

اختتامیه اولین دوره جایزه نعالر صنعت کاشی و سرامیک

CLOSING CEREMONY OF THE FIRST
TILE AND CERAMIC
INDUSTRY EXCELLENCE AWARD

سرآمدی، برای جهانی شدن
EXCELLENCE FOR GLOBALISATION

گردهمایی بزرگ فعالان صنعت کاشی و سرامیک
Forum of tile and ceramic industry activists

معرفی سازمان های برتر و اهدای جوایز و سخنرانی از تجارب موفق
Recognition of Excellence Awards ceremony and best practice Speeches



igi

isatis golden industrial

زرین صنعت ایساتیس

www.globaligi.com

HLT | DLT

حامی اولین دوره
جایزه تعالی صنعت کاشی و سرامیک

Sponsor of the first excellence
award for the tile and
ceramic industry

www.hltchina.com.cn



زمستان ۱۴۰۳ | شماره ۷۲

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال

صاحب امتیاز:

مرئضی صفدری زاده میبیدی

مدیر مسئول:

محمد دین محمدی

سر دبیر:

نسرین احمدی

مدیر دفتر پزدا:

حجت علمی

کادر هیات علمی:

دکتر محمد علی محمدی، دکتر سعید صادق پور، دکتر علیرضا بطحالی
مهندس بناب، مهندس مشکلاتی، مهندس محمد زرگر

امور بازاریابی و تبلیغات:

رضا قربانی

دپارتمان طراحی و صفحه آرایی:

گروه تبلیغاتی تیرازه

طراح:

مینم پورامینی

مدیر سایت و امور شبکه های مجازی:

الهام انسیدی

مدیر مالی و قراردادها:

ندا احمدی

مترجم:

فاطمه فقیه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی:

چاپ گنجی

نشانی:

روبروی مترو دروازه شمیران، خیابان روشندان، پلاک ۷۱

Table of contents

فهرست مطالب

9	What to do after receiving the award	پس از دریافت جایزه تعلق چه باید کرد
11	The Energy Crisis and the Threshold of Resistance to Fatigue	بحران انرژی و آستانه مقاومت در برابر خستگی صنعت
15	Together, we passed the first year of the Excellence Award for the Ceramic Tile Industry	با هم از اولین سال جایزه تعلق صنعت کاشی و سرامیک گذشتیم
25	Organizational Transformation from the Path of Excellence	مسیر در تاریخ نفوذ کاشی های مستی جهان
30	Mr. Mohammad Javad Sedeghpour (the CEO of Kashan Khayyam Tile)	تحول سازمانی از سیر تعلق
37	Transformational Leaders and Organizational Excellence	مقاله دکتر محمدی
45	Critical Organizational Capability in the Ceramic Tile Industry	مصاحبه آقای صادق پور (مدیر عامل کاشی خیام)
49	A brief discussion with the CEO of Rookaseraam (Vahid Pahlvanspour)	تقریب تولید - دو روی یک سکه
57	Stakeholders from the Perspective of the EFQM 2025 Model	مقاله مهندس ناصر سردادور
59	The importance of the employer's brand and the impact of human resources in its creation	رهبران تحول گرا و تعلق سازمانی
67	How Time and Gas Pressure Affect the Quality of Ceramic Tile Coating Layers	مقاله دکتر صادق پور
81	Strategic Planning and Organizational Excellence in the Ceramic Industry	راههای انتخاب کاشی با توجه به نور محیط
89	The Missing Link of the Industry's Human Resources	قابلیت های سازمانی در صنعت کاشی و سرامیک

مطالب ارسالی قابل بازگشت نمی باشد. نظر نویسنده لزوماً نظر فصلنامه کاشی و سرامیک نمی باشد. فصلنامه کاشی و سرامیک در چاپ و تصحیح مطالب رسیده آزاد است. فصلنامه کاشی و سرامیک نشریه مستقل بوده و به هیچ نهاد موسسه و شرکتی وابسته نمی باشد. برداشت و استفاده از مطالب فقط با نام فصلنامه کاشی و سرامیک تاریخ و شماره مجله آزاد میباشد در صورت هر گونه برداشت و استفاده از مطالب فصلنامه کاشی و سرامیک را از این موضوع آگاه سازید فصلنامه کاشی و سرامیک ارائه دهنده آخرین اطلاعات در زمینه پژوهش، فناوری مدیریت بازرگانی و اخبار صنعت کاشی و سرامیک جهان است فصلنامه کاشی و سرامیک مشتاقانه در جستجوی مشارکت پر ارزش استادن پژوهشگران مدیران کار آزموده کارشناسان فرهیخته و هرگونه همکاریست تا بتواند دستهایی به بهره مندی دبستان این صنعت را در جهان فراهم نماید.

دفتر مرکزی: تهران، میدان ونک خیابان ملاصدرا ابتدای شیراز جنوبی کوچه

بهار، پلاک ۱ واحد ۹

کد پستی: ۱۲۳۵۸۶۲۸۲۱ تلفن: ۰۲۱۸۸-۲۲۱۶۸



TILE AND CERAMIC





کاشی فیروزه
firoozeh tile

FIROOZEHTILE.COM
@FIROOZEHTILE

هدف دینوکل : توسعه تکنولوژی و آموزش



• در دهه هفتاد اولین چسب خمیری ساخته و به بازار ارائه شد که با عدم استقبال مشتریان متوقف (لیکن بعدها در بازار رایج گردید) و در دهه هشتاد با تولید اولین سرامیک های پرسلانی چسب مربوطه از شرکت های ایتالیایی وارد و به بازار ارائه گردید.

• اینک پس از قریب دو دهه واردات مستقیم از شرکت های ایتالیایی نهایتاً با همکاری و تکنولوژی ایتالیا، دینوکل (Dino به زبان ایتالیایی برگرفته از نام ایتالیایی دایناسور Dinosaur و koll از معنی Colla یعنی چسب) فعالیت خود را با دانش فنی و تکنولوژی آن کشور در ایران آغاز نموده است.

• دینوکل (DINOKOLL) با اخذ استاندارد ملی ایران اولین چسب پرسلانی استاندارد ایران را شروع و سپس بلافاصله با اخذ اولین استاندارد چسب اسلب پرسلانی تولید آن را آغاز و اصیل ترین و واقعی ترین تولید چسب پرسلان و اسلب را بنیان نهاد و با اخذ اولین تاییدیه مرکز تحقیقات ملی مسکن و شهرسازی در لیست مناقصه های داخلی ایران قرار گرفت.

• در این زمینه دینوکل با رسالت توسعه راستین و واقعی خود آموزش کاشیکاران و کاشی فروشان را سرلوحه خود قرار داده تا بدین وسیله موجبات توسعه علمی و تکنولوژیکی این محصول را در ایران فراهم نماید.



دینوکل آمادگی خود را برای آموزش رایگان

کادر فروش و مهندسين شرکت ها اعلام می دارد.



نشریه تخصصی صنعت کاشی و سرامیک بنیانگذار مدل تعالی

صنعت کاشی و
سرامیک در کشور



نشریه تخصصی
صنعت کاشی و سرامیک
بنیانگذار مدل تعالی

هتل بوتیک قلعه وزیر

VAZIR CASTLE BOUTIQUE HOTEL

هتل بوتیک قلعه وزیر در میبد، یک اقامتگاه تاریخی است که در دل معماری سنتی ایران جای گرفته است. اگر به دنبال تجربه‌ای متفاوت و آرامش‌بخش هستید، اینجا می‌توانید تاریخ را در کنار راحتی مدرن تجربه کنید.

این مجموعه شامل قسمت‌های مختلفی می‌باشد، از جمله:



کافی شاپ



هتل



رستوران



فضای سنتی

در دل تاریخ میزبان شما هستیم!



📍 QALEVAZIR

🌐 WWW.QALEVAZIR.IR

☎️ ۰۲۲ ۸۲۶ ۱۳۲۲ | ۰۲۵-۲۲ ۲۲ ۱۳۳۵



📍 کیلومتر ۵ جاده میبد - یزد، روستای رکن آباد

پس از دریافت جایزه تعالی باید چه کرد

مقدمه

پس از دستیابی به جایزه تعالی سازمانی، بسیاری از شرکتها با این پرسش مواجه می‌شوند که گام بعدی چیست؟ آیا باید مسیر رشد و بهبود را ادامه دهند یا صرفاً به حفظ جایگاه خود بپردازند؟ تجربه نشان داده است که تعالی یک فرآیند مستمر است و کسب جایزه، نقطه پایان نیست، بلکه نقطه شروعی برای بهبودهای بیشتر محسوب می‌شود. در این مقاله، به بررسی اقداماتی که سازمانها پس از کسب جایزه تعالی باید انجام دهند، خواهیم پرداخت.

۴- سرمایه‌گذاری در توسعه منابع انسانی

یکی از کلیدی‌ترین عوامل موفقیت در مسیر تعالی، سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی است. سازمانها باید به آموزش مستمر کارکنان و ارتقای مهارت‌های آنها توجه کنند. برنامه‌های آموزشی منظم، کارگاه‌های مهارتی و ایجاد فرصت‌های رشد حرفه‌ای می‌توانند به افزایش بهره‌وری و نوآوری کمک کنند.

۵- ارزیابی مستمر عملکرد سازمانی

سازمان باید به‌طور مداوم عملکرد خود را ارزیابی کند و از شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) برای پایش پیشرفت بهره‌برد. بررسی‌های دوره‌ای و ممیزی‌های داخلی می‌توانند نشان دهند که آیا سازمان در مسیر درست قرار دارد یا نیاز به اصلاح استراتژی‌ها دارد.

۱- تحلیل نتایج ارزیابی و شناسایی نقاط ضعف و قوت

پس از دریافت جایزه تعالی، اولین اقدام سازمان باید بررسی دقیق گزارش‌های ارزیابی باشد. تحلیل بازخوردهای ارائه‌شده توسط ارزیابان می‌تواند دیدگاه ارزشمندی درباره نقاط قوت و ضعف سازمان ارائه دهد. لازم است که تیم مدیریت، نقاط ضعف را به‌عنوان فرصت‌های بهبود شناسایی کرده و برنامه‌هایی برای ارتقای عملکرد تدوین کند.

۲- توسعه فرهنگ بهبود مستمر

دستیابی به تعالی سازمانی به‌معنای پایان مسیر بهبود نیست. برای حفظ و ارتقای سطح تعالی، سازمان باید فرهنگ بهبود مستمر را در بین کارکنان نهادینه کند. ایجاد فضایی که در آن کارکنان به ارائه ایده‌های نو و پیشنهادهای بهبود تشویق شوند، می‌تواند به رشد پایدار کمک کند.

۳- به‌روزرسانی استراتژی‌های سازمانی

با توجه به تحلیل نتایج ارزیابی، سازمان باید استراتژی‌های خود را به‌روزرسانی کند. ممکن است برخی از فرآیندها نیاز به اصلاح یا تغییر داشته باشند تا بتوانند در سطح بالاتری از عملکرد قرار گیرند. همچنین، تعیین اهداف جدید بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از ارزیابی می‌تواند مسیر رشد سازمان را مشخص‌تر کند.

۶- استفاده از فناوری‌های نوین

فناوری می‌تواند نقش مهمی در حفظ و توسعه تعالی سازمانی ایفا کند. سازمانها باید به دنبال بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای بهبود فرآیندها، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری باشند. تحول دیجیتال، اتوماسیون فرآیندها و استفاده از داده‌کاوی برای تحلیل عملکرد سازمان می‌تواند به بهبود مستمر کمک کند.





نتیجه‌گیری

دستیابی به جایزه تعالی سازمانی یک موفقیت بزرگ محسوب می‌شود، اما نباید آن را به‌عنوان نقطه پایان در نظر گرفت.

سازمان‌ها باید با استفاده از نتایج ارزیابی، برنامه‌های بهبود مستمر را تدوین کرده و فرهنگ تعالی را در تمام سطوح خود نهادینه کنند.

تنها از این طریق است که می‌توانند در مسیر رشد پایدار باقی بمانند و جایگاه خود را در میان رقبا حفظ کنند.



۷- تقویت ارتباط با ذی‌نفعان

فناوری می‌تواند نقش مهمی در حفظ و توسعه تعالی سازمانی ایفا کند. سازمان‌ها باید به دنبال بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای بهبود فرآیندها، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری باشند. تحول دیجیتال، انوماسیون فرآیندها و استفاده از داده‌کاوی برای تحلیل عملکرد سازمان می‌توانند به بهبود مستمر کمک کنند.

۸- توسعه نوآوری و خلاقیت

نوآوری یکی از عوامل کلیدی در پایداری تعالی سازمانی است. سازمان‌ها باید محیطی را فراهم کنند که در آن کارکنان بتوانند ایده‌های خلاقانه خود را مطرح کرده و به اجرا بگذارند. ایجاد تیم‌های نوآوری، برگزاری جلسات طوفان فکری و تخصیص منابع برای تحقیق و توسعه (R&D) از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه هستند.

۹- مدیریت تغییرات و ریسک‌ها

سازمان‌ها باید آمادگی لازم برای مدیریت تغییرات و ریسک‌های مختلف را داشته باشند. پس از دریافت جایزه تعالی، ممکن است نیاز به تغییر برخی فرآیندها یا اتخاذ تصمیمات جدید باشد. مدیریت صحیح تغییرات و ارزیابی ریسک‌های احتمالی می‌تواند از بروز مشکلات جلوگیری کرده و سازمان را در مسیر بهبود نگه دارد.

۱۰- تقویت مسئولیت اجتماعی سازمانی

یکی از شاخص‌های تعالی، مسئولیت اجتماعی سازمان (CSR) است. سازمان‌ها باید برنامه‌هایی را برای ایفای نقش مؤثر در جامعه تدوین کنند. فعالیت‌هایی نظیر حمایت از محیط‌زیست، مشارکت در امور خیریه و توجه به نیازهای اجتماعی می‌توانند به ارتقای اعتبار و برند سازمان کمک کنند.



6. Using New Technologies

Technology can play an important role in maintaining and developing organizational excellence.

Organizations should seek to use new technologies to improve processes, reduce costs, and increase productivity.

Digital transformation, process automation, and the use of data mining to analyze an organization's performance can contribute to continuous improvement.

7- Strengthening communication with stakeholders

Organizational excellence is not only limited to internal performance, but effective interaction with stakeholders is also very important. Organizations should pay attention to improving relationships with customers, suppliers, employees, and other stakeholders and use their feedback to improve their services and products

10- Strengthening organizational social responsibility

One of the indicators of excellence is organizational social responsibility (CSR).

Organizations must develop programs to play an effective role in society.

Activities such as protecting the environment, participating in charitable affairs, and paying attention to social needs can help improve the reputation and brand of the organization.

Conclusion

Achieving the Organizational Excellence Award is a great achievement, but it should not be considered as the end point. Organizations should use the results of the evaluation to develop continuous improvement plans and institutionalize a culture of excellence at all their levels. Only in this way can they stay on the path of sustainable growth and maintain their position among competitors

8- - Developing innovation and creativity

Innovation is one of the key factors in the sustainability of organizational excellence. Organizations need to provide an environment where employees can come up with and implement their creative ideas. Creating innovation teams, holding brainstorming sessions, and allocating resources for research and development (R&D) are some of the effective solutions in this field.



9- Managing changes and risks

Organizations must be prepared to manage various changes and risks. After receiving the Excellence Award, you may need to change some processes or make new decisions. Proper management of changes and assessment of potential risks can prevent problems and keep the organization on the path to improvement.

So, you won the Excellence Award – now what?

Introduction

After winning a company excellence award, many organizations wonder what's next.

Do they keep striving for improvement or just coast on their success?

Experience shows that excellence is a journey, not a destination. Winning an award is a starting point, not the finish line. This article looks at what organizations should do after winning an excellence award.

1. Analyze the evaluation results and identify strengths and weaknesses.

The first step after receiving an excellence award is to carefully review the evaluation reports. Analyzing the feedback from the assessors provides valuable insight into the organization's strengths and weaknesses. Management needs to identify weaknesses as opportunities for improvement and develop plans to boost performance.

2. Develop a culture of continuous improvement.

Achieving organizational excellence doesn't mean the end of the improvement journey. To maintain and improve excellence, the organization needs to foster a culture of continuous improvement among its employees. Creating an environment where employees are encouraged to offer new ideas and improvement suggestions can contribute to sustainable growth.

3. Update organizational strategies.

Based on the analysis of the evaluation results, the organization should update its strategies. Some processes may need to be revised or changed to achieve higher levels of performance.

Setting new goals based on the data obtained from the evaluation can also make the organization's growth path clearer.

4. Investing in human resource development

One of the key factors for success on the path to excellence is investing in human resources. Organizations should pay attention to the continuous training of employees and the improvement of their skills. Regular training programs, skills workshops, and the creation of professional growth opportunities can help increase productivity and innovation.

5- Continuous evaluation of organizational

The organization must continuously evaluate its performance and leverage key performance indicators (KPIs) to monitor progress. Periodic reviews and internal audits can show if an organization is on the right track or needs to refine its strategies.

بحران انرژی و آستانه مقاومت در برابر خستگی صنعت

هفتاد و دومین شماره از فصل نامه کاشی و سرامیک در حالی چاپ میشود که صنعت کاشی و سرامیک ایران در آستانه آغاز سال ۱۴۰۴ و با ۲۰۲۵ میلادی با موضوعات متنوع و متعددی بشرح ذیل مواجه است.

۱. آغاز رقابت بیشتر در بازارهای صادراتی خصوصا در عراق با رقیبی بنام هند.

۲. رشد بیجیدگی و طولانی واردات مواد اولیه و قطعات خاص در سیستم داخلی کشور و در نظامات تحریم اقتصادی خارج.

۳. شوکهای ناشی از قطع گاز و برق در زمستان و برق در تابستان و در نتیجه کاهش میزان تولید و کیفیت و افزایش هزینه های ناشی از خرید انرژی از بورس و با نپایه نیروگاه های نامین انرژی و با پذیرش هزینه های توقف تولید.

۴. افزایش کلی هزینه های تولید صنعت کاشی و سرامیک.

۵. عدم تحمل پذیری و با پذیرش افزایش قیمت فروش محصولات توسط بازار با توجه به رقابت تولید کنندگان برای فروش محصولات.

۶. بروز اختلافات صنفی در اتخاذ تصمیمات واحد. در تبلیغات، نمایشگاه ها و بحرانهای فوق الذکر.

۷. کاهش سودآوری و سخت شدن تاب آوری صنعت در اجرای تعهدات بانکی و هزینه ها.

لذا به نظر میرسد به میزان رشد صنعت و افزایش قدرت و عفتابیت مدیرانمان موضوعات فوق الذکر بار سنگینی از جهت برنامه ریزی و سرمایه گذاری بردوش آنان قرار داده است و آستانه خستگی صنعت کاشی و سرامیک را محک می زند.

در این میان تبادل پیام مذاکرات ایران و آمریکا نیز پالسیهای مثبتی به اقتصاد ایران منعکس نموده لیکن مبین حرکتی جدید در نهایی نمودن اختلافات دیرین ایران و آمریکا و بهر حال نهایی نمودن آن می باشد و این خود می تواند از جهاتی دیگر نشانگر مثبتی در حل و فصل موضوع تحریمها بطور خوشبینانه باشد.

در این میان برگزاری مراسم اختتامیه اولین دوره جایزه تعالی صنعت کاشی و سرامیک و حضور بخش مهمی از صنعت در این رخداد بیانگر و نوید بخش رشد کیفی سازماندهی و مدیریت شرکتهای صنعت کاشی و سرامیک و تمایل و تلاش آنان در بکارگیری مدلها و روشهای نوین جهانی علی رغم مشکلات پیش گفته شده می باشد و قطعا شرکتهای پیشرو در زمینه EFQM نه تنها قدرت و توانمندی خود را در مواجهه با مشکلات متعدد فوق الذکر به نمایش گذارده اند بلکه با مشارکت در توسعه مدلهای رشد و تعالی شرکت قصد فعالیت در مقیاسی بین المللی و استانداردهای آنها را دارند.

در خاتمه ضمن آرزوی تحمل پذیری و عدم خستگی صاحبان صنعت کاشی و سرامیک ایران از خداوند بزرگ پیشرفت و توسعه این صنعت و مجموعه کل صنایع کشور ایران را مسئلت می نمایم.

محمد دین محمدی

مدیر مسئول



The Energy Crisis and the Fatigue Threshold of the Industry

The 72nd issue of the Tile and Ceramic Quarterly is being published as Iran's tile and ceramic industry faces a variety of issues on the verge of starting the year 1404 (2025), including:

1. Increased competition in export markets, especially in Iraq, with a rival named India.
2. The growing complexity and length of importing raw materials and specific parts within the country's system and under external economic sanctions.
3. Shocks from gas and electricity cuts in winter and electricity cuts in summer, resulting in reduced production, lower quality, and increased costs due to purchasing energy from the stock market, building power plants for energy supply, or accepting the costs of production shutdowns.

Therefore, it seems that along with the industry's growth and the increased power and rationality of our managers, the aforementioned issues place a heavy burden on them in terms of planning and investment, testing the fatigue threshold of the tile and ceramic industry.

Meanwhile, the exchange of messages in the Iran-US negotiations has also sent positive signals to the Iranian economy, indicating a new move towards finalizing the long-standing disputes between Iran and the United States, and ultimately resolving them. This, in itself, can be seen as a positive sign in optimistically resolving the sanctions issue from other perspectives.

In the meantime, the closing ceremony of the first Tile and Ceramic Industry Excellence Award and the presence of a significant part of the industry in this event indicates and promises the qualitative growth of organization and management of tile and ceramic companies, and their desire and effort to use modern global models and methods despite the aforementioned problems. Certainly, leading companies in the field of EFQM have not only demonstrated their power and ability to face the numerous problems mentioned above, but also intend to operate on an international scale and standards by participating in the development of company growth and excellence models.

In conclusion, while wishing the owners of the Iranian tile and ceramic industry patience and perseverance, I ask the Almighty God for the progress and development of this industry and the entire industrial sector of Iran.

supervisor

Mohammad Din Mohammadi

4. The overall increase in production costs for the tile and ceramic industry.
5. The market's lack of tolerance or acceptance of increased product sales prices, given the competition among manufacturers to sell their products.
6. The emergence of trade disagreements in making unified decisions, in advertising, exhibitions, and the aforementioned crises.
7. Decreased profitability and the industry's struggle to endure and meet banking obligations and expenses.



با هم از اولین سال جایزه تعالی صنعت کاشی و سرامیک گذشتیم

نشریه تخصصی کاشی و سرامیک با درک صحیح موقعیت و شرایط حساس پیش روی صنعت بر آن شد تا با بهره گیری از دانش مشاوران مجرب و تجربه صنعتگران و استفاده از ابزارها و روش های مدیریتی روز دنیا مدل تعالی صنعت کاشی و سرامیک را با الگو برداری از مدل بنیاد کیفیت اروپا (EFQM) پایه گذاری کند.

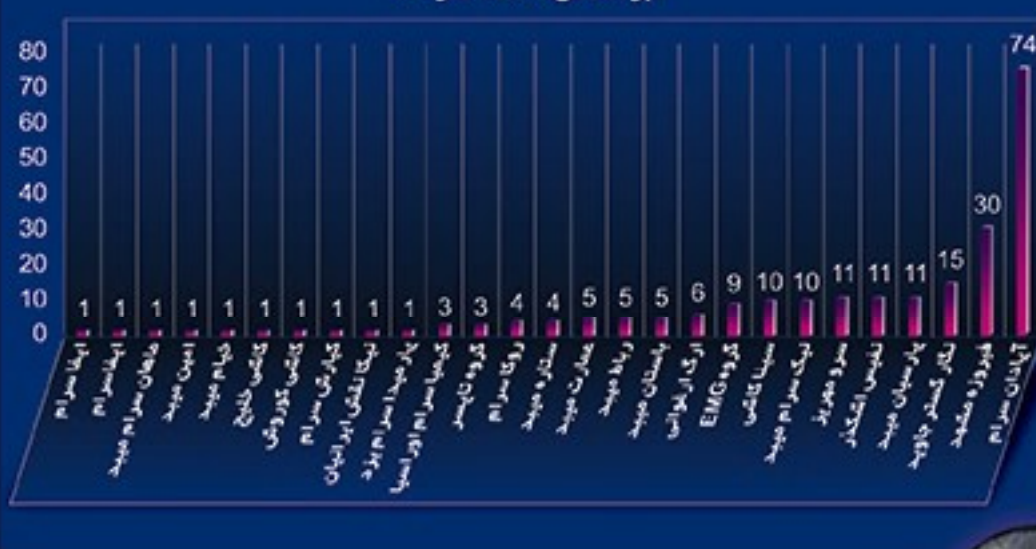
این مدل در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ توسط کمیته علمی تدوین گردید. اواسط اردیبهشت ماه فراخوان ثبت نام آغاز شد و در خرداد ماه اولین قرارداد حضور در جایزه تعالی صنعت کاشی و سرامیک توسط شرکت کاشی باستان بسته شد.

در ادامه فرایند ثبت نام حدود ۴۰ شرکت اعلام آمادگی کردند که در نهایت ۲۰ شرکت به مرحله ارزیابی رسیدند.

در تاریخ ۲۲ شهریورماه سال جاری مراسم رونمایی از مدل تعالی صنعت کاشی و سرامیک (تکس) با حضور استنادار وقت استان یزد و مدیران عامل صنعت کاشی و سرامیک برگزار گردید.

دوره های آموزشی با سرفصل های تشریح مدل، تربیت کارشناس تعالی از مردادماه آغاز شد و تا هفته اول دی ماه ادامه داشت. که بر طبق نمودار زیر بیشترین حضور را با ۷۴ شرکت کننده از مجموعه آبدانا سرام بود.

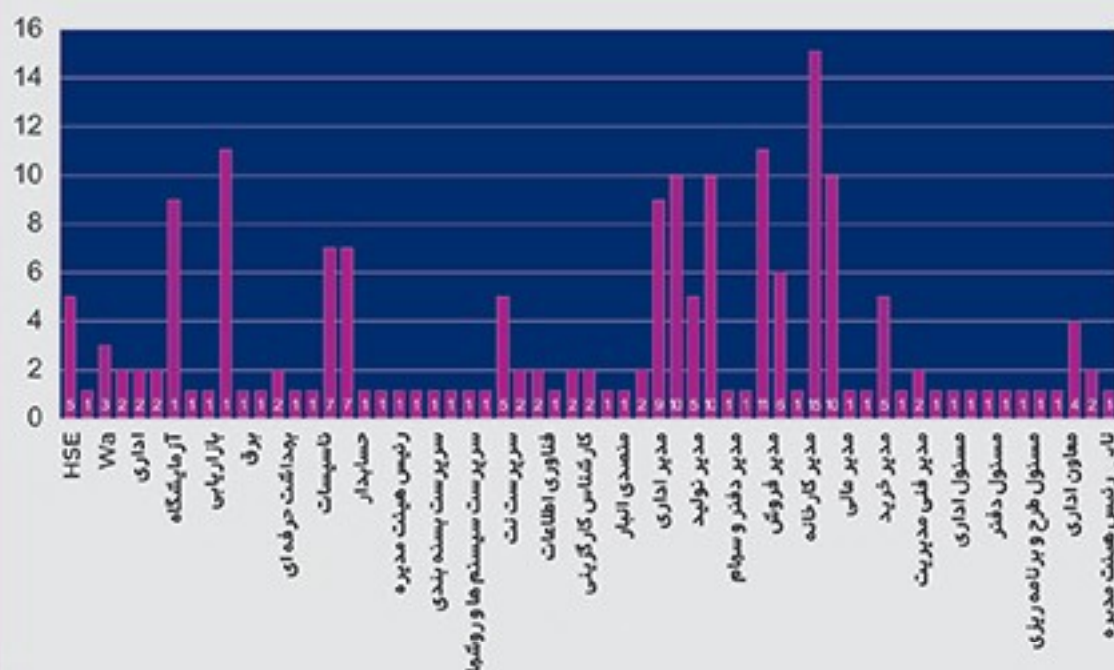
نمودار مشارکت کارخانجات در دوره های آموزشی
(بر اساس تعداد نفرات)



با هم از اولین سال جایزه تعالی صنعت کاشی و سرامیک گذشتیم

بیشترین شرکت کننده از نظر پست سازمانی مدیران کنترل کیفیت سازمان ها بودند که در حدود ۱۵ شرکت کننده از این بخش در دوره های آموزشی حضور داشتند.

تعداد شرکت کنندگان در دوره های آموزشی
(بر حسب سمت سازمانی)



در آبان ماه جلسه توجیهی ارزیابان برگزار گردید و ارزیابان نهایی گزینش و بر روی سامانه فرار گرفت.

همزمان با نمایشگاه بین المللی کاشی و سرامیک در شهر آفتاب شرکت زرین صنعت ایستایس نماینده شرکت (HIT_DIT) به عنوان حامی مالی جایزه همراه فرایند شد و دبیرخانه در نمایشگاه تهران و بزد حضور داشت.

در ادامه فرایند ثبت اظهار نامه نهایی شرکت ها تا ۱۰ آذر ادامه داشت و بر حسب نیاز برخی سازمان تا ۱۵ اسفندماه تمدید شد.

همزمان تیم های ارزیابی تشکیل شده و در گروه های ۴ نفره و با دوفنره بر حسب نیاز سازمان ها و سطح مورد تقاضا تخصیص داده شد.

در تاریخ ۱۹ دی ماه اولین ارزیابی با شرکت پازمیدا سرام آغاز شد و در ادامه تا تاریخ ۱۸ بهمن ماه فرایند ارزیابی ها به اتمام رسید.

آرتکس

شیوه نامه ارزیابی، رتبه بندی
تامین کنندگان کاشی و سرامیک
چینی بهداشتی و آجر



درباره ما

سامانه ارزیابی صلاحیت و رتبه بندی صنعت کاشی و سرامیک، چینی بهداشتی و آجر به منظور ایجاد شبکه های ارزیابی و توانمندسازی زنجیره تامین صنعت کاشی و سرامیک ایران توسط فصلنامه کاشی و سرامیک ایجاد گردیده است. این سامانه با بهره گیری از متدهای روز دنیا طراحی و توسعه یافته است. هدف اصلی این سامانه شناخت قابلیت‌های تامین کنندگان و ایجاد مسیر توسعه و توانمندسازی می باشد.



Artexaward.com

The Importance of Employer Branding and the Impact of Human Resources in Creating It Abstract

The specialized tile and ceramic magazine, understanding the industry's critical situation and challenges, decided to create a model for tile and ceramic industry excellence. This was done using the expertise of experienced consultants, the industry's veterans, and the latest global management tools and methods, based on the European Foundation for Quality Management (EFQM) model.

This model was finalized by the scientific committee in May 2024. Registration opened in mid-May, and in June, the first company, Bastan Tile, signed on for the Tile and Ceramic Industry Excellence Award.

Following this, about 40 companies expressed interest, with 20 ultimately making it to the evaluation stage.

On September 22nd of this year, the unveiling ceremony for the Tile and Ceramic Industry Excellence Model (TEX) was held, with the then-governor of Yazd province and CEOs from the tile and ceramic industry in attendance.

Training courses covering the model and excellence expert training began in August and ran until the first week of January. As shown in the chart below, Apadana Ceram had the highest participation, with 74 attendees.

Factory Participation in Training Programs (Based on Number of People)

Most participants were quality control managers, with around 15 from this area attending the training courses.

In November, a briefing session was held for the assessors, and the final assessors were selected and added to the system.

Number of training course participants by job title

Zarin Sanat Isatis, representing HLT_DLT, sponsored the Hamrah-e-Farayand award at the International Tile and Ceramics Exhibition in Shahr-e Aftab. The secretariat was also present at exhibitions in Tehran and Yazd.

