

# خبرنامه داخلی شرکت ساری پویا

سال پنجم / بهار ۱۳۹۶ - شماره ۱۴

- آغاز سخن
- بخش فنی
- هوندا
- فروش
- پروژه ها
- محصولات
- خدمات
- فرزندان همکاران
- آب پاشونک

چیلرهای جذبی

چیلرهای تراکمی

برج های خنک کننده

مینی چیلرهای اسکرال خانگی

اسپلیت های کانالی (بزودی)

محصول  
جدید



شرکت ساری پویا  
SARI PUYA CO.



## آغاز سخن

وقتی سرکار خانم داناپور (مسئول تدوین و چاپ خبرنامه) درخواست مطلبی جهت آغاز سخن برای خبرنامه را مطرح می‌کند، بدو خوشحال می‌شوم که خبرنامه در شرف چاپ جدید خود می‌باشد اما دو مسئله دیگر نیز ذهنم را مشغول می‌کند، ابتدا از خودم می‌پرسم از بسیاری مطالب که به طور طبیعی در امور شرکت و روابط آن با داخل یا خارج از شرکت در جریان است کدام را انتخاب نمایم که هم برای خواننده و هم برای خودم بهترین باشد، ثانیاً آرزو می‌کنم افرادی که در شرکت فعالیت‌های یدی و فکری می‌کنند به جمع نویسندگان و ارائه دهندگان مطالب مربوط به شرکت و فعالیت‌های شرکت بیوندند تا خبرنامه پایدارتر و پرمحتواتر به اهدافش که همانا باخبر شدن همکاران از موضوعات عمده جاری در شرکت باشد دست یابد و هم از نظر بهبود در عملکرد شرکت با به چالش کشیدن مسائل و موارد مختلف سبب ادامه بهتر کار شرکت شوند.

بنابراین از همکاران و عزیزانم تقاضا می‌کنم برای ارائه مطالب جهت چاپ در خبرنامه به عنوان سخن اول یا در بخش‌های دیگر خبرنامه سخت نگیرند، بهتر است آنچه فکر می‌کنید و مسئله‌ای عمومی است و می‌شود راجع به آن با سایر اعضای خانواده صحبت کرد، دست به قلم شوید، خبرنامه ما یک خبرنامه ادبی نیست که مسائل ادبی و چهارچوب‌های نوشتاری سختی داشته باشد، همه می‌دانند ما افرادی اصطلاحاً آچار به دست هستیم، سخن ما ممکن است دارای منش و ادبیات شاد و شوخ و توأم با خستگی و شاید هم‌گاهی با ناراحتی و سختی و مشقت باشد، در اینصورت من فکر می‌کنم خواننده بیشتر به روحیات و موضوع مورد بحث آشنا و آگاه خواهد شد و مهم‌تر اینکه قصد این نیست که آنرا در سطح جامعه انتشار دهیم و در دکه‌های مطبوعاتی کسی آنرا تهیه و مطالعه نماید، بلکه هدف این است که در جمع خودمان می‌خواهیم با هم درباره یک موضوع مشترک صحبت کنیم تا راه حل مناسب یا نفع سازمان و خانواده خودمان ساری پویا تأمین گردد.

لذا مجدداً اینجانب از همه همکاران محترم خصوصاً مدیران، سرپرست‌ها، مسئولین که به گونه‌ای بیشتر با موضوعهای اجرایی، اداری، کیفیتی، خدماتی یا تدارکاتی درگیر هستند تقاضا می‌نمایم نظرات و ایده‌های خود را جهت اطلاع سایر همکاران و ارائه پیشنهادها سازنده برای خبرنامه به نگارش درآورده و نظرات خود را ارسال نمایند تا از این طریق نیز موجبات همدلی و هم‌فکری در شرکت‌مان را فراهم نموده و گسترش دهیم.



