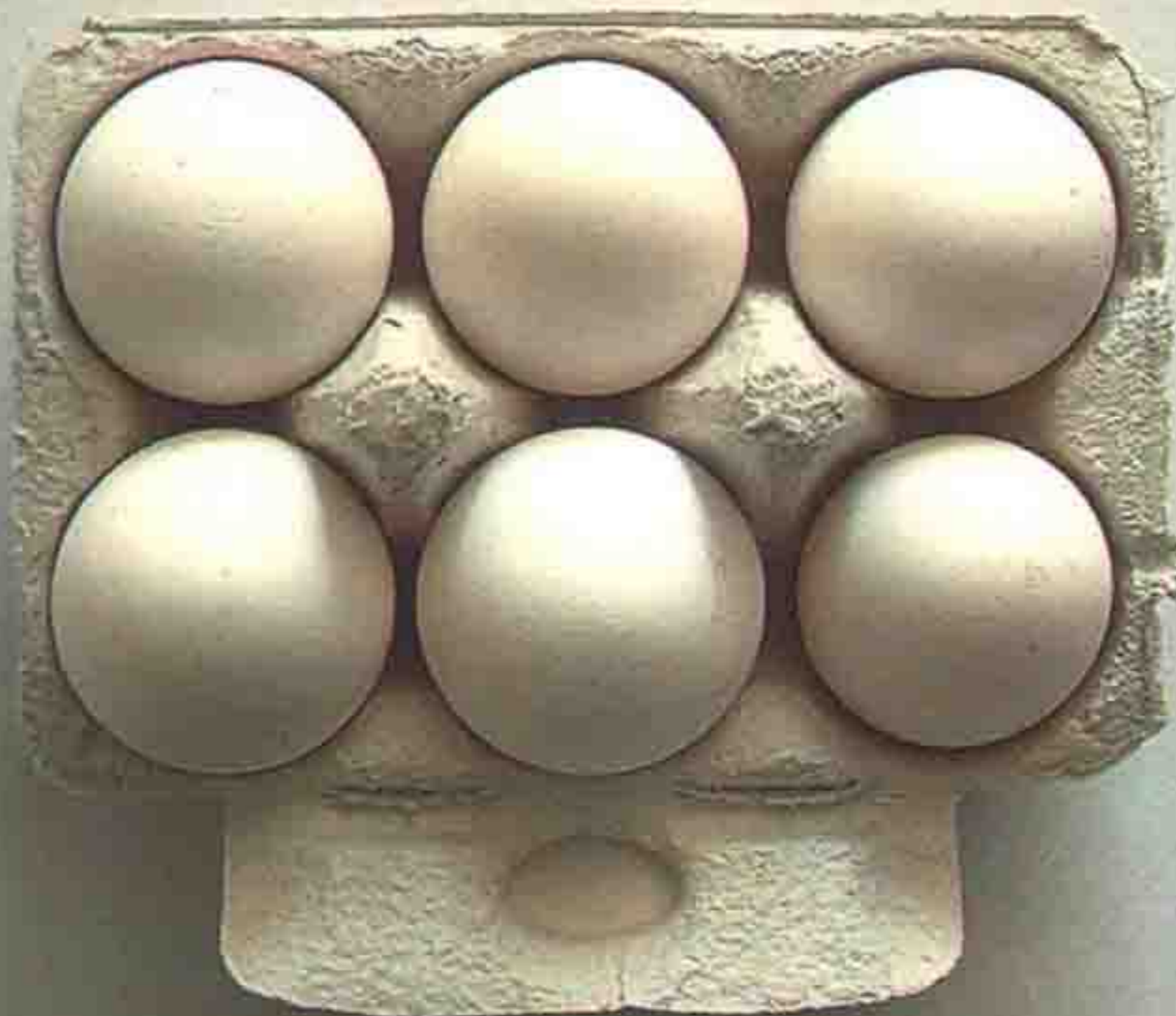


پیام دُرّیاد

اولین نشریه تخصصی صنعت انبار ایران - شماره ۲۴ - تابستان ۸۴



۵۰ سال پیشینه مثبت
روشن‌فکران، افکار، رفتار و مسائل انبار



دژپاد در اندیشه ارتقاء جایگاه جهانی

قفسه بندی (بالکي راک)

کفیوشد اسنگین

BULK STORAGE RACKING

www.dozhpad.com

انبار کفش کاترپیلار، دبی ۲۰۰۴



با وجود انبار مدرن
شما، بر اوضاع
تسلط بیشتری خواهید داشت.



بهینه ساز فضا، چاره ساز انبار
پنجاه سال پیشینه مثبت

شماره ی ۲۴

تاریخ انتشار: تابستان ۸۴

روش انتشار: فصلی

صاحب امتیاز: شرکت دژپاد (سهامی خاص)

مدیر مسئول: محمد هاشم شهیم

سر دبیر: رضا کمال

همکاران این شماره: ساسان قاسمیان، اصغر شهسواری

بهزاد جمشید نژاد، مریم میرزای حکمتی، مرتضی کمال، مزده کمال

طراحی و اجرا: مؤسسه ی هنری بدیع / ۲-۵۹۱-۰۰۲۹۰۰

چاپ و صحافی: رودکی

هدف نشریه:

پیام دژپاد می کوشد تا با انتخاب و انتشار مطالب متنوع در زمینه ی صنعت تجهیزات انبار (موضوعات علمی / فنی / تخصصی) با برداشتن گامی هر چند کوچک در راستای گسترش آگاهی های خوانندگان، شور و شوق فعالیت، رقابت و سازندگی را نیز در سطح فعالان و علاقه مندان برانگیزد. در این راستا پیام دژپاد آمادگی دارد تا از مطالب، مقالات و نظریات مدیران، استادان صنعتگران و دیگر خوانندگان در جای جای کشور بهره جوید و نسبت به انعکاس و انتشار آنها اقدام کند. لیکن انتشار چنین مطالبی همواره به معنای تأیید محتوای آنها از جانب نشریه نیست.

نشانی:

کیلومتر ۱۴ بزرگراه مخصوص کرج - شرکت
دژپاد

تلفن کارخانه: ۲- ۴۴۱۹۶۹۴۰ دفتر نشریه: داخلی
۲۱۲

فاکس: ۴۴۱۹۶۵۰۳

فروش: ۷- ۴۴۱۹۶۵۰۴

صایرات: ۴۴۱۹۶۹۴۳

Email: sale@dozhpad.com

internet: www.dozhpad.com

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

سرمقاله

امروزه، در روابط اقتصادی، آنچه بیش از همه مهم به نظر می آید، تغییرات شرایط فعالیت بنگاه های اقتصادی است. بازار هر لحظه با مفهومی به نام توسعه روبروست. در این شرایط بقای تولید در حفظ و ارتقای پی در پی مزیت های رقابتی است که تداوم حضور هر موسسه در بازار را بیمه می کند. بهبود کیفیت مداوم سیستم، تعهد در تحویل به موقع کالا، کاهش هزینه های اضافی و در پی آن کاهش قیمت محصول و در نهایت ارایی محصول و خدمات با قیمت مناسب، از مزیت های یک واحد تولیدی برجسته است. از سویی، رقابت میان دو تولید کننده دیگر محدود به کسب و کار و بازار نمی باشد و مفاهیمی چون، زنجیره ی تامین و نیز افزایش توان در زیر ساخت تولید، تاثیری شگرف بر روند تولید می گذارد. پرداختن به مباحثی چون نگهداری و جابجایی، در بهینه سازی زیر ساخت تولید و بهبود مستمر فرآیند توسعه ی صنعتی، اهمیت به سزایی دارد و نیز سرمایه گذاری برای آن از یک دید کلان نگر اقتصادی توجیه پذیر می باشد.

بر همین اصل و مقدمه، شرکت صنعتی دژپاد اقدام به توسعه ی کارگاه های تولیدی و تجهیزات خود اعم از سخت افزاری و نرم افزاری نموده است، تا بدین ترتیب پاسخگوی درخواست روز افزون مشتریان خود باشد. مشتریانی که امروز از مرز ۶۰۰۰ شرکت گذشته اند. دست اندر کاران شرکت امیدوارند در کوتاهترین زمان ممکن از فاز جدید کارخانه در شهر صنعتی پرند بهره برداری کنند. کارهای مقدماتی اعم از خرید و تسطیح زمین، خرید ماشین آلات و کارهای زیر بنایی آغاز شده که ان شاء... در شماره ی بعد شرحی از این فعالیت ها ارائه خواهد شد.

سردبیر

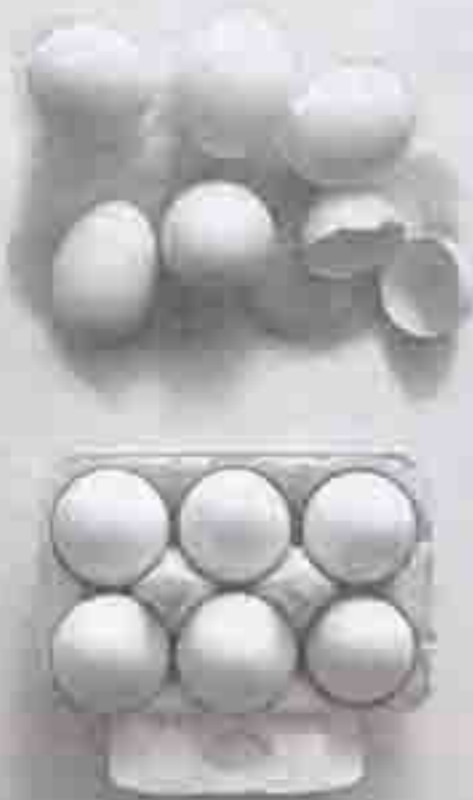
اعمال شما با صدای بلندتر از گفتارتان سخن می گویند.
با مشت کرده هرگز نمی توانید دستی را بفشارید.
نخستین فصل کتاب خرد، صداقت است.

فهرست مطالب

۲	سرمقاله
۳	ما می دانیم چگونه یک انبار در کلاس جهانی بسازیم
۴	یادی از مرحوم جابر انصاری، پدر صنعت انبار ایران
۵	دژپاد، لجستیک و زنجیره تامین
۱۰	مدیر فروشی که فرصت چانه زنی می نهد.
۱۴	معرفی پروژه مدیران پارس
۱۶	مشیک، رفیق فابریک شما
۱۸	GM یا سیستم AS/RS می تازه
۲۱	کنترل بی سروصدا
۲۵	بارکدها، گورخرهای مفید
۲۷	چرا راک فرومی ریزد؟
۳۱	گزارشی از واحد بازاریابی دژپاد از فعالیت های واحد

شرح طرح روی جلد:
شما به فضای زیاد احتیاج ندارید، بلکه کافی است به
دژپاد مجهز شوید.

پیام دژپاد





طبیعت ، متخصص انبار دارد . شما چطور؟

نظر مستقیم مدیر عامل، فعال است. این روزها تمام کسانی که ما را می شناسند بر این اصل اتفاق نظر دارند که محصولات دژپاد مطمئن و با کیفیت است.

۸- ما با سابقه ی چهارده ساله ی صادرات به ۲۶ کشور جهان موفق شده ایم استاندارد ها را بهبود ببخشیم. شما مشتری عزیز ما، اطمینان داشته باشید که محصولی که به شما ارائه می شود در نوع خود از بهترین هاست. ویرایش سال ۲۰۰۰ گواهینامه ی ایزو ۹۰۰۱، گواهی دروازه ی اروپا، ستاره ی طلایی ژنو، گواهی مصرف در کشورهای استقلال یافته ی شوروی سابق از جمله روسیه، خود گواه این موارد است.

۹- اگر قانع نشده اید که نقش انبار مهمتر از آنی است که می پنداشتید. پس بهتر است هم اکنون با واحد بازار یابی تماس بگیرید و حد اقل مشترک نشریه ی رایگان ما شوید. در این نشریه تلاش می شود که نقش امروزی انبارها برای خوانندگان تبیین شود. این نشریه هم از ویژگی های دژپاد است.

۱۰- دژپاد در اغلب استان ها نمایندگی دارد. دوستانی که در سایر شهرها هستند می توانند ضمن تماس با دژپاد دریافت اطلاعات نمایندگی ها از نزدیک و به طور ملموس تر با محصول مورد نیاز برخورد داشته باشند.

۱۱- برای مشتریان کلان، چون صنایع خودروسازی، نفت و گاز، پتروشیمی و... سوابق ما موید این مطلب است که دژپاد تنها قدرت منطقه ای انبار است که توانایی انجام پروژه های عظیمی چون ساپکو، عسلویه، آدیداس مسکو، نفت ریاض، کاتر پیلار دبی و... را دارد. دلیل این توانایی این است که به عوامل موفقیت در بازارهای عظیم نیز دست یافته ایم و می دانیم که چگونه یک انبار در کلاس جهانی احداث کنیم.

۱۲- سرعت، دقت و سهولت سرلوحه ی فعالیت کارکنان دژپاد است. بر همین اساس حل مشکل شما از آسان ترین، کم هزینه ترین، دقیق ترین و سریع ترین راه، ممکن است. اکنون شما کامل ترین مجموعه ی صنعت انبار خاور میانه را شناخته اید. حجم مهمی از تبدلات این صنعت در منطقه به دست دژپاد به انجام می رسد و این افتخاری برای کشور عزیزمان ایران است که در این عرصه نیز توانسته است. برگ زرین دیگری بر دفتر افتخارات ملی بیفزاید. ما بر آنیم که با گسترش دژپاد بتوانیم نیاز روز افزون شما مشتریان گرامی را پاسخگو باشیم.

می دانیم که چگونه یک انبار در کلاس جهانی احداث کنیم

آیا می دانید مزایای دژپاد کدامند؟

۱- راه حل های پیشنهادی دژپاد برای رفع کمبود فضای شما در واقع صرفه جویی در هزینه های انبار داری است. صرفه جویی در فضا و کاهش نیروی انسانی، بزرگترین مزیت راه حل های تمام عیار ماست.

۲- شما با انتخاب دژپاد اضافه هزینه ای برای نصب و راه اندازی انبار متحمل نمی شوید. چرا که تمام هزینه ها در فضای ارزشمندی که توسط دژپاد خلق می شود مستهک شده و علاوه بر آن شما صاحب ارزش افزوده ای به نام ملک شده اید.

۳- امروزه دژپاد می تواند از یک فضای صد متر مربعی همان انتظاری را که شما از یک فضای ۲۰۰ متری دارید برآورده سازد. این مورد برای شرکتهایی که قیمت زمین آنها افزایش یافته یک مزیت اساسی است.

۴- سیستم فروش ما به شما این امکان را می دهد که با بهره مندی از کارشناسان فروش، نیاز خود را بهتر شناخته و انتخاب دقیقی بکنید. امروز با وجود سیستم MIS مشتری می تواند به سلامت خرید خود اطمینان داشته باشد.

۵- اگر می خواهید خودتان از امور انبار آگاهی داشته باشید. با وجود واحد بازاریابی به سرعت می توانید با دریافت کاتالوک، اطلاعات جامعی از انواع محصولات انبار به دست آورید و به کار بندید. اطلاع از مسایل فنی به کاهش هزینه های سفارش منجر می شود.

۶- دژپاد با راه اندازی یکی از بزرگترین وب سایت های این صنعت، که شامل بخشهای مختلفی چون تاریخچه، محصولات، فروش، درخواست، و... می باشد به مشتری این امکان را می دهد که از اجزای تمام محصولات و سایر مشخصات فنی اطلاعات دقیقی به دست آورد. این مشخصات در ۲۳ محصول دژپاد لحاظ شده و از این نظر تفاوتی بین یک قفسه ی کوچک خانگی ارزان قیمت و یک انبار راک چند هزار متری قایل نشده ایم. چرا که برای ما نیاز مشتری اهمیت بیشتری دارد. تا سود اقتصادی. در ضمن کسانی که مایل به دریافت CD مولتی مدیای محصولات ما هستند می توانند با یک تلفن به واحد بازاریابی یا ثبت یک رکورد در قسمت درخواست وب سایت، از این خدمات بهره مند شوند.

۷- اگر چه قیمت محصول نقش مهمی در معاملات دارد. با این حال سیاست مسئولان فنی بر این است که کیفیت و ایمنی محصول، بار کاهش قیمت را بر گردن نگیرد. به همین دلیل واحد تضمین کیفیت از فعال ترین واحد هایی است که زیر

شماره ۲۴
تابستان ۹۳



من معتكف خاك سر كوي حسينم
 من عاشق و دلباخته‌ي روي حسينم
 ترسي نبود ساعت مردن به دل من
 زيرا كه به سر بر سر زانوي حسينم
 از گرمي محشر به دلم وحشت غم نيست
 زيرا به پناه قد دلجوي حسينم



يادبود

مرحوم حاج محمد حسين جابر انصاري

شماره ۲۴
 تابستان ۸۸

چه نيکو زيست و خوب مفهوم زندگي را فهميد و خوب زيستن را در پرتو اعتقاد به خدا و دين و خدمت به خلق خدا درك كرد. كار و تلاش و عشق به خدا مسلک وي بود. زنده ياد حاج محمد حسين جابر انصاري، به سال ۱۳۰۳ شمسي در يك خانواده‌ي متدين پا به عرصه‌ي وجود گذاشت. او در سنين نوجواني پدرش را از دست داد. فقدان پدر و حس مسووليت پذيري در سايه‌ي مادر، موجب شد كه همدوش برادران به موازات تحصيل وارد عرصه‌ي كار و تلاش گردد. وي با وسعت ديد و اندیشه‌ي پربار خدادادي زمان را به خوبي مي شناخت. موقعيت ها را به درستي درك مي كرد و با بهره گيري از همين خصايل و شناخت عميق از موقعيت صنعتي کشور در زمينه‌ي صنايع كوچك، همچون نشان سازي، ورشوماسازي، ساخت لوستر و همچنين توليد سماور، سميپاش، قطعات موتور سيكلت، قفسه بندي پيچ و مهره‌اي پروفيل، درو پنجره، لوله و امثال آن با توکل به خدای متعال به تجارب و موقعيتهاي درخشاني نایل آمد و با نيات خيرخواهانه اش ديري نپاييد كه با گذر از صنايع توليدي كوچك، افكار پويا و ذهن جستجوگر او، انگيزه‌ي پايه ريزي صنايع بزرگتر را در ذهن ايجاد كرد و در همين راستا سال ۱۳۴۷ ش. مبادرت به تاسيس شركت صنعتي نرپاد با زیر مجموعه‌هاي صنايع فلزي سبك با توليد انبوه نمود. او در شكل گيري اتحاديه ها، سند يکها، انجمن مديران و صنايع و تشکلهای صنعتي، حضوري سازنده داشت و برای اعتلا و احياي صنعت نوين کشور و صعود به جايگاه واقعي آن همواره در تلاش بود. اين اسوه‌ي خستگي ناپذير در سنگر كار و سازندگي در سراسر عمر خود هيچگاه دچار يکنواختي و روزمرگي نشد و از آنچه کرده بود، ارضا و اقتناع نگرديد و پيوسته در فکر نوآوري، خلق آثار و کارآفريني بود. گروه صنعتي سپاهان يا زیر مجموعه‌هاي توليدي آن، برخاسته از تفکر و همت اين مرد بزرگ است كه دستاوردهاي ارزشمندی را در فن آوري و خلاقيت به ارمغان آورده و زمينه‌ي اشتغال هزاران نفر را فراهم آورده است. خلاصه اينكه ابعاد شخصيتي اين مدير توانا در صحنه‌ي توليد جای تعمق و تجليل دارد. شخصيت معنوي مرحوم محمد حسين جابر انصاري، همچون شخصيت اجتماعي وي، بلکه بيشتر قابل توجه است. زيرا او انساني فرهيخته، فهيم، مردمی، مومن و با تقوا بود آثار به جامانده از وي مبنی افکار معنوي و اعتقادي اوست.

تاسيس اماکن فرهنگي، آموزشي، مذهبي، درمانی از جمله تاسيس ۴ واحد کتابخانه عمومي انصار در تهران و اصفهان، احداث چندین باب مدرسه، مشارکت در ساخت مسجد حضرت امير(ع) و حسينيه‌ي بني فاطمه و چندین مرکز خيريه‌ي عمومي از ديگر خدمات ماندگار و مفيد وي مي باشد. فقيد سعيد مرحوم حاج محمد حسين جابر انصاري، همواره منت دار خاندان عصمت و طهارت بود و به ايشان عشق مي ورزید و به دفعات به توفيق زيارت عتبات عاليات، مدینه‌ي منوره و مکه‌ي مكرمه نایل آمد و از خادمان حضرت ابا عبيد... الحسين(ع) بود. خدمات ارزنده‌ي او در زنده نگه داشتن فرهنگ تشيع هميشه زنده خواهد ماند. و به راستي سعادت و توفيق او چنين بود كه سرانجام در آستانه‌ي عاشورا حسيني و در وقت اذان ظهر روز سه شنبه بيست و هشتم اسفند ۱۳۸۰ ه. ش. مصادف با ۴ محرم الحرام ۱۳۲۳ ه. ق. روح بلند او پس از ادای شهادتین از خاك پر كشيده و به دیدار معبود شتافت.

۲۸ اسفند ۱۳۸۳ مصادف با سومين سالروز درگذشت فقيد سعيد مرحوم حاج محمد حسين جابر انصاري بود كه به همين مناسبت مجالس ترحيمي از سوی دوستان و بستگان برگزار گردید. يادش گرامی و روحش با ائمه محشور باد. ان شاء الله...

راه‌حلهای تمام عیار، به موقع و قابل اتکا

دژپاد، لجستیک و زنجیره‌ی تأمین

طبیعت، متخصص لجستیک دارد. شما چطور؟



است در مقیاس کلان آرایه دادم و با توجه به اینکه اکثر مسائلی که در لجستیک با آن مواجه هستیم به نحوی با مسائل مشابه خودش در شاخه‌ی تحقیق در عملیات ارتباط دارد. مدیر عامل تشخیص دادند که من می‌توانم در دژپاد مفید باشم.

- تعریف شما از لجستیک چیست؟ و جایگاه آن در زنجیره‌ی تأمین چگونه است؟

برای اینکه تعریف جامعی آرایه کرده باشم، اجازه می‌خواهم تعریفی که انجمن لجستیک ایران به عنوان متولی امر لجستیک و مدیریت زنجیره‌ی تأمین آرایه کرده، بازگویی کنم. انجمن لجستیک ایران، لجستیک را یکی از اجزای زنجیره‌ی تأمین می‌داند که با انجام فعالیت‌هایی چون برآورد، تأمین، ذخیره‌سازی، حمل و نقل، نگهداری و تعمیرات، بسته‌بندی، توزیع و آرایه‌ی خدمات به مشتری، وظیفه‌ی پشتیبانی از تولید، بازاریابی و فرآیند مالی را برعهده دارد. در یک عبارت کوتاه‌تر می‌توان گفت: لجستیک عبارت است از انتقال کالا، انرژی و اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه از جایی که زیاد است به جایی که کم است. این کل امری است که لجستیک متولی آن است و کل فرآیندهای لجستیکی در این عبارت ساده می‌گنجد. اما چون لجستیک و زنجیره‌ی تأمین دو مقوله‌ی در هم تنیده و غیر قابل انفکاک هستند، می‌خواهم که زنجیره‌ی تأمین را هم بر

مصاحبه با مسئول قسمت مشاوره‌ی خدمات لجستیک دژپاد

امروزه دژپاد به عنوان بزرگترین تأمین کننده‌ی خدمات قفسه‌بندی، جابجایی و نگهداری در ایران و خاورمیانه و از نام‌های مطرح در جهان، خود را موظف می‌داند که سهم خود را به جامعه‌ی تحقیقاتی کشور ادا کند. از امور زیربنایی که مدیران دژپاد به آن علاقه‌ی زیادی دارند، حضور فعال در کنفرانس‌هایی از نوع کنفرانس لجستیک می‌باشد. به همین منظور با مشارکت در تأمین هزینه‌های مادی و معنوی، از چنین کنفرانس‌هایی پشتیبانی می‌کند.

و حالا دژپاد به عنوان حلقه‌ی اصلی در زنجیره‌ی لجستیک به کمک سایر همراهان موفق به مشارکت فعال در اولین کنفرانس لجستیک گردیده است. در زیر مصاحبه‌ای با نماینده‌ی دژپاد در برگزاری این کنفرانس را ملاحظه فرمایید.

- لطفاً خودتان را معرفی کرده و سابقه‌ی همکاری خود را با دژپاد به اختصار بیان کنید؟

علی بصیریان جهرمی هستم. مدت یک سال به طور تمام وقت و بیش از دو سال قبل از آن به طور پاره وقت است که در خدمت دژپاد هستم. سال ۱۳۸۰ مدرک مهندسی نرم افزار کامپیوتر خود را از دانشگاه صنعتی شریف اخذ کردم و سال ۱۳۸۳ از همان دانشگاه در رشته‌ی مهندسی صنایع گرایش سیستم‌های اقتصادی، اجتماعی فارغ‌التحصیل شدم. در یک سال گذشته با توجه به نیازی که دژپاد در به دست گرفتن بازار صنعت احساس کرد، وارد بخشی به نام لجستیک و خدمات مشاوره در بخش لجستیک شد و بنده الان مسئول قسمت مشاوره خدمات لجستیک در دژپاد هستم.