The deadline for companies to submit their final declarations was extended to December 10th, with some organizations getting an extension until March 15th if needed.

Meanwhile, evaluation teams were formed. These teams were made up of either two or four people, depending on the organization's needs and the level of assessment required.

The first evaluation began on January 9th with Parmida Ceram and the entire evaluation process wrapped up by February 7th.



زمینه فعالیت شرکت HLT | DLT

ماشین آلات خط کامل تولید:

- کاشی، سرامیک و اسلب
- کاشی های مینیاتوری- استخوری و کاشی های تزئینی
- چینی مظروف و چینی بهداشتی
- آجر پلاک نما و انواع آجر سفال
- گلوله های آلومینایی و رولر سرامیکی
- بلوک های اسفنجی و پنل های رسی (تراکوتا)
- سرامیک فومی و سازه های سبک ساختمانی
- خط کامل اکسترودر فلز آلومینیوم

زمینه فعالیت شرکت HCT چین

مواد اولیه صنایع کاشی و سرامیک و

- کائولن و بالکلای
- جوهر چاپ دیجیتال
- انواع اکسید آلومینیوم
- سدیم تری پلی فسفات (STPP)
- کربوکسی متیل سلولز (CMC)
- کربنات باریوم

▼ کوره دو طبقه تولید اسلب



◀ خط کامل فرآوری اکسید آلومینیوم



◀ خط تولید بلوک های اسفنجی



هلدينك بين المللى
زرين صنعت ايساتيس
Isatis Golden Industrial

igi

نماینده انحصاری شرکت
HLT | DLT

ایران +۹۸ ۹۱۳ ۳۵۶ ۹۰۰۴
۹۳۳ ۳۵۶ ۹۰۰۴

عمان +۹۶۸ ۹۷ ۵۶ ۹۰۰۴

چین +۸۶ ۱۳۹ ۲۲۴۴ ۹۰۰۴



آدرس دفتر مرکزی:

یزد، بلوار دانشجو، مجتمع تجاری - اداری دایان
واحد ۱ و ۲

تلفن: ۰۳۵-۳۸۴۲۶۷۰۰-۹ (خط ۱۰)

www.globaligi.com

info@globaligi.com



خط کامل تولید چینی مخروط

خط کامل تولید قطعات نسوز



خط تولید گلوله های آلومینایی



سفر در تاریخ نقوش کاشی های سنتی جهان

از کاشی به عنوان معجزه آرام تاریخ بشر یاد می شود. چرا که این ماده نه تنها نتیجه تلاقی هنر و صنعت بوده، بلکه جلوه ای از خلاقیت در تفکر مهندسی است که به مرور تکامل پیدا کرده است.

سنت کاشی کاری در برخی از کشورها پیشینه ای طولانی دارد که نمایانگر تاریخ، فرهنگ و البته جهان بینی مردم آن سرزمین در گذشته و اکنون است. گرچه روند جایگزین شدن طرح و نقش های سنتی با سبک های مدرن امری اجتناب ناپذیر است و نمی توان از آن چشم پوشی کرد.

در این مقاله، به بررسی ریشه ها و سبک های طراحی کاشی های سنتی در برخی از کشورها می پردازیم.



اروپا

از اروپا به عنوان نقطه تلاقی سنت های کاشی کاری یاد می شود. یکی از دلایل این تلاقی، فتوحات مسلمانان بود که باعث شد هنر اسلامی از طریق کشور اسپانیا به اروپا نفوذ پیدا کند. فرهنگ و هنری که از طریق مسلمانان به اروپا و به خصوص اسپانیا راه یافت بیشتر برگرفته از سنت و آیین تمدن های بزرگی مانند ایران، مصر و بین النهرین بود. به طور کلی در قرون وسطی استفاده از کاشی های پر نقش و نگار اوج گرفت. همچنین کاشی هایی طراحی میشد که روایتگر داستان های مذهبی از کتاب عهد عتیق بود.

بعلاوه در این دوره کاشی هایی با طرح های بسیار پیچیده نیز تولید میشد اما امروزه متناسبانه تعداد کمی از آن ها باقی مانده که به عنوان میراث فرهنگی در موزه ها نگهداری می شوند.



فرانسه

طراحی کاشی های فرانسوی به صورت تک رنگ و اغلب به رنگ های آبی، سبز و قهوه ای بود که سبک هنری فرانسه را نیز به نمایش می گذاشت.

استفاده از کاشی های سبک فرانسوی در دهه ۵۰ و ۶۰ شمسی در ایران رواج پیدا کرد و فضاهای داخلی اغلب منازل با این کاشی ها منقش شد. به همین دلیل طرح کاشی فرانسوی برای ایرانیان حس نوستالژیک به همراه دارد.



هلند

طرح و نقش موجود بر روی کاشی های هلندی عموماً از طبیعت این کشور الهام گرفته شده است. این نوع کاشی نیز مانند کاشی های فرانسوی در گذشته پر کاربرد بود و در آشپزخانه، حمام و سرویس های بهداشتی برخی از خانه های قدیمی ایرانی استفاده میشد.



یونان

یونان به عنوان دومین تمدن بزرگ بعد از ایران در جهان شناخته می شود. به همین دلیل کاشی های این منطقه از ارزش بالایی برخوردار است. بن مایه کاشی های یونانی همچون فرهنگ این کشور ترکیبی از شخصیت های اساطیر یونانی، منطق، هندسه و هنر است.



اسپانیا

هنر کاشیکاری در اسپانیا تلفیقی از هنر اروپا و هنر اسلامی است. شهرت کاشی های اسپانیایی نیز به انرژی بالای رنگ در طراحی آنها مربوط می شود. همین ویژگی باعث شده هنوز این سبک طرفداران مخصوص به خود را داشته باشد.



آفریقا

منشا تولید و استفاده از کاشی در قاره آفریقا را می توان در تمدن مصر جستجو کرد. بعد از مصر کشورهای چون مراکش و الجزایر دارای هنر کاشیکاری شناخته شده ای هستند.



مصر

مصریان باستان به خاطر کاشیکاری های پیچیده خود که اغلب دارای نقش و طرح های متنوع و همراه با جزئیات بسیار بود شهرت داشتند. قدیمی ترین آثار مربوط به کاشی لعابدار این کشور متعلق به دوره حکومت آخناتون است که دارای نقش گل (مهر گیاه) بوده و همگنون نمونه هایی از آن در موزه بروکلین نگهداری می شود



ژاپن

کشوری که به شکوفه های صورتی گیلاس و جنگل های انبوه سرسبز معروف است و به عنوان یکی از زیباترین کشورهای جهان شناخته می شود. طبیعت منحصر بفرد ژاپن منبع الهامی برای هنرمندان این کشور بود تا کاشی هایی با تصاویر زیبا به همراه رنگ های ملیح و روشن خلق کنند.



ایران

هنر زیبای کاشیکاری از هنرهای اصیل ایران است و قدمت آن به ۴ هزار سال قبل می رسد. همچنین صنعت کاشیکاری نمادی از معماری ایرانی است که پس از دوره اسلامی اوج گرفت و آوازه آن شهرتی جهانی یافت.

بسیاری از کاشی های کشورهای آسیایی مانند کاشی هرات افغانستان، کاشی ازبکستان تا کشورهای اروپایی و آفریقایی منشا ایرانی دارند. در کاشیکاری ایران علاوه بر مهارت و هنر طراحان و صنعت گران، نژاد و مفاهیم عرفانی از جمله خلوص و پاکی دل به نحوی در روح سبک طراحی کاشی جریان دارد که لطافت آن چشم هر بیننده ای را می نوازد.



آسیا

در شرق آسیا اکثر طرح ها و نقوش کاشی برگرفته از طبیعت و به خصوص انواع گل است. استفاده از رنگ های سرد همچون آبی و سبز در کنار رنگ سفید پر کاربرد بودند و برای به تصویر کشیدن زیبایی های طبیعت از خطوط منحنی و ظریف کمک می گرفتند. معروف ترین این کاشی ها مربوط به کشورهای چین و ژاپن است. اما در آسیای میانه و غرب آسیا نقوش کاشی ها برگرفته از الگوهای هندسی توأم با طرح های گل ها، پرندگان و رنگ های گرم بودند. همچنین در غرب آسیا استفاده از رنگ و نقش جسدورانه تر است.



چین

چین همچون مصر و ایران سهم بزرگی در ابداع، تولید و استفاده از ظروف چینی و کاشی دارد. همچنین چینی ها در تکامل لعاب نقش موثری داشتند و به این موضوع پی بردند که با ایجاد لعاب روی سطوح کاشی، نه تنها می توانند رنگ و طرح های زیبا و متنوعی را به کاشی اضافه کنند، بلکه استحکام آن را نیز افزایش داده و خاصیت ضد آب را به کاشی ببازایند.



السالوادور

کشوری کوچک و پرجمعیت در آمریکای مرکزی با مردمی اصالتاً سرخپوست که نقاشی، کاشی کاری و بافندگی از هنرهای سنتی آنان محسوب می شود. نقوش کاشی در این منطقه بازنمایی از فرهنگ سرخپوستی است که همراه با رنگ های طبیعی و با خلوص بلاطراحی می شوند.



سخن پایانی

در این مقاله با نقوش اصیل کاشی کاری در کشورهای جهان آشنا شدیم. در تاریخ صنعت کاشیکاری جهان مهم ترین و تاثیر گزار ترین نمونه های کاشیکاری، متعلق به سرزمین های شرقی از جمله ایران است. کشور ایران به دلیل فرهنگ و هنر غنی، موقعیت جغرافیایی و اقلیم کویری، یکی از اصلی ترین مراکز تولید کاشی در جهان بوده است. تمدن ایران، مصر، یونان و چین در تکامل این صنعت هنرمندانه پیشرو بودند و در حال حاضر نیز ایران و چین از تولید کنندگان بزرگ صنعت کاشی سرامیک هستند. به طور کلی در سراسر جهان هنر کاشیکاری در اثر مرادفات فرهنگی، اجتماعی، نظامی و اقتصادی، مدام در حال تغییر بوده و نقش ها از کشوری به کشوری دیگر سفر کرده و با تغییراتی روبرو شده است. تا جایی که برخی از سبک های اروپایی را می توان در بناهای سنتی ایران مشاهده کرد.

سپاس که تا پایان مقاله همراه ما بودید.

استفاده از رنگ های متضاد و مکمل در کنار الگوهای هندسی و پر نقش و نگار همراه با جزئیات فراوان از مشخصات اصلی سبک مراکش است. امروزه کاشی های سبک مراکش با تلفیق سبک مدرن و سنتی از محبوب ترین طرح های کاشی محسوب می شود.



آمریکا

به طور کلی نقش هر کاشی بازنمایی از فرهنگ همان منطقه است. در قاره آمریکا به جز محدود طرح های سنتی برگرفته از فرهنگ بومیان این سرزمین، بیشتر طرح ها تحت تاثیر هنر اسپانیا، هلند و فرانسه بوده است.



مکزیک

کاشی های مکزیک عموماً پر نقش و نگار بوده و همراه با رنگ های درخشان و زنده کار می شوند. در واقع کاشی ها همچون لباس مردم این کشور رنگارنگ و پرانرژی هستند. البته سبک کاشی کاری در مکزیک متأثر از هنر کاشی در اسپانیا است. با این تفاوت که از نقش ها و سمبول های بومی در تزئین این کاشی ها استفاده شده است.



الجزایر

کشوری ساحلی و مسلمان در شمال قاره آفریقا که دارای مرز مشترک با مراکش است. همین مرز مشترک باعث شده هنر کاشیکاری الجزایر علاوه بر نمایشی که از طبیعت معتدل مدیترانه ای دارد، از سبک کاشی مراکشی تاثیر بپذیرد. استفاده از خطوط منحنی، رنگ های ترکیبی و متنوع، ترسیم دقیق جزئیات، تصاویر گل همراه با نقوش برگرفته از هنر اسلامی و سبک مراکشی اساس طرح کاشی های الجزایر است.

بعلاوه در این دوره کاشی هایی با طرح های بسیار پیچیده نیز تولید میشد اما امروزه متأسفانه تعداد کمی از آن ها باقی مانده که به عنوان میراث فرهنگی در موزه ها نگهداری می شوند.



مراکش

زلیج نوعی از کاشی است که اولین بار در کشور مراکش تولید شد.

کاشی زلیج که به آن کاشی مغربی یا مراکشی هم گفته می شود، دارای طرح های هندسی تکرار شونده است.




CHARISMA

کاریزما

تولید کننده ملزومات و ابزار نصب کاشی و اسلب



 charismatile

۰۲۱-۹-۱۰۹۳۶۱۴ ** ۰۹۳۷-۱۰۹۳۶۱۴

www.charismatile.com

تولید کننده انواع چسب های کاشی



تحول سازمانی از مسیر تعالی

نگاه و رویکرد هوشمندانه به محیط کسب و کار برای درک به موقع روندهای نوظهور اقتصادی، فناوری، اجتماعی و سیاسی در همه حوزه‌های کسب و کار، یک الزام برای بقا، تداوم و توسعه کسب و کار است. غفلت آگاهانه یا جاهلانه از این ضرورت هم‌سازی با محیط و بی‌توجهی یا کم‌توجهی به درک حقایق بیرون و درون سازمان، ما را به بیماری و سندروم تعلل دچار خواهد کرد که بی‌تردید، در دام موفقیت و تله شکست خواهیم افتاد و حیران آن بسیار سخت و برخی اوقات غیرممکن خواهد شد.

درک تغییر و تحولات محیط کلان و محیط صنعت، اگرچه یک باید، برای تداوم است اما درک، فقط برای آگاهی عالمانه نیست برای تصمیم‌گیری و اقدام درست و به موقع است. بویلی یک سیستم، حاصل باور، نگرش، اندیشه و عمل پویاست. شهادت و جسارت برای زیر سوال بردن پذیرفته شده‌ها و پارادایم‌های موجود، تبعیت نکردن از ردهای کهنه و انتخاب رویکرد خلاقیت و نوآوری به جای تکرار مبنی بر عادات است.



فهم درست و عمیق از شرایط موجود و اهمیت دادن به تحلیل روند تغییرات محیطی و آماده شدن برای بهره‌گیری از فرصت‌های آینده، علاوه بر توان بهره‌گیری از فرصت‌های فعلی، یک بلوغ مدیریتی و سازمانی می‌طلبد که مبتنی بر بیداری و هوشیاری اهالی کسب و کار به ویژه تیم‌های رهبری آن‌هاست تا از وقایع و علائم مهم محیطی، پنجره‌های موثر و متناسب برای درک حقایق و فهم لایه‌های زیرین کوه یخ واقعیت بکشایند و با استقبال از چالش‌ها و پذیرش منطقی ریسک‌ها گوناگون، معمار و سازنده آینده‌های متفاوت و مطلوب برای سازمان‌شان باشند. این بلوغ نتیجه هوشمندی و درایت در تشخیص و انجام درست کارهای درست به‌طور مستمر است و این همان فرار گرفتن در مسیر کمال و تعالی است. کسب و کارهای موفق در کسب دستاوردهای با ارزش و حفظ آن‌ها و رها نکردن رویکرد توسعه و بهبود مستمر برای رسیدن به دستاوردهای بزرگ‌تر دارای پشتکار و روحیه خستگی‌ناپذیر و هیچ‌انگاری برای رسیدن به فله‌های موفقیت بالاندرند.

شتاب زیاد تغییر و تحولات محیطی در کنار انگیزه بالا برای همسازي با محیط بیرونی و به روز بودن، عمر سیستم‌ها و ساختارها و فناوری‌ها را کوتاه کرده و نرخ تحولات سازمانی را بالا برده است. در شرایط محیطی که میزان تغییرات کم و تا حدی ثبات نسبی وجود دارد سازمان‌ها با رویکرد کابزن و بهبودهای مستمر به حیات مناسب خود ادامه می‌دهند و نیاز آنان به تغییرات اساسی کم است. اما در شرایط محیطی که هم میزان تغییرات و هم شدت آنها زیاد است، رویکردهای بهبود کافی نیستند و نیاز به تغییرات بنیادی و دگرگونی نوآورانه، افزایش قابل توجهی پیدا می‌کند. لذا موفقیت و تداوم کسب و کار قابل قبول و اثربخش و پویا، محتاج چابکی با همه ابعاد چهارگانه آن یعنی سرعت، انعطاف‌پذیری، پاسخ‌گویی و شایستگی است.



در مسیر حرکت به سمت تعالی هرچه بیشتر برای پایداری در کسب و کار ارزش محور و ارتقا سطح بهره‌وری مجموعه عوامل، اعم از منابع و قابلیت‌های مختلف، نیازمند ارزیابی و بهبود مداوم و در برخی شرایط، تحول و دگرگونی برای جایگزین‌سازی منابع و قابلیت‌های اثربخش‌تر و کارآمدتر هستیم.



اجرای تحول اثربخش، مثبت و آینده ساز در سازمان، یعنی بر ارزیابی و تأمل در تجارب و عملکرد سازمان و اطلاعات بازخور از محیط و ذینفعان گوناگون و البته آینده‌نگری، نشانه برجستگی مدیریت آن سازمان، بلوغ قابلیت‌های آن و کمال سرمایه انسانی با پشتوانه فناوری پیشرفته متناسب با شرایط کسب و کار سازمان و اراده جمعی همساز و همسویی با تغییر و تحولات محیط پویا است و این همه نشانه تعالی طلبی، تعالی جویی و تعالی اندیشی و در نهایت حرکت در مسیر تعالی برای ساختن آینده ای متعالی است. روحیه تعالی، در سازمان بانکیزه و روح یادگیری و هیجان رسیدن به قله‌های موفقیت‌های بیشتر و بزرگتر، تجلی و ظهور می‌یابد و با روح سکون و خمودگی، عالیت طلبی، کربزان از چالش و ریسک هیچ سنگینت و قهرمانی ندارد.



فلسفه وجودی و کارکرد اصلی یک سازمان به عنوان یک سیستم اجتماعی پیچیده و پویا، توازن و تعادل و حاکمیت عدالت برای حصول اطمینان از قرار گرفتن هر چیز درست در جای درست خود و در زمان درست با روش درست است. سیستمی با اجزای همواره در حال تغییر و روابط پویا که ناگزیر از باز بودن و تعامل موثر و نزدیک با محیط، به ویژه با محیط نزدیک با فلمر و خود است و هرگاه این محیط درگیر نوسانات بسیار و تغییرات گسترده غیرخطی می‌شود باید با آن سازگار و همساز شود و رویکرد برنامه‌ریزی و اجرای تعاملی را در پیش بگیرد تا از بقا و حیات آینده خود مطمئن‌تر شود. به علاوه، فلسفه زندگی یک سیستم و سازمان، دوری از سکون، تکرار و بکنواختی و پاسخ درست به فطرت کمال‌گرایی یک موجود زنده است همانند یک انسان کمال طلب، هدف و رسالت نظام‌های مدیریتی اثربخش و کارآمد، ایجاد سازمان بدون مشکل و مسئله نیست بلکه ایجاد سازمانی در مسیر تکامل و تعالی است که بتواند به دستاوردها و عملکرد بهتر از قبل، از مسیر بانکیزی و توسعه منابع و قابلیت‌های خود برسد. توسعه‌ای که موجب شود تا کفران نعمت فرصت‌های امروز و فردا را نکنیم و مدیران و مبنکران، چالش‌ها را مدیریت کنیم و سازمان و کسب و کار خود را از قافله‌ماندگان در راه و غافلان از دنیای حقیقی کسب و کار، متمایز کنیم.

تحول‌گرایی و دگرگون‌سازی، باشهامت کنار گذاشتن کهنه‌ها و جسارت شکستن لاک‌های رشد و یادگیری سازمان بیشتر است و به قول مولانا:

هر بنای کهنه که آبادان کند نی که اول کهنه را ویران کند



پذیرش ریسک نوآوری، نوآوری، نوآوردگی، نوآوردگی و نوآوری الزام اصلی دگرگونی و این همان داستان تعالی است. مسیر تعالی و رسیدن به سرآمدی، بلوغ مدیریتی و همت و اراده و الای انسانی را می‌طلبید. محور حرکت تعالی سازمانی، ارزش‌ها و باورهای قلبی و راستین سرمایه انسانی است که نگاه و رویکرد تعالی‌جویی و تعالی‌گرایی را در لایه‌های اصلی و زیرین سازمان نهادینه کند تا ماهیت و هویت واقعی سازمان متعالی شود. نقطه شروع تعالی، انتخاب جهت درست قبل از حرکت درست است. حرکت و تلاش هوشمندانه در جهت درست، ارزشمند است. انتخاب مقصد مناسب و حرکت در جهت صحیح برای رسیدن به چشم‌انداز، اهداف و نتایج مدنظر با نگرش رضایت و حتی خشنودی امروز و آینده همه ذینفعان به‌ویژه ذینفعان کلیدی، رویکرد تعالی محور است.

Transformational change and restructuring require the courage to abandon the old and the boldness to break through the barriers of growth and learning within an organization. As Rumi said: "Every old structure that is made prosperous must first be destroyed." Embracing the risk of innovation, new perspectives, fresh thinking, and renewal is the essential foundation of transformation, and that's the story of advancement. The path to excellence and reaching peak performance demands maturity in management, along with high human aspiration and willpower. The core of organizational excellence lies in the values and genuine beliefs of its human capital, which embed a pursuit of excellence within the core layers of the organization to elevate its true identity and essence. The starting point for excellence is choosing the right direction before the right action. Smart, purposeful movement in the right direction holds value. Selecting an appropriate destination and moving in the right direction to achieve the vision, goals, and desired outcomes with a focus on the satisfaction and even joy of all stakeholders, especially key stakeholders, embodies an excellence-driven approach.

Implementing effective and positive transformative change within an organization relies on evaluating and reflecting on the organization's experiences and performance, feedback from various stakeholders, and forward-looking insights. All of this reflects the prominence of that organization's management, the maturity of its capabilities, and the completeness of its human capital backed by advanced technology, aligned with the business context, and the collective will to adapt to the dynamic environment. This embodies a quest for excellence, a drive for improvement, and ultimately a pathway toward building an elevated future. The spirit of excellence in an organization characterized by motivation and a learning culture manifests through the excitement of reaching greater and more significant peaks of success, and it has no connection or affinity with lethargy and stagnation or a desire for comfort that avoids challenges and risks.



On the journey toward excellence, the need for sustainability in a value-driven business and enhancing productivity across various resources and capabilities calls for continuous assessment and improvement. In some cases, this may involve transformational change to substitute current resources and capabilities with more effective and efficient ones.



Organizational transformation on the path to excellence

A smart perspective and approach to the business environment for timely understanding of emerging economic, technological, social, and political trends across all sectors is crucial for survival, continuity, and growth of a business. Deliberate or ignorant negligence of this necessity to align with the environment and disregard or lack of attention to understanding the external and internal truths will lead us to a state of illness and a syndrome of procrastination, which will undoubtedly trap us in the snare of success and the pitfall of failure, making recovery extremely difficult, if not impossible at times.

Understanding the changes and transformations in the macro environment and industry is not just a necessity for continuity, it's also about making informed decisions and taking the right, timely actions. The dynamism of a system arises from belief, attitude, thought, and proactive action. It takes courage and boldness to question the accepted norms and existing paradigms, to not follow old footprints, and to choose the path of creativity and innovation over mere repetition based on habits.

The rapid pace of environmental changes, along with a strong motivation to adapt to the external environment and stay updated, has shortened the lifespan of systems, structures, and technologies, while increasing the rate of organizational transformations. In stable environments with relatively few changes, organizations continue to thrive using a Kaizen approach and continuous improvements, resulting in a lower need for fundamental changes. However, in environments where both the amount and intensity of changes are high, improvement approaches are not sufficient, leading to a significant increase in the need for fundamental changes and innovative transformations. Therefore, achieving and maintaining a successful, effective, and dynamic business requires agility in all four dimensions: speed, flexibility, responsiveness, and competence.

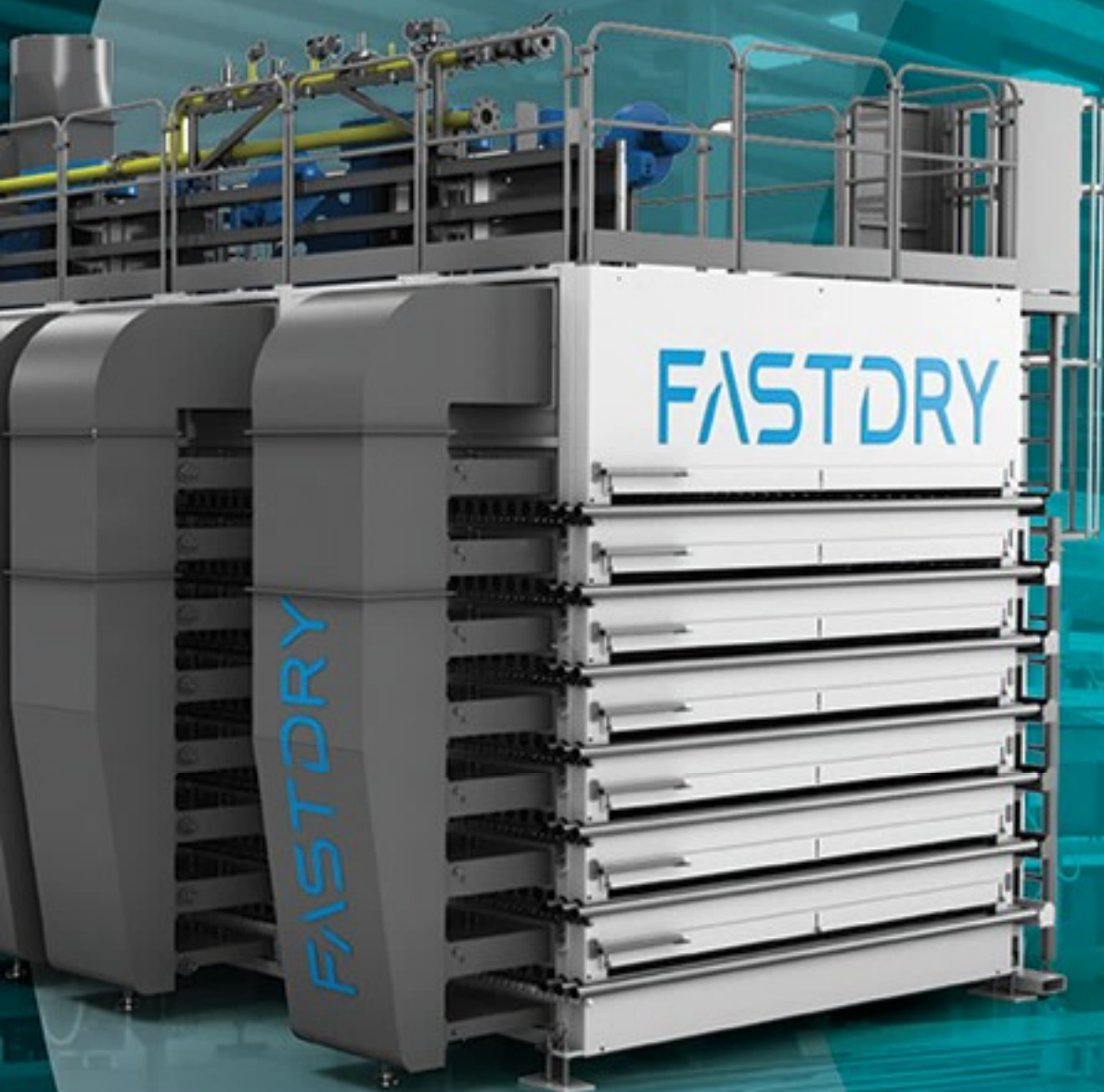
The fundamental philosophy and primary function of an organization, as a complex and dynamic social system, is to ensure balance, equilibrium, and governance of justice, ensuring that everything is placed in its right place at the right time and in the right way. It's a system with components that are constantly changing and dynamic relationships, inevitably open to and interacting effectively with the environment, especially its immediate surroundings. Whenever this environment becomes involved in significant fluctuations and extensive nonlinear changes, it must adapt and align itself, adopting an interactive planning and execution approach to become more certain of its future survival and existence. Moreover, the philosophy of life for a system and organization is to avoid stagnation, repetition, and monotony, responding correctly to the perfectionist nature of a living being, much like a perfection-seeking human. The goal and mission of effective and efficient management systems is not to create organizations free of problems and issues, but to develop organizations on a path of evolution and excellence that can achieve better outcomes and performance than before, through growth and the development of their resources and capabilities. This development is meant to prevent us from taking the opportunities of today and tomorrow for granted, allowing us to manage challenges wisely and innovatively, distinguishing our organization and business from those left behind and those oblivious to the true world of business.

A deep and accurate understanding of the current conditions and valuing the analysis of environmental changes, along with preparing to seize future opportunities, requires a managerial and organizational maturity that hinges on the wakefulness and alertness of business professionals, especially their leadership teams. This maturity enables them to open an effective window to comprehend facts and understand the underlying layers of the reality iceberg, welcoming challenges and rationally accepting various risks to become the architects of a different and desirable future for their organization. This maturity results from intelligence and wisdom in consistently recognizing and doing the right things, which is fundamentally the journey toward excellence. Successful businesses that achieve valuable outcomes and maintain them, without abandoning the approach of continuous development and improvement to reach greater achievements, embody persistence and an undying spirit, along with sufficient excitement to reach higher peaks of success.



Advanced Tile
Fast dryer

خشک کن های
پیشرفته کاشی



■ Tehran office:

Tel: (+98) 21 2842 32 25

Fax: (+98) 21 2842 36 56

■ Mashhad office:

Tel: (+98) 51 3245 32 25

Cell: (+98) 0915 245 7006

■ Yazd office:

Tel: (+98) 35 3526 45 40

Cell: (+98) 913 246 9432

www.mahandceramic.com

mahand.trd@gmail.com

◆ 09152457006

📍 @mahandvibre

📧 mahand.ceramic

www.mahandceramic.com

mahand
Ceramics
Designer And Manufacturer Of Ceramic Machines



Sieves, Screeners & Dryer

A specialized manufacturer of various glaze, slurry, soil and mineral sieves. Advanced fast dryers for ceramics industry

- Joint product of Iran-Italy

مهندسرامیک

تولیدکننده تخصصی انواع الک های ویبره مناسب الک کردن لعاب دوغاب سرامیک، خاک و مواد معدنی و خشک کن های پیشرفته صنعت سرامیک

- محصول مشترک ایران-ایتالیا



VLB



VPM



VSB



GRM

مصاحبه آقای محمدجواد صادق پور (مدیر عامل کاشی خیام)

... شود، بخشی از این ماشین آلات وارد شده و بخش دیگر باید در ایران ساخته شود.

محصولات کف ۶۰×۶۰-۱۰۰×۴۰ در تیپ جدید و با نوع برس‌لان پولیشی و برس‌لان ۵۶ چاپگرین خواهد شد؛ یعنی در خط تولید جدید که بحث Finishing اتصالات برقی، بحث های تأسیساتی و موضوعات نابلوه‌های کنترلی انجام می‌شود و همچنین برنامه ریزی برای افزایش راندمان یعنی نوسازی زیر ساخت های آماده سازی هستیم.

صادر اتون به چه صورت هست و به چه کشورهایی صادرات دارید؟

ما به کشورهای مثل تاجیکستان، آذربایجان و کشورهای آسیای میانه، سوریه، عراق، افغانستان، پاکستان صادرات داریم. طبیعتاً محصولات جدید که به تولید برسند هم بر بازارهای هدف صادراتی هم رنگینک بازار تغییر خواهند گذاشت و بازارهای هدف صادراتی به روسیه و اروپای شرقی تغییر خواهد کرد.