اکنون که بخشی از سخن اول به موضوع فوق پرداخته شد، شاید بهتر باشد بطور مختصر به مهم‌ترین وظیفه پیش رو که در اواخر فصل بهار و در طول تابستان در پیش داریم بپردازیم. شاید بارها همکاران از زبان اینجانب شنیده باشند که مهم‌ترین اصل فکری شرکت ساری پویا، این باور شفاف در مجموعه است، که اگر شرکت توانسته است در حدود سه دهه سرپا باشد، و توانسته به عنوان یک برند برتر داخلی در بازار تأسیسات ایران صاحب اسم و رسمی شود، یا اگر تعهدات ما چه از لحاظ پرسنلی، تدارکاتی و مالی به موقع انجام شود، مدیون خرید مشتریان و مصرف‌کنندگان محصولات ساری پویا می‌باشد. باید باور داشته باشیم که پایداری خیر و برکت برای شرکت در این است که قدرشناس این توجّه باشیم، قدرشناسی از مشتریان، تشکر خشک و خالی یا زبانی و بی‌محتوا مورد قبول نیست. دیر یا زود به قول قدما حنای ما بعد از مدتی نزد دیگران رنگ نخواهد داشت، این قدرشناسی باید در عمل و در وفاداری ما به تعهدات به مشتری باشد، مشتری پولی را که به شرکت پرداخت نموده است انتظار دارد، اولاً محصول با کیفیت و مناسبی را دریافت نماید، که بتواند از آن بهره‌مند شود، ثانیاً اگر در طول بهره‌برداری از محصول شرکت با مشکلاتی روبرو شد، جهت رفع مشکلات ما را در کنار خود احساس نماید.

همه پرسنل شرکت از مدیران و مسئولان چه در دفتر مرکزی چه خدمات و چه در کارخانه به این مهم توجه نموده و عمیقاً به آن باور داشته باشند. این خواسته مشتری در شرکت ساری پویا با عناوینی مانند کیفیت، خدمات پس از فروش اجرائی می‌شود و مشتری از پنجره این عناوین واقعی ما را مورد سنجش و تقدیر و تبلیغ مثبت یا برعکس قرار می‌دهد و از همین کانالهای صحیح و واضح، ادامه کار (تضمین شغلی) و حفظ حیثیت و رشد و ترقی پایدار فراهم می‌گردد و یا برعکس.

لذا انتظار می‌رود همه همکاران عزیز در این دو فصل بهار و تابستان که مشتریان و مخاطبین شرکت بیشتر حضور ما را مورد ارزیابی قرار می‌دهند، برای رضایت آنان تا آنجائی که مقدور باشد کوتاهی صورت نگیرد، صبوری، سرعت عمل در رفع مشکلات در امور راه اندازی، بهره‌برداری و اقدامات اصلاحی به طور قطع برای مشتریان قابل توجّه خواهد بود. ضمن اینکه ما یعنی شرکت در چارچوب قرارداد با مشتریان دارای تعهدات حقوقی می‌باشیم، باید تلاش ویژه به عمل آوریم تا مشتری متوجه تلاشی صمیمانه تر باشد و احساس نماید که شرکت و پرسنل آن نه تنها به این تعهد حقوقی واقف هستند، فراتر از آن به تعهدات اخلاقی نیز پایبند می‌باشند، یقیناً دعای خیر ایشان و مراجعه مجدد به شرکت و خرید از محصولات شرکت و توصیه ما به دیگران برای خرید از ما همیشه پشتوانه ای مفید برای شرکت خواهد بود.

امید است با توجّه ویژه همه همکاران، این باور اصلی شرکت در سال جاری مانند سالهای قبل محقق گشته و برای فرد فرد خانواده ساری پویا و ادامه فعالیت موفقیت آمیز شرکت ساری پویا افتخار آفرین باشد.

\* ۵. سرخابی





آب مهمترین سیال در حرارت و برودت محسوب می شود که وظیفه انتقال گرما در مبدل‌های حرارتی را به عهده دارد. یکی از عمده ترین مشکلات مربوط به آب سختی آن است؛ اثرات نامطلوب حاصل از این مساله عامل اصلی گشوده شدن زمینه ای بنام سختی گیری و صنایع مربوط به آن شده است.

