر برسد، طرف مقابل ممکن است آن را رد کند. صرفاً به این علت که کنار گذاشتن خود را از بحث و تدوین آن، با سوءظن تلقی می کند. رسیدن به موافقت بسیار ساده تر خواهد بود.

پس سعی کنید تمام عواملی را که باعث می شوند سخنان شما ادراک نشده یا سوء تعبیر شوند شناسایی کرده و آنها را رفع کنید

۷-۴-۱- حفظ آبرو و حیثیت شخصی، پیشنهادهای خود را در انطباق با ارزشهای آنان ارائه دهید:

مردم می گویند: «اما این کار را می کنیم صرفاً برای اینکه آبروی آنها را حفظ کرده باشیم» منظور از این گفته این است که تظاهری صورت گرفته تا در پرتوی آن شخص مقابل بدون احساس خفت به کار ادامه دهد. طرز بیان، نوعی تحقیر را در بر دارد. در زبانها و فرهنگهای دیگر هم کم و بیش چنین است. آنچه گفته شد سوء تفاهم عظیمی را در نقش و اهمیت حفظ آبرو و حیثیت شخصی ایجاد می کند. مراد اصلی از «حفظ آبرو حیثیت شخصی» انعکاس نیاز هر شخص است که بین موضعی که در مذاکرات یا در توافق می گیرد با اصول و شعار خودش و با گفته ها و اعمال گذشته اش سازش ایجاد کند. اغلب اوقات در جریان مذاکره، افراد درموضع خود پافشاری می کنند نه به این علت که پیشنهادی که مطرح شده فی نفسه غیرقابل قبول است، بلکه صرفاً به این علت که می خواهند از این احساس یا نهنیت که به طرف مقابل تسلیم شده اند دوری کنند.

۱-۵-۱- احساس

طرفین ممکن است بیشتر از تمایل به همکاری در تهیه ی یک راه حل مشترک، آماده ی جنگ و ستیز باشند. افراد پاره ای اوقات و حتی پای میز مذاکره می نشینند بر این باور هستند که ریسک مذاکره بالاتر و خود را در معرض تهدید متافع می بینند. احساسات از یک سوی، سبب ایجاد و تحریک احساسات در سوی دیگر مذاکره می شود؛ نگرانی ممکن است عصبانیت و خشم ایجاد کند و خشم به نوبه ی خود ایجاد وحشت کند. احساسات می تواند بسرعت یک مذاکره را به بن بست یا به شکست بکشد. شناخت و کنترل عواطف و احساسات جدی است. توصیه های زیر به شما کمک خواهند کرد:

۱-۵-۱- ابتدا احساسهای طرف مقابل و خودتان را

بنشانید و درک کنید:

در طول مذاکره به خود بنگرید. آیا احساس بیقراری می کنید؟ آیا احساس ناراحتی عصبی می کنید؟ آیا نسبت به طرف مقابل عصبانی و خشمگین هستید؟ به سخنان آنها نیز گوش کنید و سعی کنید احساسات آنها را دریابید و بفهمید که طرف شما چه احساسی دارد. شاید بهتر بدانید که احساسات خود و دیگران را یادداشت کنید. ممکن است بنویسید: وحشت زده، نگران، خشمگین. بلافاصله بنویسید که دوست دارید این احساسها با چه چیز دیگری عوض شوند. مطمئن، آرام، خونریز، در مورد خودتان و طرف مقابل از خود بپرسید که چه چیز سبب بروز این احساسات در شما می شود. چرا عصبانی هستید؟ آنها چرا خشمگین شده اند؟ آیا نسبت به محرومیتهایی که در گذشته داشته اند و صدماتی که دیده اند عکس العمل انجام می دهند و در انتظار گرفتن انتقام هستند؟ آیا احساسات از یک موضوع به موضوع دیگری سرایت پیدا می کند؟ آیا مسائل خانوادگی روی مسائل کاری اثر می گذارد؟

۱-۵-۲- احساسهای خود را صریحاً بیان و آشکار کنید و وجود آنها را طبیعی و مشروع به شمار آورید:

با افراد طرف مقابل در مورد احساسات آنها صحبت کنید. درباره ی احساسات خودتان هم حرف بزنید. ضرری ندارد اگر بگویید: «می دانید افراد طرف ما احساس می کنند که مورد بد رفتاری قرار گرفته اند و خیلی آزرده هستند. من شخصاً فکر می کنم که ممکن است در این نگرانی اشتباه نکنیم ولی این احساسی است که افراد دیگر نسبت به ما دارند. آیا در طرف شما هم چنین احساسی وجود دارد؟» وقتی که احساسات خودتان یا افراد طرف مقابل را صریحاً مورد بحث قرار دهید، نه تنها جدی بودن مسأله را مورد تأکید قرار می دهید بلکه مذاکره را از حالت انفعالی به حالت فعال سوق می دهید. وقتی افراد از زیر بار احساسات بیان نشده رهایی یابند بیش از گذشته آماده ی کار کردن روی مسأله ی موضوع مذاکره می شوند.

نیاز به شنیدن بدیهی است. با وجود این خوب گوش دادن مشکل است. بویژه زمانی که انسان در طول مذاکره زیر فشار روانی و در حالت اضطراب باشد

3-5-1- به طرف اجازه بدهید ناراحتیها، هیجانها و خشم خود را بیرون بریزد.

غالب اوقات، یکی از راههای مؤثر برای برخورد با خشم، یأس و ناامیدی و سایر احساسات منفی دیگران این است که به آنها کمک کنیم این ناراحتیها را بیرون بریزند و صریحاً بیان کنند. انسانها از طریق جریان ساده‌ی برشمرین ناراحتیهای خود، آرامش روانی پیدا می‌کنند. وقتی به طرف اجازه می‌دهید ناراحتی و خشم خود را بیرون بریزد مذاکره و گفت و گوی منطقی، بعداً ساده‌تر خواهد شد. افزون بر این چنانچه مذاکره‌کننده‌ای روی میز مذاکره، یک سخنرانی توأم با خشم و عصبانیت بکند و از این طریق مثلاً به سازمانی که نمایندگی آن را دارد نشان دهد که در مذاکرات نرم نبوده است در این صورت ممکن است به او آزادی عمل بیشتری بدهند تا با دست بازتری پشت میز مذاکره بنشیند و پاسخگوی انتقاداتی باشد که بعدها از وی خواهد شد. از این رو وقتی طرف مقابل ناراحتی و خشم و نومیذی خود را بیرون می‌ریزد بهترین استراتژی ممکنه‌ای که می‌توانید اتخاذ کنید این خواهد بود که به آرامی او حرفهای او گوش دهید، بدون آنکه به جملاتش پاسخ دهید و گاه گاهی از گوینده درخواست کنید که به حرفهای خود ادامه دهد تا آخرین حرف خود را هم بزند. به این طریق شما حمایت چندانی از ماهیت سخنان احساساتی طرف در طول مذاکره نکرده اید، بلکه تنها به گوینده فرصت داده اید که حرفهای خود را بزند و از عهده هایش رهایی یابد.

6-1- ارتباط

6-1-1- طرح مشکلات برقراری ارتباط:

بدون برقراری ارتباط مذاکره‌ای وجود ندارد. به بیانی مذاکره عبارت است از جریان مداوم رفت و برگشت ارتباطات به منظور رسیدن به یک تصمیم مشترک. ارتباطات کار ساده‌ای نیست، حتی بین افرادی که دارای سابقه‌ی زیادی از ارزشها و تجارب مشترک هستند. سه مسأله‌ی بزرگ در ارتباطات وجود دارد.

اول ممکن است مذاکره‌کنندگان با یکدیگر صحبت نکنند یا حداقل به صورتی که همدیگر را بفهمند گفت و گو نداشته باشند. مکرر اتفاق می‌افتد که یکی از طرفین از دیگری بریده است و دیگر نمی‌کوشد که ارتباط جدی با وی برقرار کند. در عوض صرفاً به جای تلاش برای رسیدن به یک توافق، کوشش می‌کند که طرف دیگر را بی اعتبار کند یا بر شخص ثالث تأثیر گذارد. در این صورت

نوعین مشکل به خودی خود پیش آمده است چرا که حتی اگر بوضوح و مستقیماً با آنان صحبت کنید، ممکن است صدای شما را نشنوند. توجه داشته باشید که چطور در موارد زیادی افراد به آنچه شما می‌گویید توجه کافی ندارند. شما هم اغلب قادر نیستید آنچه را که آنان گفته‌اند تکرار کنید. در یک مذاکره ممکن است آنچنان به فکر آنچه که بعداً خواهید گفت یا پاسخی که گاه باید به مقام بالاتر خود ارائه کنید باشید که بیش از گفتار طرف مقابلتان به آن

3-5-1- نسبت به برافروختگی‌های احساساتی واکنش نشان ندهید.