نظرتون درباره وضعیت فروش صنعت چیه؟

بسیاری از کارخانجات در بحث فروش به چالش برخوردند. در کارخانجاتی که از لحاظ قیمتی یا از لحاظ کیفیتی قابلیت رقابت ندارند بیشتر این موضوع نمود پیدا می‌کند؛ دونا موضوع باعث رقابت پذیری ما می‌شود. یک خاص بودن محصول و دوم قیمت؛ چون در حال حاضر بسیاری از کارخانجات راندمان و مهندسی تولید ندارند.

وضعیت صنعت با توجه به شرایطی که الان بحث برق و چالش‌هایی که درباره این موضوع هست وجود دارد چه راهکارهایی و پیشنهادهایی دارید نسبت به این موضوع؟

با توجه به نترازی انرژی و میزان کمبود برق که در کشور وجود دارد؛ نیلا به سرمایه گذاری بخش خصوصی و حمایت از طرف دولت می‌باشد تا بتوانیم این مشکل را در صنعت حل کنیم. البته این فرایند بسیار زمان بر می‌باشد و صنعت باید زودتر به فکر حل مشکل خودش باشد. در این میان دو روش وجود دارد که بتواند کمک کند یکی با توجه به (کشه در صفحه بعد)

- آقای صادق پور در شروع کار در مورد خودتون صحبت کنید و در مورد رزومه هاتون؛ شروع فعالیتتون در این صنعت و کارهایی که انجام دادید؟

محمد جواد صادق پور هستم و صنعت کاشی را از شرکت سرمایه‌یک البرز (بزرگترین تولید کننده محصولات مینباتوری یا استخری ایران) شروع کردم و می‌باشد؛ و بعد از آن به شرکت کاشی الوند رفتم و مدیر تولید کاشی الوند ۳ شدم. بعد از آن در شرکت کاشی پارس به عنوان مدیر تولید بر تجربه من افزوده شد و به هر حال سید محصولاتی که در صنعت کاشی و سرمایه‌یک بود را تجربه کردم. در کاشی حافظ به عنوان مدیر کارخانه تجارب ارزشمندی را به دست آوردم و در ادامه فعالیتم در صنعت کاشی به عنوان مدیر کارخانه کاشی گلدیس مشغول شدم و در حال حاضر هم در مجموعه کاشی خیام هستم به عنوان مدیر عامل در حال همکاری هستیم.

نظرتون درباره کاشی خیام و چشم اندازتون در آینده چیه و الان شرکت توجیه شریطی قرار داره؟

شرکت کاشی خیام محصولات کاشی دو پخت دیوار و تک پخت کف دارد. ما در کاشی خیام سالی به نام فیروزه داریم که کاشی دو پخت دیوار برای صادرات به عراق، تاجیکستان و کشورهای آسیای میانه تولید می‌کند. سالن تولید کاشی کف محصولاتی با سایز ۶۰×۶۰ و ۱۰۰×۴۰ با جذب آب حدوداً ۵ تا ۶ درصد تولید می‌کند و برنامه بر این است که در یک بازه زمانی از مدار خارج شده و با نصب ماشین آلات جدید محصولات ۸۰×۸۰-۱۶۰×۸۰-۱۲۰×۱۲۰-۱۰۰×۱۰۰ تولید...

برای متمایز کردن خودتان از رقبا چه استراتژی در نظر گرفتید؟

کاشی خیام با هدف تمرکز بر روی کیفیت و مشتری‌مداری مسیری را دنبال می‌کند که می‌تواند متفاوت باشد زیرا این توانمندی در کارخانه کاشی خیام وجود دارد.

در مدتی در صنعت کاشی و سرامیک فعالیت داشتید متفاوت‌ترین پروژه‌ای که کار کردید چه بوده است؟

پروژه‌های متفاوت و جذاب در این صنعت زیاد بوده است ولی معمولاً هر پروژه متفاوت سختی‌های هم به همراه دارد؛ عمر صنعت کاشی و سرامیک در کشور ما به ۲۰ تا ۲۵ سال رسیده است و این کارخانجات تقریباً مستهلک شدن البته نباید به این حد استهلاک می‌رسیدند؛ در اروپا کارخانجات خیلی زیادی با قدمت ۳۰ ساله وجود دارد که استهلاک آنها کمتر از یک دوم چیزی است که در کشور ما وجود دارد.

یکی از پروژه‌های ما انجام دادیم این بود که ماشین آلات را در کارخانه کلدیس بسنه بندی و امتیاز دهی می‌کردیم و در زوایای مختلف به‌تر گذاری آنها توجه می‌کردیم که چه تاثیر بر کیفیت تولید، یعنی سرعت سفارش، زمان تحویل و... دارد و بر اساس آن شروع به اورهال کردن ماشین آلات کارخانه کردیم؛ این خیلی برای من جالب بود یعنی ما مثل پزشکی که بیماری را جراحی می‌کند ولی نمی‌تواند او را بهبود کند بدون اینکه تولید را متوقف کنیم این کار را پیش بردیم که بسیار سخت ولی با نتایج شیرین همراه بود.

حرف آخر

میزان سرمایه‌گذاری که در کشور در حال انجام است به هر حال منابع ملی هستند که در صنعت ما انجام می‌گیرد، ما امروز باید با این محصولات و سرمایه‌گذاری‌هایی که انجام می‌شود فکری به حال کیفیت محصولاتمان کنیم تا بتوانیم در بازارهای هدف پیشرو باشیم. مزیت رقابتی از لحاظ هزینه‌ای و قیمت تمام‌شده ایجاد کنیم اگر محصول خوب تولید کنیم می‌توانیم با حاشیه سود بالاتری بفروشیم و این برگشت سرمایه در کشور ما باعث می‌شود کارخانجات بهتری در کشور تأسیس شده و سود بیشتری ایجاد شود که و کلام آخر اینکه باید نگاهمان را به بازار و حاشیه سود تغییر بدهیم.

اینکه در تابستان مشکل کمبود گاز نداریم و البته تا به حال نبوده) می‌توانیم به سمت مولدهای گازی برویم و در واقع مولد‌هایی که قابلیت CHP شدن را داشته باشند که بعدها بصرفه‌تر باشند؛ CHP یک روش استفاده از ژنراتورهای گازی می‌باشد و روش دیگر استفاده از برق سولار یا پنل‌های خورشیدی است که در ایران و چین خیلی پیشرفت‌های خوبی داشته‌اند.

به نظر شما در این صنعت چالش بزرگ ۵ سال آینده چه چیزی می‌تواند باشد؟

اولین موضوع چالش انرژی و کران شدن حامل‌های انرژی می‌باشد و موضوع بعدی که به شدت استراتژی‌های صنعت ما را تحت تأثیر قرار خواهد داد مبحث منابع انسانی می‌باشد و شاید حتی در آینده منابع انسانی از منابع انرژی هم مهم‌تر شود، علاقه نسل جدید برای کار کردن در صنعت موضوع بسیار مهمی می‌باشد و نسل جدید مناسبانه به موضوع کار در صنعت و کارخانه علاقه‌ای نشان نمی‌دهد و بیشتر به فعالیت‌های استارت‌آپی علاقه‌مند هستند و این موضوع قطعاً در ۵ سال آینده بلکه در حال حاضر هم بحران شدیدی برای صنعت ایجاد کرده است. چالش بعدی که در آینده صنعت ما را دچار تهدید خواهد کرد تولید کاشی‌های سبزرگ (اسلب) است، که بسیاری از کارخانجات به دنبال تولید این محصول رفته‌اند. یکسری پوشش‌های چکری و وجود دارد مثل صفحات ۵٪ که این‌ها در صورت پیشرفت تکنولوژی تولید و افزایش کارخانجات تولیدی در کشور می‌تواند تهدیدی برای تولیدکنندگان اسلب باشد.

Mr. Mohammad Javad Sadegpour (the CEO of Kashan Khayyam Tile)

- Mr. Sadegpour, at the beginning, please talk about yourself and your resume; the start of your activities in this industry and the work you have done?

I am Mohammad Javad Sadegpour and I started the tile industry from Alborz Ceramic Company (the largest manufacturer of miniature or pool products in Iran); and then I went to Alvand Tile Company and became the production manager of Alvand Tile. After that, I joined Pars Tile Company as the production manager, and in any case, I experienced the product portfolio in the tile and ceramic industry. At Hafez Tile, I gained valuable experience as the factory manager, and in the continuation of my activities in the tile industry, I worked as the factory manager of Goldis Tile, and currently, I am cooperating as the CEO of the Khayyam Tile collection.

What is your opinion about Khayyam Tile and your future outlook, and what is the current status of the company?

Khayyam Tile Company has wall double-fired tiles and single-fired floor tiles. We have a hall called Firuzeh at Khayyam Tile, which produces double-fired wall tiles for export to Iraq, Tajikistan, and Central Asian countries. The floor tile production hall produces 60×60 and 100×40 size products with a water absorption of approximately 5 or 6 percent, and the plan is to be taken out of the circuit within a certain time frame and produce 80×80-160×80-120×120-100×100 products with the installation of new machinery. Part of this machinery has been imported, and another part needs to be built in Iran.

The 60×60-100×40 floor products will be replaced with a new type and polished porcelain and SFD porcelain; that is, in the new production line, issues such as Finishing, electrical connections, installation issues, and control panel topics are carried out, and there is also a plan to increase efficiency, that is, to renovate the preparation infrastructure.

How is your export situation, and to which countries do you export?

We export to countries such as Tajikistan, Azerbaijan, and Central Asian countries, Syria, Iraq, Afghanistan, and Pakistan. Naturally, the new products that are produced will also affect the target export markets and the market ranking, and the target export markets will change to Russia and Eastern Europe.

What is your opinion on the sales situation in the industry?

Many factories are facing sales challenges due to various reasons such as global economic conditions, competition, changing customer tastes, and infrastructure challenges.





AMIN 
TILE CO

7th Kilometer , East Bypass, Meybod, Yazd, IRAN
(+98) 35 3346

SUPER
NANO 
POLISH

P O R C E L A I N

www.amintile.com

[instagram:amintile.co](https://www.instagram.com/amintile.co)

[telegram.me/amintile1](https://t.me/amintile1)

info@amintile.com

افزایش تولید – دوروی یک سکه

در بسیاری از سازمانها و واحدهای تولیدی، افزایش میزان تولید یک دغدغه است. بسیاری آن را یک هدف میدانند اما در واقع افزایش آمار تولید به تنهایی یک هدف نیست بلکه شاید یکی از اثرات هدف گذاری خوب یا دست آوردی از یک سازمان در برابر عملکرد صحیح و وضع نمودن استراتژی مناسب باشد.

در واقع میزان تولید یک سازمان وابسته به زیر ساخت و تواناییهای بالقوه آن است که در یک بازه قابل پیش بینی و مشخص در نوسان است پایین تر از کمترین حد معمول به معنای اشکال در عملکرد سیستم است که غالباً آشکار یا به سادگی قابل بررسی و درک است و بالاتر از حداکثر آن بی شک یک عدد واقعی نیست و ممکن است تحت شرایط خاص مثلاً پرس کردن سیستم بدست آید و یا نتیجه یک آنالیز دوره ای و مقطعی باشد که بزودی افست خواهد کرد. میزان تولید باید با یک مدیریت مناسب در بالاترین حد ممکن آن بصورت پایدار باقی بماند.

چندین سازمان تولیدی را دیده ام و با صاحبان آن صحبت کرده ام که از میزان تولید و کیفیت آن شاکتی بوده اند تقریباً تمامی آنها برای رفع این مشکل دست به تغییر مدیران زده و یا گروه ها یا تیم های کاری و اجرایی را به سازمان دعوت میکنند و باز تقریباً تمامی آنها اذعان میدارند با انجام این تغییر مدتی اوضاع روبه راه بوده و تولید از نظر آماری و کیفی ارتقاء داشته ولی بعد از مدتی به شرایط قبل یا حتی بدتر برگشته و به ناچار مجدداً دست به تغییر و تعویض مدیریت یا گروه کاری زده اند یعنی یک دور باطل.

همچنین این تغییرات افزایشی موفقی شاید بخوبی آنالیز نشده اند شاید تحت فشار وارد آمده به سیستم درجه کیفی محولات تنزل داشته یا هزینه های تولید و تعمیرات افزایش یافته و بتوان به این نتیجه رسید که سود ناشی از تولید به نسبت هزینه های آن برای همان مقدار پایین بیشتر بوده است.

در یک کلام افزایش آمار تولید فقط در قالب زیر ساخت موجود میسر است که یک مدیریت خوب در تولید باید آن را در سقف توان سیستم نگه دارد. اگر آماری بدست شما رسید که میزان تولید را بیش از سقف ممکن اعلام نمود یا اشتباه است یا بصورت مقطعی است.

آیا شما سقف تولید وابسته به کیفیت سیستم خود را میدانید؟





در مجموعه تولیدی خود یک خط تولید از ابتدا تا انتها را مورد بررسی قرار دهید مثلا در خط تولید کاشی نقاط زیر را در نظر بگیرید (این نقاط ممکن است بسته به نوع خط متفاوت یا شامل دستگاه های متنوع دیگر هم باشد)

آماده سازی - پرس - درلر - کوره - بسته بندی

برای هر کدام از این واحدها دو شاخص در نظر بگیرید. توان تولید واقعی، میزان کیفی واقعی محصول در آن نقطه

توان تولید و درجه کیفی واقعی برای هر نقطه کاملا وابسته به توان نامی، عمر کاری دستگاه و شرایط نگهداری آن است که باید برای حداقل یک دوره یک ماهه میزان تولید، میانگین کیفی و توقفات ناشی از خرابی خود دستگاه و نه ناشی از توقفات دستگاه های دیگر و با توقف خط را جمع آوری و میانگین آن را برای یک روز بعنوان شاخص واقعی آن نقطه بدست آورید.

بعد از اتمام جمع آوری شاخصهای دستگاه های مستقر در یک مسیر از خط تولید، باید بدانید شاخص واقعی آن خط چه از نظر آماری و چه از نظر کیفی تابع پایین ترین شاخص از شاخصهای بدست آمده است به عبارتی شاخص واقعی آن خط پایین ترین شاخص بدست آمده از تمام نقاط است. نکته مهم دیگر در همین بخش این است که اگر اختلاف شاخصهای بدست آمده برای نقاط مختلف فاحش و عدد بزرگی به نسبت باشد یعنی آن خط از نظر ساختار، انتخاب ماشین آلات و تعادل ظرفیتها در زمان طراحی اشکال داشته و یا هم اکنون به این عدم توازن رسیده است. مهمترین کار در این مقطع رفع عدم توازن در شاخصهای نقاط خط تولید است چه از نظر آماری و چه از نظر کیفی

اگر کارخانه شما دارای چندین خط تولید مستقل است فرآیند فوق باید برای تمامی خطوط انجام شود آنکه از شاخصهای بدست آمده شاخص واقعی توان تولید کارخانه (جمع شاخصهای آماری تمام خطوط) و شاخص واقعی توان کیفی کارخانه (میانگین شاخصهای کیفی تمام خطوط) بدست خواهد آمد.

جمع آوری، آنالیز و استخراج اعداد و میزان شاخصهای یک کار فنی و نیازمند دانش فنی است و بهتر است از یک تیم حرفه ای برای انجام این کار استفاده شود .

اکنون با بدست آمدن این اطلاعات از کل مجموعه بهتر میتوانید برای مدیریت آن با اعمال تغییرات لازم اقدام و برنامه ریزی کنید و دیگر میدانید حداکثر توان تولید آماری و کیفی شما به چه میزان است و برنامه ای برای هدف گذاری و تعیین استراتژی توسعه سیستم را رقم بزنید.

با یاری خداوند در مقالات بعدی روشهای اصلاح و ارتقای شاخصهای تولید مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

با تشکر از همفکری و نظرات دوست و همکار محترم آقای مهندس مهرازان کلویانی در تدوین این مقاله

نادر سردادور

مدیر عامل شرکت مهندسی کیاکسترش صنعت



جایگاه رهبری به عنوان یکی از معیارهای مدل تعالی‌سازمانی در ویرایش‌های انجام شده در سال‌های ۲۰۰۲، ۲۰۱۰، ۲۰۱۳ و ۲۰۲۰ به روشنی قابل مشاهده می‌باشد. در آخرین ویرایش این مدل که مبنای مدل تعالی‌صنعت کاشی و سرامیک نیز می‌باشد، معیار رهبری با فرهنگ سازمانی به عنوان معیار دوم در بخش جهت‌گیری تبیین شده است. از تعاریف مختلف رهبری که توسط نظریه‌پردازان علم مدیریت در ادوار مختلف که بگذریم، تعریف رهبری در آخرین ویرایش مدل تعالی حائز توجه و اهمیت است. در این راستا می‌توان به جملات زیر برگرفته از مدل تعالی ویرایش ۲۰۲۰ توجه نمود:

در یک سازمان برجسته، رهبری بعنوان یک فعالیت و نه یک نقش در نظر گرفته می‌شود و رفتارهای رهبری در تمامی سطوح و بخش‌های سازمان مشهود است. اینگونه رفتار رهبری اتکو، الهام بخش دیگران است و ضمن تأکید و تقویت ارزش‌ها و هنجارها در صورت لزوم به منظور کمک به راهبری فرهنگ سازمانی آنها را تعدیل می‌نماید.

در ابتدای معیار رهبری و فرهنگ سازمانی در مدل تعالی صنعت کاشی و سرامیک آمده است:

رهبران ضمن برخورداری از نگاهی آینده‌نگارانه، باید زمینه پیشبرد اهداف راهبردی و تحقق نیازها و انتظارات کلیه ذینفعان را فراهم نمایند.

فعالیت‌های رهبران در مدل تعالی‌سازمانی:

اکنون که رهبری نه به عنوان یک نقش بلکه به عنوان یک فعالیت در مدل تعالی‌سازمانی پذیرفته شده است، در این مقاله تلاش شده تا به زئوس مطالب مرتبط اشاره شود.

ج) رهبران و مدیریت تغییرات سازمان: اصطلاح رهبری تحول‌گرا برای اولین بار، توسط دانتون (۱۹۲۳)، به کار رفت. بر اساس تعریف وی، رهبری تحول‌گرا فرآیند نفوذ آگاهانه در افراد یا گروه‌ها برای ایجاد تغییر و تحول ناپیوسته در وضع موجود و کارکردهای سازمان به عنوان یک کل است. با این تفکر، می‌توان جایگاه رهبران در مدل تعالی نیز مناسب‌تر تبیین نمود. در یکی از نکات راهنمای مدل تعالی صنعت کاشی و سرامیک (۲-۲) آمده است: رهبران تغییرات مورد نیاز سازمان را شناسایی و اولویت‌بندی نموده و ذینفعان کلیدی را نسبت به نحوه اجرا و اثرات آن آگاه می‌نمایند. در نکته راهنمای دیگری یکی از فعالیت‌های رهبران در حوزه مدیریت تغییر اینگونه بیان شده است: رهبران اطمینان حاصل می‌نمایند که تغییرات همسو با مبنای وجودی و استراتژی‌ها به شکل اثربخشی اجرا شده، در سازمان نهادینه شده و تجارب حاصل از آن را برای به کارگیری در تغییرات آینده ثبت می‌شود.

الف) فرهنگ سازمانی همسو با مبنای وجودی و ارزش‌های سازمانی: از مهم‌ترین فعالیت‌های رهبران در سازمانی‌های متعالی، درک فرهنگ سازمانی و اطمینان از همسویی و یکپارچگی این عنصر کلیدی با مبنای وجودی سازمان می‌باشد. مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورهای راهنما، تفاهم‌ها و روش‌های تفکر، که در بین اعضای سازمان مشترک بوده و از طرف اعضای جدید نیز به عنوان روش‌های صحیح انجام کارها و تفکر جستجو می‌شود، فرهنگ سازمانی نامیده می‌شود. فرهنگ سازمانی دربرگیرنده ارزش‌ها و رفتارهایی است که به محیط اجتماعی و روانی منحصر به فرد سازمان کمک می‌نماید. فرهنگ شامل چشم‌انداز، ارزش‌ها، هنجارها، سیستم‌ها، نمادها، زبان، مفروضات، باورها و عادات سازمان است.

ب) رهبران و ارزش‌های سازمانی: ارزش‌های سازمانی به عنوان یکی از عناصر کلیدی از کلان‌جهت سازمان در ویرایش‌های مختلف مدل تعالی همواره مورد تأکید بوده است. بر این اساس، رهبران کدهای رفتاری و مصادیق اجرایی را برای اطمینان از عملکرد اخلاقی همسو با ارزش‌های سازمانی تعریف، کنترل و هدایت نموده و نظام‌های ارزشیابی عملکرد، پاداش و تقدیر را با آن یکپارچه می‌نمایند.

ه) رهبران و ایجاد اتحاد، یکپارچگی و تعهد در مبنای وجودی، چشم انداز و استراتژی؛ یکی از فعالیت‌ها لابنفک رهبران در سازمان‌های متعالی، محور بودن در فرایند شکل‌گیری، اجرا و پایش ارکان راهبردی سازمان است. در چارچوب مدل تعالی سازمانی، فرایند شکل‌گیری این ارکان در معیار یک تبیین شده و نقش رهبران برای ایجاد اتحاد و یکپارچگی، در معیار دوم تشریح شده است. به این نکته راهنما در زیر معیار (۲-۴) دقت فرمایید. رهبران سازمان اطمینان پیدا می‌کنند که مبنای وجودی سازمان، چشم انداز و استراتژی با ذی‌نفعان کلیدی در میان گذاشته و محیطی مبتنی بر اعتماد، اطمینان و کثرت‌گویی ایجاد شده است. همان‌گونه که به وضوح مشاهده می‌شود، نقش کلیدی رهبران در مراد و در میان گذاشتن ارکان جهت ساز سازمان با ذی‌نفعان (به صورت عام) در این نکته راهنما بیان شده است. در همین راستا، رهبران باید اطمینان پیدا کنند که طیف گسترده ذی‌نفعان سازمان شامل ذی‌نفعان درون و بیرون سازمانی به عنوان یکی از عناصر اکو سیستم (بست بوم) سازمان، از مبنای وجودی، چشم انداز و استراتژی‌های سازمان آگاهی دارند.

تبیین مسوط تر جایگاه رهبران در مدل تعالی سازمانی و ارتباط با سایر عناصر راهبردی، نیازمند فرصت بیشتری است که با پاری خدایند متعال در آینده تقدیم خواهد شد.



د) رهبران و توانمند سازی برای خلافت و نوآوری؛ یکی از وجوه تمایز و برجسته ویرایش ۲۰۱۰ مدل تعالی سازمانی، توجه ویژه به موضوع خلافت و نوآوری و تخصیص زیر معیاری مناسب در معیار رهبری و فرهنگ سازمانی برای این مفهوم است. در همین زمینه، یکی از نکات رهنمای مدل تعالی صنعت کاشی و سرامیک (۲-۳) این چنین بیان می‌دارد: رهبران لزوم تمرکز بر خلافت، نوآوری و تفکر دگراندیشانه و کارآفرینی سازمانی را برای تحقق مبنای وجودی و استراتژی‌های سازمان درک می‌نمایند و تعهد و حمایت عملی خود از آن را به سازمان نشان می‌دهند. در نکته راهنمای دیگری در این مدل می‌توان به نقش رهبران در توسعه فرهنگی تشویق در نوآوری و همچنین به اشتراک گذاری تجارب توجه نمود. این نکته راهنما بدین گونه بیان شده است: رهبران سازمان فرهنگ تشویق، خلافت، نوآوری و تفکر دگر اندیشانه را توسعه داده و به دنبال یادگیری و به اشتراک گذاری تجارب موفقیت‌ها و شکست‌ها با دیگران هستند.



c) Leaders and Organizational Change Management: The term "transformational leadership" was first used by Downton (1973). According to his definition, transformational leadership is the process of consciously influencing individuals or groups to create change and discontinuous transformation in the existing situation and functions of the organization as a whole. With this in mind, the position of leaders in the excellence model can also be better explained. One of the guidance points of the tile and ceramic industry excellence model (2-2) states: Leaders identify and prioritize the changes needed by the organization and inform key stakeholders about how they are implemented and their effects. In another guidance point, one of the activities of leaders in the field of change management is expressed as follows: Leaders ensure that changes are effectively implemented in line with the existential basis and strategies, are institutionalized in the organization, and the experiences gained from them are recorded for use in future changes.

d) Leaders and Empowerment for Creativity and Innovation: One of the distinguishing and prominent features of the 2010 edition of the organizational excellence model is the special attention to the subject of creativity and innovation and the allocation of an appropriate sub-criterion in the leadership and organizational culture criterion for this concept. In this regard, one of the guidance points of the tile and ceramic industry excellence model (2-3) states: Leaders understand the need to focus on creativity, innovation, divergent thinking, and organizational entrepreneurship to realize the existential basis and strategies of the organization, and demonstrate their commitment and practical support to the organization. In another guidance point in this model, attention can be paid to the role of leaders in developing a culture of encouraging innovation and also sharing experiences. This guidance point is expressed as follows: Leaders develop a culture of encouraging creativity, innovation, and divergent thinking and seek to learn and share the experiences of successes and failures with others.



e) Leaders and creating unity, integration, and commitment based on the organization's reason for being, vision, and strategy. One of the integral activities of leaders in excellent organizations is to be central to the process of forming, implementing, and monitoring the strategic pillars of the organization. Within the framework of the organizational excellence model, the process of forming these pillars is explained in Criterion One, and the role of leaders in creating unity and integration is described in Criterion Two. Pay attention to this guiding point in sub-criterion (2-4). Organizational leaders ensure that the organization's reason for being, vision, and strategy are shared with key stakeholders and that an environment based on trust, confidence, and openness is created. As can be clearly seen, the key role of leaders in communicating and sharing the organization's directional pillars with stakeholders (in general) is stated in this guiding point. In this regard, leaders must ensure that a wide range of the organization's stakeholders, including internal and external stakeholders, as one of the elements of the organization's ecosystem, are aware of the organization's reason for being, vision, and strategies.

A more detailed explanation of the leaders' position in the organizational excellence model and its relationship with other strategic elements requires more time, which, with the help of God Almighty, will be presented in the future.



Transformational Leadership and Organizational Excellence

Introduction:

The importance of leadership as a criterion in the organizational excellence model is clearly visible in the 2003, 2010, 2013, and 2020 editions. In the latest version of this model, which also forms the basis for the tile and ceramic industry excellence model, the leadership criterion, along with organizational culture, is defined as the second criterion in the orientation section.

Leaving aside the various definitions of leadership offered by management theorists throughout different eras, the definition of leadership in the latest edition of the excellence model is noteworthy and important. In this regard, the following sentences from the 2020 edition of the excellence model are worth noting: In an outstanding organization, leadership is viewed as an activity rather than a role, and leadership behaviors are evident at all levels and in all parts of the organization. This type of leadership behavior sets an example, inspires others, and, while emphasizing and reinforcing values and norms, adjusts them when necessary to help guide the organizational culture.

At the beginning of the leadership and organizational culture criterion in the tile and ceramic industry excellence model, it states:

Leaders, while having a forward-looking perspective, must provide the ground for advancing strategic goals and meeting the needs and expectations of all stakeholders.

Leadership Activities in the Organizational Excellence Model:

Now that leadership is accepted in the organizational excellence model not just as a role but as an activity, this article attempts to highlight the key related points.

a) Organizational Culture Aligned with the Basis of Existence and Organizational Values: One of the most important activities of leaders in excellent organizations is understanding the organizational culture and ensuring the alignment and integration of this key element with the organization's reason for being. Organizational culture is a set of values, guiding beliefs, understandings, and ways of thinking that are shared among members of the organization and sought by new members as the correct ways of doing things and thinking. Organizational culture encompasses the values and behaviors that contribute to the unique social and psychological environment of the organization. Culture includes the organization's vision, values, norms, systems, symbols, language, assumptions, beliefs, and habits.

b) Leaders and Organizational Values: Organizational values have always been emphasized as one of the key elements of organizational direction in various editions of the Excellence Model. Accordingly, leaders define, control, and guide behavioral codes and executive examples to ensure ethical performance in line with organizational values, and integrate performance appraisal, reward, and recognition systems with it.



راهنمای انتخاب کاشی سرامیک با توجه به نور محیط

نحوه به کار گیری اصولی نور یا به اصطلاح نورپردازی یکی از عوامل اصلی جذابیت و چشمگیر شدن هر دکوراسیونی است. بنابراین استفاده از نور و کنترل آن در طراحی داخلی نقش اساسی دارد. تنوع بالای محصولات کاشی و سرامیک در طرح، رنگ، ابعاد و نوع لعاب باعث می شود به عنوان یک ماده جادویی در جهت بازی با نور یک انتخاب هوشمندانه باشد. در این مقاله قصد داریم مناسب با نورپردازی فضای دکوراسیون شما به بررسی و انتخاب سرامیک مورد نظر بپردازیم. چنانچه در انتخاب نوع سرامیک با توجه به نور محیط نیاز به اطلاعات جامعی دارید نا پایان مقاله همراه ما باشید.

انتخاب سرامیک

با توجه به میزان نور محیط

همان طور که گفته شد سرامیک ها از لحاظ طرح، رنگ و تکنولوژی تولید بسیار گسترده هستند.

اما با توجه به نوع بازتاب نور و لعاب به دو دسته کلی مات و براق تقسیم می شوند.

سرامیک مات

این نوع سرامیک انعکاس مستقیم نور را نداشته و به صورت پکنواخت و ملایم نور را در فضا پخش می کند. در فضاهای پر نور برای جلوگیری از خیرگی و ایجاد نور ملایم می توان از سرامیک های مات با رنگ های روشن تا طیف تیره استفاده کرد. در صورتی که می خواهید فضا را بزرگ، دلپذیر و با وقار نشان دهید پیشنهاد می شود از سرامیک های مات با رنگ روشن استفاده کنید و اگر جزو دسته ای از افراد هستید که محیط های گرم، دنج و کلاسیک را می پسندید می توانید سرامیک های مات با رنگ های نسبتاً تیره را انتخاب کنید. اگر در طراحی دکوراسیون از نورپردازی های خاصی استفاده کرده اید مانند استفاده از نورهای نقطه ای و متمرکز، نورپردازی آلمان های دکوری یا سقف هایی که دارای نوع نوری هستند استفاده از سرامیک مات مناسب تر است زیرا به دلیل عدم بازتاب نورها به جلوه درست نورپردازی کمک خواهد کرد. همچنین سرامیک های مات به دلیل لغزندگی کمتر و درصد بالای امساک گزینه مناسبی برای فضاهای بزرگ نشیمن با پوشش فرش و قالیچه است زیرا فرش روی این نوع سرامیک ها کمتر جابه جایی می شود و ایستایی بهتری خواهد داشت. از طرفی سرامیک مات مناسب محیط های مرطوب و لغزنده بوده و تمیز نگه داشتن این نوع سرامیک به مراتب ساده تر از کاشی براق است. در حالت کلی سرامیک مات دارای اثر بازتاب نوری کمتری است، و انواع گرد و غبار و آلودگی را کمتر نشان می دهد.