مکانیزم ایجاد سختی آب بدین صورت است که بخار آب در جو چگالیده شده ، دی اکسید کربن هوا را در خود حل می کند و تشکیل اسید ضعیفی بنام اسید کربنیک می دهد . این اسید همراه با قطرات باران به زمین می بارد و از خاکهای سطحی عبور کرده و به بسترهای سنگی زیر زمین که معمولاً سنگ آهک می باشند میرسد . سنگ آهک که مخلوطی از کربنات کلسیم و منیزیم بوده اسید ضعیف آهک را در خود حل می کند و موجبات سختی آب را فراهم می آورد.



در تاسیسات حرارتی و برودتی ، چیلر یکی از ضروری ترین و گران قیمت ترین اجزاء سیستم می باشد ، از عیوب رایج در برج های خنک کننده ، چیلرها و از جمله چیلرهای جذبی ، رسوب گرفتگی لوله ها در سمت آب است ؛ بیشترین مقدار رسوب گذاری در مدار آب برج خنک کننده و در لوله های ایزوربر و کندانسور صورت می گیرد. وجود رسوب در داخل لوله ها موجب کاهش انتقال حرارت و تشدید خوردگی می شود.

نشانه هایی مانند کاهش میزان تقطیر در کندانسور ، افزایش دمای مبرد خروجی از کندانسور ، کاهش عمل جذب در ایزوربر ، افزایش سطح مبرد در اوپراتور ، افزایش دما و فشار ایزوربر ، کاهش اختلاف دمای آب رفت و برگشت برج خنک کننده نسبت به حالت معمول و

در نهایت کاهش ظرفیت چیلر ، همگی می توانند بر رسوب گرفتگی سطح داخلی لوله های کندانسور و ایزوربر دلالت کنند. بنابر این لازم است که هر ساله لوله های ایزوربر و کندانسور مورد بازدید قرار گیرند و در صورت وجود رسوب به کمک مواد شیمیایی رسوب زدایی شوند.

در صورتیکه چیلر از نوع آب خنک باشد معمولاً از یک برج خنک کن در کنار آن استفاده می شود که همین امر باعث انتقال مشکلات سختی و رسوب آب از برج خنک کن به چیلر می شود که زیان حاصل از این فرایند در چیلرها به مراتب سنگین تر و گران تر از برجهای خنک کن است . بنابر این استفاده از سختی گیر ، یکی از کارهای ضروری در پیاده سازی تجهیزات موتورخانه می باشد.

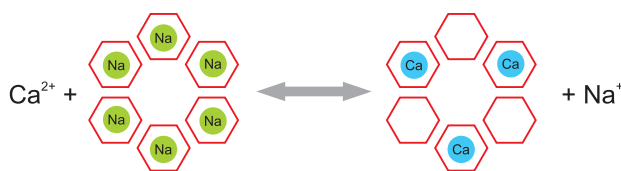




## چهار سختی گیر پرکاربرد برای آب های صنعتی دربرگیرنده موارد زیر می باشد:

### ۱- سختی گیر رزینی

در فرایند سختی گیری به منظور حذف کلسیم و منیزیم، آب سخت از میان رزین های تبادل یونی که در داخل مخزن دستگاه قرار دارند عبور می نماید. رزین تبادل یونی، سدیم موجود خود را با کلسیم و منیزیم موجود در آب جا به جا مینماید به گونه ای که آب عبوری از رزین، بدون سختی و تنها حاوی نمک های سدیم می باشد. در این شرایط کلسیم و منیزیم در داخل رزین جای گرفته اند. رزین سختی گیر دارای ظرفیت محدود می باشد و پیش از آنکه ظرفیت رزین سختی گیر اشباع گردد، می باید عملیات احیا سازی با محلول کلرید سدیم یا همان نمک متبلور انجام شود. اگر رزین کاتیونی با محلول نمک شستشو داده شود، خاصیت سختی گیری خود را باز می یابد و احیاء می گردد.