دلیل اینکه مدیریت محترم عامل من را برای این سمت در نظر گرفتند، به دلیل تمرکزی بود که من در پایان نامه‌ی کارشناسی ارشدم روی بحث‌های تحقیق در عملیات (OR) داشتم. در پایان نامه‌ی کارشناسی ارشدم من روشی نو برای حل مسأله (تخصیص) که از مسائل مهم در شاخه‌ی (OR)



علی بصیریان جهرمی

اساس تعريف انجمن لجستیک بازگویی کنیم: مدیریت زنجیره‌ی تأمین رویکردی است فرایند گرا که با یکپارچه کردن فعالیتها در جریان رو به جلوی محصول، خدمات و جریان اطلاعات در سراسر شبکه، از تأمین کننده‌ی تأمین کننده تا مشتری مشتری باعث می شود ارزش مورد نظر مشتری در مقادیر درست، مکان درست و زمان درست حاصل شود و تقاضای او تأمین گردد. به عبارت دیگر اگر به صورت فرضی یک سازمان اعم از تولیدی یا اطلاعاتی را به عنوان یک فرآیند در نظر بگیریم، خود ورودی‌های خاص دارو روی آنها یک پروسه یا عمل آوری می کند و نهایتاً حاصل آن ورودی‌ها و عمل آوری درون سازمانی تبدیل به خروجی‌هایی می شود، که کل این را به عنوان حلقه‌ای از یک زنجیره می بینیم. ورودی این حلقه هم خودش چنین ساختاری دارد تا آخر. پس کل مسأله دست کم به لحاظ زمانی، بی نهایت است اما از نظر جغرافیایی محدود است.

- و این تعاریف خود مؤید اهمیت بخش لجستیک در مفاهیم امروزی می شود؟

بله، و به دلیل همین اهمیت و جایگاه بسیار مهم بود که انجمن لجستیک ایران که به صورت موقت در سال ۱۳۸۲ تشکیل شده بود طی یک زمان بندی یکساله برنامه ریزی کرد که اولین کنفرانس لجستیک و زنجیره‌ی تأمین در ۲۶ و ۲۷ بهمن ۱۳۸۳ در تالار همایشهای بین المللی صدا و سیما برگزار شود و حدود ۲۰۰ مقاله ارائه شد که برای کنفرانسی از این

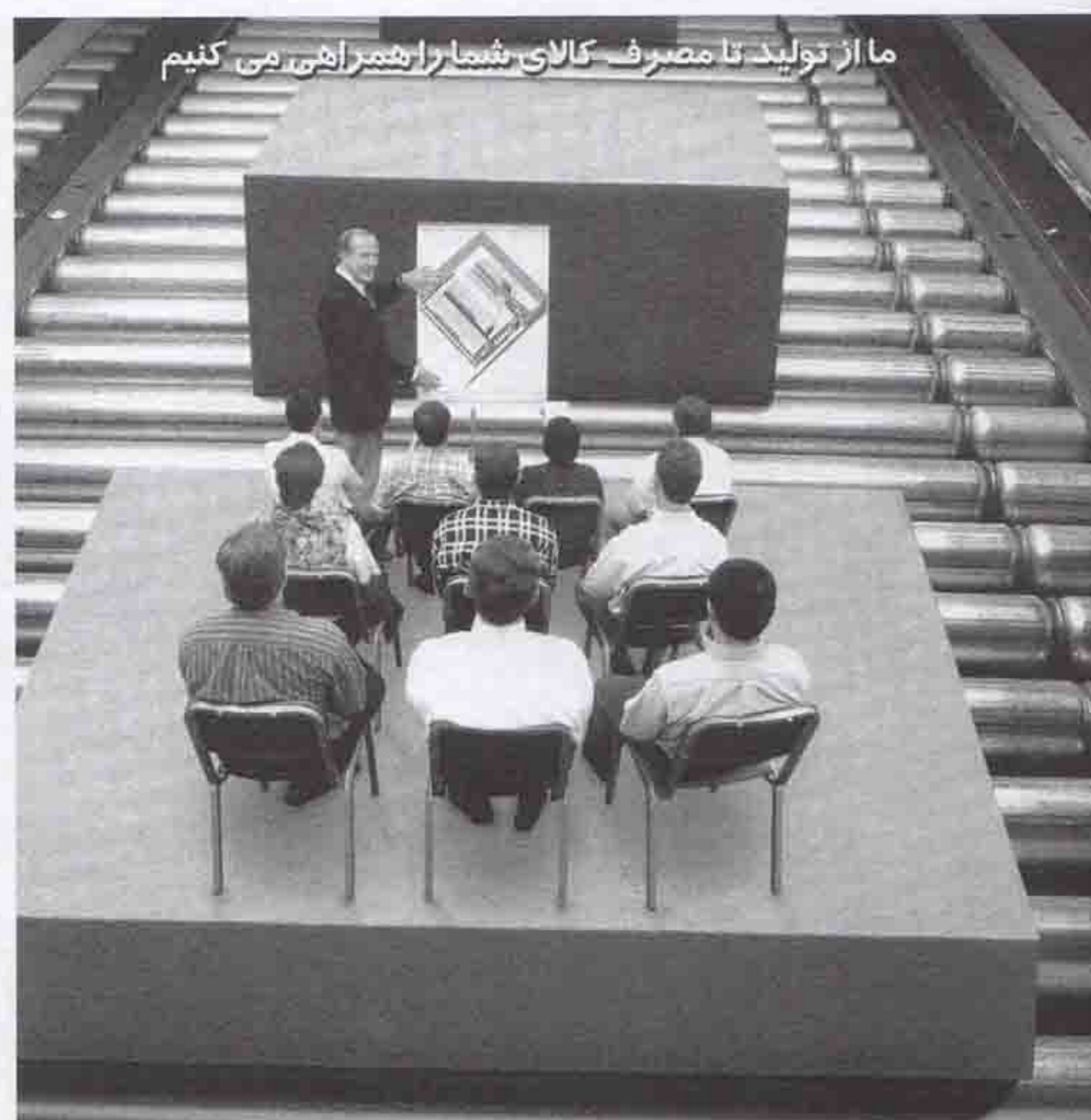
دست که برای اولین بار برگزار می شد آماری باورنکردنی بود.

- دژپاد از حضور در این کنفرانس چه هدفی را دنبال می کرد و فکر می کنید انتظاراتی که داشتید تا چه حد با دستاوردها تناسب داشته است؟

دژپاد در شهریور ۱۳۸۳، ۵۰ ماه قبل از کنفرانس از برگزاری آن باخبر شد. متولی برگزاری همایش، وزارت علوم تحقیقات و فن آوری بود. دژپاد قبل از این رویداد به این می اندیشید که چگونه می تواند نقش خود را در یک زنجیره‌ی تأمین پیدا کند. دژپاد می دانست که در زنجیره‌ی سخت افزار لجستیک با بیش از ۵۰ سال سابقه، روشهای عملیاتی درستی به مشتریان ارائه می دهد. اما این که بتواند این مسأله را تضمین کند که آنچه به مشتریان ارائه می دهد بهترین راه حل است، چیزی بود که خود دژپاد به آن اطمینان نداشت و البته در گذشته کسی نمی توانست به این اطمینان برسد. به عبارت دقیق تر معیاری برای سنجش این مسأله وجود نداشت.

ما چشم اندازی برای خود تعریف کرده بودیم و به همین دلیل می خواستیم در همایش شرکت کنیم. ما در زمینه‌ی سخت افزار لجستیک تولیدکننده هستیم، ولی می خواهیم ارائه کننده‌ی راه‌حلهای تمام عیار، به موقع و قابل اتکا باشیم. نمی خواستیم فقط به تولید سخت افزار اکتفا کنیم. در عین حال در چشم اندازی که برای شرکت دژپاد در نظر گرفتیم می خواستیم در کنار آن چیزها که بودیم به مشاور، شریک و پیشنهاد دهنده در زمینه‌ی نرم افزار لجستیک تبدیل شویم. نرم افزار نه لزوماً به معنی رایانه ای آن، بلکه نرم افزار به معنای دانشی که می تواند حلقه‌های زنجیره‌ی تأمین را به این باور برساند که در صورت تجدید نظر و بازنگری در فرآیندهای لجستیکی درون خود، خود و زنجیره‌ها به سوددهی بیشتر نزدیک کند، یا حداقل هزینه‌ها را کاهش دهد. الگوی رقابت در دنیای امروز با همین مفاهیم دچار دگرگونی می شود.

دو سازمانی که یک کالا تولید می کنند و با هم رقابت می کنند، در صورتی یکی بر دیگری غلبه می کند که در زنجیره‌ی کارآمدتری نسبت به دیگری قرار گرفته باشد. به عبارتی یک سازمان هرچقدر هم خود درست رفتار کند، اگر حلقه‌های پیش و پس این سازمان در زنجیره‌ی تأمین درست رفتار نکنند، شکست خواهند خورد. زیرا کیفیت یک کالا مستقل از کالاهای پیش و پس خود نیست. دژپاد به عنوان تأمین کننده‌ی سخت افزار لجستیک بر این باور است که سازمان‌هایی که می خواهند در فرآیندهای لجستیک خود



تجدید نظر کنند باید به یک زنجیره‌ی متولی صنعت لجستیک اعتماد کنند و دژپاد یکی از حلقه‌های این صنعت است که در بخش انبار و حمل و نقل مواد درون کارخانه فعال است.

- یعنی از حضور در این نمایشگاه بیشتر جنبه‌ی فرهنگ سازی آن مدنظر بوده است؟

دقیقاً. دژپاد به دنبال این بود که بفهماند که این مزیت رقابتی به عنوان یک فرهنگ در صنعت ایران نهادینه شود و به سایر بخشهای اقتصاد اعم از کشاورزی و خدمات نفوذ کند و این نفوذ، ناگزیر خواهد بود.

- میزان استقبال دیگر شرکتها چگونه بود؟

با توجه به اینکه این کنفرانس، کنفرانسی علمی بود، شرکتها نقش تجارتي فعالی نداشتند، ولی حضور دست کم ۱۲۰۰ نفر در دو روز برگزاری که استقبالی کم نظیر بود. این احساس را به وجود آورد که مفاهیم نو در جامعه‌ی علمی، صنعتی ما مفاهیم دور از ذهن نیست. یعنی بخش علمی ما که دانشگاه، دانشجو و اساتید هستند و بخش صنعتی که عمدتاً صنایع نفت و گاز و پتروشیمی و صنایع خودرو هستند با این مفاهیم بیگانه نیستند و این استقبال نشان می‌دهد که شرکت‌کنندگان در کنفرانس از متولیان امر عقب نیستند. ۲۰۰ مقاله که به کنفرانس رسیده بود و ۱۴۱ مقاله‌ای که به صورت حضوری و پوستری ارائه شد نشان می‌داد که روی مفاهیم کار شده است.

- حمایت از کنفرانس به چه صورت بود. آیا نهادهای دولتی حامی کنفرانس بودند؟

مشارکت‌کنندگان و حامیان کنفرانس به دو دسته تقسیم می‌شدند. حامیان علمی که عبارت بودند از دانشگاه امام حسین(ع)، دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، دانشگاه علم و صنعت، دانشگاه تهران، دانشگاه خواجه نصیر طوسی، دانشگاه تربیت مدرس و دانشگاه شاهد.

حامیان مالی: سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع ایران، سازمان بنادر و کشتیرانی، شرکت ساپکو، شرکت صنعتی بازرگانی ایران، وزارت راه و ترابری (بخش آموزش، تحقیقات و فن‌آوری) شرکت مهندسی تأسیسات دریایی، نیروی انتظامی، گروه صنعتی ایران خودرو، وزارت صنایع و معادن، سازمان گسترش و نوسازی صنایع، شرکت مهندسین مشاور ایران، انجمن مدیریت ایران، سازمان صنایع دفاعی کشور، سازمان انفورماتیک، سازه گستر سایپا و سایپا که تا اینجا همه دولتی یا وابسته به

بخش دولتی بودند. این کنفرانس فقط یک حامی از بخش خصوصی داشت و آن هم دژپاد بود.

- حضور پرسنل دژپاد در این نمایشگاه چگونه بود؟

دژپاد در دو کارگاه مهم که به عنوان بخشهای جانبی کنفرانس ارائه می‌شد، شرکت کرد. یکی کارگاهی بود که توسط دکتر منصوری (از استادان ایرانی مقیم آمریکا و استاد دانشگاه کالیفرنیا) و در دو روز تحت عنوان (CRM) (مدیریت ارتباط با مشتری) برگزار شد و مهندس سلیمانی مدیر اسبق فروش دژپاد در این کلاسها شرکت کردند.

کارگاه دیگری بود که در مورد لجستیک چاپک بود و آقای دکتر سعیدی از اساتید دانشگاه صنعتی شریف آن را برگزار می‌کردند و آقای مهندس نورصالحی، رییس بخش تحویل دژپاد در آن شرکت کردند. در روزهای برگزاری کنفرانس ضمن اینکه آقای جابرا ناصری شخصاً به عنوان مدیر عامل حضور داشتند. مدیر MIS، آقای وهاب‌نژاد، مدیریت محصول آقای مهندس فرد، رییس قسمت بازاریابی آقای شهسواری و بنده به عنوان مسئول بخش خدمات لجستیک حضور داشتیم. دژپاد چون حامی مالی کنفرانس بود می‌توانست ۲۰ نفر را به عنوان مهمان معرفی کند که ما ترجیح دادیم از کسانی که فکر می‌کردیم سهمی در این فرهنگ دارند دعوت کنیم. میهمانانی از نیروی انتظامی،



این پروژه‌ها در مراحل اولیه است و انتظار داریم تا چند ماه آینده قرار داد به مرحله ی نهایی برسد.

- در پایان اگر حرف ناگفته‌ای مانده خواهش می‌کنم بفرمایید؟

فکر می‌کنم وقت آن رسیده ما در کشورمان به قضیه ی لجستیک در زنجیره ی تأمین توجه بیشتری کنیم و سازمانها و ارگانهای متولی اقتصاد ملی را به این باور برسانیم که در لجستیک روان مزایای بسیاری است که می‌تواند بهره‌وری اقتصاد ملی را به دنبال داشته باشد و در مقیاس کلان دستاورد بزرگی برای کل کشور است. توجه به این نکته نیز بسیار مهم است که ایجاد کرسیهای تخصصی این رشته در آمریکا به عنوان یک رشته ی مستقل به سال ۱۹۹۲ برمی‌گردد، یعنی چیزی حدود ۱۳ سال از بدو مطرح شدن این علم می‌گذرد و به طور کلی نسبت به علوم دیگر ما قاعدتاً فاصله ی چندانی با آنها نداریم و در صورت دیر پرداختن به این علم، باز هم از قافله ی علوم جدا می‌مانیم.

در پایان باید عرض کنم من جدای از اینکه برای آقای مهندس جابرانصاری از لحاظ مدیریتی احترام قائلم، قلباً و از نظر علمی نیز ایشان را یکی از پیشگامان صنعت انبار می‌دانم. این نوع نگاه مثبت به تکنولوژی که برای ایران علم روز به حساب می‌آید و سرمایه‌گذاری کردن روی این مسأله از جانب ایشان، از نظر من جای تقدیر فراوان دارد. چون در صنایع دیگر به خصوص بخش خصوصی می‌بینم که بودجه‌های خود را صرف کارهای جدیدی که احتمال ریسک دارد، نمی‌کنند.

از تمام کسانی که به پر بار کردن حضور شرکت دژپاد در کنفرانس کمک کردند، به خصوص آقای شهسواری و تمام کسانی که در خدمت شرکت و کمک حال بنده بودند تشکر می‌کنم.

و از مجله ی پیام دژپاد تشکر ویژه دارم که در این شماره با نگاه به لجستیک و زنجیره ی تأمین و نقش جدیدی که دژپاد برای خود ساخته، پرداخت.

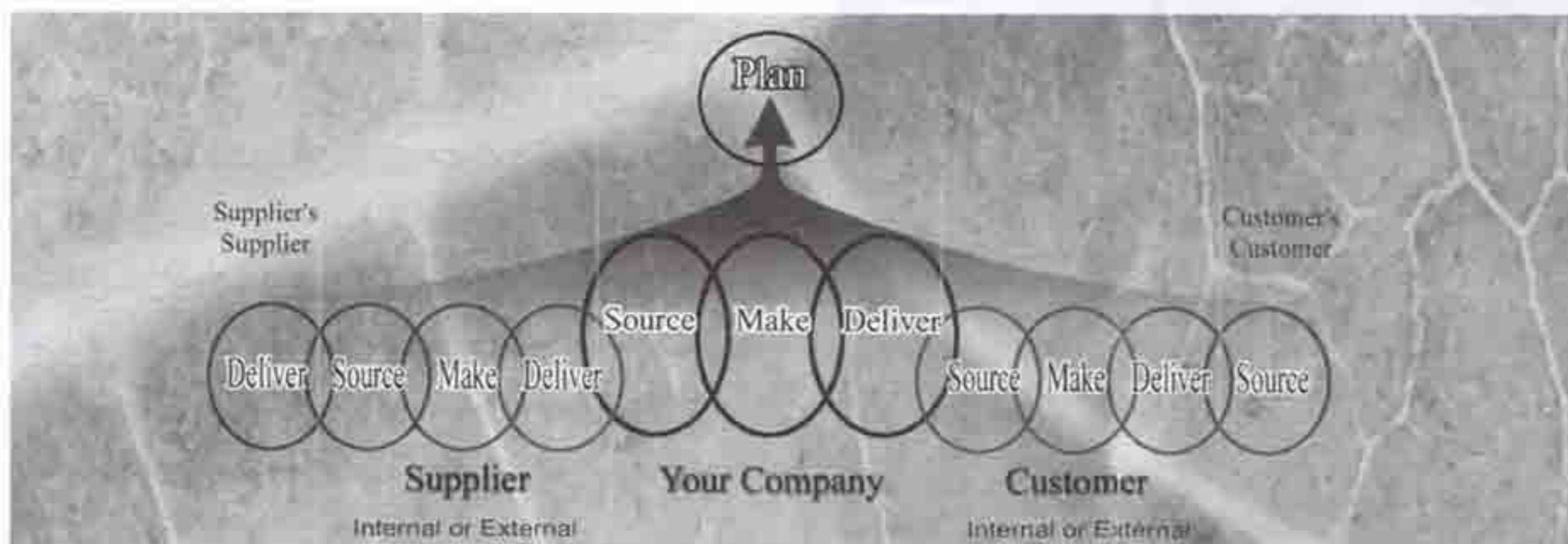
متشکرم

سایکو، ایران خودرو و میهمانانی از رده‌های کارشناسی کارخانه.

ضمن اینکه پرسنل دژپاد هم حضوری فعال داشتند و در تمام کنفرانس‌هایی که ارایه می‌شد و از نظر دژپاد ارزشمند بود، شرکت کردند و برداشت‌های خود و نکات ارزشمند را در قالب گزارش به دژپاد ارایه دادند. همچنین دو نفر از کارشناسان فروش ما آقایان پیر اصغری و بطحائیان نیز در کنفرانس حضور داشتند که حضور ایشان به جایگاه مشارکتی دژپاد کمک کرد. در حاشیه ی کنفرانس، آشنایی‌های زیبایی صورت گرفت. به عنوان مثال، دکتر منصوری که یکی از بزرگترین سخنرانان کنفرانس بودند به مدت ۲ ساعت میهمان غرفه ی دژپاد بودند و از نزدیک فعالیتهای ما را شناختند. روز بعد از کنفرانس خدمت پروفیسور خوشنویس رییس دپارتمان مکانیک و مهندسی صنایع دانشگاه USC کالیفرنیا بودیم. ایشان یکی از وزنه‌های علمی جهان و فردی واقعاً اندیشمند هستند که سالانه بودجه‌های کلانی از ناسا برای پیشبرد پروژه‌های خود دریافت می‌کنند. ضمن اینکه بسیار علاقه‌مند به وطن بودند و از هیچ کمکی به کنفرانس دریغ نمی‌ورزیدند. ایشان از لحاظ سخت‌افزاری دژپاد را شناختند و از پروژه سایکو که توسط دژپاد اجرا شده بود بازدید کرده و آن را تحسین کردند و آن را به عنوان یکی از بهترین انبارهای AS/RS (انبارهای مکانیزه) که دیده بودند به شمار آوردند.

- جدا از اهداف فرهنگی، از لحاظ تجاری حضور در این کنفرانس منافعی برای دژپاد در بر داشت؟

حضور در کنفرانس پیشنهادهایی در حد ملی برای دژپاد داشته که تا نهایی شدن آن ترجیح می‌دهم صحبتی نکنم. اما به صورت سر بسته یک پروژه ی مکانیزاسیون است که شاید در دنیا یک مورد آن پیاده شده و به حمل و نقل دریایی مربوط می‌شود و ما انتظار داریم در آینده‌ای نه چندان دور استارت بخورد و دژپاد به عنوان یکی از حلقه‌های آن زنجیره که قرار است پروژه را اجرا کند، فعالیت کند. و پروژه‌های دیگری از طرف سایپا و ایران خودرو در مقیاسی کوچکتر که قرارداد



دژپاد در نخستین کنفرانس ملی لجستیک و زنجیره ی تأمین

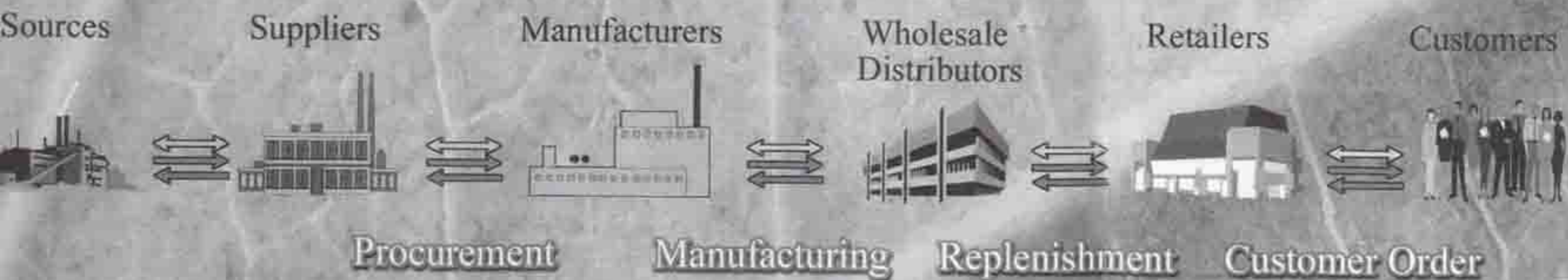
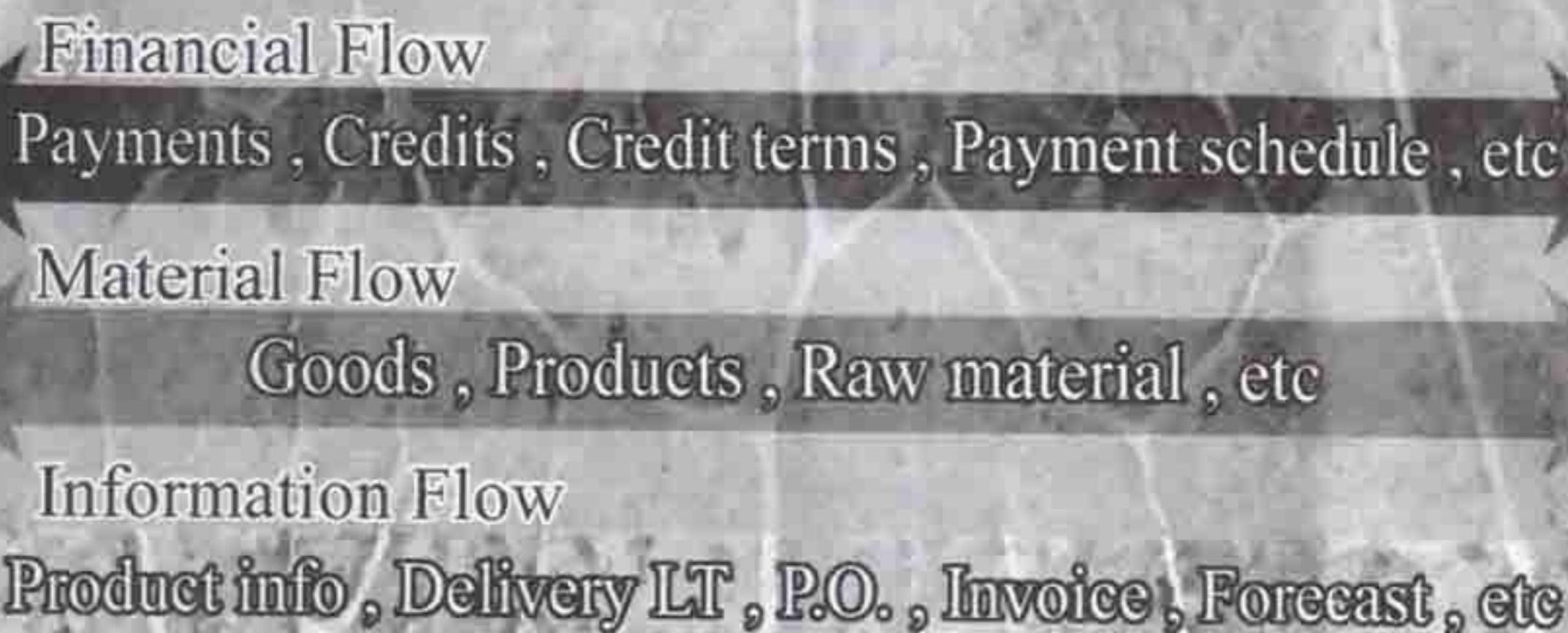
انتظارات

- ۱- تغییر ذهنیت نسبت به قابلیت های بالقوه و بعضاً بالفعل دژپاد
- ۲- بررسی و شناسایی جایگاه دژپاد در زنجیره ی تأمین خود و مشتریان
- ۳- ایجاد روابط پایدار با سایر شرکتهای صنعتی و مراکز علمی
- ۴- کسب جایگاهی شایسته در امور مربوط به لجستیک و زنجیره ی تأمین آن
- ۵- یادگیری و آشنایی با مباحث و مشکلات روز بین المللی و ملی از طریق حضور افراد و پرسنل دژپاد در کنفرانس
- ۶- آرایه ی هرچه بهتر توانمندی های دژپاد با رویکرد بازاریابی و حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید

دستاوردها

- ۱- آشنایی شرکت کنندگان با تبعات بازنگری فرآیندهای لجستیک و ایجاد تغییر ذهنیت در آنان با توجه به نوع درخواستهای آرایه شده ی آنها از دژپاد (درخواست آموزش از طرف شرکت ایران خودرو)
- ۲- آگاهی نسبت به اینکه دژپاد در نوع نگرش به فرآیندهای لجستیک تنهاست و اینکه دژپاد نیاز دارد تا در تبیین نقش مهم خود در فرآیندهای لجستیک با قدرت بیشتری عمل کند.
- ۳- آشنایی بخش عمده ای از استادان ایرانی دانشگاههای داخلی و خارجی با فعالیتهای دژپاد به صورت حضوری (دکتر اکبری، دکتر میرکاظمی، دکتر حجتی، دکتر منصوری، دکتر خوشنویس)
 - ابراز تمایل به بهره گیری از دستاوردهای سخت افزاری و نرم افزاری دژپاد از سوی شرکتهای گروه صنعتی ایران خودرو، سایپا، راه آهن، سازمان های نظامی و انتظامی (
 - ابراز تمایل برخی از شرکتهای به حضور تکمیلی در زنجیره ی تأمین دژپاد (شرکت داده کاوان پیشرو)
 - آرایه ی کتاب انبار
- ۴- حضور به عنوان تنها شرکت بخش خصوصی در حمایت مالی از کنفرانس
 - اهدای دو لوح یادبود و یک تندیس توسط مسئولین برگزاری به دژپاد
 - انتخاب مدیر عامل دژپاد با آرای قابل توجه به عنوان عضو هیئت مدیره ی انجمن لجستیک
- ۵- مشارکت ۱۸ نفر میهمان، ۶ نفر اعضای سازمان به عنوان شرکت کننده، ۶ نفر به عنوان غرفه دار از اعضای سازمان، مشارکت دو نفر در کارگاههای آموزشی و آرایه ی دو مقاله
- ۶- آرایش غرفه به مساحت ۲۱ مترمربع، اخذ اطلاعات از ۱۹۰ نفر از بازدیدکنندگان و مذاکرات حضوری مدیر عامل دژپاد یا کارشناسان با افراد و سازمانها.