سرامیک براق

این نوع سرامیک سطحی صیقلی و براق دارد که می تواند نور را به خوبی منعکس کند. در محیط های کم نور و نسبتاً تاریک برای ایجاد فضای بزرگ تر و با روشن تر استفاده از سرامیک های براق پیشنهاد می شود. این نوع سرامیک به دلیل بازتاب نور باعث درخشندگی محیط شده و فضایی لوکس و مدرن ایجاد می کند. اگر در محیط های کوچک قصد دارید بخشی از سرامیک ها را به وسیله فرش یا قالیچه بپوشانید حتماً از سرامیک های براق استفاده کنید. چون بخش زیادی از نور توسط فرش جذب شده و در صورتی که از سرامیک مات استفاده کنید انعکاس های خاص نوری را از دست خواهید داد. همچنین این نوع سرامیک ها بسیار زود آثار لک و کثیفی را نشان می دهند. در صورتیکه قصد استفاده از این نوع سرامیک ها را دارید باید بدانید که تقریباً هر روز باید آن ها را تمیز کرد. بنابراین این سرامیک ها نسبت به سرامیک های مات نیاز به تمیزی و مراقبت بیش تر دارند تا درخشندگی خود را حفظ کنند. البته این نوع سرامیک برای محیط هایی که نیاز است زود متوجه آلودگی و کثیفی شویم بسیار کاربردی است. نکته بعدی که باید در مورد این سرامیک ها یاد آور شد این است که به دلیل سطح صیقلی کمی لغزنده و سر هستند و هنگامی که خیس شوند این لغزندگی نیز بیشتر می شود. به طور کلی می توان گفت که استفاده از سرامیک های براق در طراحی فضاهای کوچک به دلیل بازتاب نور بسیار مؤثر بوده و با فریب چشم فضا را بزرگتر از آنچه که هست نشان می دهد.

سخن پایانی

به طور کلی سرامیک یک ماده ایده آل برای بازی با نور است که با توجه به نوع آن می توان نور را کاهش یا افزایش داد. به لطف نور و ویژگی های منحصر بفرد سرامیک دستیابی به فضاهای بزرگ تر در محیط های کوچک امکان پذیر شده و حتی می توان سبک های مختلف دیزاین مانند کلاسیک، مدرن و لوکس را بر اساس نوع سرامیک ها در محیط پیاده سازی کرد. در پایان باید خاطر نشان کرد که سرامیک ها جز مصالح دائمی ساختمان و دکوراسیون محسوب می شوند. بنابراین تعویض آن ها دارای هزینه و زحمت زیادی است. به همین دلیل در انتخاب نوع سرامیک تمام نکات خرید را مورد بررسی قرار دهید تا در آینده از انتخاب خود دلزده و پشیمان نشوید.



Beauty & technology TILE

شرکت کاشی و سرامیک ارگ ارغوانی

با ظرفیت تولید سالیانه 6.300.000 متر مربع

آدرس: میبد، کیلومتر 35 جاده میبد-یزد، ابتدای جاده چوپانان

شماره تماس: 035-31500410 035-32374093



انواع دارایی‌ها عبارتند از:

- ۱** **دارایی‌های مالی:**
شامل پول از هر منبعی

صنعت کاشی و سرامیک به عنوان یکی از بخش‌های مهم و کلیدی صنعت ساختمان و دکوراسیون همواره در برابر چالش‌ها و تحولات مختلفی قرار داشته است. در چنین شرایطی، قابلیت‌های سازمانی به عنوان ابزاری مؤثر برای دستیابی به موفقیت و پایداری در این صنعت محسوب می‌شوند. این قابلیت‌ها شامل مجموعه‌ای از مهارت‌ها، فرآیندها و منابعی هستند که به شرکت‌ها این امکان را می‌دهند تا مزیت‌های رقابتی خود را توسعه دهند. قابلیت‌های سازمانی در صنعت کاشی و سرامیک به چندین جنبه کلیدی بستگی دارد. بهبود فرآیندهای تولید و استفاده از تکنولوژی‌های نوین می‌تواند کیفیت محصولات را ارتقاء بخشد و هزینه‌های تولید را کاهش دهد. همچنین، مدیریت مؤثر زنجیره تأمین و روابط با تأمین کنندگان می‌تواند تضمین کننده تأمین به موقع مواد اولیه با کیفیت باشد. علاوه بر این، بازاریابی مؤثر و شناخت نیازهای مشتریان، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا استراتژی‌های مناسب برای معرفی محصولات به بازار طراحی کنند. در دنیای پررقابت امروز، نوآوری در طراحی و تولید نیز حیاتی است؛ چرا که پاسخگویی به روندهای جدید و تقاضای متغیر خریداران می‌تواند مزیت رقابتی قابل توجهی را برای شرکت‌ها ایجاد کند.
- ۲** **دارایی‌های فیزیکی:**
مثل تجهیزات ناسیسات و ماشین آلات و ساختمان

توسعه نیروی انسانی و ایجاد یک فرهنگ سازمانی قوی نیز از دیگر ابعاد مهم قابلیت‌های سازمانی است. نیروی کار ماهر و متعهد می‌تواند به ایجاد خلاقیت و نوآوری در فرآیندها و محصولات کمک کند. در نهایت، ترکیب کلی از این قابلیت‌ها به تولید کنندگان کاشی و سرامیک این امکان را می‌دهد که در یک بازار جهانی و به شدت رقابتی موفقیت بیشتری کسب کنند و به رشد و توسعه پایدار دست یابند.
- ۳** **دارایی‌های انسانی:**
شامل مجموعه‌ای از توانمندی‌ها دانش مهارت‌های نیروی انسانی است

قبل از هر چیز برای دلشتن درک درستی از قابلیت‌ها لازم است تا به بررسی مفهوم منابع پیردازیم. در حقیقت منابع در یک سازمان اعم از تولیدی یا تحقیقاتی ترکیبی از دارایی‌های مشهود و نامشهود تحت کنترل و اختیار شرکت‌ها هستند که لازمه تحقق استراتژی‌ها و انجام مأموریت سازمان‌ها می‌باشد.
- ۴** **دارایی‌های ارتباطی یا برند:**
مثل شهرت نام‌آوری سازمانی در بازار و صنعت

منابع دو دسته عمده طبقه‌بندی می‌شوند
- ۵** **دارایی‌های اطلاعاتی:**
به مجموعه‌ای از اطلاعات نرم و سخت که در اختیار مجموعه‌های بزرگی مثل منا آمازون و غیره قرار دارد

دارایی‌ها (سرمایه)
- ۶** **دارایی‌های سازمانی:**
از جمله نظام‌های موجود در یک سازمان دستورالعمل‌ها فرهنگ حاکم بر سازمان و غیره

توانایی (قابلیت‌ها یا شایستگی‌ها)



دارایی‌های شرکت عامل اصلی ایجاد قابلیت‌های سازمانی هستند و هنر سازمان‌ها در عصر حاضر که نرخ تغییر و تحول بسیار زیاد می‌باشد تعدیل کردن قابلیت‌های سازمانی خود به مزیت رقابتی در صحنه بازار می‌باشد.

قابلیت‌های یک سازمان در حقیقت یک شرکت را قادر می‌سازد تا از دارایی‌ها و منابع خود ارزش افزوده خلق کند به عنوان مثال قابلیت‌های یک شرکت می‌تواند شامل توانمندی‌هایش در بازاریابی باشد این توانمندی می‌تواند با به کارگیری دارایی‌های ارتباطی و اطلاعاتی (همانطور که در بالا اشاره شد) ایجاد ارزش افزوده کند. نکته حائز اهمیت این است که قابلیت‌های سازمانی ماهیتی پویا دارند و برای پاسخگویی به تغییرات محیطی نیاز به بهبود و تکامل مداوم دارند.

یک سازمان پیشرو و متعالی می‌تواند با به کارگیری رویکردهای متعدد از جمله پیاده سازی سیستم‌های مدیریت کیفیت، مدیریت دانش، مدیریت فرایندهای کسب و کار، مدیریت خلاقیت و نوآوری، مدیریت ریسک و غیره نسبت به به کارگیری درست و بهینه منابع و توسعه قابلیت‌های سازمانی اقدام نماید. بدیهی است که منابع و دارایی‌های یک سازمان به تنهایی ارزشی نداشته و در بازار بر نلاطم امروز ایجاد مزیت رقابتی می‌تواند اهرم موفقیت سازمان‌ها باشد. برای حصول اطمینان از اینکه منابع در اختیار سازمان آیا ایجاد مزیت رقابتی می‌کنند یا خیر پاسخ به چند سوال کلیدی می‌تواند راه گشا باشد.

چهارمین سوال: این امکان وجود دارد که یک منبع ارزشمند کمیاب و غیر قابل تقلید و غیر قابل جایگزین باشد ما امکان انتقال آن به سازمان‌های دیگر وجود داشته باشد در این زمینه باید پرسیم که آیا انتقال آن برای سایر رقبا به صرفه است؟ این آزمون انتقال ناپذیری است.

و آخرین آزمون با عنوان بازگشت منافع نامگذاری شده است اگر منبعی وجود داشته باشد که همه خصوصیات و موارد قبلی را داشته باشد باز هم ممکن است که منشأ مزیت رقابتی نباشد چون ممکن است هزینه‌های نگهداری یا به کارگیری از آن منبع آن میزان باشد که منفعت تولید شده توسط آن منبع توسط خود منبع مصرف شود. این آزمون بازگشت منافع است.

حال که مفهوم منابع یعنی دارایی‌ها و قابلیت‌ها مشخص شد لازم است تا با وجود محدودیت‌های سازمان‌ها در به کارگیری منابع نسبت به بررسی چالش‌های پیش روی صنعت و در ادامه ضرورت توسعه قابلیت‌های سازمان‌ها بپردازیم. ورود شرکت‌های جدید و افزایش ظرفیت تولید در داخل کشور و همچنین رقابت با محصولات خارجی، به ویژه از کشورهای همسایه، صنعت کاشی و سرامیک ایران تحت فشار رقابتی قابل توجهی قرار دارد. این وضعیت می‌تواند منجر به کاهش حاشیه سود و قیمت رقابتی‌تر برای مصرف‌کننده شود. از آنجایی که کماکان از تکنولوژی‌های قدیمی استفاده می‌شود به روزرسانی ماشین‌آلات و تجهیزات تولید به شدت ضروری است. عدم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و نوآوری در طراحی و تولید محصولات جدید می‌تواند به کاهش کیفیت محصولات شود. کاشی و سرامیک به منابع اولیه‌ای نظیر خاک، ماسه و دیگر مواد معدنی وابسته است. ...

اولین سوال: آیا یک منبع ارزشمند است؟ به بیان ساده‌تر منبعی ارزش آفرین است که در انتها حاصلی داشته باشد که مشتری ما حاضر باشد هزینه استفاده از آن مبلغ را پرداخت نماید یا هزینه تمام شده محصول را کاهش دهد یا شما حاضر هستید برای دانشمند مدرک فوق لیسانس روانشناسی حرفه‌ای به یک مدیر حسابداری شرکت تولید پوشاک هزینه بیشتری پرداخت کنید؟

این آزمون ارزشمندی است.

دومین سوال: آیا منبع ما کمیاب است؟ با در دسترس همه رقبا می‌باشد ارزش استراتژیک یک منبع در فضای به شدت رقابتی امروز در دنیا به کمپانی آن منبع می‌باشد و احتمالاً می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی برای سازمان ایجاد ارزش افزوده نماید. در فضای رقابتی باید بدانیم که چه تعداد رقیب از منابعی شبیه ما بهره مند می‌باشند. این آزمون کمپانی است.

سومین سوال: در این قسمت به تقلید ناپذیری و جایگزین ناپذیری پرداخته می‌شود. آیا ساختن یک کپی از این منبع به اندازه‌ی کافی سخت و دشوار هست؟ بسیاری از منابع را می‌توان شبیه سازی کرد و در نتیجه مزیت رقابتی آن از بین خواهد رفت هر چقدر امکان تقلید از یک منبع سخت‌تر باشد ارزش استراتژیک آن منبع بالاتر خواهد رفت. این آزمون کپی سازی است.

چهارمین سوال: این امکان وجود دارد که یک منبع ارزشمند کمیاب و غیر قابل تقلید و غیر قابل جایگزین باشد ما امکان انتقال آن به سازمان‌های دیگر وجود داشته باشد در این زمینه باید بررسییم که آیا انتقال آن برای سایر رقبا به صرفه است؟ این **آزمون انتقال ناپذیری است.**

و آخرین آزمون با عنوان بازگشت منافع نامگذاری شده است اگر منبعی وجود داشته باشد که همه خصوصیات و موارد قبلی را داشته باشد باز هم ممکن است که منشأ مزیت رقابتی نباشد چون ممکن است هزینه‌های نگهداری یا به کارگیری از آن منبع آن میزان باشد که منفعت تولید شده توسط آن منبع توسط خود منبع مصرف شود. این آزمون بازگشت منافع است.

حال که مفهوم منابع یعنی دارایی‌ها و قابلیت‌ها مشخص شد لازم است تا با وجود محدودیت‌های سازمان‌ها در به کارگیری منابع نسبت به بررسی چالش‌های پیش روی صنعت و در ادامه ضرورت توسعه قابلیت‌های سازمان‌ها بپردازیم. ورود شرکت‌های جدید و افزایش ظرفیت تولید در داخل کشور و همچنین رقابت با محصولات خارجی، به ویژه از کشورهای همسایه، صنعت کاشی و سرامیک ایران تحت فشار رقابتی قابل توجیه قرار دارد. این وضعیت می‌تواند منجر به کاهش حاشیه سود و قیمت رقابتی‌تر برای مصرف‌کننده شود. از آنجایی که کماتان از تکنولوژی‌های قدیمی استفاده می‌شود به روزرسانی ماشین‌آلات و تجهیزات تولید به شدت ضروری است. عدم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و نوآوری در طراحی و تولید محصولات جدید می‌تواند به کاهش کیفیت محصولات شود. کاشی و سرامیک به منابع اولیه‌ای نظیر خاک، ماسه و دیگر مواد معدنی وابسته است. مشکلات زیست‌محیطی ناشی از استخراج این منابع و همچنین افزایش قیمت این مواد می‌تواند چالش‌های جدی برای تولیدکنندگان ایجاد کند. علاوه بر این، عدم دسترسی پایدار به مواد ورودی با کیفیت می‌تواند بر کیفیت نهایی محصولات تأثیر بگذارد. نوسانات ارزی، تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی تأثیرات جدی بر قیمت‌گذاری مواد اولیه، تجهیزات و حتی صادرات محصولات دارند.

این نوسانات می‌تواند برنامه‌ریزی بلندمدت و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک شرکت‌ها را دشوار کند. اکثر تولیدکنندگان هنوز استراتژی‌های بازاریابی قوی و مؤثر برای بهره‌برداری از بازارهای جدید و شناسایی نیازها و ترجیحات مشتری ندارند. عدم شناخت بازار و عدم استفاده از ابزارهای مدرن بازاریابی می‌تواند بر فروش و سهم بازار تأثیر منفی بگذارد.

صنعت کاشی و سرامیک از نظر مصرف منابع و تولید ضایعات تأثیرات زیست‌محیطی قابل توجیهی دارد. افزایش فشار عمومی و دولتی برای رعایت استانداردهای زیست‌محیطی می‌تواند چالش‌های جدیدی برای این صنعت به وجود آورد. از جمله نیاز به سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های سبز و پایدار، به دلیل نوسانات اقتصادی و شرایط شغلی، جذب و نگهداری نیروی کار ماهر و آموزش‌دیده در صنعت کاشی و سرامیک می‌تواند دشوار باشد.

کمیاب بودن افراد با مهارت‌های لازم به کاهش بهره‌وری و کیفیت تولید منجر می‌شود لذا در چنین شرایطی ایجاد مزیت رقابتی از طریق توسعه قابلیت‌های سازمانی برای شرکت‌های فعال در حوزه تولید کاشی و سرامیک می‌تواند یکی از راه کارهای برون رفت از شرایط موجود باشد و در حقیقت چه شرکت‌هایی با چه خصوصیتی و با چه قابلیت‌هایی می‌توانند در این عرصه به صورت پایدار خلق ارزش کرده و در عرصه رقابت پیروز باشند.



ایجاد تمایز در تجربه مصرف‌کننده از طریق نوآوری و توسعه محصول امکان‌پذیر خواهد بود. در صنعت کاشی و سرامیک، مصرف‌کنندگان به دنبال محصولات با طراحی‌های خلاقانه و عملکرد بهتر هستند.

شرکت‌هایی که قادرند قابلیت‌های نوآوری قوی را توسعه دهند، خواهند توانست محصولات جدیدی طراحی کنند که علاوه بر جذابیت، کیفیت بالایی نیز داشته باشند. این مسأله به آنها کمک می‌کند تا در بازارهای رقابتی به خوبی خود را متمایز کنند و نیازهای مصرف‌کنندگان را به موقع برآورده سازند.

مدیریت بهینه تولید به منظور افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های ثابت و متغیر کام اساسی برای ایجاد مزیت رقابتی می‌باشد. شرکت‌های تولیدکننده کاشی و سرامیک با بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، انوماسیون، کاهش ضایعات، و استفاده از تکنولوژی‌های جدید و شیوه‌های مدیریت مبتنی بر داده، بهره‌وری خود را افزایش خواهند داد و بهترین موقعیت را برای رقابت در قیمت و کیفیت خواهند داشت.

در صنعت کاشی و سرامیک، مواد اولیه با کیفیت بر خروجی نهایی تأثیر زیادی دارد. شرکت‌هایی که بتوانند روابط قوی و مطمئنی با تأمین‌کنندگان برقرار کنند و به سرعت به تغییرات تقاضا پاسخ دهند، می‌توانند از بروز وقفه‌ها و مشکلات در تأمین مواد اولیه جلوگیری کنند.

قابلیت‌های سازمانی در بازاریابی به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که نیازهای بازار را به‌خوبی شناسایی و استراتژی‌های مؤثری برای تبلیغات و بازاریابی محصولات خود تدوین کنند. برندسازی مؤثر و ارتباط با مشتری از عناصر اساسی ایجاد وفاداری و اعتماد مشتری به محصولات است که می‌تواند به افزایش فروش و سهم بازار منجر شود. استفاده از نتایج برداشتی و انجام نظرسنجی‌ها به صورت مستقیم و غیر مستقیم از جامعه هدف می‌تواند به تحقق این مهم کمک بسیار زیادی نماید.



بدین ترتیب، تقویت این قابلیت‌ها می‌تواند به یک مزیت رقابتی پایدار تبدیل شود به کارگیری و استفاده از آموزه‌های مدل‌های تعالی سازمانی از جمله مدل تعالی کاشی و سرامیک که برگرفته از مدل تعالی EFQM 2020 بنیاد کیفیت اروپا می‌باشد مفید و گره‌گشا خواهد بود.

کردآوری شده توسط:

علیرضا مشکلاتی

جذب، توسعه و نگهداری نیروی انسانی ماهر و متعدد از دیگر فاکتورهای اساسی برای ایجاد تمایز و مزیت رقابتی بین شرکتها می‌باشد. شرکت‌هایی که در این زمینه قوی عمل می‌کنند، می‌توانند بهره‌وری و کیفیت کاری بهتری را از کارکنان خود انتظار داشته باشند. آموزش مداوم و توسعه حرفه‌ای نیز می‌تواند باعث پیشرفت و ارتقاء مهارت‌های کارکنان گردد.

در نهایت، قابلیت‌های سازمانی به عنوان یک دارایی استراتژیک، به شرکت‌های تولیدکننده کاشی و سرامیک کمک می‌کند تا نه تنها در بازار رقابتی بلایی بمانند، بلکه به پیشرفت و رشد مستمر دست یابند.



The fourth question: It is possible for a resource to be valuable, scarce, inimitable, and non-substitutable, but it can be transferred to other organizations. In this regard, we must ask if it is cost-effective for other competitors to transfer it? This is the non-transferability test.

And the last test is called return on benefits. If there is a resource that has all the previous characteristics and features, it still may not be the source of competitive advantage, because it is possible that

Now that we've nailed down the concept of resources—assets and capabilities—it's time to dig into the challenges facing the industry, given the limitations organizations face in using those resources. Then, we'll talk about why companies need to level up their capabilities. The Iranian tile and ceramic industry is feeling the heat from increased competition, thanks to new companies popping up, production capacity going up at home, and competition from foreign products, especially from neighboring countries. This can lead to tighter profit margins and more competitive prices for the consumer. Since we're still using some old-school technology, it's crucial to upgrade machinery and production equipment. Skimping on R&D and innovation in product design and manufacturing can lead to lower product quality. Tile and ceramic production relies on raw materials like clay, sand, and other minerals. Environmental issues from extracting these resources, along with rising prices, can create serious headaches for manufacturers. Plus, not having consistent access to high-quality raw materials can impact the final product quality. Exchange rate fluctuations, sanctions, and international restrictions are seriously messing with the pricing of raw materials, equipment, and even product exports. These fluctuations can make long-term planning and strategic decision-making a real pain for companies. Most manufacturers still don't have strong, effective marketing strategies to tap into new markets and figure out what customers want and need. Not knowing the market and not using modern marketing tools can negatively impact sales and market share. The tile and ceramic industry has a significant environmental footprint in terms of resource consumption and waste generation. Growing public and government pressure to meet environmental standards can create new challenges for the industry, including the need to invest in green and sustainable technologies. Due to economic fluctuations and job conditions, attracting and retaining skilled labor



And being trained in the tile and ceramic industry can be tough. A shortage of folks with the right skills leads to lower productivity and quality. So, in times like these, creating a competitive edge by boosting what your company can do is one way for tile and ceramic companies to get out of a tight spot. Basically, what kind of companies, with what traits or abilities, can consistently create value and win in the competition?

Setting yourself apart in the customer experience is doable with innovation and new product development. In the tile and ceramic game, customers are after products with fresh designs and better performance. Companies that can build strong innovation skills will be able to whip up new products that are not only eye-catching but also high-quality. This helps them stand out in competitive markets and meet customer needs right on time.

Optimizing production to boost efficiency and cut down on fixed and variable costs is a key step to getting a competitive edge. Tile and ceramic companies that streamline their production processes, automate, reduce waste, and use new technologies and data-driven management methods will boost their efficiency and be in the best spot to compete on price and quality.

In the tile and ceramic industry, top-notch raw materials have a huge impact on the final product. Companies that can build strong, reliable relationships with suppliers and quickly adapt to changes in demand can dodge disruptions and problems in getting raw materials.



Organizational capabilities in marketing enable companies to effectively identify market needs and develop effective strategies for advertising and marketing their products. Effective branding and customer communication are essential elements in building customer loyalty and trust in products, which can lead to increased sales and market share. Utilizing insights gathered and conducting surveys, both directly and indirectly, from the target audience can greatly contribute to achieving this important goal.

Attracting, developing, and retaining skilled and committed human resources are other essential factors for creating differentiation and competitive advantage among companies. Companies that perform strongly in this area can expect better productivity and work quality from their employees. Continuous training and professional development can also lead to the advancement and upgrading of employee skills.

Ultimately, organizational capabilities, as a strategic asset, help tile and ceramic manufacturing companies not only to remain competitive in the market but also to achieve continuous progress and growth. Thus, strengthening these capabilities can turn into a sustainable competitive advantage. Implementing and utilizing the teachings of organizational excellence models, including the Tile and Ceramic Excellence Model derived from the EFQM 2020 model of the European Foundation for Quality Management, will be beneficial and problem-solving.

Compiled by: Alireza Moshkelati

Organizational Capabilities in the Tile and Ceramics Industry

The tile and ceramics industry, as one of the important and key sectors of building and decoration, has always faced various challenges and transformations. In such conditions, organizational capabilities are considered an effective tool for achieving success and sustainability in this industry. These capabilities include a range of skills, processes, and resources that enable companies to develop their competitive advantages. Organizational capabilities in the tile and ceramics industry depend on several key aspects. Improving production processes and utilizing modern technologies can enhance product quality and reduce production costs. Additionally, effective supply chain management and relationships with suppliers can ensure timely sourcing of high-quality raw materials.

Moreover, effective marketing and understanding customer needs allow companies to design appropriate strategies for introducing products to the market. In today's highly competitive world, innovation in design and production is also crucial, responding to new trends and changing buyer demands can create significant competitive advantages for companies.

Developing human resources and establishing a strong organizational culture are also significant aspects of organizational capabilities. A skilled and committed workforce can foster creativity and innovation in processes and products. Ultimately, the overall combination of these capabilities enables tile and ceramics manufacturers to achieve greater success in a global and fiercely competitive market, facilitating sustainable growth and development.

Before anything else, to have a proper understanding of capabilities, it is essential to examine the concept of resources. In fact, resources in an organization, whether production or research, are a combination of tangible and intangible assets under the control and ownership of companies, necessary for realizing strategies and fulfilling the missions of organizations.

Resources are categorized into two main types: assets (capital) and capabilities (competencies).

The types of assets include:

1. Financial assets: This includes money from any source.
2. Physical assets: Think equipment, facilities, machinery, and buildings.
3. Human assets: This is the collection of abilities, knowledge, and skills of the workforce.
4. Communication or brand assets: This includes stuff like the company's reputation and recognition in the market and industry.
5. Information assets: This refers to all the information, both soft and hard data, that big players like Meta, Amazon, etc., have.
6. Organizational assets: This includes the systems within an organization, its procedures, the company culture, and so on.

A company's assets are the main drivers of its organizational capabilities. The trick for organizations these days, with the rate of change being so high, is turning those capabilities into a competitive edge in the marketplace.

An organization's capabilities basically enable it to create added value from its assets and resources. For example, company might have capabilities in marketing. This ability can create added value by utilizing communication and information assets (as mentioned above). The important thing to remember is that organizational capabilities are dynamic and need continuous improvement and development to respond to changes in the environment.

A leading and excellent organization can properly and optimally utilize resources and develop organizational capabilities by employing various approaches, including implementing quality management systems, knowledge management, business process management, creativity and innovation management, risk management, and so on. Obviously, an organization's resources and assets alone have no value, and creating a competitive advantage in today's turbulent market can be the lever for organizations' success. To ensure that the resources available to the organization create a competitive advantage, answering a few key questions can be helpful.

The first question: Is a resource valuable? Simply put, a resource is value-creating if it ultimately yields a result that our customer is willing to pay for using that resource, or reduces the cost of the product. Or, are you willing to pay an accounting manager in a clothing manufacturing company more for having a professional master's degree in psychology? This is the value test.

The second question: Is our resource scarce? Or is it available to all our competitors? The strategic value of a resource in today's highly competitive world lies in its scarcity, and it can potentially create added value for the organization as a competitive advantage. In a competitive environment, we need to know how many competitors benefit from resources similar to ours. This is the scarcity test.

The third question: This part addresses inimitability and non-substitutability. Is making a copy of this resource difficult enough? Many resources can be replicated, and as a result, their competitive advantage will be lost. The harder it is to imitate a resource, the higher the strategic value of that resource will be. This is the copycat test.



**مفاهیم و
ابزارهای
منابع انسانی
در مدل تعالی**

**کارگاه های
آموزشی
جایزه
تعالی**

**مفاهیم، اصول و مبانی
بازاریابی و فروش در
مدل تعالی سازمانی**

**مدیریت
عملکرد
سازمانی**

مدیریت



**کاشی
و
سرامیک**

در راه رسیدن به قله های تعالی، قدم به قدم کنارتان هستیم

دانش قدرت است

آموزش را در آغوش بگیرید

تربیت
کارشناس تعالی

آشنایی با مدل
تعالی صنعت
کاشی و سرامیک



رهبری تحول گرا
در مدل
تعالی سازمانی



مدیریت فرایندهای
سازمانی در مدل
تعالی سازمانی

تدوین
اظهار نامه
تعالی

تربیت
ارزیاب

سطح پیشرفته

تربیت
ارزیاب

سطح مقدماتی

برنامه ریزی
استراتژیک در
صنعت کاشی و
سرامیک

سمینار
ترویجی

جهت اطلاع از دوره های آموزشی، با شماره

۰۹۳۶ ۶۶۶۶ ۱۰۹

تماس حاصل فرمائید

گپ و گفتی کوتاه با مدیر عامل روکاسرام (وحید پهلوانپور)

پیرو مصاحبه حضوری، با ایشان و ذکر چالش‌های پیش رو این روزهای صنعت سرامیک و در نظر گرفتن کلید واژه‌هایی نظیر نانرزی انرژی، منابع انسانی و صادرات محصولات در ادامه ایشان مطرح نمودند:

وحید پهلوانپور با اشاره به بحث نانرزی انرژی در کشور گفت: با توجه به افزایش چندین برابری قیمت انرژی باز هم شاهد قطع برق و گار در کارخانجات هستیم و هیچ مقام مسئولی بابت این مسئله پاسخگو نیست. شرکت‌هایی که دیزل ژنراتور دارند تا حدودی می‌توانند این مشکل را مدیریت کنند ولی خوب با دیزل ژنراتور هم نمی‌توان به صورت مستمر و پیوسته تولید انجام داد. این کار باعث آسیب شدید به ماشین‌آلات و کوره‌ها می‌شود و در مجموعه خود ما روزانه ۲۵۰ تا ۲۰۰ متر مربع کاشی به علت توقفات ناشی از قطع و وصل از بین می‌رود.

دولت پیشنهاد انرژی‌های تجدیدپذیر را ارائه کرده ولی راه اندازی و ایجاد زیرساخت برای تامین این بخش نیاز به سرمایه بسیار بالایی دارد و بدون حمایت و کمک دولت امکانپذیر نیست. بنظر من یک شرکت تعاونی باید ایجاد شود و مجموعه‌هایی که به دنبال ایجاد نیروگاه خورشیدی هستند و خصوصاً شرکت‌های تولیدی بزرگ به عنوان سهامدار این تعاونی باشند. البته این اقدامات باید در فضای انجمن مطرح شود و صنعت را به سمت کار گروهی سوق دهد. باید از افراد صاحب تخصص در این حوزه کمک گرفت و مسئولان به کمک بیایند تا هر چه سریعتر این اتفاق بیفتد.

در شرایط فعلی بحدی کارخانجات درگیر مشکلات جاری هستند که فرصتی برای فکر برای آینده و برنامه ریزی برایشان نمانده است درگیری و چالش‌های انرژی، چالش بازار ارز و... شما همین چالش نیروی انسانی را در نظر بگیرید. یکی از بزرگترین دغدغه‌های حال حاضر در استان یزد کمبود نیروی انسانی می‌باشد. خوب در این شرایط باید از این برنامه ریزی نمود مثل تأسیس مدارس فنی و تخصصی کاشی و سرامیک و همکاری با دانشگاهها و دانشجویان رشته سرامیک که این اقدامات می‌تواند تا حد زیادی به حل مشکل تامین نیروی انسانی کمک کند.

در ادامه بحث تولید محصولات با کیفیت و در تراز بازارهای جهانی را مطرح نموده و تنها راه ورود به بازارهای منطقه و بودن در فضای رقابتی هندی، چینی و ترک را تولید محصولات با کیفیت و نوع "آورانه" مطرح نمودند.

نقش دولت‌ها را بعنوان کمک کننده و تسهیل کننده مشکلات توسعه صنعتی و اقتصادی مهم دانسته و از هماهنگی لازم فی مابین تشکلهای اتحادیه‌ها، نمایندگان دولت و بخش خصوصی برای بهره‌مندی بهتر از توانایی‌های واحد‌های صنعتی صحبت کردند.

A brief discussion with the CEO of Rookaseraam (Vahid Pahlvanpour)

Following the in-person interview, he discussed the challenges facing the ceramic industry these days, considering keywords such as energy imbalance, human resources, and product exports. He stated:

Vahid Pahlvanpour, addressing the issue of energy imbalance in the country, said: Despite the several-fold increase in energy prices, we still witness power and gas cuts in factories, and no responsible official is accountable for this issue. Companies that have diesel generators can somewhat manage this problem, but you can't continuously produce with a diesel generator. This causes severe damage to the machinery and kilns, and in our facility alone, 200-250 square meters of tiles are lost daily due to these interruptions.

The government has proposed renewable energy, but setting up and developing the infrastructure to supply this sector requires very high capital, and is not possible without government support and assistance. In my opinion, a cooperative company should be established, and the entities seeking to set up solar power plants, especially large manufacturing companies, should be shareholders in this cooperative. These measures should be discussed within the industry association to steer the industry towards collective work. We need to seek help from experts in this field, and the authorities should step in to make this happen as soon as possible.