### ۲- سختی گیر مغناطیسی

در صورتیکه از فن آوری سختی گیری مغناطیسی در چیلرها بخصوص در ورودی کندانسور آنها استفاده شود، نه تنها از بروز لایه های رسوب در آنها جلوگیری می شود بلکه به مرور زمان رسوبهای موجود نیز از بین رفته و نیاز به سختی گیری شیمیایی یا اسیدشویی برطرف می شود. همچنین این امر باعث افزایش بازدهی بروندی چیلر شده و به مرور زمان شاهد افت راند مان سیستم نخواهیم بود.

اساس کار در سختی گیرهای مغناطیسی به این صورت است که در اثر عبور جریان آب با سرعت خطی مناسب از حوزه مغناطیسی دستگاه بر اساس اصل القاء الکترومغناطیسی، جریان القائی ناشی از میدان مغناطیسی بر هسته زائی و کریستالیزاسیون یون های  $\text{Ca}$  و  $\text{HCO}_3$  تأثیر گذاشته و باعث تغییر شکل کریستال های کلسیم کربنات از گونه کلسیت به آراگونیت می شود که در نهایت توده ای بی شکل از میکرو کریستال های آراگونیت تشکیل می شود که در آب شناور (به صورت امولسیون) خواهد بود و تمایل به رسوب گذاری بر جداره تأسیسات در تماس با آب را نداشته و همراه با جریان آب در یک مدار باز از داخل سیستم عبور کرده و تخلیه می گردد و در یک سیکل بسته به هنگام Drain سیستم از مدار خارج می شود.

### ۳- سختی گیر اسمز معکوس (RO)

اسمز معکوس (RO) یک فرایند فیزیکی است که این قابلیت را دارد که از محلولی (حلال + ناخالصی) به کمک یک غشاء نیمه تراوا، حلال تقریباً خالص تهیه نماید. برای مثال به کمک این روش می توان از آب شور، آب آشامیدنی مطلوب تهیه کرد. اسمز معکوس توانایی دارد تا ۹۸٪ مواد معدنی حل شده و مواد آلی و کلوئیدی آب را حذف کند. تکنولوژی اسمز معکوس در دهه های اخیر با به بازار آمدن انواع جدیدی از غشاها، بطور قابل توجهی بسط پیدا کرده است. هر دستگاه تصفیه آب اسمز معکوس (اعم از خانگی و یا صنعتی) به صورت ساده به سه قسمت زیر تقسیم بندی می شود:

الف: پوسته نیمه تراوا (ممبرین)

ب: پمپی که توانایی فراهم آوردن فشار لازم آب ورودی به سیستم را داشته باشد

ج: خروجی پساب (فاضلاب)

### ۴- سختی گیر شیمیایی

از این نوع سختی گیر صرفاً برای جلوگیری از رسوب کردن در داخل لوله های دستگاه استفاده می شود و درصد جداسازی سختی از آب به اندازه ی جلوگیری از رسوب مدنظر نیست. به همین خاطر این نوع سختی گیر بیشتر به عنوان کمکی در کنار سختی گیرهای دیگر مانند رزینی یا اسمز معکوس به کار می رود. علاوه بر آن از این نوع سختی گیر برای آبی استفاده میشود که بخش کوچکی از چرخه کاری را شامل شده و به گونه ای نیست که کل سیستم را در بر بگیرد. برای نمونه از این نوع سختی گیر در آب خنک کننده مورد استفاده در کندانسورهای نیروگاه نکا به کار می رود.

استفاده از این نوع سختی گیر در صنعت تهویه مطبوع به همین چند سال اخیر بر میگردد و هنوز به طور شایسته ای امتحان خود را در این زمینه پس نداده است.



قسمت سوم

تاریخ :