SUPPLY CHAIN



مصاحبه با مدیر فروش دژپاد
مدیر فروشی که فرصت چانه‌زنی می‌دهد

کننده‌ی طرح و نرخ گذاری، هماهنگ کننده‌ی بین معاونت بازرگانی با پرسنل فروش و هماهنگ کننده‌ی کارشناسان و همکاران فروش با مشتریان دژپاد است. به این صورت که مدیر فروش می‌تواند با کارشناس مربوط به پروژه و با مشتری در ارتباط باشد (از چانه‌زنی و امضای قرارداد اولیه تا پیش پرداخت و نهایتاً تسویه حساب). مدیر فروش در واقع شرایط را برای کارشناس سهل می‌کند تا پروژه به مرحله‌ی قرار دادی و تولید برسد. در این ضمن البته عوامل زیادی دخیلند، مثل واحد پشتیبانی، واحد برآورد، واحد نقشه کشی که در خدمت واحد فروش اند و از نظر سازمانی به مهندسی فروش مربوط می‌باشند. (البته غیر از واحد پشتیبانی که در واحد فروش است). معاونت بازرگانی، یک واحد کاملاً پیوسته به واحد فروش است ولی مسئولیت‌های دیگری نیز در سیستم دارد.

مقدمه: فروشنده یک مذاکره کننده است، که هر روز باید خود را به ابزارهای گوناگون مجهز کند و مذاکره بر اساس داد و ستد مداوم شکل می‌گیرد. فروش و مذاکره در نهایت مسئول فروش را به قلب تپنده‌ی هر شرکتی تبدیل می‌کند. بر اساس همین پیش‌زمینه با مسئول فروش دژپاد و همکاران محترم وی در مورد پروسه‌ی فروش صحبت کرده‌ایم.

- لطفا خودتان را معرفی کنید

محمود پیر اصغری هستم: رییس قسمت فروش از ابتدای شروع به کار در قسمت فروش بودم و تا به حال ۱۴ سال است که در قسمت فروش هستم.

- واحد فروش چگونه سازماندهی شده است؟

در وضعیت فعلی واحد فروش از سه قسمت تشکیل شده است. (واحد فروش در آستانه‌ی تحول قرار دارد.) بازاریابی، پشتیبانی فروش و کارشناسی فروش. که زیر نظر معاونت بازرگانی فعالیت می‌کند.

کارشناسان فروش شامل سه دسته اند: فروش نمایندگی، فروش صادرات و فروش پروژه.

در حال حاضر ۱۲ کارشناس فروش داریم. در واحد نمایندگی، ۲ نفر مشغول به کارند که پروسس سفارش‌های نمایندگی را انجام می‌دهند و در واحد صادرات هم ۲ کارشناس فعال صادرات داریم.

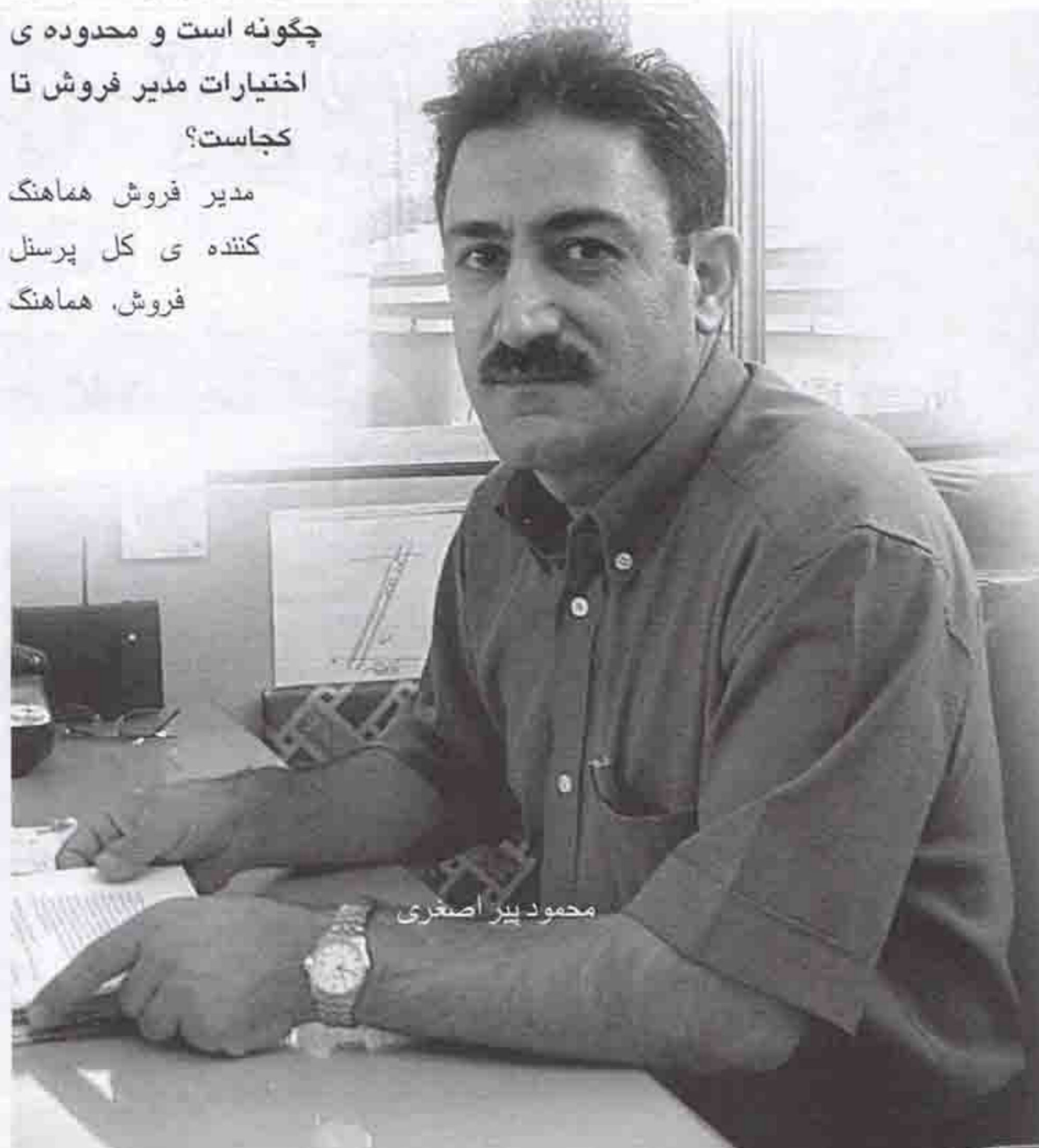
واحد پشتیبانی فروش، پروسس داخلی شرکت را انجام می‌دهد. به این معنا که کارشناس‌ها، سفارش را به داخل شرکت می‌آورند و واحد پشتیبانی فروش، کارهای ثبت، پیگیری، ارسال و دریافت وجه را انجام می‌دهد.

- یک پروژه از اولین مرحله تا تحویل چه مراحل طی می‌کند؟

مرحله‌ی اول تماس مشتری است. اگر مشتری قدیمی باشد

- جایگاه مدیر فروش از نظر تشکیلاتی و چارت سازمانی چگونه است و محدوده‌ی اختیارات مدیر فروش تا کجاست؟

مدیر فروش هماهنگ کننده‌ی کل پرسنل فروش، هماهنگ



محمود پیر اصغری

خود مراجعه می کند، ولی اگر مشتری جدید باشد، تماس یا حضوری است یا تلفتی. اگر حضوری باشد شرح اولیه ی خدمات ارایه می شود. نشان دادن نمایشگاه، کاتالوگ، معرفی محصولات و سولاتی در رابطه با نیاز آنها. اگر به صورت تلفتی باشد، اطلاعات اولیه از جمله اینکه انبار کجاست، فضای انبار چقدر است، چه نیازهایی دارد و در کل اطلاعات اولیه دریافت می شود. بعد به کارشناس مربوط به صنعت و آن استان اطلاع می دهیم و کارشناس بعد از ارتباط مجدد با مشتری، قرار جدیدی گذاشته و به محل مراجعه می کند. محل را می بیند. نیاز سنجی می کند و براساس تجربیات خود محصولات که می شناسد، طرح را ارایه می دهد. پیشنهاد اولیه ی طرح، به قسمت طراحی می رود و نظر کارشناس تهیه شده و برای مشتری ارسال می گردد تا اگر نقطه نظری وجود دارد اعمال گردد. از نقشه ی اجرایی (توسط کارشناس از مشتری) تایید نهایی گرفته می شود و به درخواست مشتری قیمت گذاری شده و به صورت کتبی به مشتری اعلام می شود. اگر مشتری قیمت را قبول کرد که وارد فاز تنظیم قرارداد می شویم و اگر نپذیرفت وارد مرحله ی چانه زنی می شویم که در این مرحله هماهنگی با مدیر فروش لازم است. بعد از امضای قرارداد، سفارش به واحد تولید می رود و واحد تولید در زمانی که قبلاً اعلام کرده شروع به تولید می کند و در نهایت توسط واحد سفارش ها و ارسال، کالای تولیدی برای مشتری ارسال می گردد. بعد امور اجرایی وارد عمل شده و به نصب پروژه می پردازد. سرانجام کارشناس وارد مرحله ی تسویه حساب شده و با اخذ رضایت نامه، نظر سنجی و تسویه حساب، مسئولیت کارشناس به پایان می رسد.

- آیا هر کارشناس، متخصص فروش نوعی از محصول است؟

خیر، زمانیکه کارشناس به محل انبار مشتری مراجعه می کند، بر اساس تنوع محصول نظر می دهد و آن قفسه بندی خاص را پیشنهاد می دهد. نه اینکه فقط هر کارشناسی روی یک محصول مسلط باشد که در آن صورت با تعدد کارشناس مواجه می شدیم. تقسیم بندی ما بر اساس صنایع استان است و وقتی کارشناسی وارد استان می شود باید تمام محصولات را بشناسد، توضیح مفصل و جامع بدهد که مشتری به خرید محصول ترغیب شود.

وضعیت فعلی فروش نسبت به گذشته چگونه است؟ آیا اکنون فروش از تولید جلوتر است یا برعکس؟

وضعیت فعلی فروش در مقایسه با گذشته تفاوت های بسیاری دارد. اول از همه کار آمد شدن پرسنل است. در گذشته پرسنل فروش ما سه نفر بودند و اکنون ۱۲ نفر هستند. نیروی پشتیبانی فروش را در گذشته نداشتیم. بازاریابی در گذشته فراموش شده بود. اکنون واحدی به نام MIS وجود دارد که کنترل پروژه و کنترل مستندات پروژه می کند که در گذشته وجود نداشت.

نوم اینکه تنوع محصولات ما بیشتر شده است. در گذشته تنوع محصولات به چهار نوع ختم می شد و اکنون ۲۲ نوع محصول داریم.

از لحاظ فروش تناژی در گذشته مثلاً ۴۰۰۰ تن می فروختیم، ولی اکنون ۱۳۰۰۰ الی ۱۴۰۰۰ تن میانگین فروشمان است.

- عمده ترین مشتریان شما چه صنایعی هستند؟

مشتریان ما متنوع هستند. اگر از لحاظ حجم خرید بخواهیم بررسی کنیم عمده ترین آنها صنایع نفت و پتروشیمی، صنایع خودرو، لوازم خانگی، صنایع دارویی غذایی و صنایع لاستیک و پلاستیک هستند. ولی لابه لای آنها صنایع دیگری نیز مانند فرش و نساجی هم هستند که خریدهای چندانی ندارند.

مشتریان خانگی نیز هستند که بیشتر بخشهای قفسه بندی به صورت مدولار شده با عمر، تحمل و ارتفاع مشخص را خریداری می کنند.

شرکت نسبت به مشتریان وفادار خود نگاه خاصی دارد و سرمایه گذاری خود را روی همین مشتریان قرار می دهد به این نحو که بیشتر محصولاتی که به عنوان محصولات جدید به بازار عرضه می شود به تبع نیاز همین مشتریها بوده است.

- دژپاد در مسیر افزایش فروش با چه موانعی روبه روست؟ مشکلات درون سازمانی است یا از خارج تأثیرگذار است؟

عمده ترین مشکلات پیش پای فروش، مشکلات جامعه است. عدم ثبات اقتصادی، عدم ثبات مدیریتی که در اقتصاد تأثیرگذار است و فروش را دچار نوسان می کند. ولی در کل نیازهای بالقوه ی کشور تغییر نمی کند. یعنی اگر کسی تصمیم به تجهیز انبار خود گرفته است، نیاز به قوت

مشتریان ما متنوع هستند. اگر از لحاظ حجم خرید بخواهیم بررسی کنیم عمده ترین آنها صنایع نفت و پتروشیمی، صنایع خودرو، لوازم خانگی، صنایع دارویی، غذایی و صنایع لاستیک و پلاستیک هستند

- آقای صادقی بفرمایید چند نمایندگی شهرستان دارید؟

در حال حاضر ۳۱ نمایندگی داریم. ۴ نمایندگی در تهران و بقیه در شهرستانها هستند. قدیمی‌ترین آنها ۴۲ سال است که فعالیت می‌کند و جدیدترین آنها ۲ سال.

نمایندگی‌ها هم به کم‌کار و پرکار تقسیم می‌شوند که تقریباً نیمی از آنها با دژ پیاد کاملاً در تماسند.

- شرایط برای اخذ نمایندگی چگونه است؟
شخصی که مجوز نمایندگی را اخذ می‌کند حتماً باید مالک باشد. حداقل متراژ ملک ۴۰ مترمربع و ارتفاع سقف به علت سازه‌های بلند ۴ متر باشد.

شخص باید حساب جاری معتبر داشته باشد و ضمن سرشناس بودن باید تضمینی در قالب ملک به شرکت ارائه دهد.

- چه مزایایی برای آنها در نظر می‌گیرید؟
اگر در شهرستان امکانات خوبی داشته باشد، نمایندگی انحصاری فروش می‌شود. همچنین شرکت طبق سیاست خود (که سیاست‌ها نسبت به نمایندگی‌ها متفاوت است) به دریافت وجه از آنها اقدام می‌کند و علاوه بر تسهیلات پرداختی، نمایندگان لیست قیمت جداگانه دریافت می‌کنند.

- عملکرد واحد MIS و نقش آن در امور فروش را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
متین: واحد MIS به منظور به کنترل در آوردن فعالیت‌ها و

مهندس متین

خودش باقی می‌ماند و فقط بی‌ثباتی‌ها زمان آن‌را به تأخیر می‌اندازد.

البته موانع داخل سازمانی هم تأثیرگذار است. اگر مواد به موقع به دست ما نرسد تولید دچار وقفه می‌شود و این وقفه روی کلیه‌ی موارد دیگر تأثیرگذار است.

- درباره‌ی نمایندگی‌های خارج از کشور و چگونگی فعالیت آنها توضیح دهید؟

این سؤال را مسئول امور پشتیبانی فروش، آقای متین جواب می‌دهند.

- آقای متین خواهش می‌کنم بفرمایید:

در حال حاضر در داخل شرکت مسئولیت پروسس سفارشهای صادراتی به عهده‌ی ماست. یکسری نمایندگی خارج از کشور اخذ کرده‌ایم. عمده‌ی صادرات ما به کشورهای حوزه‌ی خلیج فارس مثل کویت، قطر، عربستان و کشورهای استقلال یافته از شوروی مانند اوکراین، روسیه و چند کشور اروپایی و آفریقایی است. علاوه بر آنها استرالیا و کانادا هم کشورهای هستند که به آنها صادرات داشته‌ایم.

- برای اخذ نمایندگی چه باید کرد؟
تا به حال سیستم مدونی برای اخذ نمایندگی خارج از کشور نداشته‌ایم. اینطور بوده که مسئولان وقت صادرات شرکت، طی نمایشگاه‌های که ما در خارج از کشور برگزار می‌کردیم با مشتریان آشنا شده و از آن طریق خود اقدام به اخذ نمایندگی می‌کردند.

- شرکت مزایایی هم برای نمایندگی‌ها قایل است؟
به طور کلی برای نمایندگی‌ها یکسری تسهیلات پرداختی قایل شده‌ایم. اما چون چند سالی است که نرخ دلار ثابت مانده، صادرات به خودی خود برای شرکت به صرفه نیست ولیکن شرکت سعی کرده با همان نرخهای ثابت و بازپرداخت‌های طولانی مدتی که دارد این تسهیلات را برای نمایندگی‌ها بوجود بیاورد.
در مورد نمایندگی شهرستانها: باید با آقای صادقی صحبت کنید.

ما اکنون چندین پروژه مطرح کشور را در دست داریم که بدون واحد ارزیابی و پشتیبانی و مهندسی که در این زمینه فعالند این پروژه‌ها به هدف نمی‌رسد.



شفاف سازی تمام اطلاعات سفارش ها در واحد فروش و با نظر مدیریت محترم عامل شروع به کار کرد. طراحی این کار سه سال پیش شروع شد. طراحی اولیه‌ی مدیریت واحد فروش به خوبی انجام شد و با تعاملاتی که با تمامی کارشناسان فروش شده بود این کار انجام گرفت و شروع به کار کرد. با توجه به سرعت بالای فروش و تقاضای بالا، حرکت دوشادوش واحد فروش و واحد MIS کمی ناهماهنگ شده است.

پیراصغری: MIS با یک نگرش صحیح مدیریتی به وجود آمد که نظریات مدیریت و پرسنل در آن طوری منعکس شود که باعث تسهیل کار شود و مدیریت هم هر وقت خواست پروژه‌ای را کنترل کند، لازم نباشد وارد کارخانه و خط تولید شود. امیدواریم تا با رفع برخی اشکالات نرم افزاری، مشتری نیز با سرعت بیشتری به کالای خود برسد.

- آقای پیراصغری، در نقطه‌ی صفر کسی که به دژپاد مراجعه می‌کند، باید به کدام قسمت مراجعه کند و آیا واحدی برای مشاوره وجود دارد؟

در حال حاضر اگر خارج از شرکت باشد به فروشگاه‌های ما مراجعه می‌کند. ما واحدی به عنوان پاسخگوی مستقیم به مشتری که از خارج شرکت تماس می‌گیرد جز واحد پشتیبانی نداریم.

بعد از قسمت پشتیبانی، کارشناسان مسئولیت پاسخگویی به مشتری را بر عهده دارند. ولی روش دیگری را هم شرکت در نظر دارد که ایجاد کند و آن تقویت سیستم بازاریابی به

گونه‌ای که هم پاسخگوی اولیه باشد و هم در مورد نیازها پاسخگو باشد.

- دژپاد چگونه خود را به مشتری می‌شناساند؟

متین: یکی حضور در نمایشگاه‌هاست. دیگری آگهی روزنامه، تبلیغات از طریق بیلبورد و ساده‌ترین روش استفاده از کاتالوگ است. به این صورت که واحد بازاریابی لیست مشتریان نمایندگی‌ها را استخراج می‌کند و با مراجعه به اداره‌ی صنایع استانها اطلاعات لازم را کسب کرده و برای آنها کاتالوگ ارسال می‌کند.

در این مرحله مشتری برای اولین بار با شرکت تماس می‌گیرد. تلفن، نامه، ایمیل به قسمت پشتیبانی فروش انتقال داده می‌شود و بر اساس سیاست شرکت که این کار را چه کسی باید انجام دهد، در اختیار کارشناس مربوطه قرار داده می‌شود. اگر مشتری انتقادی داشته باشد می‌تواند از طریق مدیر فروش پیگیری کند. در نهایت کارشناس فروش به عنوان نماینده‌ی فروش و مسوول پیگیری خواسته‌ی مشتری در شرکت فعالیت می‌کند.

- اگر سخن ناکفته‌ای باقی مانده بفرمایید!

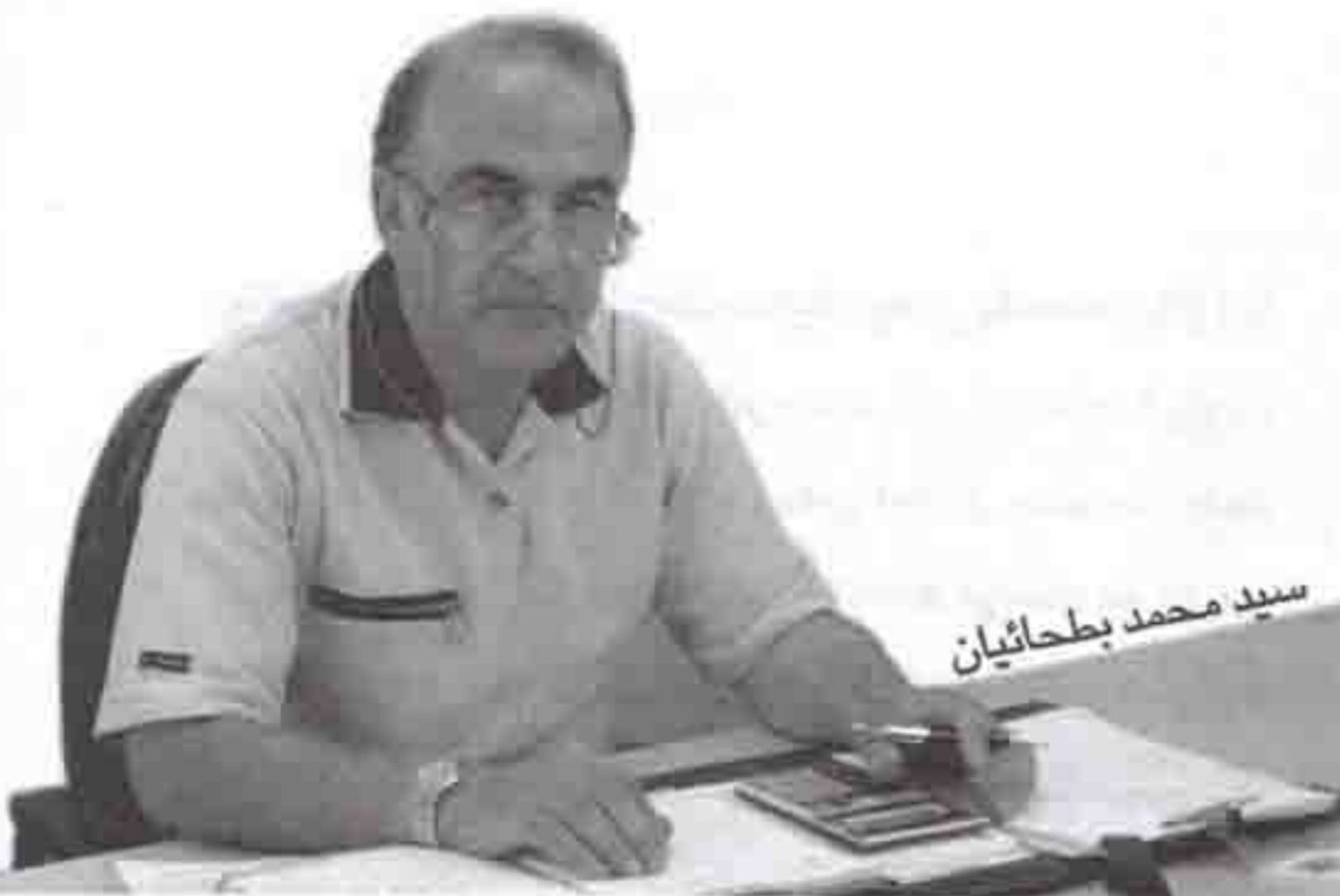
پیراصغری: در پایان دوست دارم درباره‌ی آینده‌ی پیش روی شرکت صحبت کنم. با توجه به این که تشکل‌های ما با همت و قدرت سعی دارند با نگاهی رو به آینده پروژه‌های ملی و میهنی را به دست بیاورند، شرکت در آینده یک گام بلند و محکم برمی‌دارد و آن رسیدن به هدفهای بزرگ و پروژه‌های صنعتی مطرح کشور است. ما اکنون چندین پروژه مطرح کشور را در دست داریم که بدون واحد ارزیابی و پشتیبانی و مهندسی که در این زمینه فعالند، این پروژه‌ها به هدف نمی‌رسد.