In the current situation, factories are so engaged in ongoing problems that they have no opportunity to think about the future and plan. The energy challenges, currency market challenges, and... Consider the human resource challenge - one of the biggest concerns in Yazd province right now is the shortage of human resources. In this situation, we must plan ahead, like establishing technical and specialized schools for tiles and ceramics, and collaborating with universities and ceramic students, which can greatly help solve the human resource supply problem.

They then discussed the production of quality products at par with global markets, stating that the only way to enter the regional markets and compete with India, China, and Turkey is to produce quality and innovative products.

They emphasized the role of governments as helpers and facilitators in resolving these issues.

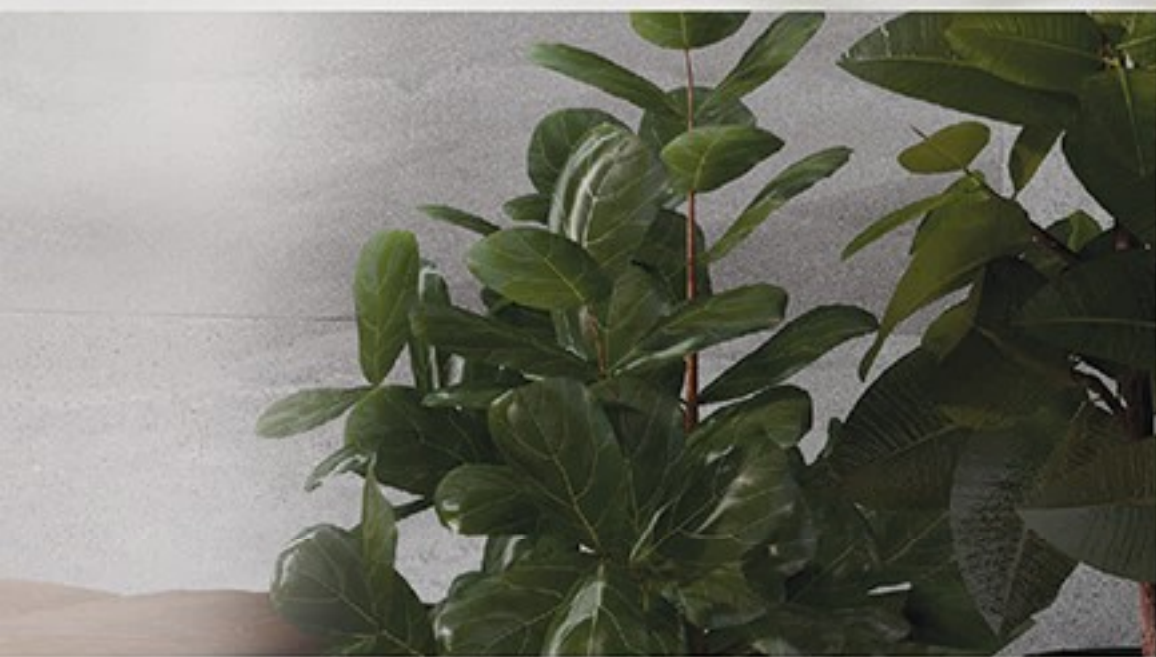


همان طور که از نام آن هم پیدا است در این روش طرحی مانند دانه‌های ریز شکر با برجستگی‌های اندک بر روی سطح کاشی سرامیکی ایجاد می‌شود.

تکنولوژی ساخت

در برخی موارد برای رسیدن به بافت خاصی در سطح سرامیک، از محصولات ویژه ای مانند شوگر افکت و گرانولهای فول پولیش استفاده می‌شود. در افکت شوگر، فریت گرانول شده یا همان پودر شیشه مانند با یک مدیوم خاص که ماده‌ای مشابه روغن است مخلوط شده و سپس توسط دستگاه AIR POWER یا VELA بر روی سطح کاشی اعمال می‌شود. مدیوم به عنوان حامل یا واسط در فرمولاسیون استفاده می‌شود و با حالت روغنی خود باعث می‌شود گرانول‌ها به صورت یکنواخت بر سطح سرامیک پخش شوند. نقش مدیوم در این افکت بسیار مهم و تاثیر گذار است و باید قابلیتی داشته باشد تا این افکت را بر روی سطح سرامیک با بهترین کیفیت اجرا کند. فوارع از انواع لعاب کاشی که می‌تواند مات یا براق باشد، پودرهای شوگر افکت کاشی نیز انواع مات و براق را دارد و نوع براق آن پرترفدارتر است.

اگر شما هم از علاقه‌مندان حوزه صنعت ساختمان و به ویژه محصولات کاشی و سرامیک هستید، احتمالاً در بازار با محصولات مختلف و جذاب زیادی برخورد داشته اید. یکی از این محصولات که ممکن است نام آن را شنیده باشید، کاشی سرامیکی شوگر افکت (Sugar Effect) است. اما شاید هنوز دقیقاً ندانید که این محصول چیست و چه تفاوت‌هایی نسبت به سایر کاشی‌های سرامیکی دارد. در این مقاله، ما قصد داریم شما را با تمام جوانب این نوع کاشی منحصر به فرد آشنا کنیم از ویژگی‌های ظاهری و تکنولوژی ساخت گرفته تا کاربردهای مختلف و مزایای آن در دکوراسیون داخلی پس اگر می‌خواهید با کاشی سرامیکی شوگر افکت آشنا شوید تا انتهای این مقاله همراه ما بمانید.



افکت یا پولیش

شوگر افکت که به معنای انعکاس شکر نیز ترجمه می‌شود از محصولات به روز و جدید صنعت کاشی و سرامیک است. به دلیل آن که سطوح سرامیک در این شیوه به صورت نیمه براق و مات قابل تولید است در دسته نیمه پولیش یا سمی پولیش نیز قرار می‌گیرد.

در اصل پولیش Polishing اصطلاحی است که برای طیف وسیعی از فرایندهای مرتبط با پرداخت کاری سطوح به منظور حذف با جابجایی نقابض و افزایش براق شدن هر سطحی به کار می‌رود.

بنابراین شوگر افکت، افکتی از لعاب با دانه‌های شکر است که به دلیل دارا بودن برخی از خواص محصولات پولیشی، می‌توان آن را در گروه نیمه پولیش یا همان سمی پولیش نیز قرار داد.

مفهوم شوگر افکت

کاشی سرامیکی شوگر افکت یکی از پرترفدارترین کاشی‌هایی است که ظاهری متمایز و جذاب دارد. شوگر افکت در واقع نوعی لعاب خاص برای ایجاد افکت بر روی سطوح سرامیکی است. شوگر افکت نام انگلیسی این روش است و

مزایای سرامیک شوگر افکت؛ از کاربرد تا دیزاین

کاشی‌های سرامیکی شوگر افکت، انتخابی ایده آل برای کسانی است که به دنبال زیبایی و اصالت در طراحی فضاهای خود هستند و همچنین می‌خواهند دکوراسیونی متناسب با روندهای روز معماری داخلی داشته باشند.

سرامیک شوگر افکت به دلیل ویژگی‌های ساختاری خود مانند مقاومت سایشی بالا و ضد خش بودن، گزینه‌ای مناسب برای استفاده در مکان‌های پر تردد است. این ویژگی باعث شده

که از کاشی‌های سرامیکی شوگر افکت در مکان‌های تجاری و عمومی، مانند فروشگاه‌ها و لابی‌ها بیش‌تر استفاده شود. همچنین نوع خاص افکت سطحی این سرامیک‌ها دارای خاصیت ضد لغزش است و امنیت را در محیط‌های مرطوب مانند حمام و سرویس بهداشتی به حداکثر می‌رساند. علاوه بر این در فضاهای نشیمن، فرش‌ها به راحتی روی آن ثابت می‌مانند و نگرانی از سر خوردن فرش بر روی سطوح سرامیک را برطرف می‌کند. تمام این ویژگی‌ها همراه با لکه‌پذیری کم امکان نگهداری و نظافت این نوع سرامیک را آسان‌تر کرده و جذابیت ظاهری آن را برای مدت طولانی حفظ خواهد کرد.



در

بحث طراحی

دکوراسیون کاشی‌های

شوگر افکت با انعکاس‌های ظریف

نوری، فضایی مدرن و چشم‌نواز ایجاد

می‌کنند. این ویژگی منحصر به فرد، جلوه‌ای مدرن و

شیک به فضا می‌بخشد و محیط‌های ساده و

یکنواخت را به فضایی زیبا و جذاب

تبدیل می‌کند.

سخن پایانی

شوگر افکت، تلفیقی از زیبایی و عملکرد

کاشی‌های شوگر افکت نه تنها با جلوه‌های نوری و انعکاس‌های ظریف خود به فضا عمق و جذابیت می‌بخشند، بلکه به دلیل ویژگی‌های مقاومت سایشی بالا ضد لغزش و ضد لک بودن، گزینه‌ای ایمن و کاربردی برای انواع محیط‌ها هستند. این ترکیب بی‌نظیر از زیبایی و عملکرد، شوگر افکت را به محصولی بی‌رقیب در طراحی دکوراسیون داخلی و حتی خارجی تبدیل کرده است.



شرکت دانش بنیان الکتروصدر

طراحی و تولید قطعات و ماشین آلات صنعتی

خدمات الکتروصدر:

کوره های رولری

انواع درایر (بعد از پرس، بعد از لهاب، ورودی کوره، بعد از پولیش)

انواع تابلو برق (فشار ضعیف، فشار متوسط، فشار قوی، فیکس و کشویی، بست های کمپکت و ...)

سوپلکس

شماتیک

میز ورودی و خروجی

☎ ۰۳۵-۳۲۳۷۲۸۳۸

📷 @electrosadr_com

🌐 www.electrosadr.com





The Miracles of Art and Technology TILE

شرکت کاشی و سرامیک عمارت

با ظرفیت تولید سالیانه **5.400.000** متر مربع

آدرس: میبد، کیلومتر 6 جاده میبد-یزد، جاده مزرعه کلانتر

شماره تماس: 035-32372485 035-32372480-3



40*120

30*90

30*60

ذی نفع از منظر مدل تعالی EFQM ویرایش ۲۰۲۵

این فآله به بررسی تعریف ذی نفعان و نقش آنان در مدل EFQM ۲۰۲۵ می پردازد. تعریف ذی نفعان ذی نفعان به تمامی گروه ها و افرادی اطلاق می شود که به نوعی در ارتباط با سازمان هستند و از عملکرد آن تأثیر می پذیرند یا بر آن تأثیر می گذارند. این گروه ها شامل مشتریان، کارکنان، تأمین کنندگان، سهامداران، دولت، جامعه و سایر نهادهای مرتبط هستند. هر یک از این گروه ها انتظارات و نیازهای خاص خود را دارند که مدیریت صحیح این انتظارات از اهمیت بالایی برخوردار است.

جایگاه ذی نفعان در مدل EFQM ۲۰۲۵

سازمان ها ملزم به درک عمیق نیازها، انتظارات و تأثیرات متقابل ذی نفعان خود هستند. این مدل بر سه محور اصلی تأکید دارد:

۱. ایجاد ارزش پایدار برای ذی نفعان:

- سازمان ها باید استراتژی هایی را تدوین کنند که ارزش مستمری برای ذی نفعان ایجاد کند.
- بهبود مستمر در ارائه خدمات و محصولات بر اساس بازخورد ذی نفعان الزامی است.
- توسعه محصولات و خدمات متناسب با نیازهای متغیر مشتریان و تأمین کنندگان ضروری است.
- پیاده سازی سیستم های نوآورانه برای تأمین ارزش افزوده به ذی نفعان می تواند تأثیر مثبت بلندمدتی بر عملکرد سازمان داشته باشد.

۲. مدیریت تعاملات با ذی نفعان:

- ایجاد یک سیستم کارآمد برای ارتباط و تعامل با ذی نفعان ضروری است.
- شفافیت در فرآیندهای سازمانی و جلب مشارکت ذی نفعان از طریق سازوکارهای مناسب انجام می شود.
- ایجاد سیستم های دیجیتالی برای پایش نظرات و بازخوردهای ذی نفعان می تواند موجب بهبود فرآیندهای مدیریتی شود.
- بهبود ارتباطات بین سازمان و ذی نفعان از طریق کانال های ارتباطی مدرن مانند شبکه های اجتماعی و سیستم های CRM امکان پذیر است.
- استفاده از فناوری های نوین برای ایجاد ارتباط مؤثرتر و افزایش تعاملات سازمانی بین بخش های مختلف ذی نفعان یکی از کلیدی ترین استراتژی ها در مدل EFQM ۲۰۲۵ است.

۳. ارزیابی و پایش انتظارات ذی نفعان:

- سازمان ها باید شاخص های کلیدی عملکرد (KPI) را برای سنجش میزان رضایت و تحقق انتظارات ذی نفعان تعیین کنند.
- استفاده از داده های تحلیلی و فناوری های نوین در بهبود تعامل با ذی نفعان اهمیت دارد.
- ایجاد داشبوردهای مدیریتی برای تحلیل داده ها و پایش مستمر تغییرات در نیازهای ذی نفعان، به سازمان ها کمک می کند تا به طور پویا و منعطف عمل کنند.
- مشارکت ذی نفعان در فرآیندهای تصمیم گیری، می تواند موجب افزایش رضایت آنان و تقویت وفاداری سازمانی شود.
- برگزاری نظرسنجی های دوره ای و ارزیابی های میدانی برای سنجش میزان تأثیر گذاری سازمان در بهبود تجربه ذی نفعان ضروری است.

انواع ذی نفعان :

ذی نفعان به گروه‌های مختلفی تقسیم می‌شوند که هر کدام نقش مهمی در موفقیت سازمان ایفا می‌کنند.

این ذی نفعان شامل:

۱. ذی نفعان داخلی:

• کارکنان: شامل تمامی سطوح کارکنان که در عملکرد و بهره‌وری سازمان نقش دارند.

• مدیریت و رهبران سازمان: تصمیم گیرندگان اصلی که جهت گیری استراتژیک سازمان را تعیین می‌کنند.

• سهامداران و مالکان: کسانی که به صورت مستقیم در سود و زیان سازمان سهیم هستند.

۲. ذی نفعان خارجی:

• مشتریان: اصلی ترین ذی نفعان که سازمان باید برای ایجاد ارزش پایدار به آنها توجه کند.

• تأمین کنندگان و شرکا: سازمان‌هایی که مواد اولیه، خدمات و فناوری‌های لازم را فراهم می‌کنند.

• دولت و نهادهای نظارتی: سازمان‌هایی که بر عملکرد قانونی و اجتماعی سازمان نظارت دارند.

• جامعه و محیط زیست: اثرات سازمان بر محیط زیست و مسئولیت‌های اجتماعی آن در این دسته قرار می‌گیرد.

نقش ذی نفعان در مدیریت استراتژیک در مدل EFQM ۲۰۲۵

مدیریت استراتژیک با در نظر گرفتن نقش ذی نفعان، به معنای تدوین استراتژی‌هایی است که به تعادل و هماهنگی بین نیازهای ذی نفعان مختلف کمک کند.

برخی از اصول کلیدی این مدیریت شامل موارد زیر است:

• تحلیل ذی نفعان: شناسایی و دستمندی ذی نفعان بر اساس میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها از سازمان.

• مدیریت ریسک: ارزیابی ریسک‌های احتمالی ناشی از عدم رضایت ذی نفعان و تدوین برنامه‌های کاهش اثرات منفی.

• سازگاری با تغییرات محیطی: انطباق سیاست‌های سازمان با تغییرات اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی که ممکن است بر ذی نفعان تأثیر بگذارد.

• نوآوری در تعاملات: بهره‌گیری از فناوری‌های جدید برای بهبود تعاملات با ذی نفعان و افزایش کیفیت ارتباطات.

بر این اساس باید مدنظر قرارداد:

مدل تعالی EFQM ۲۰۲۵، ذی نفعان را به عنوان یکی از ارکان اصلی موفقیت سازمان‌ها می‌شناسد.

سازمان‌هایی که بتوانند به طور مؤثر نیازها و انتظارات ذی نفعان را مدیریت کنند، شانس بیشتری برای دستیابی به تعالی و موفقیت پایدار خواهند داشت.

لذا درک صحیح از جایگاه ذی نفعان و مدیریت اثربخش تعاملات با آنان، از ضروریات دستیابی به اهداف بلندمدت سازمانی محسوب می‌شود.

در این مسیر، بهره‌گیری از ابزارهای تحلیلی، فناوری‌های نوین و پیاده‌سازی استراتژی‌های تعاملی می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا به سطح بالاتری از تعالی دست یابند.



سید علیرضا بطحانی



Types of Stakeholders:

Stakeholders are divided into various groups, each playing a crucial role in the success of an organization. These stakeholders include:

1. Internal Stakeholders:

- o Employees: Encompassing all levels of staff who contribute to the organization's performance and productivity.
- o Management and Organizational Leaders: The key decision-makers who determine the organization's strategic direction.
- o Shareholders and Owners: Those who directly share in the organization's profits and losses.

2. External Stakeholders:

- o Customers: The most important stakeholders, to whom the organization must pay attention to create sustainable value.
- o Suppliers and Partners: Organizations that provide the necessary raw materials, services, and technologies.
- o Government and Regulatory Bodies: Organizations that oversee the organization's legal and social performance.
- o Society and the Environment: This category includes the organization's impact on the environment and its social responsibilities.

The Role of Stakeholders in Strategic Management in the EFQM 2025 Model

Strategic management, considering the role of stakeholders, means developing strategies that help balance and coordinate the needs of various stakeholders. Some of the key principles of this management include:

- Stakeholder Analysis: Identifying and categorizing stakeholders based on their level of influence on and susceptibility to the organization.
- Risk Management: Assessing potential risks arising from stakeholder dissatisfaction and developing plans to mitigate negative impacts.
- Adaptation to Environmental Changes: Aligning organizational policies with economic, social, and technological changes that may affect stakeholders.

- Innovation in Interactions: Leveraging new technologies to improve interactions with stakeholders and enhance the quality of communications.

Accordingly, the following should be considered:

The EFQM 2025 model of excellence recognizes stakeholders as a cornerstone of organizational success. Organizations that can effectively manage the needs and expectations of stakeholders have a greater chance of achieving excellence and sustainable success. Therefore, a correct understanding of the role of stakeholders and the effective management of interactions with them are essential for achieving long-term organizational goals. In this path, the use of analytical tools, new technologies, and the implementation of interactive strategies can help organizations to achieve a higher level of excellence.



Stakeholders from the Perspective of the EFQM 2025 Model

This article examines the definition of stakeholders and their role in the EFQM 2025 model.

Definition of Stakeholders: Stakeholders refer to all groups and individuals who are in some way connected to the organization and are affected by its performance or influence it. These groups include customers, employees, suppliers, shareholders, government, community, and other related entities. Each of these groups has its own specific expectations and needs, and managing these expectations correctly is of utmost importance.

The Place of Stakeholders in the EFQM 2025 Model

Organizations are required to have a deep understanding of the needs, expectations, and mutual impacts of their stakeholders. This model emphasizes three main axes:

1. Creating Sustainable Value for Stakeholders:

- o Organizations must develop strategies that create continuous value for stakeholders.
- o Continuous improvement in the provision of services and products based on stakeholder feedback is essential.
- o Developing products and services tailored to the changing needs of customers and suppliers is necessary.
- o Implementing innovative systems to provide added value to stakeholders can have a positive long-term impact on the organization's performance.

2. **Stakeholder Interaction Management:**

- * It's crucial to set up a smooth system for connecting and working with stakeholders.
- * We make sure things are open and above board in how we do things, and get stakeholders involved through the right channels.
- * Setting up digital systems to keep an eye on what stakeholders think and say can make management better.
- * We can improve how the organization and stakeholders talk to each other using modern ways to connect, like social media and CRM systems.
- * Using new tech to talk to stakeholders better and get them more involved across different areas is a key strategy in the EFQM 2025 model.

3. **Assessing and Monitoring Stakeholder Expectations:**

- * Organizations need to set Key Performance Indicators (KPIs) to measure how happy stakeholders are and if their expectations are being met.
- * Using data analytics and new tech is important for getting better at dealing with stakeholders.

* Creating management dashboards to look at data and keep an eye on changes in what stakeholders need helps organizations move quickly and adapt.

* Getting stakeholders involved in making decisions can make them happier and more loyal to the organization.

* It's important to do regular surveys and field evaluations to see how well the organization is making things better for stakeholders



اهمیت برند کارفرمایی و تاثیر نیروی انسانی در خلق آن

چکیده

در صنعت کاشی و سرامیک که نیازمند تلفیق هنر و صنعت است، توجه به رضایتمندی و انگیزه کارکنان می تواند منجر به ایجاد محصولاتی با کیفیت و متمایز شود. این نگاه جامع به نیروی انسانی به سازمان ها اجازه میدهد تا از سرمایه انسانی خود به عنوان مزیتی رقابتی در بازار استفاده کنند و در عین حال، فرهنگ سازمانی قوی و تریبخشی ایجاد کنند.

نتیجه گیری

در این مقاله تلاش شد تا اهمیت برند کارفرمایی و نقش سرمایه انسانی در خلق آن مورد بررسی قرار گیرد.

برند کارفرمایی در دنیای پیچیده و رقابتی امروز نه تنها به عنوان یک ابزار مدیریتی، بلکه به عنوان یک سرمایه استراتژیک عمل می کند. سازمان هایی که کارکنان خود را در مرکز تصمیم گیری قرار می دهند و فضایی ایجاد می کنند که افراد احساس ارزشمندی کنند، نه تنها در بازار رقابتی پیشرو خواهند بود، بلکه بهایم بخش تغییرات گسترده در صنعت نیز خواهند شد.

در صنعت هلی مانند کاشی و سرامیک نیز، که نوآوری در طراحی، کیفیت تولید و به روز رسانی خطوط تولید از اهمیت بالایی برخوردار است، یک برند کارفرمایی قوی میتواند نقطه تمایز سازمان باشد.

در نهایت، باور مدیران به ارزش های انسانی، قلب تپنده برند کارفرمایی است. سازمانی که در شرایط سخت از کارکنان حمایت کند، در زمان شکوفایی نیز از همراهی و تعهد آنان بهره مند خواهد شد.

خلق و تقویت برند کارفرمایی، سفری طولانی اما ارزشمند است که نتیجه آن، جایگاهی پایدار در ذهن و قلب کارکنان، مشتریان و جامعه خواهد بود.

این مقاله به بررسی اهمیت برند کارفرمایی در فضای رقابتی امروز می پردازد و فرایند خلق و تبدیل به برند کارفرمایی محبوب و شناخته شده را تحلیل می کند. همچنین، نقش نیروی انسانی به عنوان محرک اصلی در ایجاد این برند، به ویژه در صنایع تولیدی مانند کاشی و سرامیک، مورد ارزیابی قرار میگیرد.

مقدمه

در فضای رقابتی امروز، سازمان ها برای حفظ جایگاه و پیشبرد اهداف خود نیازمند ایجاد تمایزات محسوس در برند خود هستند. حضور رقبا با خدمات و شرایط ویژه، همراه با تبلیغات گسترده، فضای بسیاری از صنایع از جمله کاشی و سرامیک را به یک «اقیانوس قرمز» تبدیل کرده است. در این شرایط، ساختن یک برند معتبر کارفرمایی می تواند نقش کلیدی در جذب نیروهای حرفه ای، توسعه شبکه فروش، افزایش سهم بازار، ارتقای جایگاه برند و در نهایت رهبری بازار ایفا کند.

برند کارفرمایی: فراتر از یک تصور

برند کارفرمایی به تصویری اطلاق می شود که از نگاه کارکنان، کارچوبان و حتی نامین کنندگان درباره ی یک سازمان شکل می گیرد. این تصویر نتیجه فعالیت های حوزه منابع انسانی در درون سازمان است که به طور مستقیم در لایه های بیرونی نمود پیدا می کند.

در صنعت کاشی و سرامیک که کیفیت تولید به دانش، تجربه و خلاقیت کارکنان وابسته است، برند کارفرمایی می تواند نقشی مضاعف در موفقیت را ایفا کند. ارزش های سازمانی برگرفته از تفکرات مدیران، چشم انداز استراتژیک و رسالت شرکت، بنیان گذار این برند هستند. سازمان هایی که برند کارفرمایی قوی دارند، علاوه بر جذب نیروی انسانی توانمند و همسو با ارزش های سازمان، در تعامل با مشتریان و شرکا نیز اعتماد بیشتری ایجاد میکنند.

خلق برند کارفرمایی در صنعت کاشی و سرامیک

برای خلق برند کارفرمایی قدرتمند، سازمان ها باید توجه ویژه ای به فرایندهای منابع انسانی داشته باشند. تمرکز بر توسعه مهارت های فنی کارکنان از طریق ارائه برنامه های آموزشی کاربردی، می تواند توانایی نیروی انسانی را در حوزه هایی مانند طراحی و تولید به شکل چشمگیری ارتقا دهد. ایجاد فضای کاری پویا که کارکنان در آن بتوانند آزادانه ایده های نوآورانه خود را بیان کنند، نقش مهمی در تقویت انگیزه و خلاقیت آنان دارد. علاوه بر این، شناسایی و ارزش گذاری استعدادهای برتر، به ویژه در میان افرادی که با ارائه ایده های نو با بهبود فرایندها به کاهش هزینه ها و افزایش کیفیت محصولات کمک میکنند، تاثیر مستقیمی بر تقویت اعتماد و وفاداری کارکنان دارد. در این راستا، سازمان هایی که به نیروی انسانی خود اهمیت میدهند، از ابتدا تا انتهای مسیر همکاری احترام و حمایت های لازم را برای کارکنان فراهم میکنند. حتی زمانی که افراد به دلایل مختلف از سازمان جدا می شوند، حفظ شان و احترام آن ها، تصویر مثبتی از برند کارفرمایی به جا می گذارد.

معلم فرهنگ خویش باشیم

محمد زرگری



The Importance of Employer Branding and the Impact of Human Resources in Creating It Abstract

This article examines the importance of employer branding in today's competitive landscape and analyzes the process of creating and transforming into a popular and recognized employer brand. It also evaluates the role of human resources as the main driver in establishing this brand, especially in manufacturing industries like ceramics and tiles.

Introduction

In today's competitive environment, organizations need to create noticeable distinctions in their brand to maintain their position and drive their goals forward. The presence of competitors offering unique services and conditions, combined with extensive advertising, has turned many industries, including ceramics and tiles, into a "red ocean." In this context, building a reputable employer brand can play a key role in attracting professional talent, developing a sales network, increasing market share, enhancing brand reputation, and ultimately leading the market.

Employer Branding: More Than Just a Concept

Employer branding refers to the image that employees, job seekers, and even suppliers have of an organization. This image is the result of human resources activities within the organization, which directly reflect on the external layers. In the ceramics and tiles industry, where production quality relies on the knowledge, experience, and creativity of employees, employer branding can play a double role in success. Organizational values derived from the thoughts of managers, strategic vision, and the company's mission are the foundation of this brand. Organizations with a strong employer brand not only attract capable human resources aligned with their values but also build greater trust in their interactions with customers and partners.

Creating an Employer Brand in the Ceramics Industry

To build a strong employer brand, organizations need to pay special attention to their human resources processes. Focusing on developing employees' technical skills through practical training programs can significantly enhance the workforce's abilities in areas like design and production. Creating a dynamic work environment where employees can freely express their innovative ideas plays an important role in boosting their motivation and creativity.

Additionally, identifying and valuing top talents, especially among those who help reduce costs and enhance product quality through new ideas or process improvements, directly impacts boosting employee trust and loyalty. In this regard, organizations that care about their workforce provide the necessary respect and support throughout the entire collaboration process. Even when individuals leave for various reasons, preserving their dignity and respect leaves a positive image of the employer brand.

In the ceramics industry, which requires a blend of art and craft, paying attention to employee satisfaction and motivation can lead to the creation of high-quality and distinctive products. ...

This holistic approach to human resources allows organizations to leverage their human capital as a competitive advantage in the market while also fostering a strong and effective organizational culture.

Conclusion

This article aimed to examine the significance of employer branding and the role of human capital in its creation. In today's complex and competitive world, employer branding acts not just as a management tool but as a strategic asset. Organizations that place their employees at the center of decision-making and create an environment where individuals feel valued will not only lead in the competitive market but also inspire wide-ranging changes in the industry.

In industries like ceramics, where innovation in design, production quality, and updating production lines is crucial, a strong employer brand can be the distinguishing factor for the organization.



ارزیابان همراه دبیرخانه جایزه تعالی صنعت کاشی و سرامیک در سال ۱۴۰۳

محمد الاهی الاصل
Mohammad Alahi Al-Asl



آرش ابراهیم پور
Arash Ebrahimipour



امیر رضا صفدر توره ای
Amirreza safdar Torehay



یحیی صمدی مقدم
Yahya Samadi Moghadam



حامد عباسی
Hamed Abbasi



امیر عزیزی
Amir Azizi



عبدالله عظمت
Abdullah Azemat



ارزیابان ارشد

ارزیابان همراه دبیرخانه جایزه تعالی
صنعت کاشی و سرامیک در سال ۱۴۰۳



محمود رضا کوهی
Mahmoud Reza Kouhi



حبیب کراری
Habib Karari



حمید کاظم
Hamid Kazem



بهروز میرزایی
Behrouz Mirzaei



احمد مهدی جو
Ahmad Mahdijo



مرجان مرتضی پور
Marjan Moradipour



نادر نعمت پور
Nader Nematpour



امیر محمد نبئی
Amir Mohammad Nabai



سید مهدی میر عرب
Seyed Mahdi Mirarab



محمد جبل عامل فروشانی
Mohammad Jabal Amel Foroshani



حسن منوچهری
Hassan Manoochchri



فاطمه خدا بخشی زاده
Fatemeh Khodabakhshizadeh



مهدی باغبانی
Mahdi Baghbani



هدی جهانبخشی
Hoda Jahaanbakhshi



حامد فروغ افشار
Hamed Forough Afshar



حسن کرد
Hassan Kord



میترا شهاب
Mitra Shahab



سید حسین عزالدین زنجانی
Seyed Hossein Azaledin
Zanjani



ریحانه علی نژاد کردی
Reyhaneh Ali Nejad
Kordi



پرنیان پناهی
Parnian Panahi



علیرضا نیکو بیان
Ali Reza Nikobayan



فاطمه کنگی
Fatemeh Kangi



سید احمد اوهب
Seyed Ahmad Ovah



علیرضا مافی
Alireza Mafi



فائزه سادات انعمی
Faizeh Sadat Enami



معصومه کمالی
Masoumeh Kamali



سعید شمعونی
Saeed Shamooni



مریم تاجیک اسمعیلی
Maryam Tajik Esmaeili



زینب مثنی
Zeynab Masni



عبدالحسین حاجی زاده
Abdolhossein Hajizadeh



علی نقاوتی
Ali Naghaouti



شهریار توفیقی
Shahryar Tofighi



امیرعباس کشاورز
Amir Abbas Keshavarz

ارزیابان همراه دبیرخانه جایزه تعالی
صنعت کاشی و سرامیک در سال ۱۴۰۳



شهاب اسدی
Shahab Asadi



سهیل راهبریان
Soheil Rahebrian



امیر آشتیانی
Amir Ashtiani



محمد هادی صفایی
Mohammad Hadi



محمد زینلی
Mohammad Zeynali



اعظم نادری
Azam Naderi



زهره بهرامیان
Zohreh Bahramian



امین الله منصوری
Ali Reza Nokobian



محمد مهدی صفر عرب
Mohammad Mahdi Safar Arab

ارزیابان همراه دبیرخانه جایزه تعالی
صنعت کاشی و سرامیک در سال ۱۴۰۳



حمید بهروزیان
Hamid Behrouzian



بهرام پزشکی
Bahram Pezeshki



ولی الله اصلانی
ValiAllah Aslani



اشکان داوودی
Ashkan Davoodi



علیرضا نورمحمدی
Alireza Nourmohammadi



آتنا لقمانی
Atena Loghmani



مریم یزدان زاد
Maryam Yazdan Zad



مجید روحانی
Majid Rouhani



مقدادمهدی نظر
Moghaddam Mahdi Nazar



چگونه زمان و فشار گاز بر کیفیت لایه‌های پوشش‌دهی کاشی‌های سرامیکی تأثیر می‌گذارد؟

بر اساس تحقیقات انجام شده در آزمایشگاه کاشی تزئینی نگارستان



چگونه زمان و فشار گاز بر کیفیت لایه‌های پوشش‌دهی کاشی‌های سرامیکی تأثیر می‌گذارد؟

در تحقیقاتی که اخیراً روی کاشی‌های تزئینی نگارستان انجام شده، تأثیر زمان لایه‌نشانی و فشار گاز بر کیفیت لایه‌های پوششی که بر سطح کاشی‌های کتیکی تولیدی در رنگ‌های طلائی و نقره‌ای ایجاد می‌شود، بررسی شده است. این آزمایش‌ها روی کاشی‌های آپادانا انجام شده و نشان می‌دهد که چطور تغییرات در این شرایط می‌تواند باعث تغییرات عمده در ضخامت لایه‌های پوشش‌دهی روی کاشی‌ها شود.