# هوندا

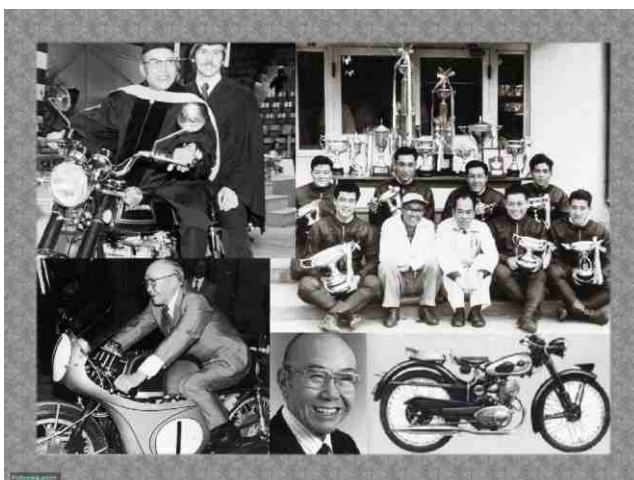
# HONDA

The Power of Dreams

## شرایط و موقعیت اجتماعی آقای هوندا و سیاست های او در خصوص نیروی کار

آقای هوندا واقعاً نمونه بسیار با ارزش و گویای یک انسان موفق در کسب و کار، زندگی، تفکر، ارتباط با مردم و جامعه است و می تواند برای بسیاری از افراد که، اگر و امآهائی در مسیر زندگی شان پدیدار می شود و مانع از رشد آنها می شود و حتی یک مانع از زندگی تقریباً آرام برای آنها شود الگوی بسیار مناسبی باشد. هم چنین جا دارد به چگونگی برخورد آقای هوندا به مسائل سخت و دشواری که در پیش رو داشت توجه نمایند تا درک نمایند اگر تصمیمی سالم و انسانی، بر پایه صداقت و درایت گرفته شود و صبورانه پیگیری شود به نظر آقای هوندا آن سیاست با آن تصمیم چاره ای ندارد جز به ثمر رسیدن اهداف و رسیدن به موفقیت.

اگر خاطرتان باشد در قسمت های قبل اشاره شد که آقای هوندا کمی بیشتر از یک دهه کار مورد علاقه خود را شروع کرد و به چه سختی و مرارت تشکیلات ضعیفی را بنا نمود و جنگ جهانی دوم هر چه را بافته بود یک شبه پنبه و سپس به دود تبدیل کرد، اما صداقت، اراده و علاقه و وجود او در جنگ آسیب ندید و مجدداً راه خود را ادامه داد یادتان باشد در پایان سال ۱۹۵۲ حدود ۸ سال بعد از جنگ دوم جهانی هوندا ۱۳۳۱ نفر پرسنل داشت و در پایان سال ۱۹۵۴ حدود ۳۰۳۴۴ عدد موتور سیکلت تولید و فروخت. شاید برای بسیاری این موضوع بسیار موفقیت آمیز و پایان راه باشد اما هوندا همچنان تشنه ارضای غرائز ذاتی خود بود او خواست پیشرفت کند، اما او در کشوری فعالیت می کند که به چنین سطحی از تولید و تمکن مالی اجازه عرضه اندام و ابراز وجود نمی دهند، او بسیار با این خیال جسارت ورزیده بود، کشوری که در ذهن ما مهد رشد و پویائی است، به شرکتی که یک مکانیک فقیر و بی سواد آن را بنیاد گذاشته بود، حتی اگر فکر می کرد در صف رهبران نخبه بازرگانی ژاپن پذیرفته شود، اجازه رشد نمی داد.





در خلال سالهای دهه ۱۹۵۰ که شرکت به سرعت رشد می کرد هوندا با سه مشکل بزرگ که بی شباهت به مشکل کارآفرینان ما در ایران نیست روبرو بود، از جمله این مشکلات:

۱- دانشجویان ، مهندسين يا استادکاران ممتاز به شرکتهائی که عضو اعضا گروه يا پاسداران دیرین يا جامعه بازرگانی ژاپن نمی بودند وارد نمی شدند .  
۲- بانکداری ژاپن اصلاً به صاحب شرکتي مانند هوندا بها نمی داد و احترام و اعتباری برای او قائل نبود .