از بچه‌های تولید که زحمت‌کش‌ترین هستند، واحد فروش، ارسال و هماهنگی، مهندسی فروش که علی‌رغم زحمت بسیار نامی از آنها برده نمی‌شود، واحد معاونت بازرگانی و امور مالی (که این واحد هم پنهان مانده است) تشکر می‌کنم. سال و امیدوارم دست به دست هم نتایج فرایندی خوبی به دست آوریم.

قدیمی‌ترین
نمایندگی دژپاد ۴۲
سال است که
فعالیت می‌کند و
جدیدترین آنها ۲
سال.



امیر صادقی



سید محمد بطحائیان

معرفی پروژه های بزرگ

پروژه‌ی مدیران پارس

بلوار کرمان خودرو و پیامد آن پروژه های دیگر شرکت کرمان خودرو در تهران ویم بوده است.

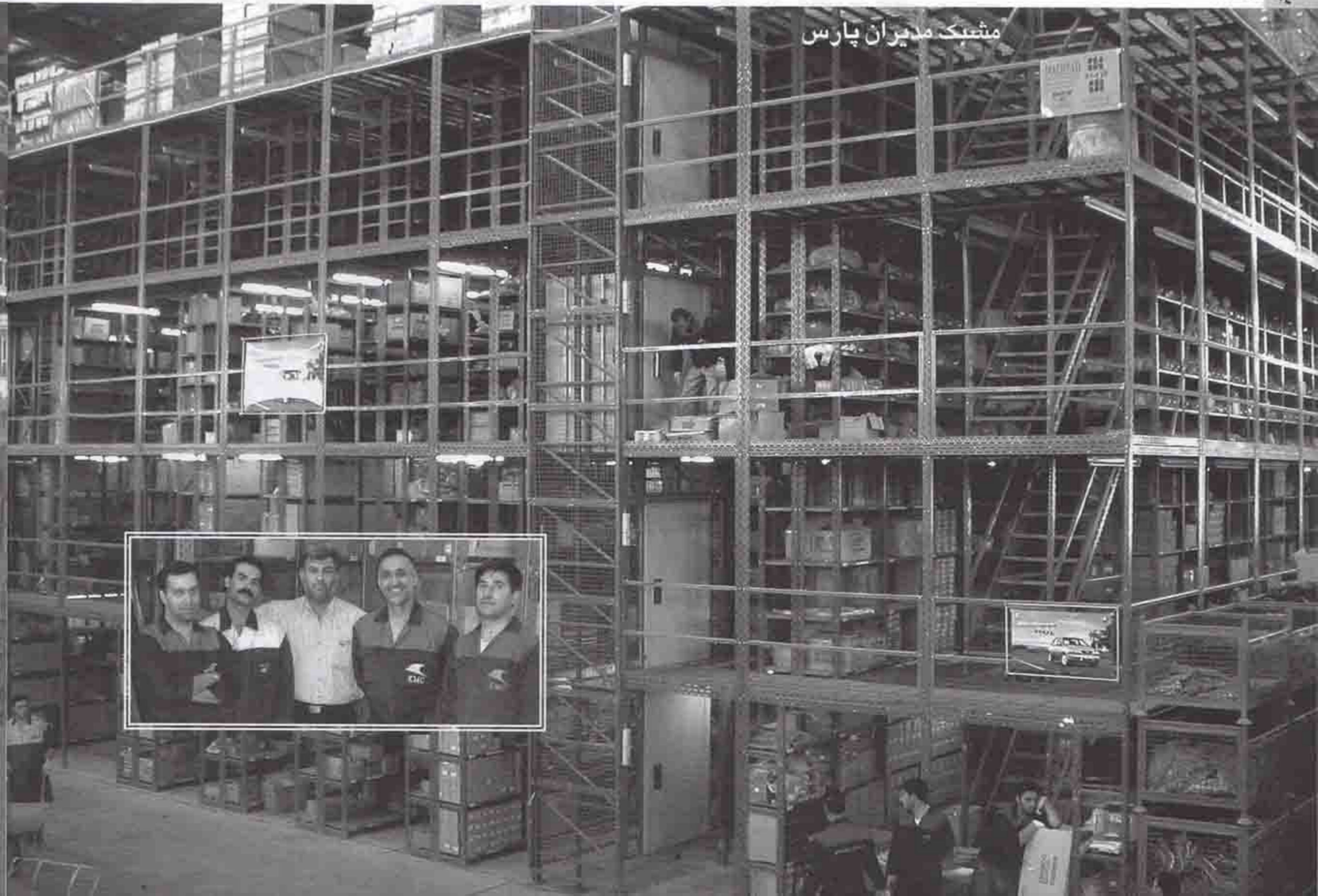
پروژه‌ی جدید مدیران پارس سال ۱۳۸۳ اجرا شد که در ۹ کیلومتر ۹ و محلی جدید در جاده‌ی مخصوص کرج بود. این پروژه در وسعتی به مساحت ۸۰۱ متر مربع در انباری به وسعت ۶۰۰۰ متر مربع انجام شد. ارتفاع نهایی پروژه ۹/۸ متر و ارتفاع مفید برای قفسه بندی ۹ متر بود. این پروژه در ۴ طبقه اجرا شد. به علاوه‌ی یک بالکن که روی هم مجموعاً ۵ طبقه می‌شد. این پروژه شامل ۱۲ پلکان، ۲ آسانسور یا لایبر و ۸۰۱ متر بالکن نیز می‌شد.

- محصولات بکار رفته در این پروژه چه محصولاتی بودند؟

مقدمه:
آقای سید محمد بطحائیان از کارشناسان قدیمی دژپاد هستند، که به عنوان کارشناس ارشد فروش در دژپاد فعالیت می‌کنند. مسئولیت فروش پروژه‌ی مدیران پارس به عهده‌ی ایشان بوده است. در زیر گفتگوی پیام دژپاد با ایشان را ملاحظه بفرمایید.

- پروژه‌ی مدیران پارس را تعریف کنید و و آشنایی دژپاد با این شرکت از چه سالی بوده است؟

آشنایی ما از سال ۱۳۷۱ و در نمایشگاه بین المللی شروع شد. اولین پروژه‌ای که به ما پیشنهاد دادند، انباری بود به ارتفاع ۶/۵ متر در سه طبقه، در ۹ کیلومتر ۱۷ جاده‌ی مخصوص کرج



مشبک مدیران پارس



شرکتهای زیر مجموعه‌ی کرمان خودرو مثل کادک و قوای محرکه‌ی کرمان خودرو و کرمان موتور نیز همکاری‌های جداگانه‌ای داشته‌ایم.

از سال ۷۱ به عنوان مشاور به صورت رایگان نیز در کنار این عزیزان بوده‌ایم و بایشنها‌های مختلف در زمینه‌ی نگهداری و ارایه‌ی طرح و دریافت تأییدیه از جانب مسئولین محترم نسبت به اجرا اقدام کرده و در همه‌ی پروژه‌ها تا مرحله‌ی تکمیل و صد درصد اجرا آنان را همراهی کرده‌ایم.

- در انجام این پروژه با چه مشکلاتی مواجه بودید؟
موانع در این پروژه فرا سازمانی و خارج از حیطه‌ی اختیارات دژ پیاد بود. به گونه‌ای که ما مجبور بودیم در برخی موارد خود را با مشتری تطبیق دهیم که ایجاد هزینه‌های اضافی نیز می‌کرد. مثلاً به دلیل اینکه سالتی که در آن قرار بود انبار اجرا شود، در حال ساخت بود و در نهایت وقتی سالتن‌ها آماده شدند، بعد از تاریخ تعهدات شرکت بود و این تاخیر موجب طولانی شدن قرار دادوزیان‌های مالی شد. از مشکلات دیگر، عدم ساخت و ساز اطراف سوله بود که امکان ورود کامیون و تریلی برای تخلیه در سالتن را غیر ممکن می‌کرد.

از وقتی که در اختیار پیام دژ پیاد قرار دادید متشکریم.

از دو سیستم قفسه بندی سبک و نیمه سنگین پیچ و مهره‌ای جهت اجناس و قطعات کوچک و سیستم قفسه‌ی راک کفیوشدار، مخصوص نگهداری اجناس حجیم استفاده شد. و در نهایت بالکن برای اقلام حجیم و فله پیش بینی شد.

این نوع چیدمان چه مزیت‌هایی برای انبار در برداشت؟

این انبار برای نگهداری قطعات یدکی اتومبیل استفاده می‌شود. قطعاتی مانند بدنه، موتور، شیشه که این قطعات به طور کلی وارد انبار می‌شوند و به صورت جزیی و خرد مصرف می‌شوند. به همین دلیل صندوق‌ها باید باز شوند، و قطعه‌ها جداگانه در انبار نگهداری شوند تا سفارشات مختلف که از سراسر کشور ارسال می‌گردد را پوشش دهند.

توناژ پروژه چقدر بود؟

در مجموع بالغ بر ۹۶ تن.

- در باره‌ی شرکت مدیران پارس توضیح بدهید او اینکه تا به حال چه همکاری‌هایی باهم داشته‌اید؟

شرکت مدیران پارس از شرکتهای زیر مجموعه‌ی کرمان خودرو می‌باشد و در زمینه‌ی خدمات پشتیبانی برای تولیدات کرمان خودرو فعال است. از سال ۷۱ که با این شرکت آشنا شدیم، پروژه‌های مختلفی را انجام دادیم. با

کفیوشدار سنگین (تالکجی راک) مدیران پارس

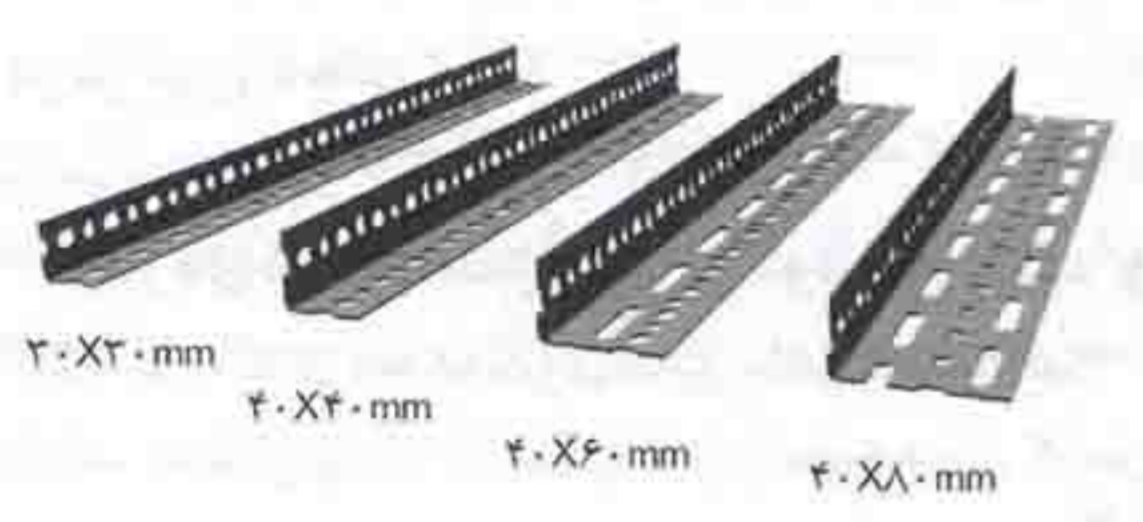


رایج ترین قفسه بندی :

مشبک، رفیق فابریک شما

مشبک چیست؟

یک نبشی سوراخکاری شده را در نظر بگیرید (شکل ۱). حال انواع نبشی سوراخ دار

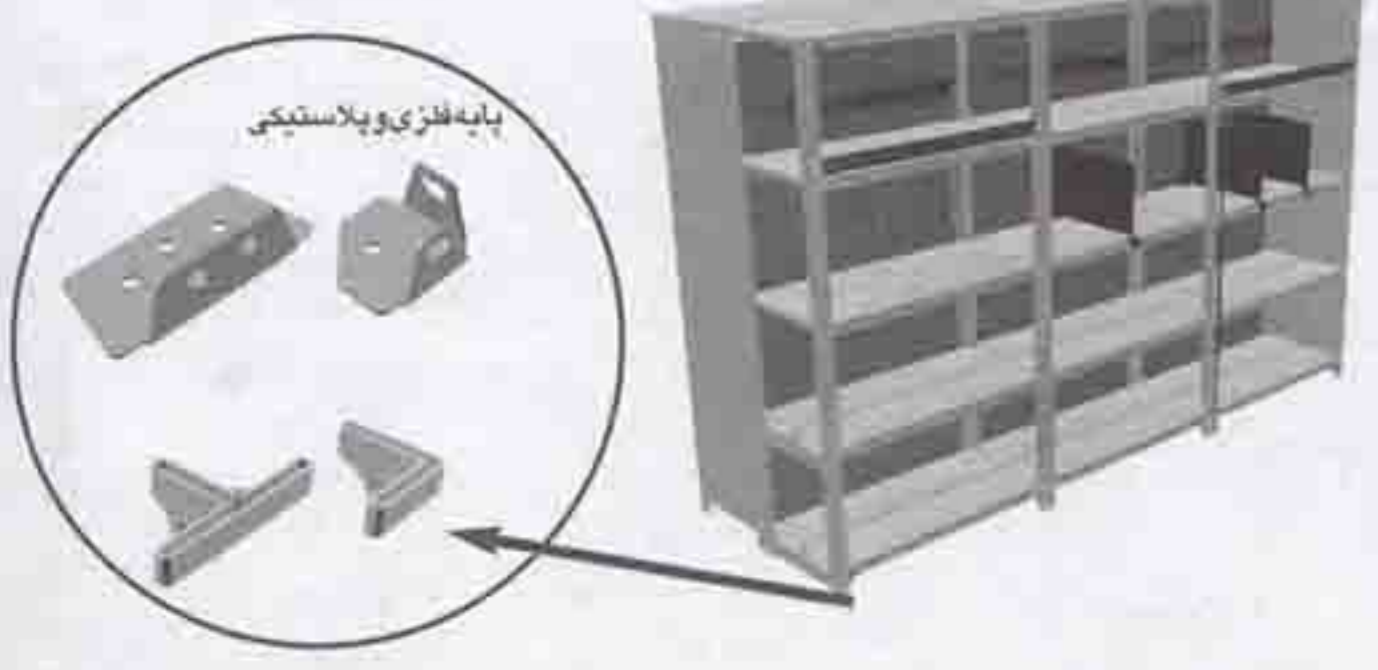


به سادگی چند کفه‌ی مور نیاز خود را طبق شکل ۲ با استفاده از پیچ و مهره به آن وصل کنید. در این مرحله شما امکان انتخاب کفه (پانل) یا کفپوش را دارید. اصولاً کفپوش‌ها از تحمل بار بیشتری برخوردارند. (شکل ۳)



اگر میزان وزن بار خود را در واحد سطح با کارشناسان فروش ما در میان بگذارید به راحتی به نتیجه‌ی خوبی دست خواهید یافت. حال برای اینکه بدانید انتهای بالایی و همینطور پایین قفسه (جایی که روی زمین قرار می‌گیرد) چه اتفاقی می‌افتد اشکال (۴و۵) را مشاهده فرمایید.

شکل ۴و۵



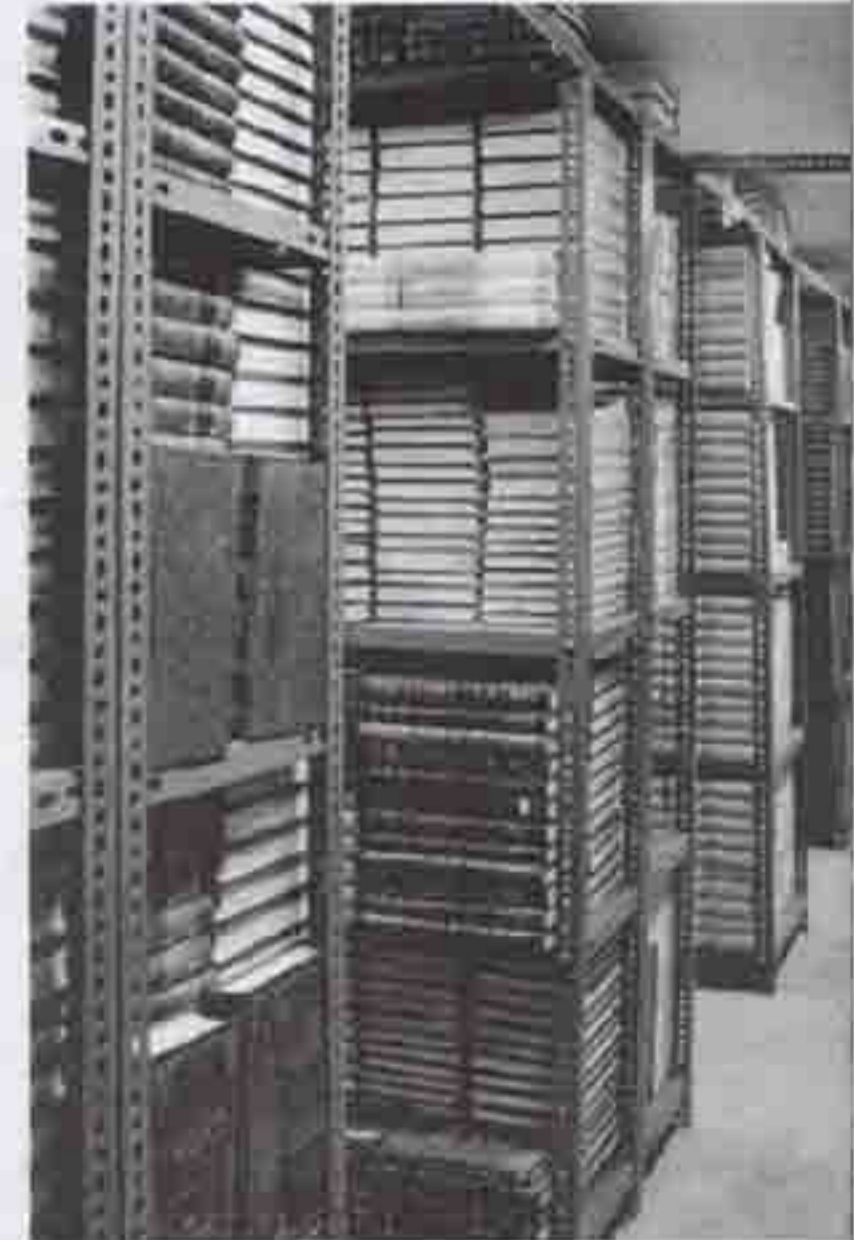
اگر شما خواهان انباری هستید که برای بارهای سبک و کم حجم مناسب بوده و از طرفی نصب آسان و سریعی داشته باشد، یکی از پیشنهادهای، ما قفسه بندی مشبک است.

با توجه به اینکه صنعت انبار در ابتدا در حد فعلی توسعه نیافته بود، تنوع محصولات نیز محدود بود. مشبک یکی از اولین محصولات صنعت انبار است. اگر چه در این مدت رفع نقص گردیده، لکن اساس کار همان مشبک ۵۰ سال پیش است. با توجه به اینکه مشتریان داخلی به صنعتی با محصولات جدید خو می‌گیرند و با وجود محصولات مشابه، این مشبک است که در فروش داخلی پیشاهنگ است. شاید شما ندانید که مشاوران درپاد همه‌روزه در اختیار شما هستند تا به شما بگویند چه نیازی دارید و بهترین راه حل این نیاز، کدامیک از محصولات ما می‌باشد. اگر در مورد مشبک به حافظه‌ی خود مراجعه کنیم به این نکته می‌رسیم که هنوز به مشبک «قفسه بندی درپادی» گفته می‌شود و عوام تصویری غیر از مشبک را برای قفسه بندی تصور نمی‌کنند و تمام این عوامل باعث شده تا مشبک، تصور مرسوم مردم عادی در مورد قفسه بندی باشد.

از خصوصیات دیگر این قفسه بندی، مشتری پسند، قابلیت اجرای ۴ طبقه بر روی هم می‌باشد که به شما این امکان را می‌دهد از طریق پلکان و بالابر به کالای مورد نظر خود رسیده و به انجام امور متنوع انبارداری بپردازید.

اجزای این قفسه بندی، کاربری جانبی دیگری اعم از ساخت دیوار کاذب، سقف سبک و یا نیم طبقه‌ی سبک داشته و به وسیله‌ی آنها سایر ملزومات کارگاهی و انباری مثل میزکار و نیمکت نیز امکان ساخت دارند. از مشتریان عمده ما در این محصول می‌توان از خودروسازان بزرگ کشور و انبارهای تابعه‌ی آنها، فروشگاههای کوچک و بزرگ زنجیره‌ای و مراکز آموزشی و اداری نام برد.

شکل ۹



باشد. قضیه از نگاه ما ساده است. شما از کمبود جا و گرانی مکان رنج می‌برید. ما برای رهایی شما مشبک را به شما هدیه می‌دهیم.

اگر تا دیروز یک انباری ۵۰ متری داشتید که ۱۰۰۰ قوطی روغن در آن جای می‌گرفت، امروز با وجود دژپاد، فضای انبار شما دو برابر شده و می‌توانید ۲۰۰۰ قوطی در آن جای بدهید.

از ویژگی‌های محصولات دژپاد سیستم رنگ منحصر به فرد آن می‌باشد. شما با وجود یک خط رنگ مدرن نسبت به زیبایی و طول عمر محصول خود نیز اطمینان حاصل می‌کنید.

طراحان شرکت برای راحتی شما مشتری گرامی یک سری تجهیزات جانبی نیز برای کاربران مشبک تولید کرده‌اند که برای دریافت اطلاعات بیشتر می‌توانید با شماره‌های

۴۴۱۹۶۵۰۴-۷ بخش فروش دژپاد تماس گرفته که در سریعترین زمان ممکن، برای شما بروشور و کاتالوگ فنی ارسال خواهد شد. شما به واسطه ی کاتالوگ می‌توانید از تعریف، کاربرد، ویژگی‌ها، ابعاد، تحمل و رنگ و اجزای سایر محصولات نیز مطلع شوید و در تصمیم‌گیری خودتان با درایت بیشتری عمل کنید.

حالا شما قابلیت‌های بیشتر مشبک را در تصویر (۸)

ملاحظه کنید. این را بدانید که ضروری نیست که فقط برای پروژه‌های بزرگ با ما تماس بگیرید چراکه همانطور که در تصویر (۹ و ۱۰) ملاحظه می‌کنید یک انبار کتاب و یا کتابخانه و حتی انباری منزل شما نیز می‌تواند از مشبک دژپاد باشد.