چه چیزی در این تحقیق بررسی شد؟

در این مطالعه، سطح کاشی‌ها ابتدا با سمباده‌زنی آماده شده و سپس لایه‌ای از طلا روی آن‌ها قرار گرفت. نمونه‌های مختلف در شرایط فشار گاز متفاوت و زمان‌های مختلف لایه‌نشانی قرار گرفتند تا تأثیر این عوامل روی ضخامت لایه‌های ایجاد شده بررسی شود.

نتایج تحقیق چه نشان می‌دهد؟

تصاویر میکروسکوپی که از مقطع عرضی این کاشی‌ها گرفته شده، به وضوح نشان می‌دهند که با افزایش زمان لایه‌نشانی، ضخامت لایه‌ی تینانیوم روی سطح کاشی‌های کاشی تزئینی نگارستان بیشتر می‌شود. برای مثال، در زمان یک دقیقه، ضخامت لایه‌ها حدود ۲۱۶ میکرومتر بود، که برای ایجاد چسبندگی مناسب کافی نبود، اما وقتی زمان لایه‌نشانی به ۴ دقیقه رسید، ضخامت لایه‌ها به ۲۲۹ میکرومتر افزایش یافت. حتی وقتی این زمان به ۸ دقیقه رسید، ضخامت لایه به ۲۴۲ میکرومتر رسید.

این نتایج نشان می‌دهند که ضخامت لایه‌ی تینانیوم به طور مستقیم به زمان لایه‌نشانی بستگی دارد. به عبارت دیگر، هرچه بیشتر این فرآیند طول بکشد، ضخامت لایه‌ها بیشتر می‌شود.

بهترین زمان برای پوشش‌دهی چیست؟

در نهایت، نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که برای دستیابی به بهترین کیفیت پوشش، زمان ۴ دقیقه بهترین زمان برای لایه‌نشانی است. در این زمان، لایه‌ی تینانیوم به ضخامت مناسبی می‌رسد و رنگ مطلوبی نیز ایجاد می‌شود. اما باید به این نکته توجه داشت که در بعضی مواقع نیاز به افزودن یک لایه طلائی بر روی لایه تینانیوم وجود دارد. همچنین، زمان طولانی‌تر لایه‌نشانی ممکن است باعث بروز مشکلاتی در مراحل بعدی مانند فرآیند لیزر شود.

چرا این تحقیق مهم است؟

این تحقیق به ما کمک می‌کند تا بهتر درک کنیم که چگونه شرایط مختلف می‌توانند بر فرآیند تولید کاشی‌های کتیکی تأثیر بگذارند. بهینه‌سازی این شرایط می‌تواند باعث تولید کاشی‌های تزئینی نگارستان با کیفیت بالا شود که هم از نظر دوام و هم از نظر ظاهر بهبود یافته‌اند.

نتیجه‌گیری:

اگر شما هم به دنبال تولید کاشی‌هایی با کیفیت بالا هستید که هم زیبا و هم مقاوم باشند، باید شرایط تولید را به دقت بررسی و تنظیم کنید. این تحقیق نشان می‌دهد که زمان و فشار گاز در فرآیند لایه‌نشانی، نقش کلیدی در ضخامت و کیفیت لایه‌ها دارند. به همین دلیل، توجه به این جزئیات می‌تواند به شما کمک کند تا کاشی‌های تزئینی نگارستان با رنگ‌های طلائی و نقره‌ای را با کیفیت بالا و ماندگاری طولانی تولید کنید. سنو شده برای موتورهای جستجو:

• کلمات کلیدی: "کاشی کتیکی"، "کاشی تزئینی نگارستان"، "لایه‌نشانی کاشی‌های سرامیکی"، "پوشش‌دهی تینانیوم کاشی"، "تحقیق روی کاشی‌های تزئینی"، "ضخامت لایه‌های تینانیوم"، "فرآیند تولید کاشی‌های سرامیکی"

How do time and gas pressure affect the quality of coating layers on ceramic tiles?

Recent research conducted on decorative tiles from Negarestan has examined the impact of deposition time and gas pressure on the quality of the coating layers formed on the surface of cast tiles produced in gold and silver colors. These experiments were carried out on Apadana tiles and show how changes in these conditions can lead to significant variations in the thickness of the coating layers on the tiles.

What was examined in this research?

In this study, the surface of the tiles was first prepared through sanding, and then a layer of gold was applied to them. Various samples were subjected to different gas pressure conditions and deposition times to investigate the influence of these factors on the thickness of the layers formed.

What do the research results show?

Microscopic images taken from the cross-section of these tiles clearly demonstrate that as the deposition time increases, the thickness of the titanium layer on the surface of the decorative Negarestan tiles also increases. For instance, at one minute, the layer thickness was about 216 micrometers, which was not sufficient for adequate adhesion. However, when the deposition time reached four minutes, the layer thickness increased to 229 micrometers. Even when this time was extended to eight minutes, the thickness reached 243 micrometers.

These results indicate that the thickness of the titanium layer directly depends on the deposition time. In other words, the longer this process takes, the thicker the layers become.

What is the best time for coating?

Ultimately, the findings of this research suggest that to achieve the best coating quality, a deposition time of four minutes is optimal. At this time, the titanium layer reaches an appropriate thickness and also creates the desired color. However, it should be noted that sometimes there is a need to add a layer of gold over the titanium layer. Additionally, longer deposition times may cause issues in later stages, such as the laser process.

Why is this research important?

This research helps us better understand how various conditions can impact the production process of cast tiles. Optimizing this

Conclusion:

If you're looking to produce high-quality tiles that are both beautiful and durable, you need to carefully examine and adjust the manufacturing conditions. This research shows that the time and gas pressure during the layering process play a key role in the thickness and quality of the layers. Therefore, paying attention to these details can help you produce decorative tiles from Negaristan with high quality and long-lasting golden and silver colors.

SEO optimized for search engines:

• Keywords: "cutting tiles," "decorative Negaristan tiles," "layering ceramic tiles," "titanium coating of tiles," "research on decorative tiles," "thickness of titanium layers," "ceramic tile manufacturing process"

گروه کارخانجات لاستیک سازی پیمان صنعت محرکه سپاهان (پیمکو)



شرح فعالیت:

طراحی، تولید و نصب لاینرهای لاستیکی بالمیلهای بچ و کانتینر

P
I
M
C
O



نصب لاینرهای بالمیل کاشی باستان



لینتر بار



شل پلیت



فلر رنگ هلالی



هد پلیت سوراخ دار

دفتر مرکزی: اصفهان - خیابان امام خمینی - روبروی شهرک رسالت - جنب بیمه ایران
تلفاکس: ۰۳۱-۳۳۸۷۵۴۵۵-۷
کارخانه: اصفهان - خیابان امام خمینی - خیابان باباگلی - جنب نمایندگی عقاب افشان
تلفاکس: ۰۳۱-۳۳۸۷۸۳۳۲-۲



NEGARESTAN
Decorative Tile Manufacturer



گروه صنعتی نگارستان

تولید کننده و صادرکننده انواع کاشی های تزئینی

Nagaristan Industrial Group

**EXPERIENCE
SPECIAL SPACE**



www.negarestantile.com

[negarestantile.com](https://www.instagram.com/negarestantile.com)

021 37 685



برنامه ریزی استراتژیک و تعالی ساز مانی در صنعت کاشی و سرامیک

مزایای برنامه ریزی استراتژیک:

- * افزایش بهره‌وری با بهینه‌سازی منابع و فرآیندها.
- * بهبود کیفیت محصولات و خدمات با تمرکز بر نیازهای مشتریان.
- * افزایش رضایت مشتری با ارائه محصولات و خدمات با کیفیت و پاسخگویی به نیازهای آنها.
- * تقویت موقعیت رقابتی با شناسایی فرصت‌های جدید و مقابله با تهدیدها.
- * کاهش ریسک با پیش‌بینی و مدیریت ریسک‌های احتمالی.
- * ایجاد انگیزه در کارکنان با مشارکت دادن آنها در فرایند برنامه‌ریزی و ایجاد چشم‌انداز مشترک.
- * افزایش شفافیت و هماهنگی در سازمان.
- * بهبود تصمیم‌گیری.
- * افزایش انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات.
- * افزایش تمرکز بر اهداف سازمان.
- * بهبود عملکرد کلی سازمان.

مراحل اصلی برنامه ریزی استراتژیک:

برنامه‌ریزی استراتژیک فرایندی منظم و هدفمند برای تعیین مسیر آینده یک سازمان است. این فرآیند به سازمان کمک می‌کند تا با شناسایی نقاط قوت و ضعف خود، فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و تعیین اهداف بلندمدت، استراتژی‌های مناسب برای دستیابی به موفقیت را تدوین کند. مراحل اصلی برنامه‌ریزی استراتژیک به طور کلی به شرح زیر است:

۱- تعیین چشم‌انداز و مأموریت

- * **چشم‌انداز:** تصویری روشن و جذاب از آینده مطلوب سازمان است. این تصویر باید الهام‌بخش و انگیزه‌بخش برای همه اعضای سازمان باشد.
- * **مأموریت:** بیانگر دلیل وجودی سازمان، حوزه فعالیت و ارزش‌های اصلی آن است. مأموریت باید به طور واضح و مختصر بیان شود تا همه اعضای سازمان آن را درک کنند.

اهمیت برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌ها

برنامه‌ریزی استراتژیک نقشه راهی است که سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف بلندمدت خود ترسیم می‌کنند. این فرایند، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا آینده خود را شکل دهند و در محیط رقابتی امروز، پایدار بمانند.

چرا برنامه‌ریزی استراتژیک مهم است؟

- * **تعیین جهت حرکت:** با مشخص کردن چشم‌انداز و مأموریت، سازمان‌ها مسیر حرکت خود را مشخص می‌کنند و همه تلاش‌های خود را در جهت تحقق آن متمرکز می‌کنند.
- * **شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها:** با تحلیل محیط سازمان‌ها می‌توانند فرصت‌های جدید را شناسایی کرده و برای بهره‌برداری از آنها برنامه‌ریزی کنند و همچنین تهدیدهای احتمالی را پیش‌بینی کرده و برای مقابله با آنها آماده شوند.
- * **تخصیص منابع:** با تعیین اولویت‌ها و اهداف، سازمان‌ها می‌توانند منابع خود را به بهترین نحو تخصیص دهند و از اتلاف منابع جلوگیری کنند.
- * **هماهنگی فعالیت‌ها:** برنامه‌ریزی استراتژیک به هماهنگی فعالیت‌های مختلف سازمان کمک می‌کند و از بروز تضادها و اتلاف انرژی جلوگیری می‌کند.
- * **بهبود عملکرد:** با تعیین شاخص‌های عملکرد کلیدی (KPI) و نظارت بر آنها، سازمان‌ها می‌توانند عملکرد خود را اندازه‌گیری کرده و به طور مداوم بهبود بخشند.
- * **ایجاد فرهنگ یادگیری و نوآوری:** برنامه‌ریزی استراتژیک به ایجاد فرهنگ یادگیری و نوآوری در سازمان کمک می‌کند و باعث می‌شود سازمان‌ها بتوانند با تغییرات سریع محیط سازگار شوند.
- * **افزایش انعطاف‌پذیری:** سازمان‌هایی که برنامه‌ریزی استراتژیک دارند، بهتر می‌توانند با تغییرات ناگهانی و بحران‌ها مقابله کنند.
- * **تقویت موقعیت رقابتی:** با شناسایی نقاط قوت و ضعف خود و رقبا، سازمان‌ها می‌توانند مزیت رقابتی خود را افزایش دهند.

ابزارهای مفید در برنامه ریزی استراتژیک:

- * ماتریس SWOT: برای تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها
- * تحلیل PESTEL: برای تحلیل عوامل محیطی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیکی، زیست‌محیطی و قانونی
- * تحلیل زنجیره ارزش: برای تحلیل فعالیت‌های ایجاد ارزش در سازمان
- * سناریو نویسی: برای بررسی سناریوهای مختلف آینده

مزایای برنامه ریزی استراتژیک در صنعت کاشی و سرامیک:

برنامه ریزی استراتژیک در صنعت کاشی و سرامیک، مسیری را برای رشد پایدار و موفقیت بلندمدت این صنعت ترسیم می‌کند. با توجه به رقابت فشرده و تغییرات سریع در بازار، داشتن یک استراتژی دقیق و قابل اجرا برای هر کسب و کاری در این صنعت حیاتی است. برنامه ریزی استراتژیک، ابزاری قدرتمند برای موفقیت در صنعت کاشی و سرامیک است زیرا با داشتن یک استراتژی دقیق و قابل اجرا، شرکت‌ها می‌توانند در این صنعت رقابتی، رشد پایدار و سودآوری را تجربه کنند.



چالش‌های برنامه ریزی استراتژیک در صنعت کاشی و سرامیک

- رقابت شدید: وجود رقبا متعدد و محصولات مشابه
- * خروج نیروهای متخصص: ترک شرکتها توسط نیروهای متخصص به دلیل جذب در سایر شرکتها و یا مهاجرت
- * تغییرات سریع فناوری: نیاز به به روزرسانی مداوم تجهیزات و فناوری
- * نوسانات قیمت مواد اولیه: تاثیر مستقیم بر هزینه تولید
- * تغییرات سلیقه مشتریان: نیاز به تطبیق محصولات با نیازهای جدید

۲- تحلیل محیط داخلی و خارجی

- * تحلیل محیط داخلی: شامل ارزیابی نقاط قوت و ضعف سازمان در زمینه‌های مختلف مانند منابع انسانی، مالی، فناوری، محصولات و خدمات است.
- * تحلیل محیط خارجی: شامل شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط کسب‌وکار مانند رقبا، مشتریان، تکنولوژی اقتصاد، سیاست و عوامل اجتماعی-فرهنگی است.

۳- تدوین استراتژی

- * تعیین اهداف استراتژیک: اهداف بلندمدت و قابل اندازه‌گیری که سازمان می‌خواهد به آن‌ها دست یابد.
- * انتخاب استراتژی‌ها: انتخاب بهترین استراتژی‌ها برای دستیابی به اهداف تعیین شده. استراتژی‌ها می‌توانند شامل رشد، تنوع‌بخشی، ادغام، کاهش هزینه‌ها و غیره باشند.
- * تعیین اقدامات کلیدی: تعیین اقدامات مشخص و قابل اجرا برای هر یک از استراتژی‌ها.

۴- اجرای استراتژی

- * تخصیص منابع: تخصیص منابع مالی، انسانی و سایر منابع مورد نیاز برای اجرای استراتژی‌ها.
- * ایجاد ساختار سازمانی: ایجاد ساختار سازمانی مناسب برای حمایت از اجرای استراتژی‌ها.
- * مدیریت تغییر: مدیریت تغییرات ناشی از اجرای استراتژی‌ها.

۵- ارزیابی و کنترل

- * اندازه‌گیری عملکرد: اندازه‌گیری عملکرد سازمان در برابر اهداف تعیین شده.
- * ارزیابی استراتژی: ارزیابی کارایی استراتژی‌ها و انجام اصلاحات لازم.
- * بازخورد: جمع‌آوری بازخورد از همه سطوح سازمان برای بهبود مستمر فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک.

راهکارهای موفقیت در برنامه ریزی استراتژیک در صنعت کاشی و سرامیک

* **تمرکز بر نوآوری:** توسعه محصولات جدید و بهبود فرآیندهای تولید

* **جاری سازی مفاهیم نوین مدیریت:** توجه ویژه به مفاهیم نوین مدیریت و بهبود فرآیندهای موجود و تعریف فرآیندهای جدید براساس آن

* **کسب مشتری مداری:** شناخت نیازهای مشتریان و ارائه محصولات و خدمات مناسب با آن

* **توسعه شبکه‌های توزیع:** دسترسی آسان محصولات به بازار

* **ایجاد برند قوی:** ایجاد هویت برند و تمایز از رقبا

* **بهره گیری از فناوری اطلاعات:** بهبود مدیریت فرایندها و ارتباط با مشتریان

* **استفاده از هوش مصنوعی:** هوش مصنوعی ابزاریست جهت کمک به بهینه‌سازی فرآیندها، مدیریت ریسک، افزایش بهره‌وری، بهبود خدمات مشتریان، نوآوری در محصولات و خدمات و مدیریت هزینه‌ها



تاثیر برنامه ریزی استراتژیک بر تعالی سازمانی

برنامه‌ریزی استراتژیک، نقشه راهی است که سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف بلندمدت خود ترسیم می‌کنند.

این فرآیند شامل تحلیل محیط، تعیین چشم‌انداز و مأموریت، شناسایی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها، تدوین استراتژی‌ها و اهداف، و در نهایت ارزیابی و کنترل عملکرد است. تعالی سازمانی به معنای بهبود مستمر و همه جانبه سازمان در تمامی ابعاد آن، از جمله کیفیت محصولات و خدمات، رضایت مشتری، بهره‌وری، نوآوری، یادگیری و رشد است.

ارتباط بین برنامه‌ریزی استراتژیک و تعالی سازمانی، برنامه‌ریزی استراتژیک نقش بسیار مهمی در دستیابی به تعالی سازمانی ایفا می‌کند. به طور خلاصه، برنامه‌ریزی استراتژیک به سازمان‌ها کمک می‌کند تا:

* **تعیین جهت حرکت:** با مشخص کردن چشم‌انداز و مأموریت، سازمان‌ها مسیر حرکت خود را مشخص می‌کنند و همه تلاش‌های خود را در جهت تحقق آن متمرکز می‌کنند.

* **شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها:** با تحلیل محیط، سازمان‌ها می‌توانند فرصت‌های جدید را شناسایی کرده و برای بهره‌برداری از آن‌ها برنامه‌ریزی کنند و همچنین تهدیدهای احتمالی را پیش‌بینی کرده و برای مقابله با آن‌ها آماده شوند.

* **تخصیص منابع:** با تعیین اولویت‌ها و اهداف، سازمان‌ها می‌توانند منابع خود را به بهترین نحو تخصیص دهند و از اتلاف منابع جلوگیری کنند.

* **هماهنگی فعالیت‌ها:** برنامه‌ریزی استراتژیک به هماهنگی فعالیت‌های مختلف سازمان کمک می‌کند و از بروز تضادها و اتلاف انرژی جلوگیری می‌کند.

* **بهبود عملکرد:** با تعیین شاخص‌های عملکرد کلیدی (KPI) و نظارت بر آن‌ها، سازمان‌ها می‌توانند عملکرد خود را اندازه‌گیری کرده و به طور مداوم بهبود بخشند.

* **ایجاد فرهنگ یادگیری و نوآوری:** برنامه‌ریزی استراتژیک به ایجاد فرهنگ یادگیری و نوآوری در سازمان کمک می‌کند و باعث می‌شود سازمان‌ها بتوانند با تغییرات سریع محیط سازگار شوند.

به طور کلی، برنامه‌ریزی استراتژیک یک ابزار قدرتمند برای دستیابی به تعالی سازمانی است. سازمان‌هایی که از برنامه‌ریزی استراتژیک به خوبی استفاده می‌کنند، معمولاً عملکرد بهتری دارند، انعطاف‌پذیرتر هستند و قادر به ایجاد ارزش افزوده بیشتری برای مشتریان و ذینفعان خود هستند.

برای تعالی سازمانی:

برنامه‌ریزی استراتژیک، نقشه راهی برای رسیدن سازمان به اهداف بلندمدت خود است. این فرآیند، با ایجاد انسجام و جهت‌گیری در سازمان، به آن کمک می‌کند تا در محیط رقابتی امروز، موفق‌تر عمل کند. در ادامه، برخی از مهم‌ترین مزایای برنامه‌ریزی استراتژیک برای تعالی سازمانی را بررسی می‌کنیم:

۱- ایجاد وضوح و جهت‌گیری:

* **تعیین اهداف روشن:** برنامه‌ریزی استراتژیک، اهداف سازمان را به صورت مشخص و قابل اندازه‌گیری تعریف می‌کند. این امر، به همه اعضای سازمان، از مدیران تا کارمندان، درک روشنی از مسیر حرکت سازمان می‌دهد.

* **ایجاد انسجام:** با تعریف استراتژی‌های مشخص، همه فعالیت‌های سازمان به سمت یک هدف واحد سوق داده می‌شوند و از پراکندگی منابع و تلاش‌ها جلوگیری می‌شود.

۲- بهبود تصمیم‌گیری:

* **توجه به آینده:** برنامه‌ریزی استراتژیک، سازمان را به آینده نگاه می‌کند و به مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات آگاهانه‌تری بر اساس پیش‌بینی‌های آینده بگیرند.

* **کاهش ریسک:** با تحلیل دقیق محیط داخلی و خارجی سازمان، می‌توان ریسک‌های احتمالی را شناسایی و برای کاهش آن‌ها برنامه‌ریزی کرد.

۳- افزایش انعطاف‌پذیری:

* **آمادگی برای تغییرات:** برنامه‌ریزی استراتژیک، سازمان را برای مقابله با تغییرات ناگهانی و غیرمنتظره آماده می‌کند.

* **توسعه قابلیت‌های جدید:** با شناسایی فرصت‌های جدید، سازمان می‌تواند قابلیت‌های خود را توسعه داده و به بازارهای جدید نفوذ کند.

۴- افزایش کارایی و بهره‌وری:

* **بهبود استفاده از منابع:** با تخصیص بهینه منابع، سازمان می‌تواند به حداکثر بهره‌وری دست یابد.

* **کاهش هزینه‌ها:** با شناسایی فعالیت‌های غیرضروری و حذف آن‌ها، می‌توان هزینه‌های سازمان را کاهش داد.

۵- تقویت فرهنگ سازمانی:

* **ایجاد حس تعلق:** با مشارکت دادن همه اعضای سازمان در فرآیند برنامه‌ریزی، حس تعلق و مسئولیت پذیری در آن‌ها تقویت می‌شود.

* **تقویت ارزش‌های مشترک:** برنامه‌ریزی استراتژیک، به سازمان کمک می‌کند تا ارزش‌های مشترک خود را تعریف و تقویت کند.

۶- بهبود روابط با ذینفعان:

* **افزایش رضایت مشتریان:** با تمرکز بر نیازهای مشتریان، سازمان می‌تواند محصولات و خدمات بهتری ارائه داده و رضایت مشتریان را افزایش دهد.

* **جذب سرمایه‌گذاران:** برنامه‌ریزی استراتژیک، به سرمایه‌گذاران اطمینان می‌دهد که سازمان دارای چشم‌انداز روشن و برنامه مشخصی برای آینده است.

۷- دستیابی به مزیت رقابتی پایدار:

* **تفاوت با رقبا:** با تدوین استراتژی‌های متمایز، سازمان می‌تواند از رقبا متمایز شده و مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند.

* **توسعه نوآوری:** برنامه‌ریزی استراتژیک، به سازمان کمک می‌کند تا بر نوآوری و توسعه محصولات و خدمات جدید تمرکز کند.

جایگاه برنامه‌ریزی استراتژیک در مدل

تعالی کاشی و سرمایه‌یک

برنامه‌ریزی استراتژیک یکی از ارکان اصلی مدل تعالی کاشی و سرمایه‌یک محسوب می‌شود و نقش محوری در جهت‌دهی و هدایت سازمان به سمت تعالی ایفا می‌کند.

این مدل، برنامه‌ریزی استراتژیک را به عنوان هسته اصلی موفقیت سازمان در نظر گرفته و اهمیت آن را در ایجاد یک آینده پایدار و موفقیت‌آمیز برای سازمان برجسته می‌کند.



چرا برنامه‌ریزی استراتژیک در مدل تعالی کاشی و سرمایه‌گذاری اهمیت دارد؟

- * **تعیین جهت حرکت:** برنامه‌ریزی استراتژیک با تعریف چشم‌انداز، مأموریت و اهداف بلندمدت، جهت حرکت سازمان را مشخص کرده و همه فعالیت‌ها را در راستای تحقق این اهداف هماهنگ می‌کند.
- * **شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها:** با تحلیل محیط داخلی و خارجی سازمان، فرصت‌های جدید شناسایی شده و تهدیدهای بالقوه پیش‌بینی می‌شود. این امر به سازمان امکان می‌دهد تا تصمیمات استراتژیک بهتری اتخاذ کند.
- * **تخصیص منابع:** برنامه‌ریزی استراتژیک به سازمان کمک می‌کند تا منابع خود را به صورت بهینه تخصیص داده و از هدررفت آن‌ها جلوگیری کند.
- * **ایجاد هماهنگی:** با ایجاد یک چارچوب واحد برای همه فعالیت‌های سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک به هماهنگی و یکپارچگی فعالیت‌ها کمک می‌کند.
- * **ارتقای فرهنگ سازمانی:** برنامه‌ریزی استراتژیک با مشارکت دادن همه کارکنان در فرایند برنامه‌ریزی، به ایجاد یک فرهنگ سازمانی قوی و مبتنی بر مشارکت کمک می‌کند.
- * **بهبود عملکرد:** با تعریف شاخص‌های عملکرد کلیدی (KPI) و نظارت بر آن‌ها، برنامه‌ریزی استراتژیک به سازمان امکان می‌دهد تا عملکرد خود را به طور مستمر بهبود بخشد.



- * **معیار مشارکت ذینفعان:** برنامه‌ریزی استراتژیک با در نظر گرفتن نیازها و انتظارات ذینفعان، به ایجاد روابط قوی و پایدار با آن‌ها کمک می‌کند.
- * **معیار خلق ارزش پایدار:** برنامه‌ریزی استراتژیک با تمرکز بر ایجاد ارزش برای مشتریان و جامعه، به سازمان کمک می‌کند تا در بلندمدت موفق باشد.

ارتباط برنامه‌ریزی استراتژیک با دیگر

معیارهای مدل تعالی کاشی و سرمایه‌گذاری

برنامه‌ریزی استراتژیک به طور مستقیم با همه معیارهای مدل تعالی کاشی و سرمایه‌گذاری در ارتباط است. به عنوان مثال:

* معیار مقصود، چشم‌انداز و استراتژی:

برنامه‌ریزی استراتژیک اساس این معیار است و با تعریف چشم‌انداز، مأموریت و اهداف بلندمدت، به سازمان کمک می‌کند تا مسیر خود را مشخص کند.

* معیار فرهنگ سازمانی و رهبری:

برنامه‌ریزی استراتژیک با ایجاد یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر یادگیری و بهبود مستمر، به رهبران سازمان کمک می‌کند تا نقش خود را به عنوان الگو و محرک تغییر ایفا کنند.

چالش‌های اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک در مدل تعالی کاشی و سرامیک

مدل تعالی کاشی و سرامیک یک چارچوب جامع برای بهبود عملکرد سازمان‌ها است که بر اساس اصول رهبری استراتژی، افراد، مشارکت‌ها، فرآیندها و نتایج طراحی شده است. با این حال، اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک مبنی بر این مدل با چالش‌هایی همراه است که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

چالش‌های داخلی سازمان

- * **مقاومت در برابر تغییر:** یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، مقاومت کارکنان در برابر تغییر است. افراد ممکن است به روال‌های قدیمی عادت کرده باشند و از تغییر هراس داشته باشند.
- * **عدم تعهد مدیریت ارشد:** اگر مدیران ارشد به طور کامل از برنامه‌ریزی استراتژیک حمایت نکنند، اجرای آن با مشکل مواجه خواهد شد.
- * **کمبود منابع:** منابع مالی، انسانی و زمانی کافی برای اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک ضروری است.

- * **عدم شفافیت اهداف:** اگر اهداف استراتژیک به وضوح تعریف نشده باشند، کارکنان نمی‌دانند که چه کاری باید انجام دهند.
- * **ضعف در سیستم‌های اندازه‌گیری و ارزیابی:** بدون سیستم‌های اندازه‌گیری مناسب، نمی‌توان پیشرفت را ارزیابی کرد و اقدامات اصلاحی لازم را انجام داد.
- * **فرهنگ سازمانی نامناسب:** فرهنگ سازمانی باید از یادگیری، نوآوری و بهبود مستمر حمایت کند.
- در غیر این صورت، اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک با مشکل مواجه خواهد شد.

چالش‌های محیطی

- * **تغییرات سریع محیط کسب و کار:** محیط کسب و کار به سرعت در حال تغییر است و سازمان‌ها باید به طور مداوم استراتژی‌های خود را بازنگری کنند.
- * **رقابت شدید:** رقابت شدید بین سازمان‌ها باعث می‌شود که اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک پیچیده‌تر شود.
- * **تغییرات تکنولوژیکی:** پیشرفت‌های تکنولوژیکی به سرعت در حال تغییر هستند و سازمان‌ها باید خود را با این تغییرات وفق دهند.

* **عدم قطعیت اقتصادی:** نوسانات اقتصادی می‌توانند بر اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک تأثیر بگذارند.

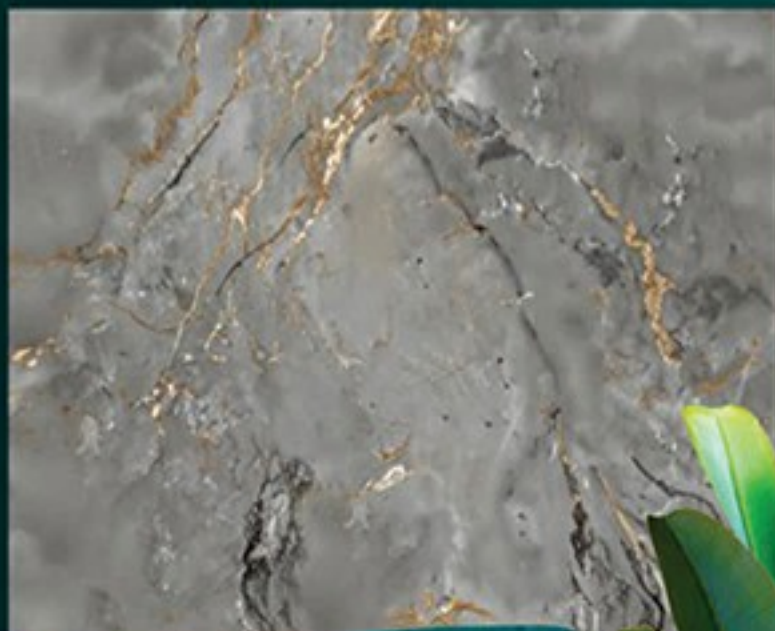
چالش‌های مرتبط با مدل تعالی کاشی و سرامیک

- * **پیچیدگی مدل:** مدل تعالی کاشی و سرامیک یک مدل جامع و پیچیده و متناسب با صنعت کاشی و سرامیک است که درک و اجرای آن نیازمند دانش و مهارت‌های خاص است.
- * **تفسیر متفاوت مفاهیم:** مفاهیم موجود در مدل تعالی کاشی و سرامیک ممکن است توسط افراد مختلف به صورت‌های مختلفی تفسیر شود.
- * **عدم وجود یک رویکرد استاندارد برای اجرا:** مدل تعالی کاشی و سرامیک یک چارچوب کلی ارائه می‌دهد، اما یک رویکرد استاندارد برای اجرای آن وجود ندارد.

