



بررسی روش فعلی ارزیابی شرکتهای توزیع و پیشنهاد روش جدید

حسن جباری

شرکت توزیع نیروی برق شیراز

ایران

کلید واژه: ارزیابی - شرکتهای توزیع

مستندات می پردازند و کمتر به فعالیتهای اجرایی پرداخته می شود دلیل این مطلب می تواند کمبود امکانات پرسنلی، مالی و فرسوده بودن شبکه های توزیع باشد ولی مطلب دیگری که می توان به آن توجه کرد این که کلیه شرکتهای توزیع گواهینامه سیستم مدیریت کیفیت را اخذ کرده یا در حال اخذ آن هستند و یا تصمیم به اخذ آن دارند، بنابراین به نظرمی رسد ارزیابی فعالیت شرکتهای توزیع در دو بعد و در دو زمان و توسط حداقل دو سازمان انجام می شود که بخشی از انرژی شرکتهای توزیع در این پروسه ها صرف می شود در این مقاله سعی می شود روش ارزیابی فعلی

چکیده: ارزیابی و نظارت یکی از اهمیتهای است که همواره جهت بهبود روش کار در تمامی سازمانها و فعالیتهای مورد استفاده قرار می گیرد. این ارزیابی و نظارت در سازمانهای مختلف بطرق متفاوتی اجرامی شود ولی سوالی که در اینجا مطرح می شود این است که به چه میزانی ارزیابی سالیانه شرکتهای توزیع مفید بوده است؟ در این راستا اگر ارزیابی سالیانه شرکتهای دقیقتر و باروشی متفاوت از روش فعلی انجام شود، متوجه می شویم تمامی شرکتهای توزیع با توجه به خواست ارزیابان در سالهای گذشته به ارایه

بررسی و روشی جدیدارایه شود.

(۱)مقدمه:

ابتدا به جمله ای از ادوارد دمنینگ از صاحب نظران سیستم مدیریت کیفیت اشاره می شود که : کیفیت از اصلاح فرایند حاصل می شودنه از بازرسی [۳].

هدف از تشکیل شرکتهای توزیع چه بوده است؟ چنانکه می دانیم هدف از تشکیل این شرکتهای خدمات بهتره مشترکین برق واریه این انرژی خدادادی با کیفیت مطلوب، توجه بیشتر به بخش توزیع با مهندسی کردن آن و سرانجام واگذاری ارایه خدمات این قسمت به بخش خصوصی در راستای بهبود خدمات به مشترکین بوده است، بنابراین وزارت نیرو می بایست با تشکیل شرکتهای توزیع ضمن کم کردن تصدی خود در بخش برق با اعمال نظارت عالی بر عملکرد این شرکتهای نحوه خدمات دهی به مشترکین برق را کنترل کند. در این راستا و از بدو تشکیل شرکتهای توزیع ارزیابی سالیانه این شرکتهای آغاز شد این ارزیابی بر اساس بخشنامه های ابلاغی وزارت نیرو صورت می گیرد [۶]. در این میان مطلبی که کمتر مورد توجه قرار گرفته، استفاده اصولی از نتایج ارزیابی جهت بازنگری روش ارزیابی، بهبود عملکرد شرکتهای، تخصیص

منابع مالی جهت بهینه کردن شبکه های توزیع و بازنگری دستورالعملها و معیارهای تعیین شده که به شرکتهای توزیع ابلاغ شده، بوده است. در این مقاله سعی شده است ضمن بررسی اجمالی دستورالعملها و معیارهای تعیین شده وزارت نیرو، موارد مورد ارزیابی، چگونگی انتخاب ارزیابان، چگونگی ارزیابی و... نقاط قوت و ضعف روش فعلی شناسایی و سپس با بررسی الزامات سیستم مدیریت کیفیت (ISO 9000) در مورد ممیزی شرکتهای و در راستای علمی کردن ارزیابی فعلی نوعی رابطه منطقی بین این دو مقوله برقرار کنیم در بخش پیشنهادات به طور خلاصه به مواردی که جهت تصمیم گیری درباره آنها می توان از نتایج ارزیابی استفاده کرد اشاره می شود.

۲) ارزیابی سالیانه شرکتهای

۲-۱) هدف:

هر سازمانی از ارزیابی زیر مجموعه خود اهدافی را دنبال می کند. اهداف وزارت نیرو از ارزیابی رامی توان به صورت زیر برشمرد:

۲-۱-۱- یافتن جایگاه واقعی شرکتهای توزیع در مقایسه با استانداردهای ملی و بین المللی

۲-۱-۲- درک شرایط فعلی شرکتهای توزیع جهت تصمیم گیریهای بعدی

۲-۱-۳- تشویق شرکتهای به فعالیت بیشتر

۲-۱-۴- ایجاد الزام برای شرکتهای توزیع جهت اجرای دستورالعملهای ابلاغ شده

۲-۱-۵- بهبود فعالیت شرکتها از طریق نظارت عالی در قالب ارزیابی در صورتی که به موارد فوق توجه کنیم، هر کدام از اهداف فوق را می توان به روشهای مختلفی تامین کرد که یکی از آنها ارزیابی است. ولی اینکه چگونه ارزیابی صورت گیرد تا اهداف فوق تامین شود موضوعی است که در قسمتهای بعد به آن پرداخته می شود.