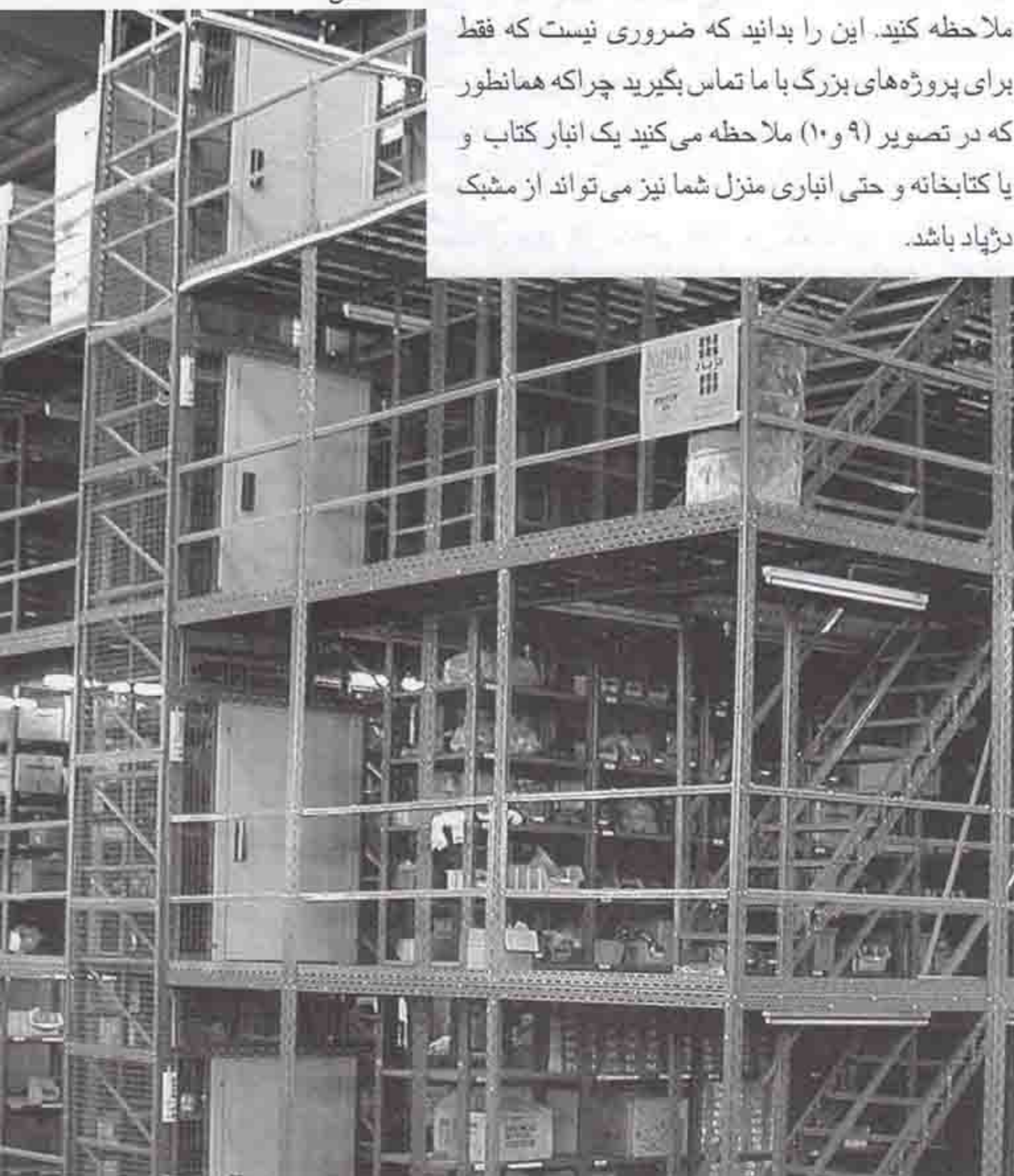
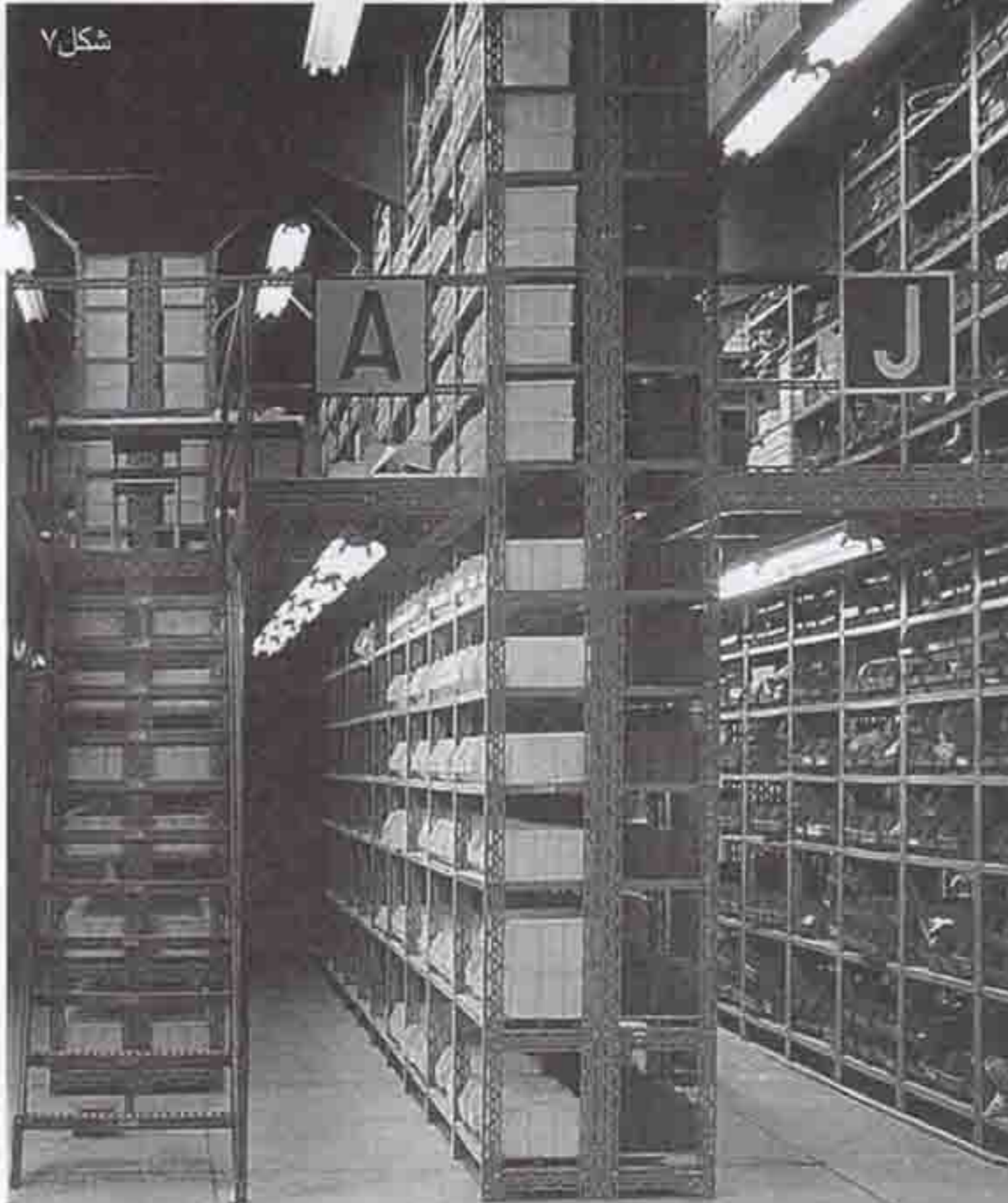
در تصاویر مربوط به پایه‌ی قفسه بندی، شما فراخور میزان بار و شرایط قرارگیری می‌توانید از نبشی‌ها با مقاطع مختلف و گوشه که در شکل ۶ کاملاً گویا است استفاده کنید.



دهانه‌ی استاندارد قفسه بندی مشبک ۹۵ سانتی متر است، که به شما این امکان را می‌دهد که حتی بارهایی به طول حدود یک متر را در آن قرار دهید. عمق یک قفسه‌ی مشبک نیز از ۲۰ تا ۶۰ سانتی متر قابل افزایش است و شما حق انتخاب زیادی را در عمق قفسه دارید.

در تصویر (۷) شما یک قفسه بندی مشبک می‌بینید که به عنوان محل انبار قطعات خودرو در دو طبقه انتخاب شده، با راهروهای متعدد که کاربرد از طریق راه‌پله که به نرده و سایر ملزومات ایمنی مجهز است به طبقه ی بالا دسترسی دارد.

مشبک دژپاد این قابلیت را داشته که اکنون در بیشتر منازل و انبار های خرد و کلان به عنوان رفیق فابریک شما



گزارشی از یک تجربه ی موفق

GM با سیستم چیدمان AS/RS می تازد

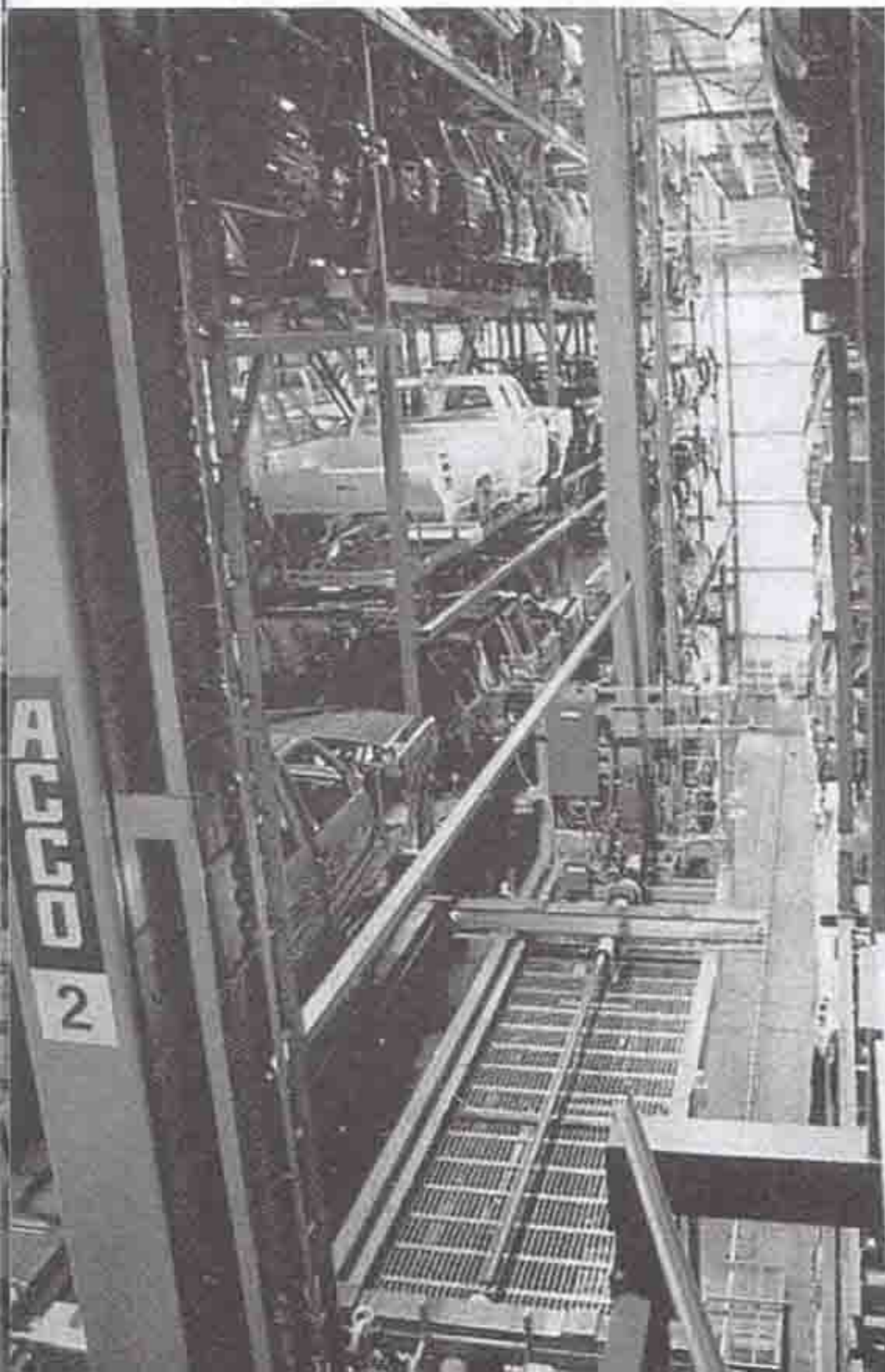
منبع: Modern Materials Handeling

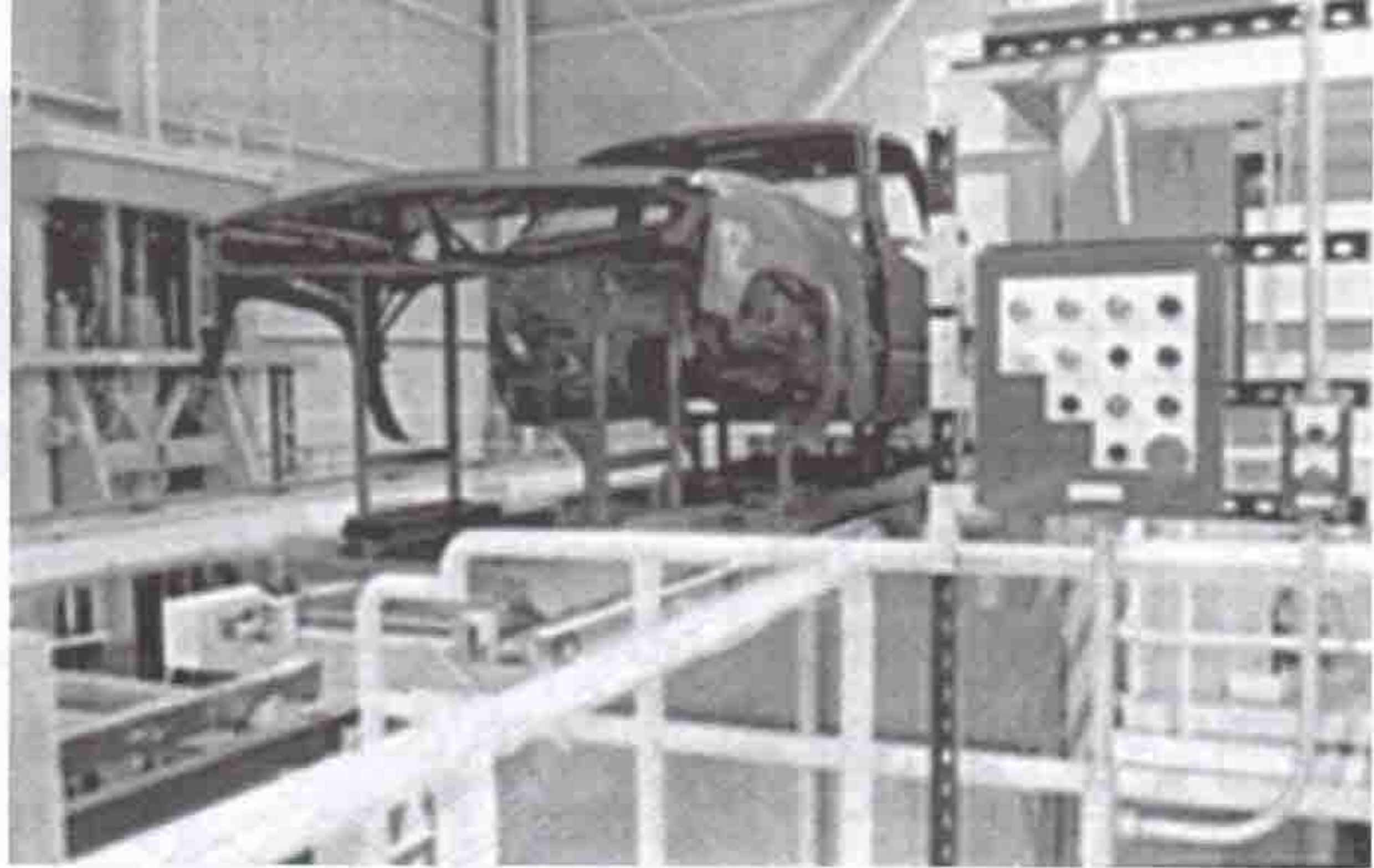
در خط تولید و استفاده ی بهینه از مهارتها و زمان کاری کارگر جزو هزینه هایی هستند که صرفه جویی می شوند. در GM به طور میانگین در هفته ۲۶۰۰ خودرو توسط ۱۹۰۰ کارگر مونتاژ می شود که متعادل کردن ریتم کار در ایستگاههای کاری در خط تولید را به هنری پیچیده و ماهرانه تبدیل می کند. هدف از این متعادل کردن، دستیابی به ترکیبی کامل از مراحل مختلف کار می باشد (Mix Perfect). کامپیوترهایی که با قوانین پیچیده ای ایستگاه کاری برنامه ریزی شده اند، عملکرد سریع و اتکا به سیستم AS/RS را ممکن می سازند. خودروهای پرکار (امور مربوط به خط تولید) نسبت به دیگر مراحل سیستم یعنی خودروهایی که کار کمتری می برند باید به طور صحیحی چیده شوند که در نهایت همه ی اینها با ترتیب از قبل طراحی شده به خط تولید عمومی (GA) بروند. مثلا خودرویی که کار زیاد می برد می تواند یک ماشین با محور

درنواحی پایین تگزاس «بزرگ ها» چشمگیرترند. تگزاسی ها دوست دارند به افتخارات بزرگ با غرور اشاره کنند. اما در آرلینگتون تگزاس و در بزرگترین خط تولید اتوماتیک دنیا مسائلی بیش از غرور وجود دارد. در این بخش بزرگ از جنرال موتورز (GM) سیستم اتوماتیک بسیار بزرگی برای نگهداری و برداشت (AS/RS) وجود دارد که مخصوص نگهداری بدنه ی کامیون ها می باشد. این سیستم، GM را در نگهداری بیشترین محصول از سایرین متمایز می سازد. این خط تولید طی دو ساعت، (زمانی که تولید کننده قطعات برای GM برنامه ریزی کرده است) به صورت Just in time کار می کند. با این حال این زمان برای سیستم AS /RS زمان نگهداری مناسبی نیست. هیچ کدام از بدنه های خودرو بیش از چند ساعت در سیستم نگهداری نمی شوند. برای اینکه بگوییم سیستم چه کند و چگونه برای GM عمل کند که منطبق بر اصول بهره وری باشد. سازماندهی و درست چیدن قطعات مناسب ترین راه حل ها هستند. کامپیوترهای هوشمند که برای کارهای پیچیده برنامه ریزی شده اند، با روش کدگذاری مشخص می کنند که چه چیزی چینه شده و کدام چینه نشده است. بیل برنز (Bill Burns) مهندس برق کارخانه ی GM می گوید: این سیستم برای موفقیت ما در تولید محصول به روش ناب (Lean Manufacture) بسیار مهم است. در روشی که ما برای جایابی بدنه ی خودروهایی که از سیستم کاملا اتوماتیک رنگ بیرون می آمدند استفاده می کردیم نتوانستیم نتایج مشابه روش Lean را به دست آوریم.

متعادل کردن بار کاری (WORK LOAD)

باب مردای (Bob Murday) مدیر بخش مهندسی تولید در کارخانه ی GM می گوید: اگر بخواهید مانند ما محصولات متنوع با اجزای چند گانه تولید کنید، بسیار مهم است که بار کاری را که به خط تولید عمومی (GA) می رود متناسب کنید. با این روش مدت زمان حرکت خودروهای رنگ شده





چهار چرخ مانند GMC Yukon باشد که طبق نظر مشتری سفارشی طراحی شده است. خودرویی که کار کمتری می برد می تواند یک کامیون یا محور دو چرخ مانند K/Chevrolet باشد.

GM قصد دارد از بسیاری مسائل پرهیز کند، مثلاً چیدمان ردیفی خودروهای چهار چرخ که به همین ترتیب به خط تولید می روند. این روش چیدمان که خیلی هم کامل نیست فشار مضاعف را به کارکنان خط تولید وارد می کند. رنگ خودرویی که از سیستم AS/RS به قسمت تولید می آید باید مطابق با رنگ سفارشی مشتری باشد که قسمت تولید مشخص کرده است. بنابراین به پیچیدگی بار کاری برنامه ریزی شده اضافه می شود. GM در نهایت با اعمال فشار به تامین کنندگان جهت ارسال به موقع قطعات و سایر اجزا چون صندلی به کمک تبادل لیست اطلاعات دیجیتال باید این تعادل را برقرار کند. این آیین نامه به تولید کنندگان JIT می گوید که به دنبال یافتن روش کاری دیگری غیر از مواردی که در لیست مشخص شده اند باشند که قطعات مورد نیاز ۷۵ خودرو از مدل خاصی از خودروهای GM با رنگ و مشخصات اعلام شده را، طی ۲۰ دقیقه به خط تولید برسانند.

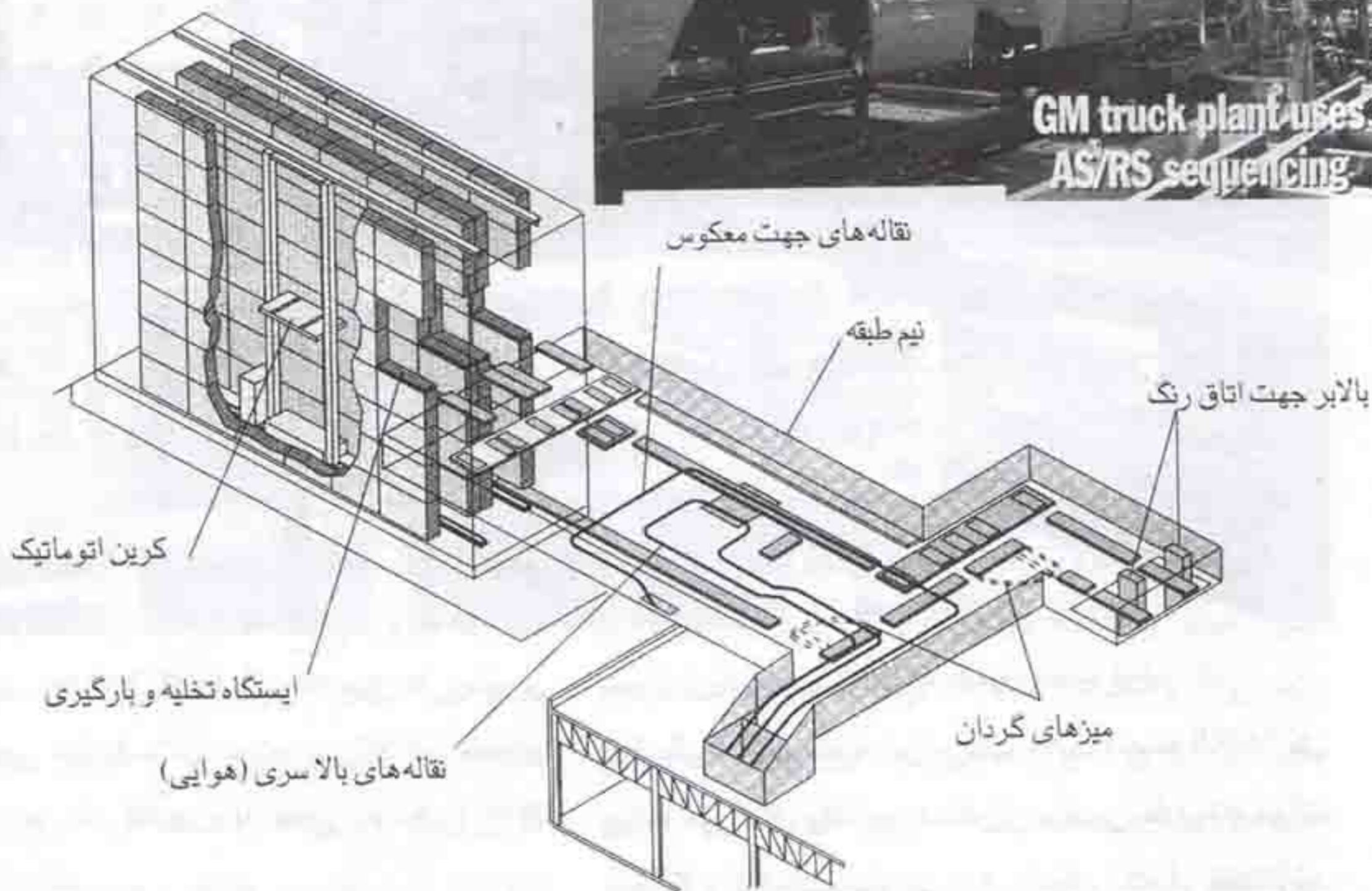
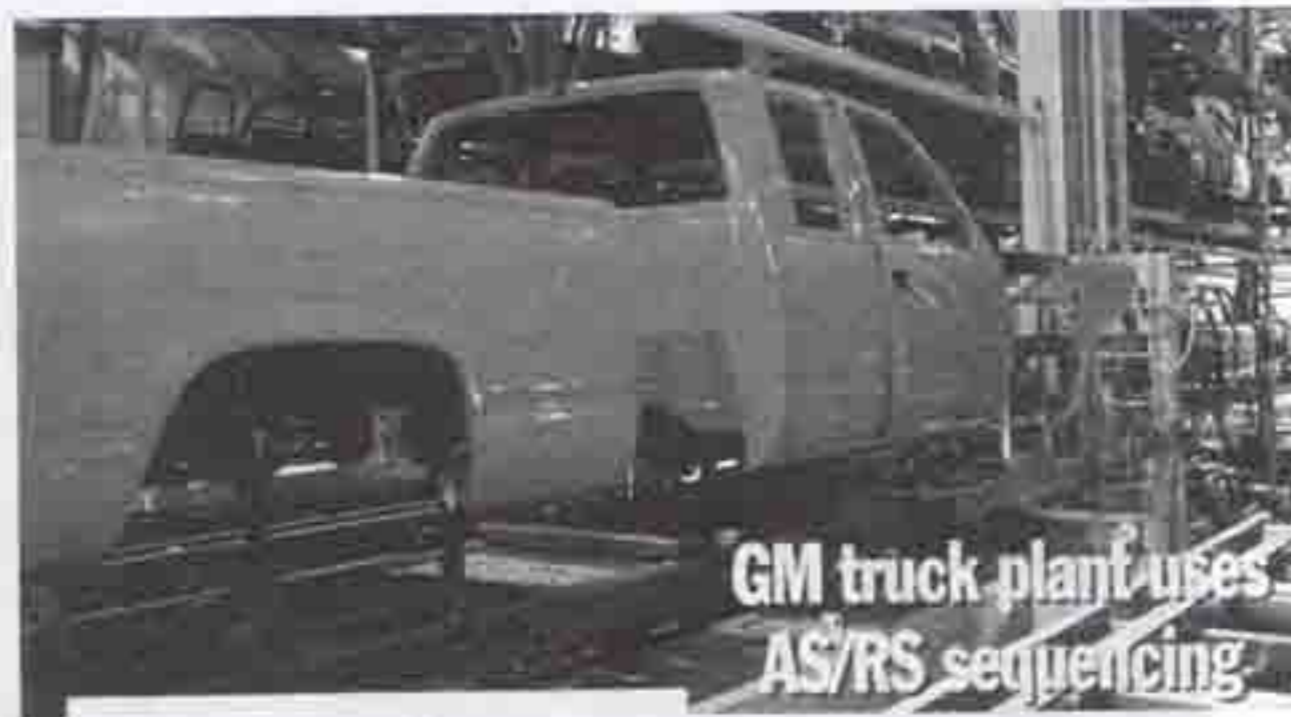
جزئیات سازمان دهی و چیدمان قطعات

GM پس از مطالعه‌ی موارد مربوط به جابجایی در کارخانه‌ی خود تصمیم گرفت سیستم AS/RS را در سازه‌های راک خود نصب کند تا عملیات تولید را راه اندازی کند. کارخانه طی یک دوره پنج ماهه که از سال ۱۹۹۶ آغاز

شد از تولید اتومبیل به تولید کامیون تغییر تولید داد.