راهکارهای مقابله با چالش‌ها

- * **درگیر کردن همه کارکنان:** همه کارکنان باید در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک مشارکت داده شوند.
- * **آموزش و پرورش:** کارکنان باید در مورد مدل تعالی کاشی و سرامیک و اهمیت برنامه‌ریزی استراتژیک آموزش ببینند.
- * **ارتباطات موثر:** ارتباطات شفاف و مداوم بین مدیران و کارکنان ضروری است.
- * **انعطاف‌پذیری:** برنامه‌ریزی استراتژیک باید انعطاف‌پذیر باشد و بتوان آن را با توجه به تغییرات محیطی تطبیق داد.
- * **استفاده از ابزارها و تکنیک‌های مناسب:** برای اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک می‌توان از ابزارها و تکنیک‌های مختلفی مانند ماتریس SWOT، تحلیل زنجیره ارزش و نمودارهای کنترل استفاده کرد.
- * **ارزیابی و بهبود مستمر:** پیشرفت باید به طور مداوم ارزیابی شود و اقدامات اصلاحی لازم انجام شود.

نیک سرام
NIK CERAM
Art is a technology TILE



یزد، میبد، کیلومتر ۶ جاده
میبد- یزد، جاده مزرعه کلانتر
۰ ۳ ۵ - ۳ ۸ ۴ ۱ ۱ ۱ ۵ ۰

Environmental Challenges

- * **Rapid Changes in the Business Environment:** The business environment is changing rapidly, and organizations must constantly review their strategies.
- * **Intense Competition:** Intense competition among organizations makes the implementation of strategic planning more complex.
- * **Technological Changes:** Technological advancements are rapidly changing, and organizations need to adapt to these changes.
- * **Economic Uncertainty:** Economic fluctuations can impact the implementation of strategic planning.

Challenges Related to the Excellence Model for Tiles and Ceramics

- * **Complexity of the Model:** The Excellence Model for tiles and ceramics is a comprehensive and complex model tailored to the tile and ceramics industry, requiring specific knowledge and skills for understanding and implementation.
 - * **Different Interpretations of Concepts:** The concepts in the Excellence Model for tiles and ceramics may be interpreted in different ways by different individuals.
- The absence of a standard approach for implementation: The Ceramic and Tile Excellence Model provides a general framework, but there isn't a standard method for putting it into practice.

Solutions for tackling challenges

- * **Involving all employees:** All staff should be engaged in the strategic planning process.
- * **Education and training:** Employees need to be trained on the Ceramic and Tile Excellence Model and the importance of strategic planning.
- * **Effective communication:** Clear and ongoing communication between management and staff is essential.
- * **Flexibility:** Strategic planning should be adaptable and able to align with environmental changes.
- * **Utilizing appropriate tools and techniques:** Various tools and techniques like SWOT analysis, value chain analysis, and control charts can be used for implementing strategic planning.
- * **Ongoing evaluation and improvement:** Progress should be continuously evaluated, and necessary corrective actions should be taken.

The role of strategic planning in the ceramic tile excellence model

Strategic planning is considered one of the main pillars of the ceramic tile excellence model and plays a central role in steering and guiding the organization toward excellence. This model sees strategic planning as the core of the organization's success and highlights its importance in creating a sustainable and successful future for the organization.

Determining Direction: Strategic planning sets the course for an organization by defining its vision, mission, and long-term goals, aligning all activities to achieve these objectives.

* **Identifying Opportunities and Threats:** By analyzing the internal and external environment of the organization, new opportunities can be identified and potential threats anticipated. This enables the organization to make better strategic decisions.

* **Resource Allocation:** Strategic planning helps the organization allocate its resources optimally and prevent waste.

* **Creating Coordination:** By establishing a unified framework for all organizational activities, strategic planning aids in the coordination and integration of efforts.

* **Enhancing Organizational Culture:** Strategic planning fosters a strong, participatory organizational culture by involving all employees in the planning process.

* **Improving Performance:** By defining key performance indicators (KPIs) and monitoring them, strategic planning allows the organization to continuously enhance its performance.

The Relationship of Strategic Planning to Other Criteria of the Excellence Model for Tiles and Ceramics

Strategic planning is directly related to all criteria of the Excellence Model for Tiles and Ceramics. For example:

* **Purpose, Vision, and Strategy Criteria:** Strategic planning forms the basis of this criterion, helping the organization to chart its path by defining its vision, mission, and long-term goals.

* **Organizational Culture and Leadership Criteria:** Strategic planning supports the development of a learning and continuous improvement-oriented culture, enabling leaders to fulfill their roles as role models and change agents.

* **Stakeholder Engagement Criteria:** Strategic planning considers the needs and expectations of stakeholders, fostering strong and sustainable relationships with them.

* **Sustainable Value Creation Criteria:** By focusing on creating value for customers and society, strategic planning helps the organization achieve long-term success.

Challenges to Implementing Strategic Planning in the Excellence Model for Tiles and Ceramics

The Excellence Model for tiles and ceramics is a comprehensive framework for improving organizational performance based on principles of leadership, strategy, people, partnerships, processes, and results. However, implementing strategic planning based on this model comes with challenges, some of the most significant of which are outlined below:

Internal Organizational Challenges

* **Resistance to Change:** One of the biggest challenges is employee resistance to change. People may be accustomed to old routines and might fear change.

* **Lack of Senior Management Commitment:** If senior managers do not fully support strategic planning, its implementation will face issues.

* **Resource Shortages:** Adequate financial, human, and time resources are necessary for the implementation of strategic planning.

* **Lack of Clarity in Goals:** If strategic goals are not clearly defined, employees won't know what they need to do.

* **Weak Measurement and Evaluation Systems:** Without proper measurement systems, progress cannot be assessed, and necessary corrective actions can't be taken.

* **Unsuitable Organizational Culture:** The organizational culture should support learning, innovation, and continuous improvement. Otherwise, implementing strategic planning will encounter difficulties.

The relationship between strategic planning and organizational excellence: strategic planning plays a very important role in achieving organizational excellence. In summary, strategic planning helps organizations to:

Defining the direction: By outlining their vision and mission, organizations set their course and focus all their efforts towards achieving it.

*** Identifying opportunities and threats:** By analyzing the environment, organizations can spot new opportunities to take advantage of, as well as anticipate potential threats and prepare to tackle them.

*** Allocating resources:** By prioritizing goals, organizations can allocate their resources effectively and avoid wastage.

*** Coordinating activities:** Strategic planning helps coordinate various activities within an organization, preventing conflicts and conserving energy.

*** Improving performance:** By setting key performance indicators (KPIs) and monitoring them, organizations can measure their performance and continuously improve.

*** Fostering a culture of learning and innovation:** Strategic planning promotes a culture of learning and innovation within organizations, enabling them to adapt to rapid environmental changes.

Overall, strategic planning is a powerful tool for achieving organizational excellence. Organizations that effectively utilize strategic planning tend to perform better, be more flexible, and create greater added value for their customers and stakeholders.

The main benefits of strategic planning for organizational excellence:

Strategic planning is a roadmap for an organization to reach its long-term goals. This process helps create coherence and direction, allowing the organization to succeed in today's competitive environment. Below are some of the most important benefits of strategic planning for organizational excellence:

1- Clarity and direction:

*** Establishing clear goals:** Strategic planning defines the organization's goals in specific and measurable terms. This provides all members of the organization, from managers to employees, with a clear understanding of the organization's direction.

*** Creating coherence:** By defining specific strategies, all activities within the organization are directed towards a common goal, preventing the scattering of resources and efforts.

2- Improved decision-making:

*** Looking to the future:** Strategic planning focuses on the future and helps managers make more informed decisions based on future predictions.

*** Risk reduction:** By thoroughly analyzing the organization's internal and external environment, potential risks can be identified and plans can be made to mitigate them.

3- Increasing flexibility:

*** Readiness for change:** Strategic planning prepares the organization to cope with sudden and unexpected changes.

*** Developing new capabilities:** By identifying new opportunities, the organization can develop its capabilities and penetrate new markets.

4- Improving efficiency and productivity:

*** Better resource utilization:** By optimally allocating resources, the organization can achieve maximum productivity.

*** Cost reduction:** By identifying unnecessary activities and eliminating them, the organization can reduce its costs.



6- Improving relationships with stakeholders:

*** Increasing customer satisfaction:** By focusing on customer needs, the organization can offer better products and services, boosting customer satisfaction.

*** Attracting investors:** Strategic planning reassures investors that the organization has a clear vision and a definite plan for the future.

7- Achieving sustainable competitive advantage:

*** Differentiation from competitors:** By developing distinct strategies, the organization can stand out from competitors and create a sustainable competitive advantage.

*** Promoting innovation:** Strategic planning helps the organization focus on innovation and the development of new products and services.

Useful Tools in Strategic Planning:

- * **SWOT Matrix:** For analyzing strengths, weaknesses, opportunities, and threats.
- * **PESTEL Analysis:** For analyzing political, economic, social, technological, environmental, and legal factors.
- * **Value Chain Analysis:** For analyzing value-creating activities within the organization.
- * **Scenario Writing:** To explore various future scenarios.

Benefits of Strategic Planning in the Ceramic Tile Industry:

Strategic planning in the ceramic tile industry outlines a path for sustainable growth and long-term success. Given the intense competition and rapid changes in the market, having a precise and actionable strategy is crucial for any business in this sector. Strategic planning is a powerful tool for success in the ceramic tile industry since having a clear and executable strategy allows companies to experience sustainable growth and profitability in this competitive field.

Challenges of Strategic Planning in the Ceramic Tile Industry:

- * **Intense Competition:** Presence of numerous competitors and similar products.
- * **Loss of Skilled Workforce:** Departure of skilled personnel due to poaching by other companies or emigration.
- * **Rapid Technological Changes:** The need for continuous updates of equipment and technology.
- * **Fluctuating Raw Material Prices:** Direct impact on production costs.
- * **Changing Customer Preferences:** The need to adapt products to new requirements.

Strategies for Success in Strategic Planning in the Ceramic Tile Industry:

Focus on innovation: developing new products and improving production processes.

- * **Implementing modern management concepts:** paying special attention to new management ideas and improving existing processes while defining new processes based on them.
- * **Customer-centric approach:** understanding customer needs and providing products and services that meet those needs.
- * **Development of distribution networks:** ensuring easy access to products in the market.

* **Development of distribution networks:** ensuring easy access to products in the market.

* **Creating a strong brand:** establishing brand identity and differentiation from competitors.

* **Utilizing information technology:** improving process management and customer communication.

* **Using artificial intelligence:** artificial intelligence is a tool to help optimize processes, manage risk, increase productivity, improve customer service, innovate in products and services, and manage costs. The impact of strategic planning on organizational excellence.



Strategic planning is a roadmap that organizations draw to achieve their long-term goals. This process includes environmental analysis, defining vision and mission, identifying strengths and weaknesses along with opportunities and threats, developing strategies and goals, and ultimately assessing and controlling performance. Organizational excellence means continuous and comprehensive improvement in all aspects of an organization, including product and service quality, customer satisfaction, productivity, innovation, learning, and growth.

Strategic planning and organizational excellence in the ceramic and tile industry

The importance of strategic planning in organizations

Strategic planning is a roadmap organizations draw to achieve their long-term goals. This process helps organizations shape their future and remain sustainable in today's competitive environment.

Why is strategic planning important?

* **Setting direction:** By defining their vision and mission, organizations can chart their course and focus all their efforts on realizing it.

* **Identifying opportunities and threats:** By analyzing the environment, organizations can recognize new opportunities and plan to take advantage of them, while also anticipating potential threats and preparing to deal with them.

* **Resource allocation:** By setting priorities and objectives, organizations can allocate their resources effectively and avoid waste.

* **Coordinating activities:** Strategic planning helps coordinate various activities within the organization and prevents conflicts and energy wastage.

* **Improving performance:** By defining key performance indicators (KPIs) and monitoring them, organizations can measure their performance and continuously improve.

* **Creating a culture of learning and innovation:** Strategic planning fosters a culture of learning and innovation within the organization, helping them adapt to fast-changing environments.

* **Increasing flexibility:** Organizations with strategic planning are better equipped to handle sudden changes and crises.

* **Strengthening competitive position:** By identifying their strengths and weaknesses as well as those of their competitors, organizations can enhance their competitive advantage.

Benefits of strategic planning:

* Increased productivity through optimized resources and processes.

* Improved product and service quality by focusing on customer needs.

* Higher customer satisfaction by providing quality products and services that meet their needs.

* Strengthened competitive position by identifying new opportunities and addressing threats.

* Reduced risk through anticipating and managing potential risks.

* Increased employee motivation by involving them in the planning process and creating a shared vision. Increasing transparency and coordination in the organization

* Improving decision-making

* Increasing flexibility in the face of changes

* Increasing focus on organizational goals

* Enhancing overall organizational performance

Main steps of strategic planning:

Strategic planning is a systematic and purposeful process for determining the future direction of an organization. This process helps the organization to identify its strengths and weaknesses, environmental opportunities and threats, and to set long-term goals, enabling it to develop suitable strategies for achieving success.

The main steps of strategic planning generally include the following:

1- Defining vision and mission

* **Vision:** A clear and compelling picture of the desirable future of the organization. This image should inspire and motivate all members of the organization.

* **Mission:** It reflects the reason for the organization's existence, its area of activity, and its core values. The mission should be stated clearly and concisely so that all members can understand it.

2- Analyzing internal and external environment

* **Internal environment analysis:** Involves assessing the organization's strengths and weaknesses in various areas such as human resources, finance, technology, products, and services.

* **External environment analysis:** Involves identifying opportunities and threats present in the business environment such as competitors, customers, technology, economy, politics, and socio-cultural factors.

3- Strategy formulation

* **Setting strategic goals:** Long-term and measurable goals that the organization aims to achieve.

اما در تمامی این موارد یک اصل مهم وجود دارد: بدست آوردن اطلاعات صحیح برای ارزیابی و پایش روالهای تغییر دهنده. اگر ارزیابی بر اساس آمار و اطلاعات ضعیف با اشتباه صورت گیرد و با روشهای ارزیابی اصولی و علمی نباشد طبقا وضع روالها و روشها و اخذ تصمیمات راهبردی در سطح مدیریتی کارآیی لازم را نداشته یا حتی در مواردی به ارائه راهکارهای مخرب منجر میگردد که نتیجه آن سرخوردگی و انصراف از انجام تغییرات خواهد بود و اصل پیشرفت و تعالی را زیر سوال میبرد.

در مسیر تعالی بسته به نوع سازمان موارد متعددی باید تحت مدیریت قرار گیرد و راهکارهای اصلاح و ارتقای آنها تعریف شود که برای هر سازمان ممکن است متفاوت و بر حسب نیازهای آنها باشد اما بطور کلی برای مدیریت یک فرآیند توجه به مراحل و ترتیب زیر ضروری است.

- ۱- اندازه گیری (Measurement)
- ۲- کنترل (Control)
- ۳- مدیریت (Management)

تا یک اندازه گیری صحیح و سالم انجام نشود نمیتوان مورد را کنترل کرد و تا کنترل انجام نشود نمیتوان آن را مدیریت و بهینه سازی نمود.

اشکال در هر مرحله کسب نتیجه مطلوب را منتفی مینماید و ممکن است تصمیمات مدیریتی اشتباه اتخاذ گردد موضوع آنجا مهم میشود که ممکن است بر اساس واحد یا بخش ذینفع لازم باشد آنالیزهای مختلف انجام شود برای روشن شدن این مطلب مصرف برق را مثال میزنیم:

برق یکی از حاملهای انرژی مهم است که کنترل میزان مصرف آن حائز اهمیت است. محل مصرف برق در یک موسسه میتواند شامل مواردی نظیر مصرف اداری، مصرف تولید، مصرف محیطی و غیره باشد.

شیب تند پیشرفت در زمینه های مختلف، توسعه علوم و تغییرات زیست محیطی، نیازهایی را در پی داشته که روشهای سنتی تولید و مدیریت پاسخگوی برآورده سازی آنها نیست و ایجاد تغییرات و اصلاحات در این زمینه و گام برداشتن در مسیر تعالی سیستم اجتناب ناپذیر گردیده است و عدم توجه به آن با همان شیب تند سیستم را به سمت رکود و ناتوانی میکشاند.

از زمان رونسانس و انقلاب صنعتی تا همین اواخر شیب این تغییرات به گونه ای ملایم بوده است که یک سازمان با حفظ روالهای عادی و سبک های مدیریتی تقریبا ثابت و ساده میتواندسته برای چندین سالتمادی دوام داشته باشد اما دیگر چنین نیست. نیازهای جدید باید با ابزار و روشها و سازوکارهای جدید برآورده گردد. یک سازمان باید در مسیر تعالی مستمر قرار گیرد و انعطاف لازم برای پویایی و تغییر و پیشرفت را در پیکره خود نهادینه نماید. درک این مهم و تشخیص بر ضرورت انجام آن گام نخست است باور به اینکه این امر باید به سرعت و با دقت انجام شود و از اولویت بالایی برخوردار است و هدف بزرگ تلقی گردد.

پس از ایجاد این دیدگاه مثبت و منطقی، اما پیاده سازی و به سرانجام رسیدن آن مقوله ای بس گسترده و مفصل است که در بسیاری از موارد بستگی به نوع و مشخصات سیستم تولید دارد اما اصول کلی برای آنها تقریبا ثابت است. حفظ محیط زیست، کنترل مصرف منابع طبیعی، افزایش راندمان تولید، افزایش بهره وری، کنترل منابع انسانی، بروز رسانی روالهای اجرایی، بازاریابی و مشتری مداری، نوآوری در تولید و ارائه خدمات و بسیاری دیگر

ابتدا باید اندازه گیری میزان برق مصرفی بدرستی انجام شود همچنین محل تفاوت در اندازه گیری بر اساس نیاز واحد ذینفع مشخص میگردد مثلا واحد حسابداری برای محاسبات قیمت تمام شده موضوع حسابداری صنعتی کل مصرف کارخانه را مد نظر داشته باشد این اندازه گیری را بر اساس میزان کل تولید در یک بازه زمانی در نظر گرفته و قیمت

میشود: آیا این راهکار مفید بوده است؟ به چه میزان موثر بوده است؟ اثرات مخرب آن چیست (Side Effect)؟ تاثیر مثبت و منفی آن بر روی عملکرد واحدهای دیگر چیست؟ آیا انجام روال هزینه قابل قبولی دارد؟ در صورت کسب نتیجه مطلوب، روال اجرایی میشود، اما بسیار مهم و ضروری است که به منظور حفظ پویایی سیستم روال



تمام شده را که هدف خود میداند استحضال نماید. سپس اقدام به کنترل و نهایتا مدیریت آن نماید. اما از منظر مدیر تولید، شاید میزان مصرف برق در خط تولید و نسبت آن به میزان تولید در بازه زمانی مشخص دارای اهمیت بوده و اطلاعات کنترلی تلقی گردد.

در مرحله کنترل، راهکارهای ایجاد تغییر و بهینه سازی بررسی میگردد اینکه چه اقداماتی برای کاهش مصرف برق میتواند مفید باشد و روشهای پیاده سازی آن طراحی و مستند سازی شده و به مرحله اجرا میرسد.

در مرحله مدیریت با توجه به انجام موارد فوق بررسی

اجرایی نباید قفل شود بلکه باید مرتبا پایش شده و بر اساس تغییر شرایط و نیازها با بروز تفکرات جدید اصلاح شده با روشهای موازی آن ایجاد گردد.

و اما در تمام موارد بالا فرض بر این است که اسباب اندازه گیری دقیق در دسترس باشد، تفکیک آمار و اطلاعات ناشی از اندازه گیری توسط کارشناسان خیره انجام شود و مدیر مجموعه حائز ویژگیهای لازم باشد.

مهندس نادر سردادور

مدیر عامل شرکت مهندسی گیاکسترش صنعت

حلقه مفقوده منابع انسانی صنعت؛ نرخ ماندگاری نیروی انسانی در سازمان‌ها

در دنیای پررقابت امروز، نیروی انسانی یکی از ارزشمندترین سرمایه‌های هر سازمانی است. جذب، توسعه و حفظ نیروی انسانی مستعد و کارآمد، نه تنها مزیتی رقابتی برای سازمان‌ها محسوب می‌شود، بلکه بر عملکرد، نوآوری و پایداری آن‌ها هم تأثیر بسزایی دارد.

یکی از جنبه‌های کلیدی مدیریت منابع انسانی، تمرکز بر نرخ ماندگاری نیروی انسانی و وفاداری کارکنان است. از همین رو، در این مقاله، قصد داریم به بررسی اهمیت این موضوع و هزینه‌های پنهانی که از عدم توجه به آن ناشی می‌شوند، بپردازیم.

مفهوم نرخ ماندگاری و وفاداری نیروی انسانی

نرخ ماندگاری نیروی انسانی به درصدی از کارکنان اشاره دارد که طی یک بازه زمانی مشخص در سازمان باقی می‌مانند. این شاخص به سازمان‌ها کمک می‌کند تا میزان پایداری نیروی انسانی خود را بسنجند و عواملی که بر ترک شغل کارکنان تأثیر می‌گذارد را شناسایی کنند.

از سوی دیگر، وفاداری کارکنان، به تعهد و تعلق خاطر آن‌ها به سازمان گفته می‌شود. کارکنان وفادار، تمایل دارند برای مدت طولانی‌تری در سازمان بمانند و نقش فعالی در دستیابی به اهداف سازمانی ایفا کنند.

این وفاداری به عوامل متعددی مانند فرهنگ سازمانی، روابط بین کارکنان و مدیریت و فرصت‌های رشد و توسعه بستگی دارد.

اهمیت نرخ ماندگاری نیروی انسانی و وفاداری در سازمان‌ها

برای اینکه سازمان‌ها، توجه ویژه‌ای را به نرخ ماندگاری و وفاداری پرسنل خود معطوف دارند، لازم است پیش از هر چیزی، با اهمیت این موضوع آشنا شوند. در همین راستا، ما در ادامه، به تفصیل، به اهمیت نرخ وفاداری و ماندگاری در سازمان‌ها می‌پردازیم.

۱. کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم

یکی از مهم‌ترین دلایل اهمیت نرخ ماندگاری نیروی انسانی، کاهش هزینه‌های مرتبط با جابه‌جایی کارکنان است. ترک کارکنان و نیاز به جذب نیروهای جدید، هزینه‌های قابل‌توجهی را به سازمان تحمیل می‌کند که برخی از آن‌ها، شامل موارد زیر می‌شوند:

- هزینه‌های جذب و استخدام نیروی جدید
- هزینه‌های آموزش و توسعه مهارت‌های نیروی جدید
- کاهش بهره‌وری در دوره تطبیق نیروی جدید با محیط کار

۲. افزایش بهره‌وری

کارکنانی که به مدت طولانی‌تری در سازمان باقی می‌مانند، با فرآیندها، فرهنگ و اهداف سازمانی آشنایی بیشتری پیدا می‌کنند. این آشنایی منجر به افزایش کارایی و بهره‌وری، کاهش خطاها و بهبود کیفیت خروجی کار می‌شود.

۳. بهبود روابط تیمی

ثبات در نیروی انسانی، روابط قوی‌تر و هماهنگی بیشتری میان کارکنان ایجاد می‌کند. تیم‌هایی که برای مدت طولانی‌تری با یکدیگر کار می‌کنند، توانایی بیشتری در حل مسائل، تصمیم‌گیری و اجرای پروژه‌ها دارند. همچنین این امر می‌تواند منجر به افزایش رضایت مشتری و بهبود شهرت سازمان شود.

۴. افزایش نوآوری و خلاقیت

کارکنانی که احساس تعلق و وفاداری به سازمان دارند، تمایل بیشتری به ارائه ایده‌های نوآورانه و مشارکت در بهبود فرآیندها دارند.

هزینه‌های پنهان ترک شغل کارکنان

بدون شک عدم توجه به میزان ماندگاری و وفاداری کارکنان یک سازمان و به دنبال آن، افزایش نرخ ترک شغل، می‌تواند هزینه‌های پنهان و گاه جبران‌ناپذیری برای سازمان به بار آورد. در ادامه به بررسی هر یک از این هزینه‌ها می‌پردازیم تا دید بهتری به اهمیت نرخ ماندگاری نیروی انسانی پیدا کنید.

کاهش بهره‌وری

هنگامی که یک کارمند سازمان را ترک می‌کند، تأثیر منفی آن بر بهره‌وری تیم غیرقابل‌انکار است. جایگزینی کارکنان باتجربه با نیروی جدید، نیازمند زمان و تلاش زیادی است که می‌تواند به کاهش عملکرد سازمان و بهره‌وری آن منجر شود.



راهکارهای افزایش نرخ ماندگاری و وفاداری کارکنان

نا اینجا با اهمیت توجه به نرخ ماندگاری و وفاداری کارکنان و هزینه‌هایی که عدم توجه به این موضوع در برخواهند داشت، آشنا شدید. مسلماً اکنون این سوال برایتان پیش می‌آید که چطور می‌توان نرخ ماندگاری و وفاداری کارکنان سازمان را افزایش دهیم. در ادامه در راستای پاسخ به این پرسش، راهکارهای مؤثری را در اختیار شما می‌گذاریم.

• ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت: فرهنگ سازمانی نقش اساسی در حفظ کارکنان دارد. سازمان‌هایی که بر ارزش‌های انسانی، احترام متقابل و حمایت از کارکنان تأکید دارند، محیطی ایجاد می‌کنند که کارکنان تمایل دارند در آن باقی بمانند.

• ارائه فرصت‌های رشد و توسعه: ارائه آموزش‌های تخصصی، برنامه‌های منتورینگ و فرصت‌های ارتقاء شغلی، کارکنان را تشویق به ماندن در سازمان می‌کند.

• پرداخت منصفانه و مزایای رقابتی: حقوق و مزایای منصفانه از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رضایت و ماندگاری کارکنان هستند. سازمان‌ها باید با توجه به شرایط بازار، بسته‌های مزایای رقابتی مناسب ارائه دهند.

• توجه به تعادل کار و زندگی: سازمان‌هایی که به تعادل بین زندگی شخصی و کاری کارکنان اهمیت می‌دهند، نرخ ماندگاری بالاتری دارند. ارائه گزینه‌های کاری انعطاف‌پذیر مانند دورکاری و ساعات کاری منعطف می‌توانند به حفظ کارکنان کمک کنند.

• قدردانی و پاداش‌دهی: تقدیر از دستاوردها و عملکرد برجسته کارکنان، احساس ارزشمندی و تعلق خاطر را در آن‌ها تقویت می‌کند. این قدردانی می‌تواند به صورت نقدی یا غیرنقدی باشد.

• ارتباطات شفاف و مؤثر: ارتباطات باز و شفاف میان مدیریت و کارکنان، اعتماد و همکاری را افزایش می‌دهد. کارکنانی که احساس می‌کنند صدای آن‌ها شنیده می‌شود، تمایل بیشتری به ماندن در سازمان دارند.

• مدیریت عملکرد مؤثر: ارزیابی منظم عملکرد و ارائه بازخوردهای سازنده، به بهبود کارایی و رضایت کارکنان کمک می‌کند. همچنین، تعیین اهداف واضح و دستیابی به آن‌ها باعث افزایش احساس موفقیت در کارکنان می‌شود.

تأثیر منفی بر روحیه کارکنان

ترک شغل همکاران می‌تواند باعث کاهش روحیه کارکنان باقی‌مانده شود. این موضوع ممکن است به احساس ناامنی شغلی، افزایش استرس و کاهش رضایت شغلی منجر شود که مسلماً بر عملکرد کلی سازمان و میزان سوددهی آن تأثیر خواهد گذاشت.

هزینه‌های آموزشی و توسعه

سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده برای آموزش و توسعه مهارت‌های کارکنان، با ترک آن‌ها از بین می‌رود. این امر به‌ویژه در صنایعی با مهارت‌های تخصصی، بیشتر به چشم می‌آید.

تأثیر بر تجربه مشتری

کارکنانی که تجربه بیشتری دارند، ارتباط بهتری با مشتریان برقرار می‌کنند. ترک شغل کارکنان با تجربه می‌تواند به کاهش کیفیت خدمات و ناراضی‌نمایی مشتریان منجر شود.

هزینه فرصت‌های از دست‌رفته

کاهش نرخ ماندگاری نیروی انسانی مسلماً باعث صرف زمان و منابع برای یافتن و آموزش نیروهای جدید خواهد شد. این در حالی است که همین زمان و منابع می‌توانند برای پروژه‌های دیگر یا بهبود فرآیندهای سازمانی استفاده شوند.



روش‌های نوین در حفظ نیروی انسانی و افزایش نرخ ماندگاری

دنیای رقابتی امروز، به سرعت در حال پیشرفت است و بسیار اهمیت دارد که سازمان‌ها خود را با این پیشرفت تطابق دهند. در همین راستا، در ادامه تعدادی از کاربردی‌ترین روش‌های نوین که به افزایش نرخ ماندگاری و حفظ نیروی انسانی کارآمد در سازمان‌ها کمک می‌کنند را به شما معرفی می‌کنیم.

- استفاده از فناوری‌های پیشرفته: سازمان‌ها می‌توانند از ابزارهای مدیریت منابع انسانی مانند نرم‌افزارهای ردیابی عملکرد و سیستم‌های یادگیری آنلاین استفاده و تجربه کاری بهتری برای کارکنان ایجاد کنند.
- برنامه‌های رفاهی و حمایتی: ارائه برنامه‌های سلامت جسمی و روانی، مانند مشاوره‌های روانشناختی و ورزش، می‌تواند به افزایش رضایت و ماندگاری کارکنان کمک کند.
- ایجاد جوامع کاری: تشکیل گروه‌های اجتماعی و حرفه‌ای در محیط کار، به کارکنان کمک می‌کند تا ارتباطات عمیق‌تری برقرار کنند و احساس تعلق بیشتری داشته باشند.
- برنامه‌های انعطاف‌پذیری مالی: ارائه تسهیلات مالی مانند وام‌های کم‌بهره یا برنامه‌های بازنشستی سفارشی، می‌تواند انگیزه کارکنان برای ماندگاری را افزایش دهد.
- تحلیل داده‌های منابع انسانی: استفاده از تحلیل داده‌ها برای شناسایی عواملی که بر ترک شغل کارکنان تأثیر می‌گذارد، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اقدامات پیشگیرانه انجام دهند. در همین راستا، همکاری با تیمی حرفه‌ای و متخصص به شما کمک می‌کند تا با جمع‌آوری داده‌های ارزشمند و تحلیل اصولی آن‌ها، نقاط ضعف سازمان و مشکلات کارکنان خود را شناسایی کنید و برای حل آن‌ها قدم بردارید.

کلام آخر

نرخ ماندگاری و وفاداری کارکنان، نه تنها بر عملکرد و بهره‌وری سازمان تأثیر می‌گذارد، بلکه هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم ناشی از جابه‌جایی کارکنان را کاهش می‌دهد. سازمان‌هایی که به میزان نرخ ماندگاری نیروی انسانی خود اهمیت می‌دهند، می‌توانند به موفقیت‌های پایدار دست یابند. با استفاده از رویکردهای نوین و توجه به نیازهای کارکنان، سازمان‌ها می‌توانند محیطی ایجاد کنند که کارکنان تمایل به ماندن در آن داشته باشند و با تعهد و انگیزه بیشتری به اهداف سازمان کمک کنند.