عصبانیت را با عصبانیت پاسخ ندهید. بیرون ریختن احساسات و ناراحتیها چنانچه منتهی به عکس‌العملهای احساساتی طرف دیگر شود، می‌تواند نتیجه‌ی مذاکره را با ریسک و خطر همراه نماید. اگر این جریان کنترل نشود می‌تواند به یک منازعه‌ی شدید منجر شود. احساسات

گاهی

دو طرف به نتایجی می‌رسند که مورد قبول یکی یا هر دو طرف نیست و از آنجایی که طرف بازنده همواره در پی فرصتی برای انتقام خواهد بود، بزودی نقض خواهند شد و به ایجاد کدورت بیشتر بین طرفین خواهند انجامید.

توجه کنید. اندیشیدن به استدلال شما درباره ی آخرین نکته ی گفته شده یا پاسخی که باید ارائه دهید شما را از برقراری ارتباط عاجز خواهد ساخت. در این صورت مطمئن باشید که هیچ پاسخ قانع کننده ای برای آنچه پیش خواهد آمد نخواهید داشت. سومین مسأله در ارتباط، سوءبرداشت از یکدیگر است. آنچه که یکی می گوید دیگری با تکرش و سوابق خود برداشت می کند و غالباً دچار سوء تعبیر از آن می شود. پیشتر به این مشکل اشاره شد.

۲-۶-۲- فعالانه به سخن طرف مقابل گوش دهید و آنچه را که گفته می شود درک کنید:

نیاز به شنیدن بدیهی است. با وجود این خوب گوش دادن مشکل است. بویژه زمانی که انسان در طول مذاکره زیر فشار روانی و در حالت اضطراب باشد. شنیدن به شما امکان و توانایی می دهد که نظرات و دیدگاههای طرف مقابل را درک کنید. احساسات آنها را بفهمید و آنچه را که سعی می کنید بگویید دریابید. گوش دادن فعالانه نه تنها آنچه را که می شنوید روشن می کند بلکه به این ترتیب آنچه را که آنها می گویند بخوبی به شما خواهد نمایاند. برای گوش دادن فعالانه و آگاه ساختن طرف شما از اینکه به سخنان او گوش می دهید گاهی سخنان آنان را یا این جمله که «آیا درست متوجه شدم که شما گفتید که ...» قطع کنید. در این صورت طرف شما خواهد فهمید که وقت تلف نمی کند و به تکرار مکررات نمی پردازد. در این صورت شما آنها را از این وضعیت که به شما بگویند به سخنان آنان گوش فرا نداده اید یا دقت کافی مبذول نکرده اید خلع سلاح خواهد کرد. از سوی دیگر گاه عبارات خود را به صورت مثبت از نظرگاه آنان بیان کنید: «شما تقاضای قوی دارید. اجازه دهید ببینم که می توانم آن را توضیح دهم ... اینجاست که مرا تحت تأثیر قرار می دهد ...» فهمیدن طرف لزوماً به معنای موافقت با وی نیست. وقتی که موضوع مورد نظر آنان را روشن ساختید برگردید به مسائلی که در پیشنهاد آنها می بینید. اگر بتوانید موضوع مورد نظر آنها را بهتر از آنچه که خودشان بیان کردند عرضه کنید و سپس رد کنید. امکان برقراری یک گفت و گوی سازنده در مورد شایستگیها را به

حداکثر می رسانید و در عین حال این امکان را که تصور کنند شما سخنان آنها را نپذیرفته اید کاهش می دهید.