چگونگی کار سیستم به این ترتیب است: سیستم AS/RS کل بدنه، سپر اتاق راننده و مسافران و همین طور تختخواب متحرک و امکانات اسپرت و هر آنچه را که در خط تولید لازم است را به طور کامل مرتب و با استفاده از کامپیوتر، بار کاری خط تولید را متوازن می کند. برنز می گوید «ساعتها قبل از آنکه خط تولید کاری را برای کامیون های GM انتخاب و انجام دهد، کامپیوترها این کار را انجام داده اند». پس از آنکه بدنه‌ها به وسیله ربات و سیستم اسپری رنگ شدند وارد سیستم AS/RS می شوند. محلی که به ریل مربوطه هدایت می شوند. اگر چه سیستم از ۱۹۲ راک یا محل نگهداری تشکیل شده است، اما در عمل فقط ۱۷۶ عدد از این جایگاه ها کار جابجایی را انجام می دهند. این ریل ها یا بدنه‌های تولیدی را نگه می دارند یا خالی هستند و به تناوب به عنوان مسیر های حائل عمل می کنند. ۱۶ موقعیت AS/RS تعبیه شده است تا از موارد مورد نظر و محل های حرکت نگهداری کنند. ریل هایی که بدنه ها روی آن قرار دارند مدت زیادی در AS/RS باقی نمی مانند، چون روی بدنه تازه رنگ شده آنها خاک می گیرد و خش می افتد.

سیستم AS/RS در هر ساعت ۶۰ بار کار سازماندهی و چیدمان را انجام می دهد. مردای می گوید «این سیستم علاوه بر کنترل ترکیب کامل (Perfect Mix)، کار مهم دیگری هم انجام می دهد. به این ترتیب که بین سیستم کاملاً اتوماتیک رنگ و خط تولید قابلیت خازن را برقرار می کند. اگر در قسمت رنگ مشکلی به وجود آید یا متوقف شود



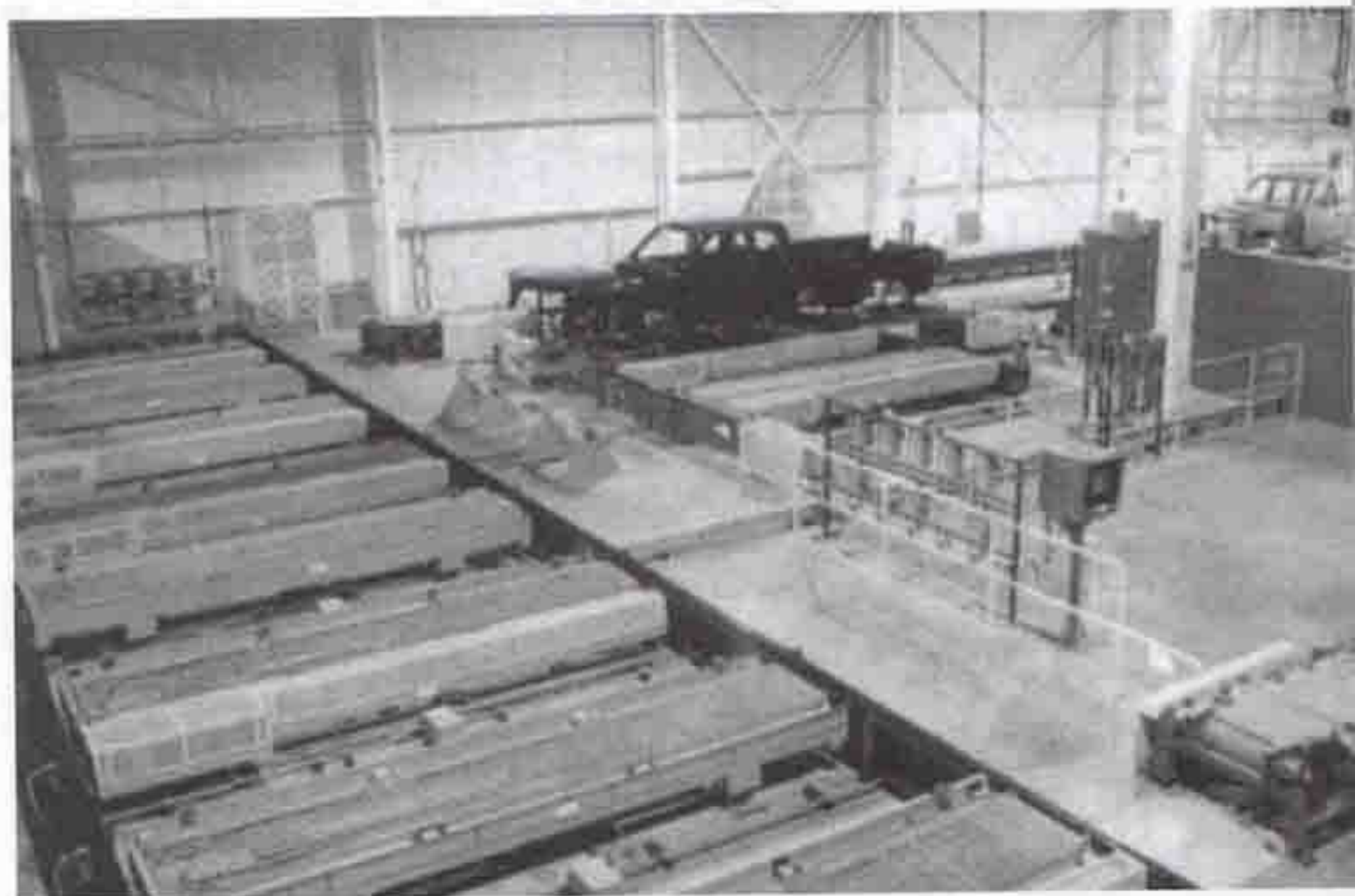
خطرات

برنز یاد آوری می‌کند که نصب سیستم خطراتی را نیز دارد. سیستم‌های مشابه در دیگر صنایع اتوماتیک و برخی بخش‌های GM وجود دارند، ولی این روش قبلاً در بخش کامیون آزمایش نشده است. یکی از خطرهای محدودیتی بود که سیستم قبلی در سازمان دهی و چیدمان بدنه‌های رنگ شده خودرو داشته است. بدنه‌ها به سمت ریل‌های سیستم انتقالی هدایت می‌شدند که برای حرکت یک بدنه ۱۲ خط وجود داشت ولی فقط اولین کار از پنج کاری که باید انجام می‌شدند قابل اجرا بود.

آیا خطر سرمایه‌گذاری در سیستم جدید AS/RS وجود دارد؟ برنز و مردای می‌گویند «بله».

برنز می‌گوید «با این حال سیستم جدید در تکنولوژی انتقال یک جهش بزرگ است. ما اکنون برای رقابت آماده‌ایم» ساختار عملیات خط تولید را خودمان انتخاب می‌کنیم. مردای می‌افزاید ما در بخش تولید و خط‌های تولید آینده‌ی GM انعطاف‌پذیری بیشتری پیدا کرده‌ایم.

کارکنان خط تولید معطل نمی‌شوند، چون خودروهایی در AS/RS وجود دارند که قبلاً رنگ شده‌اند. دیگر قابلیت مهم این سیستم این است که می‌تواند عملیات دوباره چینی را انجام دهد. یعنی خودروهایی که به این سیستم وارد می‌شوند در صورت نیاز با ترتیبی غیر از ورود، خارج شوند.



مورد در حضور گرم و صمیمی آقایان پازری و هاب نژاد، شفيعی و رضا نژاد که هرکدام مسئولیت بخشی از فعالیتهای MIS در دژپاد را بر عهده دارند، در مورد MIS و کارکرد آن در دژپاد گفتگو کردیم.

– لطفاً در رابطه با لزوم وجود چنین سیستمی در کارخانه ی دژپاد، و اینکه دژپاد از چه زمانی به فکر ایجاد این سیستم افتاده توضیح بفرمایید؟

پازری: به نام خدا، شرکت دژپاد مانند بسیاری از شرکتهای صنعتی دیگر در مورد سازمان خود به تقسیم‌بندی‌هایی رسیده که در طول تاریخ ۵۰ سال سابقه‌ی شرکت در حال تکامل بوده است. مثلاً در روزهای اول نیازی به وجود چنین سیستم‌هایی احساس نمی‌شده است. فردی به نام حاج آقا محمد حسین جابرائصاری که بنیانگذار این سیستم بودند، خود همه‌ی روابط را برقرار می‌کردند. در حقیقت در آن زمان سیستم MIS بدون تعریفهای امروزی در خود سیستم حاکم بوده و از طریق فرد جاری می‌شده است. همانطور که سازمان گسترش پیدا می‌کند ضرورت تقویت ارتباطات و دقت و سرعت بخشیدن به آن نیز نمایان می‌شود و رهبران را وادار می‌دارد که به سمت طراحی سازمان بر اساس مکانیزم‌های موجود در سیستم‌های علمی گام بردارند.

شرکت دژپاد هم در جهت گسترش خود به این مهم پرداخته است و از آن زمان به بعد سازمان مرتباً خود را تقویت کرده تا امروز که تحت تأثیر سه معاونت بازرگانی و اجرایی و اقتصادی فعالیت می‌نماید. در کنار این معاونت‌ها یک واحدی در سازمان به نام واحد بهبود مستمر تشکیل شده و نقش اصلی آن این است که حرکت کلی سازمان را در جهت بهبود حفظ کرده و زمینه‌های تکامل و تحول را فراهم آورد.

– آیا واحد به صورت مستقل فعالیت می‌کند یا زیر نظر معاونت قرار دارد؟

پازری: واحد زیر نظر هیچ یک از معاونت‌ها نیست و زیر نظر مستقیم مدیر عامل فعالیت می‌کند.

– چه قسمت‌هایی زیر نظر واحد MIS قرار می‌گیرند و فعال‌اند؟

پازری: واحدهای مختلفی زیر نظر مجموعه ی بهبود مستمر قرار دارند. مثل واحد تضمین کیفیت، واحد برنامه‌ریزی شرکتی، ستادهای معین، واحد آموزش، واحد سیستم‌ها، روشها و فرآیندها و MIS. علت اینکه خود این اسم سیستم‌ها، روشها و فرآیندها یک مقدار بزرگتر شده این است که برای سازمان با کل فعالیت این بخش حتی از لحاظ اسمی هم نقطه‌ی کوری باقی نماند.

– نقش واحد سیستم‌ها، روشها و فرآیندها چیست؟

پازری: مهمترین نقش این واحد این است که روش‌هایی را برای سازمان تدوین کند که سازمان را نسبت به رقبای داخل و خارج خود از یکسری مزیت‌های رقابتی بهره‌مند کند. برای اینکه به این مهم برسیم، یکی از موضوعاتی که باید بیش از همه به آن توجه داشت بحث مکانیزاسیون می‌باشد یعنی کلیه‌ی روشهایی که در سازمان وجود دارد را در قالب یک سیستم مکانیزه دریاورد و سازمان را به جهتی سوق دهد که کمتر از کاغذ استفاده کند و بیشتر به سیستم مکانیزه و یکپارچه متکی باشد.

از طرف دیگر در مسیر طراحی این فضا یک هدف دیگر نیز وجود داشته و آن مهندسی مجدد فرآیندها بود. یعنی همان قدر که به بازنویسی فرآیندها برای مکانیزه کردن می‌پردازد، یک مهندسی مجددی نیز در جهت بهبود و ارتقای کیفیت و کسب مزیت رقابتی آنها داشته باشد.

با این دیدگاه پروژه‌ای به نام MIS در شرکت آغاز گردید و مهندس وهاب نژاد با توجه به سابقه‌ی ده ساله‌ی حضور در دژپاد و آشنایی کامل با فرآیندهای شرکت به عنوان مسئول این پروژه انتخاب شدند و ایشان با توجه به انتظارات از پروژه‌ی MIS اقدام به طراحی کلان موضوع کرده و بعد آن را در مدل فعلی پیاده کردند.

– آقای وهاب نژاد، MIS چه مزیت‌هایی برای دژپاد ایجاد می‌کند؟

در واقع سیستم مدیریت اطلاعات، با این رویکرد که اطلاعات در لحظه‌ی ایجاد، ثبت و این ثبت در ایستگاه

کاری بعدی مورد استفاده قرار می‌گیرد، بوجود می‌آید. تا هم اطلاعات در واقع توسط مسئول مربوطه ثبت شود و تعهدآور نیز باشد و هم اینکه در سریع‌ترین شکل ممکن به مرحله‌ی بعد برسد. ما این مسئله را اساس کار خود قرار دادیم و با این دیدگاه به طراحی مجدد سازمان دژپاد پرداختیم. ابتدا هم از سیستم فروش دژپاد شروع کردیم. جایی که در واقع از هیچ سیستم منسجم کامپیوتری خبری نبود. ما با دیدن تعامل سازمان فروش و فعالیتهای درون آن، سیستم را بنا کردیم. مزیتی که این سیستم برای واحد فروش دژپاد فراهم کرد این بود که، اطلاعات در هر مرحله کاری، اطلاعاتی است که در آن مرحله واقعاً وجود داشته و افراد لازم نیست اطلاعات را با حدس و گمان ارایه کنند و اگر سیستمی بتواند به این مهم دست یابد به یکی از اهداف مهمی که از طراحی سیستمها مدنظر بوده رسیده است.

بنابراین اگر در تعامل با سایر فرآیندهای شرکتی نیاز به تبادل اطلاعات است، اطلاعات در این سیستم بیش از ۸۰ درصدش به صورت الکترونیک مبادله می‌شود. مزیت این مسئله این است که کاربران اطلاعات را با این سیستم به اشتراک می‌گذارند و نیاز به گزارش مرتفع شده و شما می‌توانید اطلاعاتی که منعکس کننده‌ی واقعیت‌های فروش دژپاد هست را طی گزارش‌هایی که به صورت آن لاین قابل دسترسی است به دست آورید. در گذشته در واحد فروش دژپاد فقط سه نفر مسئول تهیه‌ی گزارش برای مدیر عامل بودند و اینک با استفاده از این روش مدیریت، مستقیم در جریان تمام مراحل قرار می‌گیرد.

بعد دیگر مسئله، دقت ناشی از استفاده از سیستم‌های کامپیوتری است که برای همگان واضح است. بعد دیگر این بود که ما فضای بایگانی را کاهش دادیم. مثلاً تا پیش از اینکه سیستم فروش مستقر شود، دفاتر اندیکاتور مورد استفاده قرار می‌گرفت و در حقیقت بایگانی متکی به انسان بود و برای برداشت اطلاعات مشتری یا یک مکاتبه‌ی ساده، ناچار به رجوع به پرونده‌ها بود. در حالیکه این اطلاعات اکنون از طریق سیستم قابل دسترسی است. ما اصطلاح سیستم پاسخگور را برای قسمت فروش گذاشتیم و می‌گفتیم فردی که از بیرون با سازمان تماس می‌گیرد باید بتواند در حداقل زمان ممکن پاسخ خود را از افرادی مانند منشی فروش هم دریافت کند.

– تأثیر MIS در قسمت تولید چگونه بوده است؟

وهاب نژاد: چون MIS یک سیستم کلان است، می‌توان گفت در تولید هم مؤثر است. در قسمت تولید با توجه به اینکه فرآیند از قبل برای تولید قطعه طراحی شده و منابع

مربوط به تولید قطعه اعم از نقشه، ماشین‌آلات، قالب‌ها، نیروی انسانی در مجموعه‌ای منسجمی به نام سیستم اطلاعاتی مدیریت محصول قرار گرفته است. با ثبت سفارش این سیستم، وظیفه‌ی هرکس را در قبال سفارش مشخص می‌کند و به مشتری قول مساعد و زمان مورد نظر را ارایه می‌کند. این قول، قولی واقعی است (بازنگری قرارداد). زیرا ما دیگر معطل مواد اولیه نیستیم، چون با توجه به موادی که در بازار موجود است و در پروژه مصرف می‌شود، قرارداد تنظیم می‌شود. با ثبت قرارداد، حواله‌ی انبار مواد صادر می‌شود و در اختیار مسئولی که قرار است آن مرحله از تولید را انجام دهد قرار داده می‌شود و مرکز کاری و حتی دستگاهی که قرار است به تولید پردازد مشخص می‌شود.

بحث نیروی انسانی کار هم مشخص است. یعنی می‌دانیم که قطعه را چند نفر و در چه زمانی خواهند ساخت. اما این امکانات را بسیاری از شرکت‌ها ندارند. منتهی در رقابت‌پذیری پایدار شرکتی می‌تواند از این امکانات بهره‌مند باشد که منابع موجود سازمان را با بهترین ترکیب به کار گیرد (مبحث ERP).

– MIS در ارایه‌ی طرح به مشتری چگونه عمل می‌کند؟

شفیعی: در این زمینه من وضعیت فعلی را عرض می‌کنم. الان کارشناسانی که با مشتری تعامل دارند، طرح را به صورت دستی و کروکی ارایه می‌کنند. این کروکی از انبار به نقشه‌کش منتقل می‌شود. نقشه‌کش طرح را به صورت نقشه‌ی هموار تهیه می‌کند. نقشه‌ی تهیه‌شده به کسی که به صورت دستی نقشه را برآورد می‌کند منتقل می‌شود (قیمت، وزن و سایر پارامترها سنجیده می‌شود) و به صورت پیش فاکتور آن را ارایه می‌کند و کارشناس به مشتری آن را منتقل می‌کند. کارشناس این سیکل طولانی را که معمولاً ۵ روز است طی می‌کند تا به پیش فاکتور برسد.

ما سیستم را به گونه‌ای طراحی کردیم که از زمانی که کارشناس با مشتری ارتباط برقرار می‌کند تا زمان صدور پیش فاکتور این سیستم فعال است. به این صورت که تمام اطلاعاتی که برای یک طرح لازم است در سیستم وارد می‌شود، سیستم نقشه را در تعامل با کاربر تهیه می‌کند و چیدمان را انجام می‌دهد و در نهایت وزن، قیمت، نوع جنس، پوشش و سایر محاسبات لازم را انجام داده و به صورت پیش فاکتور آن را ارایه می‌کند. این نرم‌افزاری است که روی هر لپ‌تاپی قابل نصب می‌باشد و هر کارشناس به صورت جداگانه با مشتری خود ارتباط برقرار کرده و همان لحظه نیاز مشتری را دریافت می‌کند و همان لحظه در کوتاه‌ترین

زمان در تعامل با مشتری قیمت را ارایه می دهد - در حقیقت تهیه ی نقشه و برآورد، از یک ایستگاه کاری به نام مهندسی فروش به چند کارشناس با لپ تاپ هایشان منتقل می شود.

- و عکس العمل مشتری؟

مشتری در واقع سرعت در ارایه ی طرح را از ما می خواهد. ضمن اینکه کسی که با لپ تاپ کار می کند نمی تواند سوای سیاستهای شرکت قول بدهد و اینگونه نیست که با تعدد قیمت روبه رو باشیم. ضمن اینکه الان در عرصه ی صنعت، کیفیت، سرعت، سهولت بسیار تعیین کننده است.

- از نظر ایمنی در دسترسی های غیر مجاز این سیستم چگونه از خود دفاع می کند؟

مهندس رضا نژاد: ما در دژپاد برای اینکه دسترسی ها را محدود کنیم و تا حدی نگذاریم دسترسی غیرمجاز انجام شود کارهای اطلاعاتی را از کارهای دیگر که در بستر شبکه داریم جدا کردیم و از دو Server برای این شبکه استفاده کردیم. از سیستم اطلاعاتی ما هیچ ردپایی در بخش دیگر وجود ندارد.

برای اتصال به سیستم اطلاعاتی همه ملزم هستند که از سیستم عامل Dos استفاده کنند. ما کاربران را به این محدود کردیم که حتماً از طریق Dos به این Server وصل شوند و با ورود به شبکه می توانند وارد برنامه ی MIS شوند و با خروج از برنامه ی شبکه Disconnect شوند. با این کار عملاً دسترسی به Data Base ندارند. تا اطلاعات از هرگونه خدشه ای مصون بماند همچنین دسترسی به منوهای سیستم قابل تعریف است و هر کاربری در حوزه ی اختیارات خود می تواند به سیستم دسترسی داشته باشد.

- در همه ی سیستم ها نقاط ضعف و قوت در کنار یکدیگر قرار می گیرند. به نظر شما نقطه ی ضعف این سیستم چیست؟

شفیعی: من بیشتر بحث تخصصی در زمینه ی نقشه کشی را مدنظر قرار می دهم. ممکن است طرح هایی که در حال

حاضر کارشناس ارایه می کند با دست خیلی باز باشد و هرطور که بخواهد چیدمان انبار را انجام دهد، ولی وقتی با سیستم کار می کند باید به صورت کانالیزه فعالیت کند و از خیلی پارامترهایی که به صورت دستی قادر به انجام آنها بوده صرف نظر کند. مثلاً قبلاً می توانسته یک راهروی فرعی خیلی پیچیده ای را اجرا کند ولی با این سیستم نتواند آن کار انجام دهد زیرا باید بر اساس استانداردهایی که سیستم برای کارشناس فراهم کرده فعالیت کند.

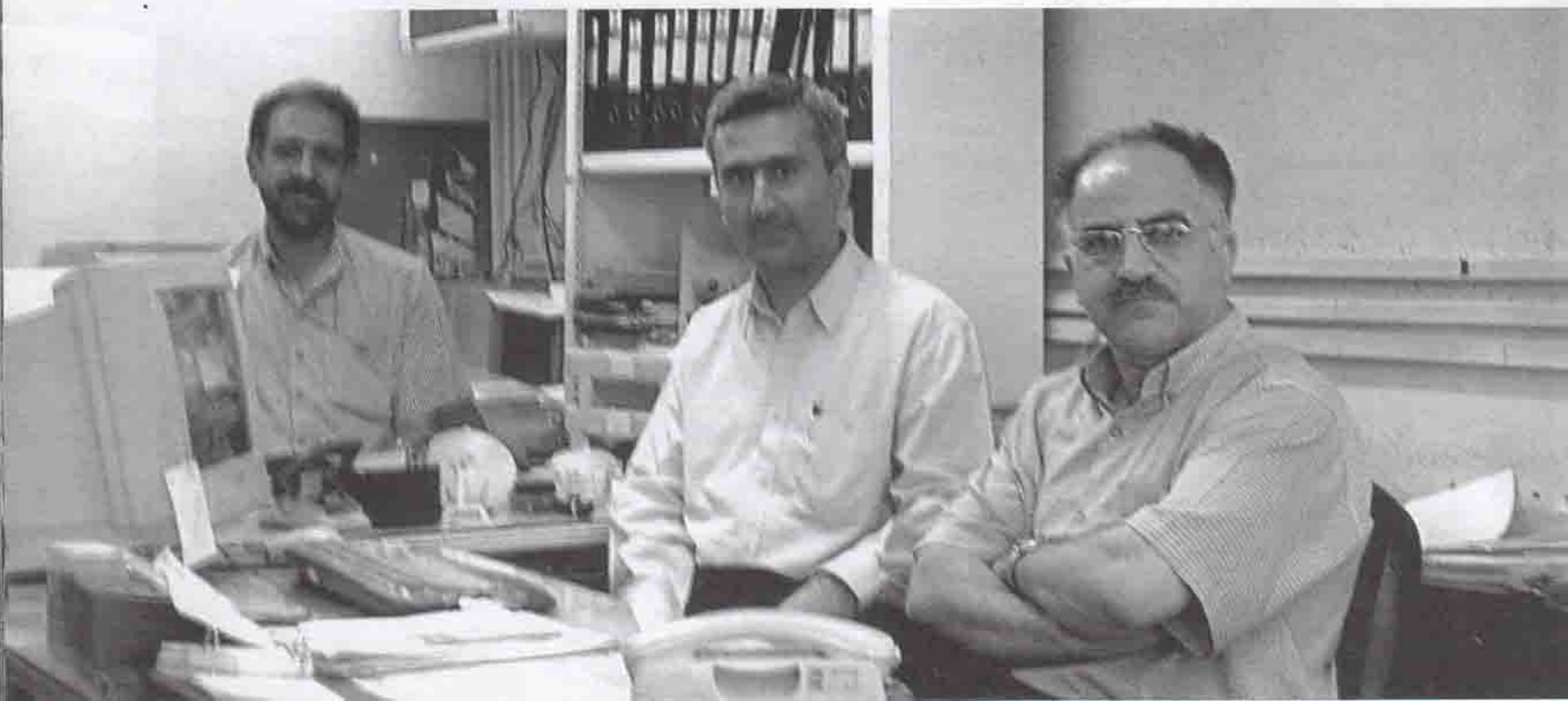
- در واقع اشکال از سیستم نیست؟

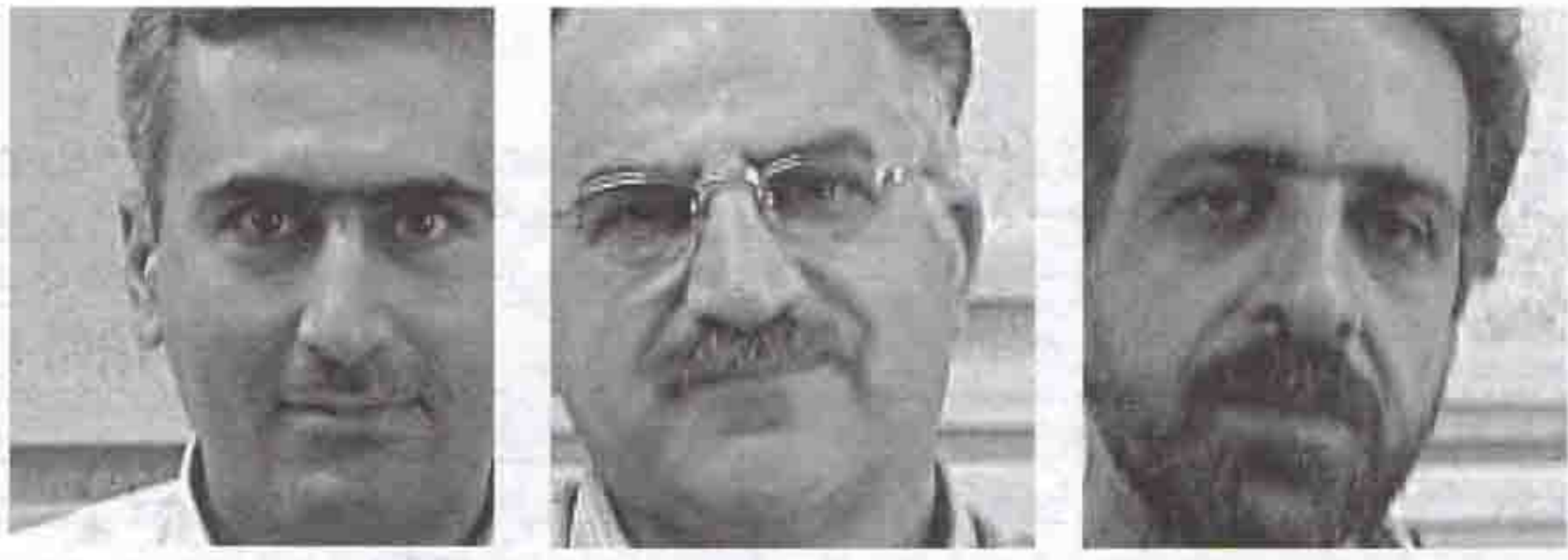
شفیعی: بله، بیشتر از رویکردها نسبت به استاندارد کردن انبارهاست. ما چون می خواهیم به صورت استاندارد یک انبار را بفروشیم و می خواهیم همه ی پارامترهای ایمنی و استاندارد را رعایت کنیم دیگر دست کارشناس را نمی توانیم کاملاً باز بگذاریم.