بدون شک، یکی از بهترین و جدیدترین روش‌ها برای تحلیل کارکنان و کمک به افزایش ماندگاری و وفاداری آنها، همکاری با تیم‌های باتجربه و متخصص در این زمینه است. آکادمی تکتا یکی از بهترین‌ها در این زمینه است که با تلفیق علم روانشناسی و تخصص منابع انسانی و به کارگیری علم روز، به تحلیل ۳۶۰ درجه کارکنان می‌پردازد و روش‌های تضمینی برای بهبود عملکرد کارکنان و سازمان ارائه می‌دهد.

PVRĒ

— CERAMICS —



/ESSENCE OF CERAMICS/



A PRODUCT BY:
نیکا نقشه ایرانیان
NIKA NAGHSH IRANIAN

NIKANAGHSH.COM

Strategies to Increase Retention and Loyalty

To address retention challenges, organizations can implement the following strategies:

- **Foster a Positive Organizational Culture:** Emphasize values like mutual respect, support, and a people-first approach to create an environment where employees want to stay.
- **Offer Growth and Development Opportunities:** Provide specialized training, mentoring programs, and career advancement paths to motivate employees to remain with the organization.
- **Ensure Competitive Compensation and Benefits:** Regularly review salary structures and offer market-aligned benefits to boost employee satisfaction.
- **Prioritize Work-Life Balance:** Flexible working options like remote work or adjustable hours can enhance employee well-being and loyalty.
- **Recognize and Reward Achievements:** Acknowledge exceptional performance through monetary or non-monetary rewards to foster a sense of value and belonging.
- **Encourage Transparent Communication:** Open and effective communication between management and staff builds trust and collaboration.
- **Adopt Effective Performance Management:** Regular performance reviews and constructive feedback help improve employee engagement and satisfaction.



Innovative Approaches to Retention

In a rapidly evolving landscape, organizations must embrace modern practices to retain talent. Here are some cutting-edge strategies:

- **Utilize Advanced Technology:** Implement HR management tools like performance tracking software and online learning platforms to enhance the employee experience.
- **Introduce Wellness Programs:** Support physical and mental well-being through counseling services, fitness programs, or stress management workshops.
- **Build Work Communities:** Encourage professional and social group activities to strengthen employee connections and sense of belonging.
- **Offer Flexible Financial Solutions:** Benefits like low-interest loans or customized retirement plans can increase employee retention.
- **Leverage Data Analytics:** Use HR analytics to identify factors influencing turnover and proactively address them. Collaborating with expert teams for data-driven insights can help refine retention strategies.

Conclusion

Employee retention and loyalty are pivotal to organizational performance, productivity, and cost optimization. By prioritizing these aspects, organizations can achieve sustainable success. Adopting modern practices and addressing employee needs creates an environment where individuals thrive and remain committed to organizational goals.

One of the most effective ways to enhance employee retention is by working with experienced and specialized teams. Taikta Academy combines psychology, HR expertise, and cutting-edge solutions to conduct comprehensive employee assessments and provide guaranteed strategies to improve organizational performance.

The Missing Link in HR: Employee Retention Rates in Organizations

In today's highly competitive world, human capital is one of the most valuable assets for any organization. Attracting, developing, and retaining skilled and efficient employees not only provides a competitive edge but also significantly impacts the organization's performance, innovation, and sustainability. One key aspect of human resource management is focusing on employee retention rates and loyalty. This article delves into the importance of this topic and the hidden costs associated with neglecting it.

Understanding Employee Retention and Loyalty

The retention rate refers to the percentage of employees who remain with an organization over a specific time period. It helps organizations assess their workforce stability and identify factors influencing employee turnover.

Loyalty reflects employees' commitment and sense of belonging to their organization. Loyal employees are more likely to stay longer and actively contribute to organizational goals. Factors such as organizational culture, interpersonal relationships, and growth opportunities play a significant role in fostering loyalty.

The Importance of Retention Rates and Employee Loyalty in Organizations

To highlight the significance of employee retention and loyalty, it is essential to understand its impact on organizational success. Below are key reasons why organizations should prioritize these aspects:

1. Reducing Direct and Indirect Costs

Retaining employees reduces the significant expenses associated with turnover, including:

- o Recruitment and hiring costs
- o Training and skill development for new hires
- o Reduced productivity during onboarding and adaptation periods

2. Enhancing Productivity

Long-tenured employees develop a deeper understanding of organizational processes, culture, and objectives, leading to improved efficiency, reduced errors, and higher-quality outcomes.

3. Strengthening Team Dynamics

Stability in the workforce fosters stronger relationships and better coordination among team members. Teams that work together longer are more effective in problem-solving, decision-making, and project execution, ultimately boosting customer satisfaction and organizational reputation.

4. Driving Innovation and Creativity

Employees with a strong sense of loyalty are more inclined to share innovative ideas and contribute to process improvements.

Hidden Costs of Employee Turnover

Ignoring retention and loyalty can lead to significant, often overlooked, costs for an organization:

- **Decline in Productivity:** Losing experienced employees disrupts team efficiency and delays projects as new hires take time to adapt.
- **Impact on Employee Morale:** High turnover can cause insecurity, stress, and reduced job satisfaction among remaining staff, negatively affecting organizational performance.
- **Loss of Training Investment:** The time and resources spent on developing departing employees are effectively wasted, especially in industries requiring specialized skills.
- **Customer Experience Decline:** Experienced employees provide better customer interactions. Losing such employees can harm service quality and customer satisfaction.
- **Opportunity Costs:** Time and resources spent on replacing employees could be better utilized for other organizational improvements or initiatives.

PARSIAN

Enjoy the Difference TILE

شرکت کاشی و سرامیک پارسیان

با ظرفیت تولید سالیانه 7.700.000 متر مربع

آدرس: میبد، کیلومتر 6 جاده میبد-یزد، جاده مزرعه کلانتر

شماره تماس: 035-32372282-8



WWW.TOPCER-GROUP.IR



High quality & valuable TILE

کیلومتر ۲۰ جاده میبد - یزد، ابتدای جاده حاجی آباد

۰۳۵۳۲۳۷۲۷۰۰-۸ | ۰۳۵۳۲۳۷۲۷۰۹



عوامل موثر بر بهبود کیفیت محصولات تولیدی صنایع کاشی و سرامیک بر اساس رویکرد تحلیل تصمیم‌گیری چندمعیاره

فعالان صنعت کاشی و سرامیک بخش خصوصی در چارچوب انبوهی از تشکلهای غیردولتی، بنگاه‌های کوچک و متوسط، خوشه‌های صنعتی و کارآفرینان از طریق نوآوری و خلاقیت و تولیدات مبتنی بر دانش بنیان، از عوامل اصلی رشد و توسعه صنعتی در همه کشورها محسوب میشوند.

بهبود بهره‌وری میتواند اصلاح و بهبود فرآیندها، روابط کاری و بهبود کیفیت را در پی داشته باشد. به نظر بسیاری از صاحبان نظر برای دستیابی به مقاصد اقتصادی و سودآوری، یکی از الزامات ضروری برای شرکتهای خود، شناسایی عوامل بهبود کیفیت و اجرایی نمودن آنها است. در این چکیده سعی بر این شده است تا یک بررسی جامع و همه‌جانبه از عوامل تأثیرگذار بر بهبود کیفیت محصولات تولیدی شرکتهای کاشی و سرامیک آورده شود تا بتواند در جهت سوق به هدف نهایی که همان بهبود کیفیت و بهره‌وری است، گام بردارد و منجر به افزایش کیفیت محصولات تولیدی و افزایش رضایت مشتریان و به تبع آن افزایش درآمد و سودآوری شود.

از آنجا که امروزه کیفیت محصولات تولیدی، حرف اول را در تسخیر بازار فروش محصول میزنند و به عنوان یک پیش‌نیاز برای توسعه صنعتی کشورها به شمار می‌آید و بقا و دوام و حضور بنگاههای اقتصادی و رقابت پذیری را در بازار جهانی تضمین میکند، شرکتهای باید به عوامل مؤثر بر کیفیت محصول توجه ویژه‌ای نمایند که ضمن حفظ جایگاه خود و ایجاد وفاداری و حس خرسندی در مشتریان با ارائه محصولات با کیفیت، فروش و سود بیشتر را برای شرکت خود حاصل نمایند. نبود کیفیت مناسب در طراحی، زیبایی ظاهری و استحکام و پایداری در محصول نه تنها باعث کاهش کیفیت محصولات تولیدی میشود، بلکه منجر به افزایش هزینه‌های تولیدی، عدم رضایت مشتریان و کاهش فروش شرکت به دلیل بی‌کیفیتی محصول تولیدی میشود. نبود سیستمها و تکنیکهای مبتنی بر زمان و متمرکز بر تسریع فرآیندها، منجر به افزایش در زمان کلی تحویل محصول خواهد شد که در نتیجه نارضایتی مشتریان را به دنبال دارد.

صنعت کاشی و سرامیک، با توجه به نقش مهمی که در بالا رفتن سطح بهداشت جامعه داشته و همچنین به دلیل برخورداری از مزایای فراوان تولیدی همچون مواد اولیه، سوخت، انرژی، نیروی انسانی و غیره، طی سالهای اخیر، رشد فراوانی را در گروه صنعت کاشی‌های غیرفلزی به خود اختصاص داده است. از طرفی به دلیل عدم رعایت استانداردهای رایج، از قبیل کیفیت محصولات، کیفیت طراحی، میزان تولید سرانه، انرژی مصرفی، هزینه‌های تعمیر و نگهداری، مقدار ضایعات، تعداد نیروی کار و...، شرکتهای ایرانی قادر به رقابت با شرکتهای خارجی نیستند. از آنجا که صنعت کاشی و سرامیک به دلیل تعداد بالای اشتغال و نوع خاص تولیداتشان نقش بزرگی در

اقتصاد هر جامعه ای دارند، این امر حائز اهمیت است که کیفیت محصولات تولیدی این صنایع بتواند پاسخگوی نیازهای متنوع بازار و مشتریان باشد. لذا برای نمایش ابعاد کیفیت از شاخص های مختلف استفاده میشود، که مدیران صنایع معمولاً به طور همزمان نمیتوانند از کلیه این شاخص ها برای تصمیم گیری های خود استفاده کنند. بنابراین، استفاده از روشهایی که بتواند به طور همزمان تعداد متنوعی از شاخص ها را با هم تلفیق کرده و از این طریق تصویر شفاف و یکپارچه ای از وضعیت هر صنعت را ارائه کند، ضرورتی امکان ناپذیر است. در این راستا، در دو دهه گذشته تکنیک های تصمیم گیری چندمعیاره به عنوان یک ابزار کارآمد برای اخذ تصمیم مناسب، مطرح شده اند.



**تهیه و تنظیم
حجت علمی**





ایران آی.ام.دی

تولیدکننده انواع جرم های نسوز و ریختنی و عایق و سبک و قطعات پیش ساخته و ملات های آلومینایی و آلومینا سیلیکاتی و تامین کننده انواع محصولات سرامیک فایبر در دماهای کاری مختلف در اشکال مختلف مورد مصرف در کوره ها و صنایع فولاد، کاشی و سرامیک و سیمان و پتروشیمی و شیشه و ریخته گری.

تهران، خیابان ملاصدرا، پلاک ۱۸۱، طبقه اول، واحد ۸

Fax: +98 21 8803 6674 ♦ Tel: +98 21 8806 6037-8



تولید کننده پودر سیلیکات زیرکونیوم ۳۲۵ مش و ۵ میکرون

مجهز به مدرن ترین ماشین آلات تولید

ظرفیت ۲۲ هزار تن در سال

واقع در شهرک صنعتی کاوه

توانایی تامین کل نیاز صنایع کاشی و سرامیک کشور

تهران، خیابان ملاصدرا، خیابان شیراز شمالی پلاک ۱۸۱، طبقه سوم، واحد ۱۸

Tel: +98 21 8806 6037-8 ♦ ♦ ♦ ♦ ♦ Fax: +98 21 8803 6674

www.silicatgostar.com



کیلومتر ۱۰ جاده میبد یزد

شرکت کاشی ستاره میبد

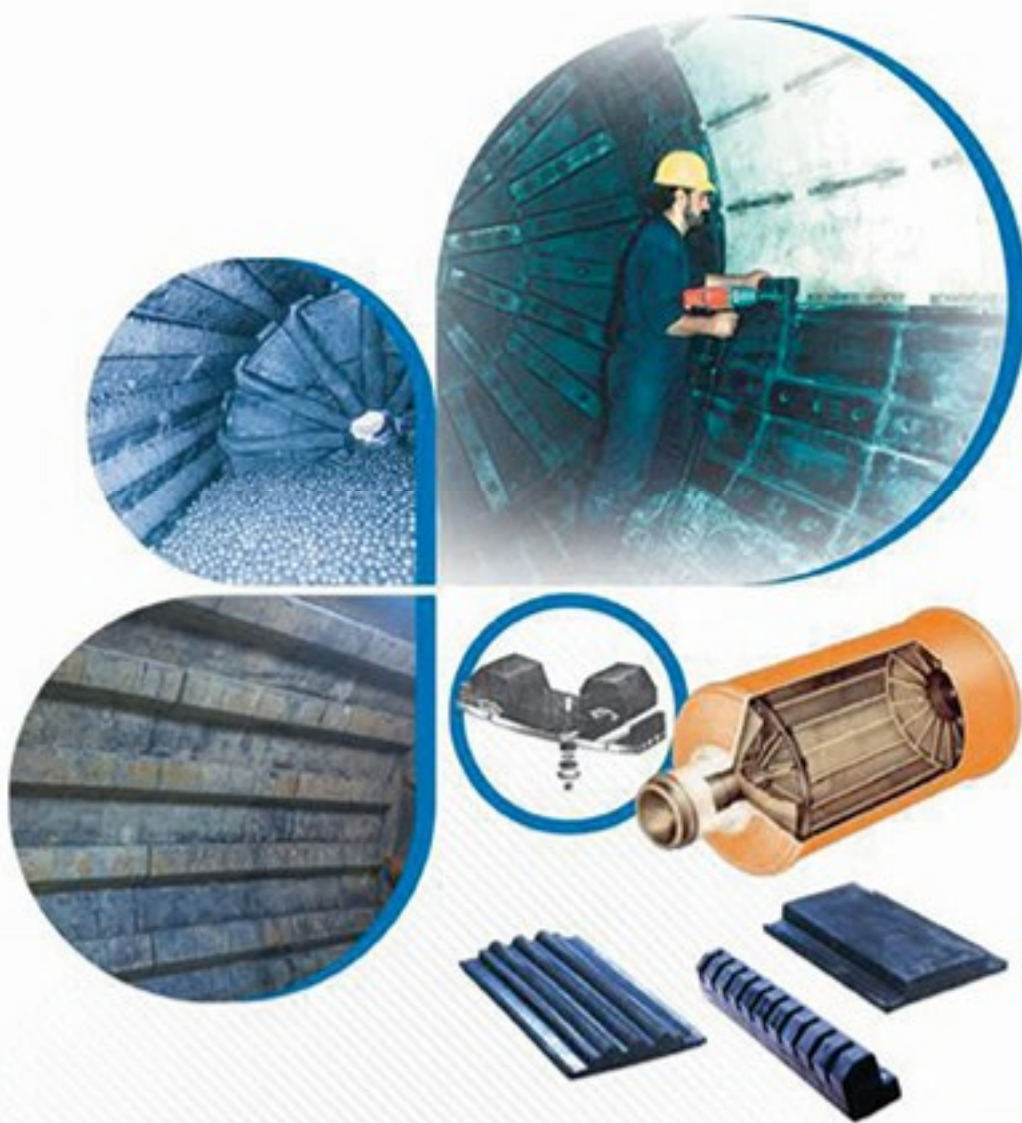
۰۳۵ - ۳۱۵۱





شرکت بسپار لرستان

شرکت بسپار لرستان در سال ۱۳۸۰ با هدف تولید قطعات پلاستیکی مقاوم به سایش مورد مصرف در صنایع معدنی شامل مس، سرب و روی، کاشی و سرامیک و ... ایجاد گردیده و با بهره‌گیری از توان نیروی انسانی کارشناسی و تجربه و تجهیزات سخت افزاری خط تولید، آزمایشگاهی و بهره‌گیری از سیستم‌های کیفیتی توانسته است در عرصه‌های مختلف در راستای شکوفایی صنعتی کشور نقش موثری را ایفا نماید.



آدرس کارخانه: لرستان، بروجرد، کیلومتر ۲۰ جاده دورود، شهرک صنعتی بروجرد
خیابان کوشش پنجم شرکت تولیدی قطعات لاستیکی بسپار لرستان

تلفکس دفتر مرکزی: ۰۶۶ ۴۳۲۳۲۵۲۴
تلفکس کارخانه: ۰۶۶ ۴۲۴۶۳۵۶۵
تلفن همراه: ۰۹۱۶ ۳۶۲ ۳۵۹۳



گروه کاشی و سرامیک سینا
SINA TILE GROUP



EXPORT TO MORE THAN 25 COUNTRIES
www.sinatiletilegroup.com

SINA TILE GROUP

خاک رابه
هنر
کیمیا کنیم



به بهانه شاخص الودگی هوا که باعث تعطیلی این روزهای کشور است، نگاهی به مقاله ای از لو نینگ جیانگ مدیر فناوری کارخانه کربن فعال هلانشان، استان نینگشیا، چین تولید داشته باشیم.

۱. جذب فیزیکی: تکیه بر نیروهای واندروالس برای جذب مولکول های آلاینده در سطح کربن فعال
۲. جذب شیمیایی: رفع آلاینده های خاص روی سطح کربن فعال از طریق پیوندهای شیمیایی
علاوه بر این، ویژگی های شیمیایی سطح کربن فعال آن را قادر می سازد تا با آلاینده های خاصی واکنش شیمیایی داده و در نتیجه اثر جذب را افزایش دهد. این خواص کربن فعال را به ماده ای ایده آل برای تصفیه آب و آلودگی هوا تبدیل می کند.

۲. نقش کربن فعال در تصفیه آب آشامیدنی

ایمنی آب آشامیدنی ارتباط مستقیمی با سلامت انسان دارد و کربن فعال نقش مهمی در تصفیه آب آشامیدنی ایفا می کند. کارکردهای اصلی آن عبارتند از:

۱. حذف آلاینده های آلی و شیمیایی
مواد آلی (مانند بقایای آفت کش ها و بقایای داروها) و آلاینده های شیمیایی (مانند کلر و کلرامین ها) در آب آشامیدنی تهدیدی بالقوه برای سلامت انسان هستند. کربن فعال می تواند به طور موثر این مواد را جذب کند. غلظت آنها را کاهش دهد و ایمنی کیفیت آب را تضمین کند به عنوان مثال، توانایی کربن فعال در جذب کلر می تواند تولید محصولات جانبی ضد عفونی را به میزان قابل توجهی کاهش دهد.

۲. حذف بو و بهبود طعم

بوی نامطبوع آب معمولاً ناشی از سولفیدها، ترکیبات فنی و غیره است. کربن فعال با جذب این مولکول های بو طعم و بوی آب را به میزان قابل توجهی بهبود می بخشد. به عنوان مثال، در تصفیه آب لوله کشی، اغلب از کربن فعال برای حذف کلر و بوی کپک استفاده می شود.

۳. رنگ زدایی و حذف مواد معلق

کربن فعال می تواند رنگدانه ها و مواد جامد معلق در آب را جذب کند و شفافیت و خلوص آب را بهبود بخشد. این امر برای بهبود کیفیت حسی آب آشامیدنی از اهمیت بالایی برخوردار است.

۴. کاربرد

کربن فعال گرانیولی (GAC): در فیلترهای تصفیه آب برای جذب آلاینده ها در حين عبور آب استفاده می شود.

کربن فعال پودری (PAC): کربن فعال پودری (PAC): مستقیماً به آب اضافه شده، جذب شده و با ته نشینی یا فیلتراسیون حذف می شود.

فیلتر کربن فعال: به طور گسترده در دستگاه های تصفیه آب خانگی برای از بین بردن ناخالصی ها و بوها استفاده می شود.

نفس کربن فعال در تصفیه آب آشامیدنی، فاضلاب صنعتی و هوا

قبل از اینکه در مورد نقش کربن فعال در آب آشامیدنی، فاضلاب صنعتی و تصفیه هوا صحبت کنیم، می خواهم جمله ای را نقل کنم که سال ها پیش در فضای مجازی چین بسیار پرطرفدار بود. "من هوا را با ربه هایم فیلتر می کنم. آب را با کلیه هایم فیلتر می کنم و سلامتی خود را با پول معاوضه می کنم!"

در سال ۲۰۱۲، من در شهر کوچکی زندگی می کردم که تنها ده کیلومتر با یک پارک شیمیایی زغال سنگ فاصله داشت که در آن زمان میگفتند بزرگترین پارک در آسیا است. گرد و غبار سیاه زغال سنگ، گرد و غبار ناشناخته سفید مایل به خاکستری، بوی آسفالت، بوی تعفن ناشناخته و گاهی عطر عجیب در هوا می پیچید و این غبارها و بوها را نمیتوانست با بستن در و پنجره و یا استفاده از ماسک کنترل کرد. در آب آشامیدنی و غذا نیز بوی فخرحس میشد، اما نمیشد تشخیص داد علت اصلی بو برای کدام است.

اکنون سال ۲۰۲۵ است و من هنوز در این شهر کوچک زندگی می کنم، اما گرد و غبار و عطر نامطبوع از بین رفته است. پس از سالها مدیریت زیست محیطی توسط دولت چین، آلودگی هوا و آب مدیریت شده اند، و مردم دیگر نباید نگران این باشند که هوا را با ربه هایشان فیلتر می کنند، آب را با کلیه هایشان فیلتر می کنند، و سلامت خود را با پول معاوضه می کنند!

حاکمیت زیست محیطی یک وظیفه بلندمدت است و نقش کربن فعال در آب آشامیدنی، فاضلاب صنعتی و تصفیه هوا تنها بخشی از کار حاکمیت محیطی است.

کربن فعال یک ماده کربنی با ساختار بسیار متخلخل است و به دلیل ظرفیت جذب قوی در بسیاری از زمینه ها کاربرد دارد. کربن فعال نقش بی بدیلی در تصفیه آب آشامیدنی، تصفیه فاضلاب صنعتی و تصفیه هوا دارد. می تواند به طور موثر مواد مضر موجود در آب را حذف کند، آلاینده های فاضلاب صنعتی را تصفیه کند و گازها و بوهای مضر موجود در هوا را جذب کند. این مقاله به طور مفصل به ویژگی ها، مکانیسم اثر کربن فعال و کاربردهای خاص آن در آب آشامیدنی، فاضلاب صنعتی و تصفیه هوا می پردازد.

۱. خصوصیات و مکانیسم اثر کربن فعال

ویژگی های اصلی کربن فعال سطح ویژه بالا و ساختار متخلخل آن است. سطح هر گرم کربن فعال می تواند به ۵۰۰-۱۵۰۰ متر مربع برسد که باعث می شود ظرفیت جذب فوق العاده اب داشته باشد. جذب کربن فعال عمدتاً از طریق دو مکانیسم زیر انجام می شود:

۳. نقش کربن فعال در تصفیه فاضلاب صنعتی

فاضلاب صنعتی حاوی تعداد زیادی آلاینده پیچیده از جمله فلزات سنگین، مواد آلی و جامدات معلق می باشد. کاربرد کربن فعال در تصفیه فاضلاب صنعتی به طور عمده در جنبه های زیر منعکس می شود:

۱. حذف یون های فلزات سنگین

فاضلاب های صنعتی اغلب حاوی یون های فلزات سنگین مانند سرب، جیوه و کادمیوم هستند که به طور جدی برای محیط زیست و سلامت انسان مضر هستند. کربن فعال می تواند این یون های فلزات سنگین را جذب کرده و آلودگی محیط زیست را کاهش دهد. به عنوان مثال، در تصفیه فاضلاب آبکاری، کربن فعال می تواند به طور موثری فلزات سنگین مانند مس و نیکل را جذب کند.

۲. تجزیه آلاینده های آلی

فاضلاب های صنعتی حاوی مقادیر زیادی آلاینده های آلی مانند بنزن، فنل، رنگ ها و غیره است. کربن فعال این مواد آلی را از طریق جذب از آب حذف می کند و نیاز شیمیایی به اکسیژن (COD) و اکسیژن بیولوژیکی (BOD) فاضلاب را کاهش می دهد. به عنوان مثال، در تصفیه فاضلاب چاپ و رنگریزی، کربن فعال می تواند به طور موثر مولکول های رنگ را حذف کند.

۳. رنگ زدایی و بو زدایی

فاضلاب صنعتی اغلب تیره رنگ و دارای بوی نامطبوع می باشد. کربن فعال می تواند رنگدانه ها و مولکول های بو را جذب کند و ظاهر و بوی فاضلاب را بهبود بخشد و بعداً تصفیه آن را آسان تر کند.

۴. کاربرد

برج جذب با بستر ثابت: معمولاً در تصفیه فاضلاب صنعتی مورد استفاده قرار می گیرد. فاضلاب از بستر کربن فعال عبور می کند و آلاینده ها جذب می شوند.

راکتور بستر سیال: برای تصفیه فاضلاب آلی با غلظت بالا استفاده می شود.

سیستم دوز کربن فعال: کربن فعال پودری مستقیماً در طی فرآیند تصفیه فاضلاب اضافه می شود و پس از جذب از طریق رسوب یا فیلتراسیون حذف می شود.

۴. نقش کربن فعال در تصفیه هوا

آلودگی هوا یکی از چالش های اصلی جامعه مدرن است و کربن فعال نقش مهمی در تصفیه هوا دارد. کاربردهای اصلی آن عبارتند از:

۱. جذب گازهای مضر

کربن فعال می تواند به طور موثر گازهای مضر موجود در هوا مانند فرمالدئید، بنزن، ترکیبات آلی فرار (VOCs) و غیره را جذب کند. این گازها به طور جدی برای سلامتی انسان مضر هستند. به عنوان مثال، در اتاق هایی که به نازکی بازسازی شده اند، کربن فعال می تواند غلظت فرمالدئید را به میزان قابل توجهی کاهش دهد.

۲. از بین بردن بو

کربن فعال دارای ظرفیت جذب قوی برای مولکول های بو در

هوا است و می تواند دود، دود روغن، بوی حیوانات خانگی و غیره را حذف کند و طراوت هوای داخل خانه را بهبود بخشد. به عنوان مثال، قرار دادن کیسه های کربن فعال در آشپزخانه و حمام می تواند به طور موثری بوها را از بین ببرد.

۳. فیلتر ذرات معلق

کربن فعال همچنین عملکرد فیلتر کردن ذرات ریز موجود در هوا را دارد و می تواند ذرات PM_{2.5} را برای تصفیه بیشتر هوا جذب کند.

۴. کاربرد

دستگاه تصفیه هوا: فیلتر کربن فعال داخلی برای جذب مواد مضر و بوهای موجود در هوا.

کیسه کربن فعال: در داخل خانه برای جذب بو و گازهای مضر. مناسب برای منازل، ادارات و مکان های دیگر قرار می گیرد.

سیستم تهویه: فیلترهای کربن فعال را به سیستم های تهویه مطبوع مرکزی یا هوای تازه اضافه کنید تا هوای ورودی به اتاق را تصفیه کنید.

۵. اقدامات احتیاطی در مورد استفاده از کربن فعال

اگرچه کربن فعال در بسیاری از زمینه ها عملکرد خوبی دارد، اما هنوز هم باید به نکات زیر در هنگام استفاده توجه کرد:

۱. تعویض منظم

کربن فعال ظرفیت جذب محدودی دارد و پس از اشباع شدن باید به موقع جایگزین شود. در غیر این صورت ممکن است آلاینده های جذب شده را آزاد کند و باعث آلودگی ثانویه شود.

۲. نوع مناسب را انتخاب کنید

نوع کربن فعال مناسب را برای نیازهای خود انتخاب کنید. مانند کربن فعال کربنولی، کربن فعال پودری یا کربن جاذب های کربن فعال.

۳. از دما و رطوبت بالا اجتناب کنید

دمای بالا و رطوبت بالا باعث کاهش عملکرد جذب کربن فعال می شود. بنابراین باید به شرایط محیطی در هنگام استفاده و ذخیره سازی توجه شود.

۶. نتیجه گیری

کربن فعال به دلیل ظرفیت جذب موثر، نقش بی بدلی در تصفیه آب آشامیدنی، تصفیه فاضلاب صنعتی و تصفیه هوا ایفا می کند. نه تنها می تواند مواد مضر موجود در آب را حذف کند و کیفیت آب را بهبود بخشد، بلکه آلاینده های پیچیده موجود در پساب های صنعتی را نیز تصفیه کرده و گازها و بوهای مضر موجود در هوا را جذب می کند. از طریق استفاده مناسب و جایگزینی منظم، کربن فعال می تواند همچنان آب و هوای تمیز را برای ما فراهم کند و توسعه پایدار سلامت و محیط زیست را تضمین کند. در آینده، با پیشرفت تکنولوژی، دامنه کاربرد کربن فعال بیشتر خواهد شد تا محیط زندگی ایمن تر و سالم تری برای انسان ایجاد کند.

تالیف و ترجمه: ندا احمدی



”هر کودک یک
هنرمند است؛
مشکل این است که
وقتی بزرگ شدی
هنرمند بمانی.“

پابلو پیکاسو



DESIGN FOR DIGITAL TECHNOLOGIES,
MASTER MOULDS AND PUNCHES.

Since 1992 Tecnografica has been thinking, running and working hard for ceramic tile industry. Thanks to its dreams, passion and great teamwork, Tecnografica is constantly creating and developing the designs and the new techniques for the most modern ceramic technologies.



@tecnografica_surfacedesign



NGYDIGITAL
focus makes profession

Global Pioneer of Inclusion Red & Yellow Ink

www.ngydigital.com | Since 1996

Tel: +86-757-83366913 Fax: +86-757-83211615



ADRON YOUR DREAM



☎ 98 21 410 51 000
@ROKACERAM.CO
WWW.ROKACERAM.COM
✉ INFO@ROKACERAM.COM





APADANA
CERAM

www.Apadanaceram.com



1401

تولید ماهیانه
۵۰۰/۰۰۰ متر

1403

هدف گذاری
تولید ماهیانه
۷۴/۰۰۰/۰۰۰ متر

1402

تولید ماهیانه
۷۰۰۰/۰۰۰ متر

کارخانه: قزوین کیلومتر ۲۲ جاده بوئین زهرا، گروه کارخانجات آپادانا سرام - دفتر مرکزی: تهران، خیابان ملاصدرا، پلاک ۱۸۷
تلفن کارخانه: ۰۲۸ - ۳۳۸۸۰۰۰۰ - ۰۲۸ - ۳۳۸۸۰۶۰۳ - تلفن دفتر مرکزی: ۰۲۱ - ۸۲۳۱۰۰۰۰ - ۰۲۱ - ۸۸۰۶۱۹۲۶
کپسیتی: ۱۹۹۳۶۲۵۲۱۳ صندوق پستی: ۶۷۸۶ - ۱۵۸۷۵



EURASIA

TILE & CERAMIC



 **BASTAN**

The pinnacle of Art & Beauty TILE

یزد، میبد، کیلومتر ۶ جاده میبد یزد، جاده مزرعه کلانتر

۰۳۵۳۲۳۷۲۰۵۳-۹ | ۰۳۵۳۲۳۷۲۰۶۰



تاپسر ۱۵۱۳ CER GROUP

تهران، خیابان ملاصدرا، نبش خیابان شیراز، جنب بانک گردشگری، پلاک ۱۳۴

☎ ۰۲۱ ۸۸ ۰۴ ۹۶۰۰
۰۲۱ ۸۸ ۲۱ ۸۴ ۲۷

🌐 www.topcer-group.ir