۲-۶-۳- طوری سخن بگویید که دیگران شما را بفهمند:

با طرف مقابل صحبت کنید. گاهی اوقات به سادگی می توان فراموش کرد که مذاکره جدل نیست. باید دانست که مذاکره محاکمه نیست. پس سعی کنید تمام عواملی را که باعث می شوند سخنان شما ادراک نشده یا سوءتعبیر شوند شناسایی کرده و آنها را رفع کنید. برخی از این موارد پیشتر بیان شد. گاه لحن جدی و رسمی یا حضور شخص دیگری در مذاکرات، بر ادبیات شما تأثیر گذار خواهند بود و باعث نبود ادراک مقابل خواهند شد.

۲-۶-۴- درباره ی خودتان صحبت کنید نه درباره ی آنان: در بسیاری از مذاکرات هر یک از دو طرف به تفصیل درباره ی انگیزه ها و مقاصد طرف دیگر داد سخن سری می دهد و آنها را محکوم می کند ولی مؤثرتر و بهتر این است که مسأله را از نظر مثلاً آثار آن روی خودتان تشریح کنید. مثلاً بگویید: «احساس می کنم حق من تضییع شده است.» این جمله مطمئناً بهتر از اینکه بگویید: «شما زیر قول خود زده و عهد شکنی کرده اید.» عمل خواهد کرد. اگر سخنی در مورد آنان بگویید که معتقد باشند خلاف واقع است. که اکثراً چنین است توجهی به شما نمی کنند. عصبانی می شوند روی علایق شما متمرکز خواهند شد ولی اگر بیان شما در این زمینه باشد که چه احساسی دارید مشکل بتوان با آن مقابله کرد. شما به این طریق همان اطلاعات را به طرف مقابل منتقل کرده اید بی آنکه آنان را به دفاع واداشته و از ادراک صحیح گفته ی خودتان بازدارید.

۲-۶-۵- برای منظور و هدفی صحبت کنید:

گاهی اوقات مشکل این نیست که ارتباط کم است بلکه مسأله این است که ارتباط بیش از اندازه است. وقتی عصبانیت، تشنج و سوءتفاهم در جلسه حکمفرماست بهترین روش این است که بعضی مطالب موقتاً ناگفته بماند. در موارد دیگر، بیان اینکه شما اعتنا فزاینده دارید می تواند رسیدن به توافق را به جای اینکه ساده تر کند، مشکلتر سازد. در هر صورت قاعده این است: قبل از

آغاز مناسب،
به اندازه ی همه ی
مذاکرات شما اهمیت
دارد

اینکه سخن مهمی بر زبان آورید، بدانید که چه چیزی را می‌خواهید به دیگری منتقل کنید و از آن مهم‌تر بدانید که این سخن شما در خدمت چه منظوری خواهد بود و برای چه مذاکره می‌کنید.

۷-۱- پیشگیری بهترین نتیجه را دارد:

فنون بیان شده که بر برخورد با مسائل ادراک، احساس و ارتباط دلالت داشتند، معمولاً خوب جواب می‌دهند ولی بهترین زمان برای حل موضوعات پیش از آنی است که به صورت مسأله در آیند. این کار به معنی آن است که یک سری روابط شخصی با طرف مقابل برقرار گردد که هر یک از دو طرف را مورد محافظت قرار دهد. این کار همچنین به این معنی است که فرایند مذاکره به نحوی سازمان داده شود که مسائل ماهوی از روابط شخصی افراد مذاکره کننده جدا شود و از آمیخته شدن غرور شخصی افراد با بطنهای ماهوی جلوگیری شود.

۷-۱-۱- روابط کاری برقرار کنید:

داشتن شناخت شخصی از طرف مقابل واقعاً کمک شایانی به برقراری ارتباط می‌کند. نسبت دادن مقاصد شیطانی و نادرست به یک ثالث ناشناخته موسوم «به طرف دیگر» به مراتب ساده‌تر از آن است که این مقاصد را به فردی که شخصاً می‌شناسید نسبت دهید. تقریباً همه متفق هستند که کار کردن با یک دوست یا آشنا راحت‌تر است. پس هر قدر می‌توانید نا آشنا را به آشنا تبدیل کنید. شناخت به شما زیربنایی از اعتماد خواهد داد که مذاکرات سخت را می‌توان روی آن بنا کرد. از طریق یک شوخی یا گفتار غیررسمی که تنها می‌توانید با یک آشنا داشته باشید، تشنج در مذاکرات از بین خواهد رفت و ارتباطات عادی و هموارتر خواهد شد.