- واحد MIS چه استانداردهای دیگری را مدنظر قرار دارد؟

پازری: البته با جامعیتی که ابتدا به ساکن در موضوع بهبود مستمر تعریف کردیم و اینکه این واحد برای چه و با چه مسئولیتی به وجود آمده است، شرکت خود را ملزم می داند که به یکسری از استانداردها پای بند باشد. از جمله ISO 9001 ویرایش سال 2000 - در این استاندارد تأکید شده که در موضوع بازنگری قرار داد، مدیریت سازمان باید مطمئن باشد که تعهداتی که به مشتری می دهد قابل اجرا باشد و مدیریت نمی تواند قولی به مشتری بدهد که در رابطه با آن تحقیق نکرده باشد.

واحد MIS با توجه به پای بندی خود به رعایت استانداردها در تدوین و پیاده سازی این سیستم به این موضوعات توجه خاصی کرده است. از آنجایی که به اصل بازنگری قرارداد توجه خاصی شده و شرکت ملزم است به تعهداتی که به مشتری می دهد پای بند باشد، پس ما نمی توانیم متناسب با نیاز مشتری و عدم تناسب با توانایی خود هر قولی به





رقابتی برای شرکت بوده و اگر این اتفاق نیافتد ما به آن نتایجی که مورد نظرمان است نرسیده‌ایم که با چالش‌های زیادی مواجه خواهیم شد. زیرا تمام شرکت را درگیر این ماجرا کرده‌ایم.

- در پایان اگر سخن ناگفته‌ای مانده خواهش می‌کنم بفرمایید؟

پازری: به هر صورت شروع یک چنین فعالیت‌هایی در سازمان، نیاز به بلوغ فکری در سازمان دارد، بلوغ فکری در سازمان‌ها به همین سادگی نخواهد بود. زمانی این اتفاق می‌افتد که عناصر اصلی سازمان به باورهایی می‌رسند که قبول این باورها، این جسارت را به آنان می‌دهد که وارد این بازی بزرگ در حیطه‌ی سازمان شوند.

دژپاد با توجه به پیشینه‌ی خود همواره در این راستا حرکت کرده و هر مدیریتی که در رأس سازمان قرار گرفته با خود تغییراتی را به همراه آورده است. اگر وجود چنین باوری نزد مدیریت و هیئت مدیره نبود، ما نمی‌توانستیم این فعالیت را ایجاد کنیم. زیرا این فعالیت‌ها در شروع بسیار هزینه‌زا هستند و بعد که تدوین و مستقر شدند، شروع به نتیجه دادن می‌کنند. ولی در بدو حرکت به حمایت زیاد از سوی مدیریت نیاز دارد که ما از این پشتیبانی برخوردار بوده‌ایم. وهاب‌نژاد: لازم است علاوه بر مهندس جابرانصاری و قاسمیان که در رأس سازمان ما را یاری دادند از کسان دیگری که در اجرای طرح به ما کمک کردند تشکر کنیم. در بخش مهندسی آقای مهندس فرد، خانم مهندس سیف‌الهی و آقای حیدری، در بخش تولید، آقایان مهندس نورصالحی، بخشی‌وش، باقرلو، بصیریان جهرمی، نوری، صیددوست، در بخش فروش مهندس متین و مهندس میرحسینی و کلیه‌ی کارشناسان فروش از جمله آقایان پیراصغری و بطحائیان، در بخش مالی آقایان کریمی، بهمنی و خانم جاریانی تشکر ویژه دارم. و باز یادآوری می‌کنم که این گروه با توجه به توانایی‌های داخل سازمان شکل گرفت. یعنی عناصر اجرایی همه از داخل سازمان بودند و این بزرگترین نقطه‌ی قوت پروژه به حساب می‌آید.

از مجله‌ی پیام دژپاد نیز که این فرصت را مهیا کرد تشکر می‌کنم.

شفیعی: من فقط از همه‌ی کسانی که آقای وهاب‌نژاد نام بردند خواهش می‌کنم تا پایان کار همکاری و همدلی که با ما داشتند را ادامه دهند تا این پروژه با موفقیت به پایان برسد.

مشتری بدهیم. به همین دلیل این سیستم نوعی طراحی شده که ما در ابتدا از فعال بودن (کد محصولاتی) که توانایی ساخت آن را داریم مانند قالب و آهن و... اطمینان حاصل کنیم. و در نهایت کارشناس با شناخت نیاز مشتری و با استفاده از کد محصول‌ها با مشتری ارتباط برقرار می‌کند.

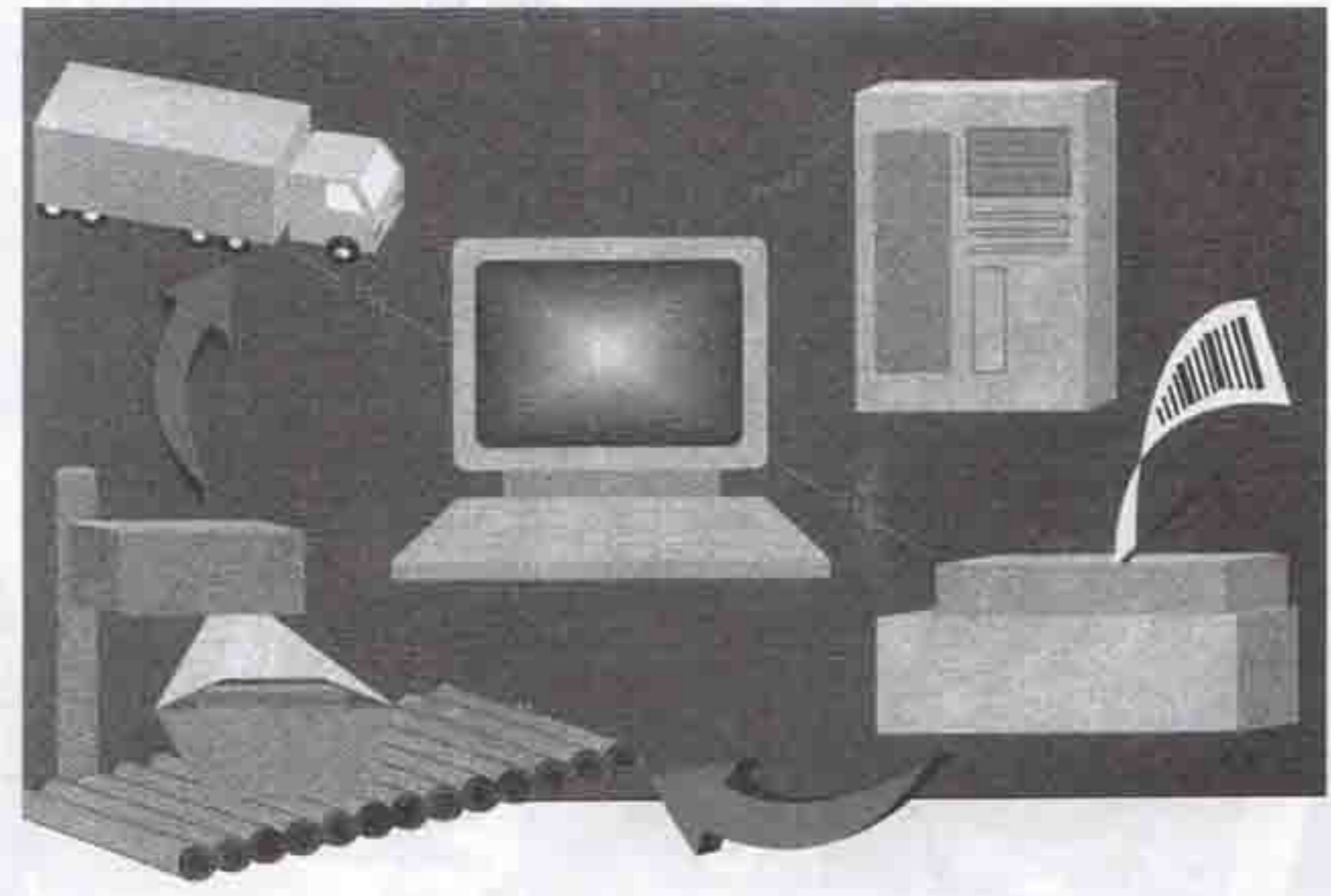
- پروژه در چه مرحله‌ای از تکمیل است و شما چه چشم‌اندازی برای آن قائلید؟

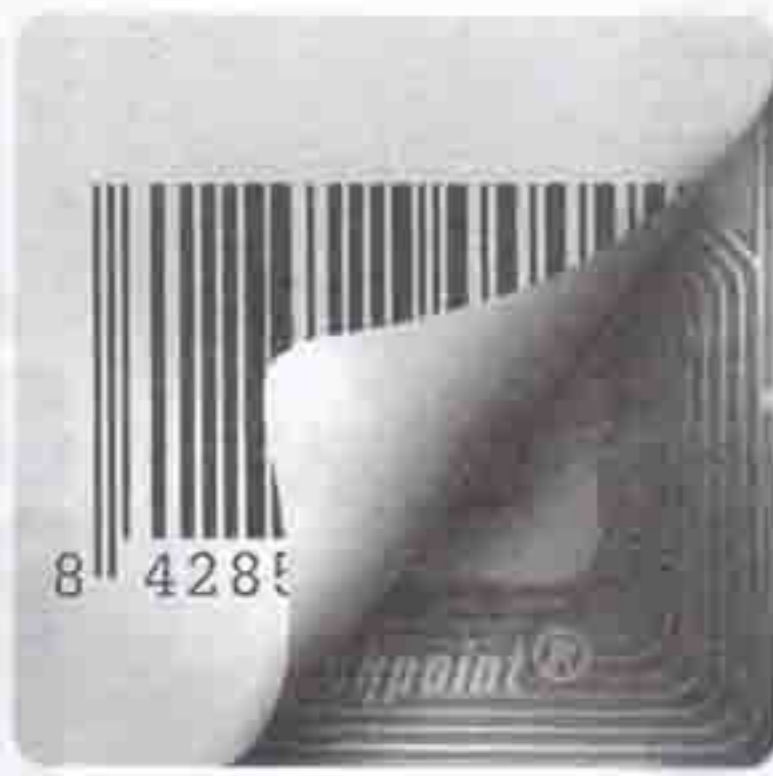
وهاب‌نژاد: حدود ۶۵ درصد تکمیل شده و احساس من این است که وقتی سیستم با این رویکرد در شرکت نمونه‌ای مثل دژپاد عملیاتی شود، صنعت می‌تواند از دستاوردهای این سیستم اطلاع بیشتری کسب کند و مزایای آن بهره‌مند شود.

- بعد از پیاده‌سازی این سیستم چه دستاوردهای کلی را قابل دسترسی می‌دانید؟

وهاب‌نژاد: اولین دستاورد یکپارچه بودن سیستم و نیاز به حداقل زمان برای به روز رسانی اطلاعات موجود در چرخه‌ی اطلاعاتی است. دستاورد بعدی این است که فرآیندها کوتاه‌تر می‌شوند چون افراد درگیر این مسأله، کمتر می‌شوند. همچنین فروشنده قولی را به مشتری می‌دهد که سازمانی پشت آن قول قرار گرفته و تعهداتش را قبلاً به مشتری اعلام کرده است. مدیریت و کارمندان در تعاملشان با هم سود می‌برند و در نهایت ایجاد مزیت رقابتی پایدار می‌کند و مواردی چون سرعت، سهولت و شهرت را برای دژپاد در پی خواهد داشت.

پازری: هدف اصلی ما از ایجاد این سیستم، ایجاد مزیت





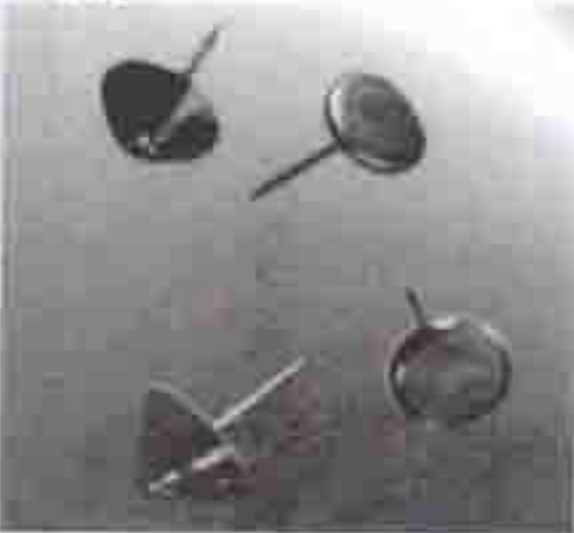
(تصویر ۳)



بارکدها، گورخرهای مفید

نویسنده: رضا کمال

(تصویر ۱)



تصویر (۱) برخی از نمونه های برچسب ویا آویزهارا مشاهده می فرمایید. این الحاقات به وسیله ی تجهیزات خاصی همچون برچسب زن (تصویر ۲) یا نصب کننده های آویز به کالای انبار شده وصل می شوند و در صورت خروج غیر قانونی آنها از انبار، آنتن به صدا در آمده و به مامور انبار اطلاع می دهد.



نوع ساده ی بارکد، تنها به عنوان زبان گویای کالا عمل می کند که امروز کاربرد وسیعی یافته اند، اما برچسب های بارکدی که بیشتر مورد نظر ماست، دارای بورد های مغناطیسی و رادیویی است. (تصویر ۳)

در مورد بارکد های گورخری، این نکته نیز جالب است که

امروزه استفاده از سیستم های رادیو فرکانس برای امنیت انبارها، فروشگاهها، کارگاه ها و سایر حلقه های لجستیک افزایش یافته است.

در کشور ما ایران نیز، بهره برداری از این سیستم بسیار مفید آغاز شده است و پیش بینی می شود به زودی در اماکن خاص چون صنایع خودرو، صنایع نظامی و... نصب و راه اندازی شود. این سیستم از یک یا دو آنتن و یک برچسب و امواجی که بین این سه در تبادل است، تشکیل شده است و به صاحب صنعت این اجازه را می دهد تا به راحتی، قطعات انبار خود را به طور پنهانی ویا آشکارا محافظت کند.

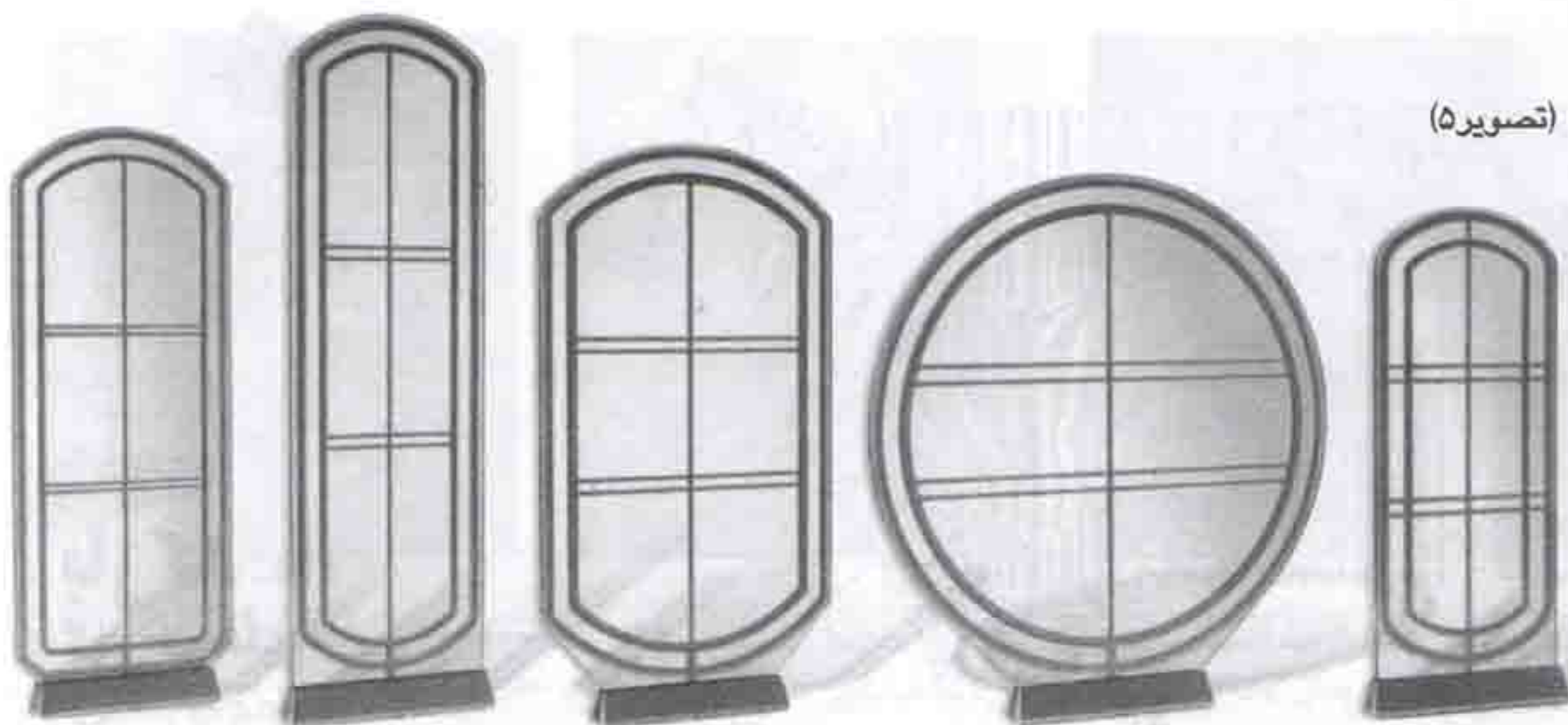
(تصویر ۲)



بارکد ساده، به ندرت مورد سوال قرار می گیرد ولی نوع مغناطیسی آن، مدام در حال دریافت سوال و ارسال جواب است. بطور کلی نوع ساده، موجود کم حرفی است.



(تصویر ۵)



راه‌های کاهش هزینه است. حالا که بحث از سرعت و پیشرفت شده است، مقتضای به شما سیستم فوق مدرن EAS (سیستم‌های نسل سوم) را معرفی کنم (تصویر ۵). این سیستم که به تازگی در دنیا مطرح شده، هزینه‌ی بالایی دارد ولی با ترکیب با سیستم RFID (Radio frequency Identification) به شما این امکان را می‌دهد تا کنترلی بی حد و حصر را برای کالای خود داشته باشید.

شمارش اتوماتیک کالا، کنترل دقیق موجودی و تشخیص مسیر حرکت کالا در هر زمان و هر مکان، از امکانات این سیستم است. این به این معناست که کالای شما از تولید یا انبار تا فروشگاه و بعد از آن در دست مشتری، تحت کنترل شما می‌باشد. یک کتابخانه‌ی مدرن را با این خصوصیات در نظر بگیرید. این رویایی است که به زودی تعبیر خواهد شد.

مصرف سالانه‌ی برجسب‌های ضد سرقت به بیش از دو میلیارد قطعه در سال ۲۰۰۰ رسید که در نوع خود رکورد محسوب می‌شود.

چاپ این برجسب‌ها در تیراژ انبوه و عادی در چاپخانه‌های سراسر دنیا و یا توسط پرینترهای صنعتی انجام می‌شود. برخی از پرینترها امکان درج آرم و لوگوی شما را روی برجسب فراهم می‌کنند و با سیستم‌های رادیو فرکانس سازگاری دارند. (تصویر ۶) قیمت قابل قبول این پرینترها صاحبان صنعت را به خرید آنها متقاعد می‌سازد.

اگر تصمیم به خرید چنین سیستمی دارید و مایلید انبار، فروشگاه یا کتابخانه‌ی خود را به این سیستم مجهز کنید، ابتدا باید با مشاوران حرفه‌ای این صنعت مشورت کنید. برای مثال، برجسبی در بازار موجود است که با تغییر رنگ در زمان تعریف شده‌ی، غیر قابل مصرف بودن کالا را هشدار می‌دهد. لذا تعیین نوع سیستم مدیریت انبار به عهده‌ی مشاوران صنعت انبار می‌باشد.

امروزه انبارها آنقدر مدرن شده‌اند که تصور مرسوم یک محیط خاک گرفته و غبارآلود از ذهن‌ها دور شده است، انبارهای مدرن و زیبا به شما امکان پشتیبانی سریع بخش تولید را ارائه می‌دهند. سرعت، امروزه یکی از پیشرفته‌ترین



(تصویر ۴)

چرا راک فرو می ریزد؟

Modern Materials Handling منبع

با عجله ای که کارگر جوان انبار برای اجرای آخرین دستورات تا قبل از رسیدن شب داشت، لیفتراک خود را روشن کرد و آن را به راهروی بین دو ردیف بزرگ راک ها هدایت کرد. همین طور که گوشه ای انتهایی راهرو را دور می زد در چرخش دچار اشتباه شد و لیفتراک را محکم به ستون کوبید و چنگک های آن در راک فرو رفت. او با برعکس کردن حرکت لیفتراک تلاش کرد چنگک ها را بیرون بیاورد که احساس کرد راک آرام آرام در حال لرزیدن است. از ترس فروریختن کامل سازه از لیفتراک بیرون پرید و به سمت نزدیک ترین خروجی دوید.

در طول شب راک ها مثل دومینو ردیف به ردیف فرو ریختند. وقتی کارمندان صبح فردا سرکار آمدند از دیدن انبار فروریخته مات و مبهوت ماندند. با دیدن این صحنه شکی باقی نماند که ریختن راک ها کار لیفتراک بوده است. سل فاتین (Sal Fateen) کارشناس قضایی که مسئول تحقیق در باره ی حادثه شد، از کشف شواهدی نال بر وجود شرایطی که منجر به عدم ثبات راک در محل نصب اولیه شد، تعجب

نکرد. وی که ریاست مرکز مشاوره و طراحی راک در لس آنجلس را برعهده دارد می گوید: به طور کلی فرو ریختن راک ناشی از مجموعه ای از عوامل است که اکثر آنها قابل پیشگیری اند. در طول بیش از دو دهه مطالعه ی جدی بر روی صدها مورد از فروریختن راک ها، فاتین به این نتیجه رسیده است که آنها به ندرت به دلیل یک اتفاق خارجی مانند ضربه ی لیفتراک فرو می ریزند. به همین دلیل است که ضرایب ایمنی که جزء لاینفک طراحی این نوع سازه ها هستند، به راک قدرت می دهند که محکم بر جای خود باقی بمانند.