باتوجه به اینکه انسان همواره ممکن است اشتباه کند (کمال مطلق خداوند است) بنابراین کلیه فعالیتهایی که ما انسانها انجام می دهیم دارای نقاط قوت وضعی است نقاط قوت به عنوان مهر تاییدی بر مثبت بودن اصل فعالیت می باشد. مهم این است که با شناسایی نقاط ضعف همواره به سوی بهبود قدم برداریم.

۲-۲) نقاط قوت:
در این بخش بطور خلاصه نقاط قوت روش فعلی را بررسی می کنیم

۲-۱-۱- ایجاد تحرک بیشتر در فعالیت شرکتها:
شرکتها سعی دارند با انجام بهتر و ارابه مطلوب فعالیتهای صورت گرفته جایگاه خود را در رتبه بندی وزارت ارتقا دهند که با وجود پادشهای مالی اعلام شده انگیزه شرکتها جهت تسریع و بهبود فعالیت در طول سال افزایش می یابد.

۲-۲-۲- رعایت استانداردها و دستورالعملها نظر به اینکه ارزیابی باتوجه به موارد اعلام شده وزارت نیرو که از دستورالعملهای ابلاغ شده نشأت گرفته، صورت می پذیرد شرکتهای توزیع سعی دارند دستورالعملها را به خوبی و مطابق اعلام وزارت نیرو اجرا تا در مرحله ارزیابی بتوانند آنها را بصورت مطلوب ارایه کنند.

۲-۲-۳- مشخص شدن نقاط قوت و ضعف:
باتوجه به اینکه ارزیابی سالیانه در همه ابعاد فعالیتهای اعم از سرویس، نگهداری، بهره برداری و... صورت می پذیرد، میتوان گفت با ارزیابی تا حدودی نقاط قوت و ضعف بخش توزیع روشن می شود که می توان در تصمیم گیریهای کلان از آنها استفاده کرد.

۲-۲-۴- نوآوری
باتوجه به اینکه شرکتهای توزیع همواره در قالب ارزیابی سعی در ارتقا جایگاه خود دارند تلاش می کنند، با ارایه ابتکارات و خلاقیتهای پرسنل خود به نوعی توجه ارزیابان را جلب کنند. به عنوان مثال می توان به نوآوری در بخش نرم افزاری اشاره کرد.

۲-۲-۵- آشنایی شرکتها با فعالیتهای یکدیگر
با توجه به اینکه ارزیابی هر شرکتی توسط نمایندگان منتخبی از سایر شرکتهای انجام می گیرد این امر سبب آشنایی شرکتها به فعالیتهای همدیگر و انتقال تجربیات مفید در سطح کشور می شود که این مساله منجر به

بهبود عملکرد شرکتهای توزیع می شود البته این مساله به نوعی نیز یک نقطه ضعف محسوب میشود که در بخشهای بعد درباره آن بحث خواهد شد.

۲-۳) نقاط ضعف

بحث ارزیابی به عنوان تصمیمی برای آغاز روند بهبود عملکرد شرکتهای توزیع بسیار خوب و منطقی است ولی باتوجه به اینکه هزینه های زیادی صرف انجام این پروژه می شود می بایست نتایج آن به گونه ای باشد که انجام آن توجیه اقتصادی داشته باشد به عبارت دیگر روش ارزیابی به گونه ای طرح ریزی شود که حداکثر بهره برداری از نتایج آن حاصل شود. در این راستا می توان نقاط ضعف زیر را برای روش فعلی ارزیابی برشمرد:

۲-۳-۱) مستندات:

اگر تعاریف عوامل ارزیابی را بررسی کنیم [۱]، متوجه می شویم باتوجه به موارد بسیار زیادی که جهت بازم بندی نمرات ارزیابی اعلام شده ، ارزیاب در زمان محدود ارزیابی نمی تواند تمامی آن موارد را در حیطه عمل مشاهده و ثبت کند بنابراین می بایست ابتدا تمام موارد را در مستندات شرکتهای جستجو و سپس با توجه به زمان محدود تنها بعضی موارد را در عمل کنترل کنند این در حالی است که بسیاری از بخشها فقط از طریق

مستندات قابل کنترل هستند. باتوجه به این بحث و روش فعلی ارزیابی شرکتهای ناچارند جهت ارایه فعالیتها به ارایه مستندات طبق خواست ارزیابان بپردازند این مطلب از آن جهت نقطه ضعف محسوب می شود که باتوجه به تعدد ارزیابان و عدم وجود روشی واحد جهت ارایه فعالیتها، مستندات شرکتهای توزیع بسیار تفاوت دارند و این تفاوت با توجه به اختلاف سلیقه ارزیابان، نمرات شرکتهای رامتفاوت و تاحدودی غیر واقعی می نمایند.

۲-۳-۲) تعریف واحد موارد ارزیابی برای کلیه شرکتهای:

به طور کلی می توان موارد ارزیابی را از یک دیدگاه به صورت زیر دسته بندی کرد:
۲-۳-۱-۲) مواردی که باتوجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی و اقتصادی مناطق مختلف متفاوتند:

به عنوان مثال این قسمت میتوان به فیدرهای با طول بیش از حد مجاز اشاره کرد. نقاطی کوهستانی در کشور وجود دارد که به دلیل عدم امکان نصب پستهای فوق توزیع، با فیدرهای با طول استاندارد نمی توان به نقاط دور دست برقرسانی کرد یا اینکه تقسیم بندی شبکه های توزیع مطابق با تقسیم بندی سیاسی صورت نگرفته است، ضمن اینکه در همین نقاط کوهستانی در اثر بارشهای زیاد برف و باران شبکه از حالت پایدار خارج شده و خاموشیهای زیادی اعمال می گردد.