زمان توسعه‌ی این نوع دوستی پیش از آغاز مذاکره است. راه‌هایی پیدا کنید که آنها را به طور غیر رسمی ملاقات کنید. سعی کنید پیش از شروع مذاکره وارد جلسه بشوید و به اصطلاح با آنها گپ بزنید و پس از پایان مذاکره هم کمی صبر کنید و فوراً جلسه را ترک نکنید. از سوی دیگر ترک سریع جلسه دارای معنای رضایت بخشی نیست.

۷-۱-۲- با مسأله رودررو شوید نه با اشخاص:

چنانچه مذاکره کنندگان خود را در یک مقابله‌ی رودرروی شخصی، دورقیب مخالف تصور کنند، جدا کردن روابط شخصی شان از مسأله‌ی ماهوی مشکل خواهد بود. در یک چنین حالتی هر چیزی که یکی از مذاکره کنندگان درباره‌ی مسأله بیان کند به عنوان یک خطاب شخصی به طرف مقابل جلوه می‌کند و به این نحو از آن برداشت می‌شود. هر طرف تمایل به این پیدا می‌کند که حالت دفاعی و شخصی به خود بگیرد و روی هم رفته علائق و منافع مشروع طرف مقابل را نادیده انگارد. یک راه مؤثر برای طرفین در این است که خود را همکارانی بدانند که برای یکدیگر در جست و جوی توافق که دربرگیرنده‌ی مزایای هر دو طرف باشد هستند. هر قدر هم که برقراری روابط دوستانه مشکل باشد، من و شما بهتر از طرف اول و طرف دوم می‌توانند به یک سازش دوستانه بین علائق گوناگون برسند و وقتی این وظیفه را به عنوان یک مسأله‌ی مشترک بپذیرند و با آن رویه رو شوند.

برای اینکه به طرف مقابل کمک کنید که از حالت رودررو به حالت دوش به دوش تغییر جهت دهد باید این موضوع را صریحاً با آنان در میان بگذارید. مثلاً این جمله می‌تواند به شما کمک کند: «اجازه دهید با هم به مسأله نگاه کنیم و ببینیم چگونه می‌توان منافع مشترک خودمان را تأمین کنیم». شما به نقاط مشترکی اشاره کرده‌اید. راه دیگر این است که مذاکره را از آغاز این گونه آغاز کنید و آنان را تشویق کنید که چنان کنند. به جای اینکه رویه روی او بنشینید، کنار دست او بنشینید و نقشه‌مقن قرار داد یا هر موضوع دیگری که موضوع قرار داد است را به عنوان نقطه‌ی مشترک رویه رویتان قرار دهید.

در این حرکت سمبولیک معنای عمیقی نهفته است و جهت مذاکره و حال و هوای آن را کاملاً تغییر خواهد داد. هر اندازه که روابط شما ساختگی یا ناپایدار باشد سعی کنید که مذاکره را به حالت دوستانه و دوشادوش درآوردید که در این حالت هر دوی شما با داشتن م به عنوان موجودات انسانی رفتار کنید و با مسأله با توجه به شایستگیهای آن-این کار را چگونه باید انجام داد؟ پاسخ به این سؤال درسه اصل دیگر مذاکره نهفته است.

سعی کنید پیش از شروع مذاکره وارد جلسه بشوید و به اصطلاح با آنها گپ بزنید و پس از پایان مذاکره هم کمی صبر کنید و فوراً جلسه را ترک نکنید

سازنده‌ی سیستم‌های انتقال مواد دژپاد



بهبوده ساز حفار چاره ساز انبار

مشاوره، طراحی و ساخت انواع نقاله‌های غلطکی ثقلی و موتوردار
نقاله‌ی بالاسری، تسمه نقاله، زنجیرنقاله، صفحه نقاله و بالابر





KARDEX

سازنده سیستم های نگهداری و بایگانی اتوماتیک



دژپاد نماینده ی انحصاری کاردکس در ایران

تهران، کیلومتر ۱۴ جاده مخصوص کرج صندوق پستی: ۵۸۵-۱۳۴۴۵ کارخانه: ۲-۴۱۹۶۹۴ فاکس: ۳۱۹۶۵۰۳ فروش: ۷-۴۱۹۶۵۰۴

www.dozhpad.com Kardex@dozhpad.com



دژپاد