مانند خانه ای از کاغذ

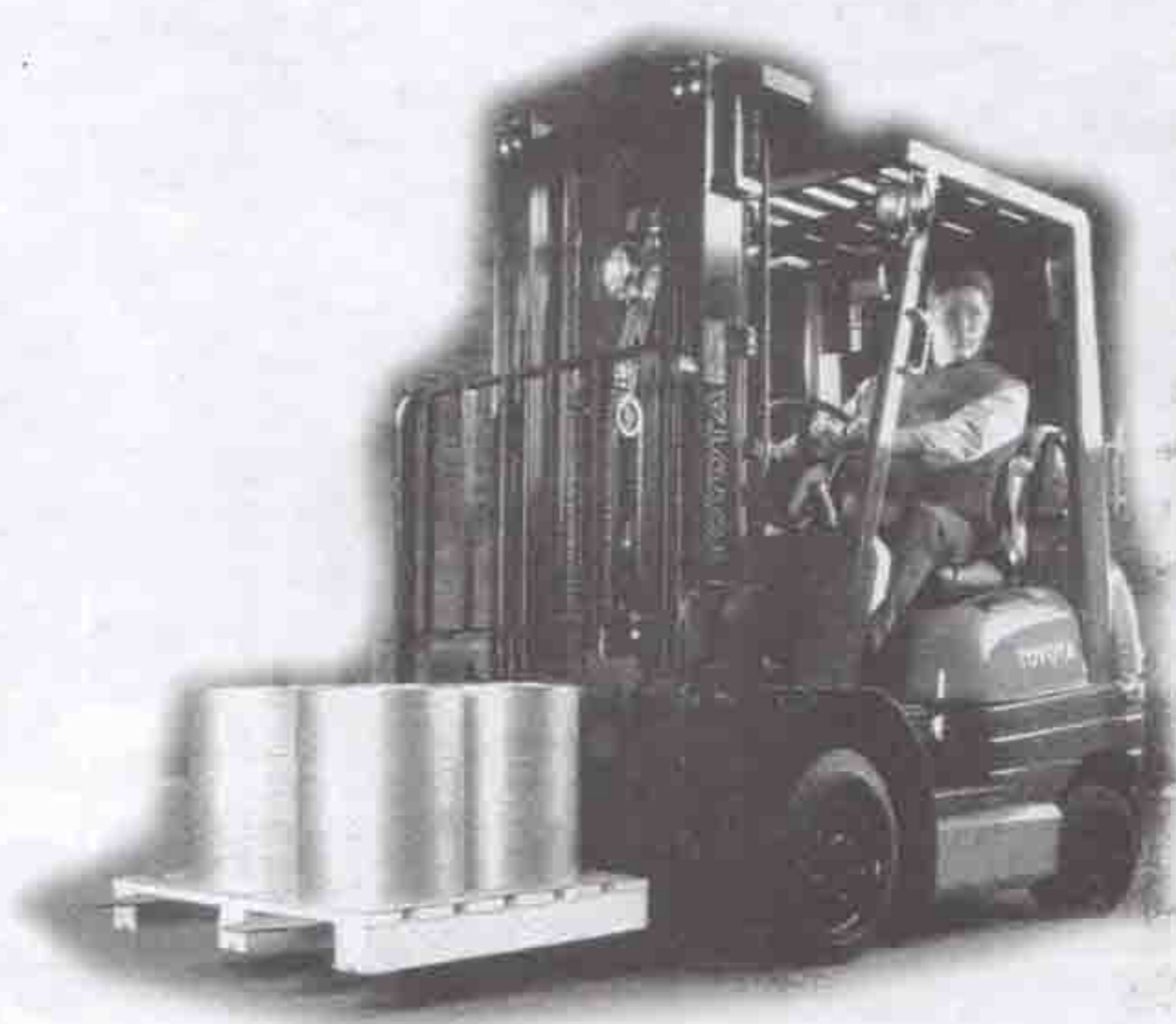
فاتین می گوید: به هر حال کافی است عوامل طراحی در حد ۱۰۰٪ رعایت نشده باشد، صحت و دقت استفاده از راک کمتر از ۱۰۰٪ باشد یا رانندگان لیفتراک از سطح آموزش کمتر از ۱۰۰٪ برخوردار باشند تا سریعاً منجر به این امر شود که سازه به اندازه ی خانه ای ساخته شده از ورق بازی مقاومت نکند. همه ی این ها عملاً در فروریختن راک های انبار سهم

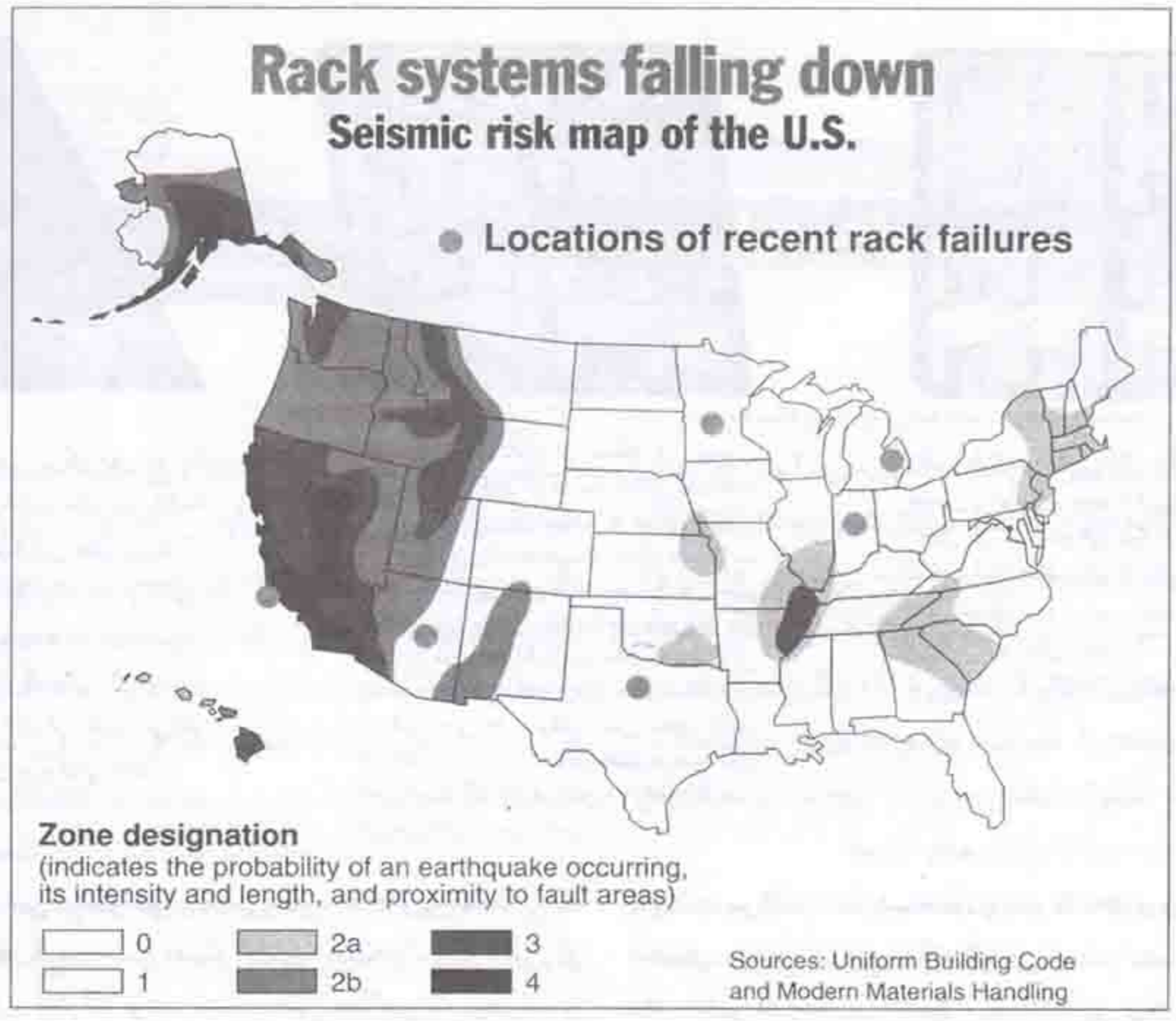




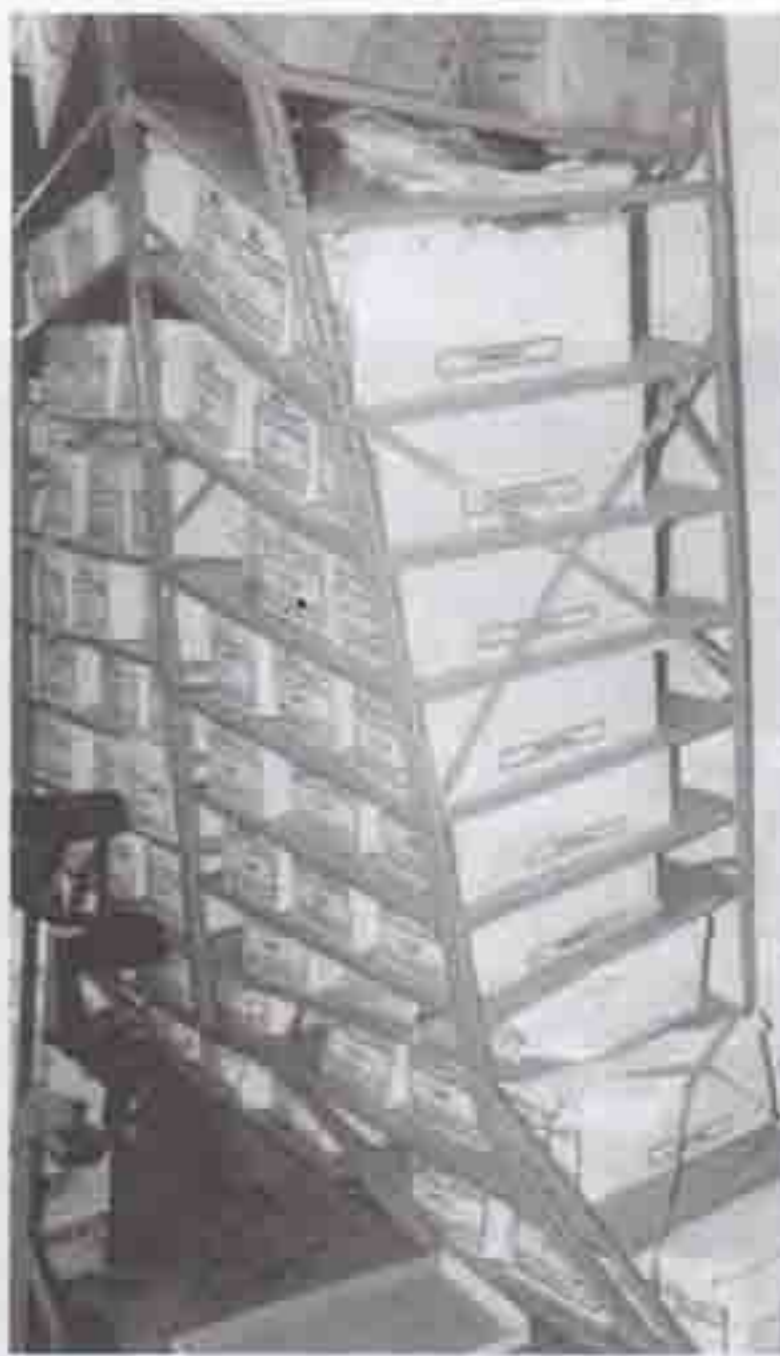
متهم ردیف اول سقوط راک ها

بوده‌اند. به عقیده ی برخی، زلزله یکی از عوامل اصلی آسیب راک است. اما همه ی این ها، نتیجه ی استاندارد نبودن سازه های ساخت دست بشر است. چون تجهیزات نگهداری اسناد و مدارک بر مبنای فوت مکعب بارگذاری می شوند، گرایش زیادی برای پر کردن فضای بارگذاری در حد امکان وجود دارد. گذاشتن بار اضافه روی راک ها و چپاندن کارتن های پر از کاغذ در فضای کم دقیقاً یکی از عوامل مهمی است که همواره مشکل ساز است. به جز بار اضافی که صنعت انبارداری را با مشکل مواجه می کند، برخی از کمپانی ها راک های فاقد استانداردهای مهندسی را نصب می کنند. بعضی ها فقط طراحی را خوب انجام می دهند تا بعد استفاده نادرست و تغییرات غیر اصولی را دلیل مشکل مطرح کنند. فانتین می گوید: بعضی از این شرکت ها در واقع حدود نوآوری نهنی را هر چند مغایر با اصول طراحی راک گسترش می دهند، یکی از این به اصطلاح خلاقیت های مهندسی در این کار این است که می توان با استفاده از طولانی کردن بازوها میان ستون های راک ظرفیت انبار را زیاد کرد که گاهی اوقات این افزایش فراتر از معیار های ایمنی طراحی است. فانتین می گوید: وجود





به غیر از زلزله، علت اصلی فروریختن بسیاری از راک ها عوامل ناشی از عملکرد انسان است. مثلاً طراحی نادرست، بار اضافی یا برخورد لیفتراک که ترکیب همه ی این ها اخیراً در فروریختن سازه های راک دست داشته اند. بسیاری از این اتفاقات در مناطقی که کمتر خطر زلزله دارند اتفاق افتاده اند.



فضای اضافی در انتهای ردیف معمولاً اتفاق می افتد، بنابراین برخی از ذهن های خلاق که متوجه حساسیت طرح با در نظرگرفتن محل بار و هاومیزان بار گذاری نیستند، بازویی باطول بیشتر از طرح اولیه در آن محل قرار می دهند. حالا فقط به خاطر جا زدن کمی بار بیشتر سلامت طراحی از بین رفته است. کارخانه ها به همان اندازه که سیستم های راک را طولانی تر می کنند، آنها را بلندتر نیز می کنند. ارتفاع راک هایی که برای انبار اسناد و مدارک به کار می رفت ۱۲ فوت بود که امروزه این ارتفاع ۱۸ فوت و یا بیشتر است. فائین معتقد است: ارتفاع به خودی خود ایمنی راک را کاهش نمی دهد ولی ممکن است در ثبات راک تاثیر گذار باشد. به گفته ی فائین در کارخانه ها رایج است که سیستم هایی با دو طبقه ی راهرو بندی اجرامی کنند که شامل محل تخلیه ی بار در طبقه ی دوم، بین دو ردیف قفسه بندی می باشد. حالا فکر کنید کسی بخواهد به سیستمی که تحمل بار شرایط اول را ندارد طبقه ی سوم را اضافه کند.



اضافه بار باعث کج شدن ستون های این قفسه شده است. به بار گذاری فشرده ی کارتن ها، فاصله ی بسیار کم کف ها از هم و جعبه های بزرگ روی قفسه که نباید در چنین قفسه بندی استفاده شود، توجه کنید.

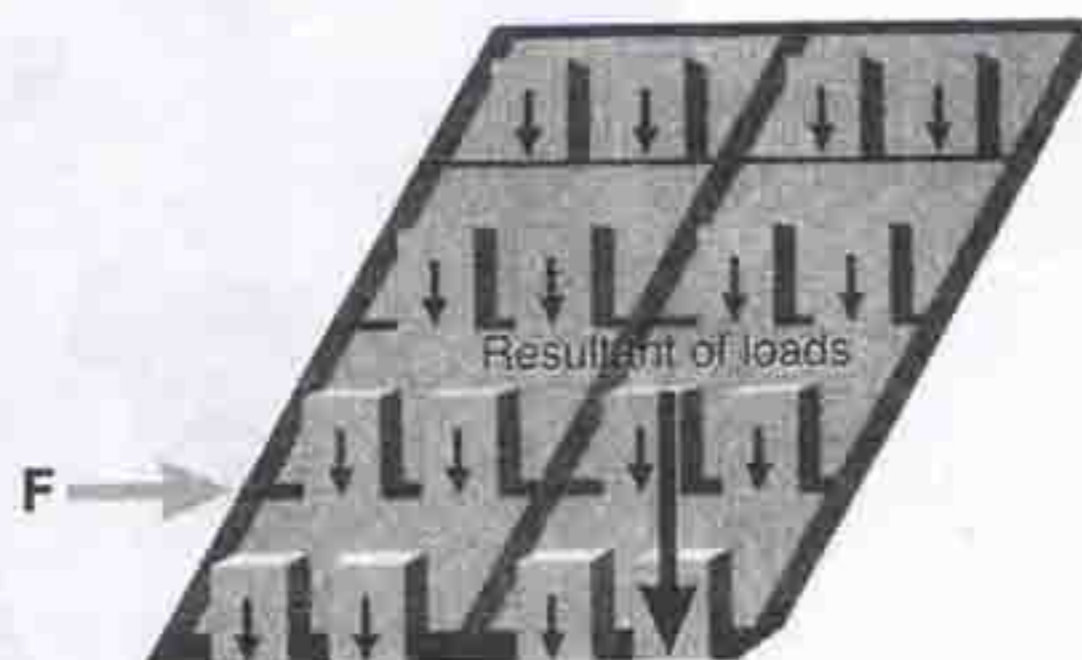
برخورد لیفتراک با ستون راک ها ممکن است سازه را ضعیف کند. کن وود (Ken Wood) نماینده قانونی و مشاور



وقتی طراحی دقیق باشد راک و قفسه‌ها چندین برابر وزن خود را در راستای عمودی تحمل می‌کنند. در این مورد ضرایب ایمنی نباید فراموش شود زیرا از فروریختن راک به دلیل اضافه بار و برخورد لیفتراک جلوگیری می‌کند. در این صورت حتی زلزله هم نمی‌تواند راک را واژگون کند.



طراحی غیر استاندارد، اضافه بار، نیروی خارجی یا ترکیبی از هر یک از این‌ها باعث می‌شود توازن بار نسبت به مرکز ثقل از محور ستون راک به هم بخورد که عدم ثبات سازه را در پی خواهد داشت. این عدم توازن بار ستون راک را در معرض یک گشتاور مضاعف قرار می‌دهد که به عنوان یک نیروی افقی ستون را به سمت مرکز ثقل بار فشار می‌دهد. وقتی ستون تغییر حالت می‌دهد با ایجاد گشتاور بیشتر موجب دور شدن مرکز ثقل بار می‌شود به همین ترتیب این دور تکرار می‌شود.



دور تغییر تدریجی مرکز ثقل بار تا زمان فروریختن سازه امکان دارد ادامه یابد. از سویی دیگر این تغییر می‌تواند سازه را تا حدی ضعیف کند و تغییر شکل دهد که با وجود ظاهر پایدار سازه، حتی ضربه‌ی کوچکی از جانب لیفتراکی که از کنار آن عبور می‌کند برای فروریختن سازه کافی باشد.

فروشنده موظف است همه محاسبات و نقشه‌های دقیق که به امضای مهندس دارای اجازه قانونی رسیده است را ارائه دهد. اخیراً در بسیاری از موارد OSHA این نوع اطلاعات را از صاحبان راک خواسته است. این کدها نکته‌ی به خصوصی در مورد حفاظت از قسمت‌های پایین ستون راک در برابر صدمات ناشی از لیفتراک ندارند. وود بر اساس مواردی که تجربه کرده است به کاربران در مورد محافظ اضافی برای ستونها تاکید می‌کند. وی می‌گوید رانندگان آموزش دیده می‌توانند به کاهش مشکل کمک کنند اما هیچگاه نمی‌توان صدمات ناشی از لیفتراک را نادیده گرفت مگر آنکه نوعی روش حفاظت (wire-guidance) داشته باشید. روشهای معمول برای مستحکم کردن راک عبارتند از حفاظ گوشه‌ی سازه، قاب‌هایی با تحمل ضربه‌ی زیاد و حفاظ راک. برای جلوگیری از تشدید صدمات ناشی از لیفتراک کارشناسان پیشنهاد می‌کنند انکربولت‌های شکسته و قسمتهایی که رنگ آنها کهنه شده یا ساییده شده و خم شده‌گی ستون‌ها به تناوب بازرسی شود. اگر نشانه‌ای از آسیب مشاهده کردید، تولیدکننده راک باید آن را بازرسی و تعمیرات ضروری را انجام دهد. با اینکه این کارها سخت و وقت‌گیر به نظر می‌رسد، وود تاکید می‌کند که این تلاشها بازدهی خواهند داشت. او می‌گوید من تعجب می‌کنم چطور کسی می‌خواهد یک سازه راک داشته باشد اما تا آنجا که ممکن است برای ایمنی آن تلاش نکند. چرا برای چند دلار بیشتر خود را در معرض خطر فاجعه بار سقوط سازه قرار می‌دهید؟

متخصص در طراحی راک می‌گوید در ۹۰٪ پرونده‌هایی که مطالعه کرده است علت اصلی حادثه، آسیب ناشی از برخورد لیفتراک بوده است. حتی هنگامی که لیفتراک با سرعت کم حرکت می‌کند انرژی حرکتی فراوانی را به وجود می‌آورد. ستون‌های راک‌هایی که از فولاد با ضخامت کم ساخته شده‌اند، تحمل چنین ضربه‌ای را ندارند. مثل این است که بخواهیم یک کادیلاک در حال حرکت را با تسمه‌های لاستیکی متوقف کنیم. یک بار ضربه‌ی لیفتراک احتمالاً نمی‌تواند باعث سقوط راک شود اما با تکرار این کار ستون راک تا حدود زیادی فرم خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند دیگر بار مورد نظر را نگه دارد. وود می‌گوید در این هنگام یک فشار کوچک لیفتراک یا یک لرزش ساده‌ی ناشی از جابجایی پالت هم می‌تواند سازه را فرو بریزد. این همان مشکلی بود که در مورد اخیر اتفاق افتاد.

سقوط قابل پیشگیری

با این که هیچکس نمی‌تواند ثبات راک را تحت کلیه‌ی شرایط تضمین کند، کارشناسان می‌گویند بسیاری از فروریختن‌ها در مورد راک قابل پیشگیری است. قاتین می‌گوید: اگر در طراحی، استاندارد‌های دقیق و منطقی مهندسی رعایت شود و استفاده از قفسه‌بندی طبق اصول تعریف شده باشد، راک‌ها فرو نمی‌ریزند. برای اینکه سازه‌ی راک همه‌ی کدها و استانداردهای قابل قبول را کاملاً دارا باشند، وود بر این نکته تاکید می‌کند که همه چیز به کاربرد بستگی دارد و کسی این کار را برایتان انجام نمی‌دهد. اطلاعات مربوط به تولید، که راک بر اساس آن مشخصات طراحی شده است از جمله همه‌ی کدهای ساختمانی محلی و کشوری باید از فروشنده خواسته شود و

گزارش فعالیت‌های واحد بازاریابی دژپاد

(الکترونیکی C2C-C2B)

به منظور مذاکرات رو در رو با مشتریان، نمایش محصولات و توانمندی‌های دژپاد و آرایه‌ی آخرین دستاوردها و فن‌آوری‌های صنعت قفسه بندی و تجهیزات جابجایی در ایران و ارتباط با تامین کنندگان و مردم و مسئولین و جمع‌آوری اطلاعات در بازار، شرکت دژپاد در ۱۵ نمایشگاه بین‌المللی داخلی و ۳ نمایشگاه خارج از کشور حضور یافت، که در تمامی آنها مورد توجه بازدید کنندگان قرار گرفت. تا آنجا که در نمایشگاه نفت گاز و پتروشیمی به عنوان غرفه‌ی برتر لوح تقدیر و تندیس دریافت کرد. اسامی نمایشگاه‌هایی که دژپاد تا کنون در آنها حضور داشته به شرح زیر می‌باشد:

نمایشگاه‌های خودرو (۳ دوره) نفت، گاز و پتروشیمی (۲ دوره) - لوازم خانگی (۲ دوره) - فروشگاه‌های زنجیره‌ای، یاد یار مهربان (از طرف شهرداری برای کمک غیر نقدی به مدارس) خودرو تبریز (۲ دوره)، بازرگانی یزد، بازرگانی اراک، فولاد و صنایع وابسته، اکسپو کیش (نمایشگاه‌های خارجی هانوفر، دبی، بیرمنگام، روسیه و...).

واحد بازاریابی در راستای استراتژی شرکت دژپاد مبنی بر

به منظور حضور فعال، سازمان یافته، و منسجم‌تر در بازار قفسه و تجهیزات انبار کشورمان، واحد بازاریابی در سال ۱۳۸۱ به عنوان واحدی مستقل شروع به کار کرد. برای معرفی بهتر و جامع‌تر دژپاد و آرایه توانمندی‌های نزد مشتریان محترم و نیز افزایش ارتباط موثر کارشناسان فروش با ایشان، کاتالوگ عمومی، تک برگی (هر محصول در دو صفحه با تعریف جامع-کاربری-مشخصات-ویژگی‌ها -جدول تحلیلی و اجزای محصول)، صادراتی (انگلیسی، روسی) تدوین و چاپ گردید.

در راستای حرکت با علوم ارتباطی و اطلاعاتی جدید، لوح فشرده‌ی چند رسانه‌ای دژپاد طراحی و اجرا گردید و بعد از چاپ در اختیار مشتریان قرار گرفت.

این لوح فشرده شامل:

۱: معرفی دژپاد (تاریخچه، پیام مدیر عامل، مدیران دژپاد، پروژه‌های کلان، گواهی نامه‌های داخلی و بین‌المللی، بخش‌های مختلف شرکت)

۲: بازار/ مشتریان (مشتریان به تفکیک گروه صنعتی)

۳: محصولات (سیستم‌های نگهداری قفسه بندی، تجهیزات جابجایی، اسکلت‌های فلزی پیش ساخته، سازه‌های فروشگاهی، نمایشگاهی، اداری، اتاقک‌های پیش ساخته، ظروف نگهداری مواد و کالا، سیستم‌های بایگانی اسناد، خدمات مشاوره مهندسی، نمایندگی انحصاری کاردکس)

۴: کاربری محصولات (معرفی محصولات و کاربری آنها)

۵: نحوه‌ی تعامل مشتریان با دژپاد

۶: نمایندگی‌ها

۷: تماس با دژپاد می‌باشد.

به منظور تسهیل در اطلاع رسانی به مشتریان از طریق اینترنت، وب سایت دژپاد را با توجه به مقتضیات زمانی به پیش بردیم که در آینده‌ی نزدیک وب سایت به سه زبان انگلیسی، عربی و روسی ترجمه خواهد شد تا مشتریان به صورت (on line) با دژپاد ارتباط داشته باشند (تجارت



دارنده گواهینامه ISO9001-2000 در صنعت قفسه بندی
سازنده و مجری انبارهای مرتفع و مکانیزه (AS/RS)
مشاوره و مجری راه‌های تمام عیار لجستیکی
(نگهداری و جابجایی مواد)

دژپادا



تحقق شعار خود (بهینه ساز فضا، چاره ساز انبار) اقدام به تغییر نگرش از مفهوم فروش محصولات به راه حل فروشی و ارائه مفهوم بهینه سازی فضا (در فضا، هزینه، زمان، سطح دسترسی، سرعت در سرویس دهی و...) و چاره سازی انبار (استفاده از فضا به جای سطح) و ایجاد یک رابطه ی برد، برد و دراز مدت با مشتریان خود، نموده است.

رضایت سنجی از مشتریان بعد از نصب محصولات به منظور تعیین سطح رضایت آنها (رفتار و دانش تخصصی کارشناسان فروش و نصب - سرعت ارائه ی طرح و تناسب آن با نیاز های مشتریان) صورت می پذیرد. برگزاری تور دژپادا که طی آن مشتریان بالقوه و بالفعل دژپادا ضمن حضور در کارخانه از نزدیک با فرآیندهای مدیریتی و تضمین کیفیت - تولید-توان تخصصی و مهندسی-توان مالی و محصولات آشنا می شوند. همچنین برگزاری سمینار (نگاهی کاربردی به مفهوم بهینه سازی فضا در انبارهای واحد های صنعتی و خدماتی) در سطح شرکت ها و مجامع علمی و دانشگاهی از برنامه های آتی شرکت دژپادا می باشد.



شما در پی نظم در انبار خود هستید؟

www.dozhpad.com



ما راه حل
مشکل انبار
شما هستیم



بهبه‌ساز فضا، چاره‌ساز انبار