۳- سازمانهای دولتی ژاپن ، خصوصاً وزارت بازرگانی خارجی و صنایع < ام آی تی آی > که وزارتخانه پر قدرت به شمار می آید شرکت آقای هوندا را که درخواستی را برای تأسیس ۳۰۰ دستگاه در ماه را تکمیل و ارائه کرده ، متهم کردند که ظرفیت کارخانه را بیشتر نشان داده است تا بتواند سهمیه بنزین بیشتری دریافت نماید ، اراده پولادین فردی مانند هوندا این سدها را یکی یکی از سر راه برمی داشت و نهایتاً پروانه را دریافت کرد اما بعد از آن که هوندا تصمیم گرفت وارد صنایع اتومبیل سازی شود < ام آی تی آی > مانع ورود او به این صنعت شد و هوندا تصمیم گرفت در قلب بازار اتومبیل سازی جهان آمریکا کارخانه بنا نماید .

آری سازمانهای حمایتی صنایع ژاپن نه تنها از هوندا حمایت نمی کردند بلکه سنگ اندازی هم می کردند و با افرادی مانند هوندا که اصطلاحاً درحوزه قدرت نبودند مانند یک شهروند درجه دوم رفتار می شد اما اراده و تصمیم آهنی هوندا که از نهاد پاک و عشقی عمیق سرچشمه می گرفت او را تشویق می کرد به اینگونه مسائل بها ندهد . بسیار جالب است در ابتدا ، همانطوری که گفته شد بندرت تحصیل کرده های دانشگاهی از طیف مردم عادی هم اکراه داشتند وارد کارگاه یا کارخانه هوندا شوند نه بخاطر حقوق بلکه به لحاظ سطح و جایگاه اجتماعی و مالی و تکنولوژی تشکیلات هوندا در آن دهه . عشق او به تولید موتور و اتومبیل سبب می شد هیچگاه ناامید نشود و افرادی را هم بگرد خود جمع می کرد . او درست برعکس شرکتهای صاحب نام ژاپن که افراد نخبه را با امتحانات سخت جذب می نمودند و از آنها چندین نوع تضمین برای کار در شرکت می گرفتند که مبادا فردی که برای او هزینه نمودند از شرکت آنها برود ، با امتحانات ساده و مصاحبه های رودرو افراد را استخدام می کرد .

او در یکی از سخنرانی های خود برای افراد تازه استخدام شده چنین بیان نمود < ممکن است سایر شرکتهای شما را گل سرسید ندانند ، ولی ما شما را باور داریم شما آزاد هستید هر وقت که میل داشتید شرکت ما را ترک کنید > این بدین معنا است که اگر انسانی که وارد تشکیلاتی می شود ، بعد از مدتی چنانچه از کار خود راضی نباشد و حس کند که فرصتی بهتر در جایی دیگر وجود دارد که نباید آنرا از دست ندهد او آزاد است که برای رسیدن به شغل مورد دلخواه یا پول بیشتر هر آنچه که او را راضی تر می کند از شرکت برود . ولی تا آن زمانی که در شرکت استخدام است و به او بها داده شده تا وارد شرکت هوندا شود و به او حقوق پرداخت می شود آن فرد باید با مسئولیت و وظائف خود آگاه بوده و از کار شانه خالی نکند .

این خصوصیات برجسته آقای هوندا و صدها یا هزاران انسان مانند هوندا ، بدون تردید آنها را به موفقیت های قابل توجهی رساند و سبب بانی خیر هم برای خود و هم برای دیگران و جامعه خود شد . با امید اینکه این سطور چراغ راه جوانان و پرسنل زحمتکش خانواده ساری پویا قرار گیرد .  
تا شماره بعد به آرزوی موفقیت بیشتر .





# تکنیک های عالی روانشناسی برای افزایش مشتری ها و فروش

به مشتری کمک کنید ترس تصمیم گیری را پشت سر بگذارد!



همه ما به خوبی می دانیم که کلمات می توانند تاثیر بسیار زیادی روی انسان داشته باشند. اما این تاثیر، تا چه حد است؟ یک تحقیق علمی، به این سوال ما پاسخ شوکه کننده ای داده است. این تحقیق جالب توسط یک پروفیسور رشته روانشناسی از دانشگاه ایالتی آریزونا، دکتر رابرت چالدینی، انجام شده است. او برای آنکه بفهمد کلمات و بیان ما تا چه حد در جذب مخاطب تاثیر دارد، به بررسی پروسه جمع آوری کمک های مردمی یک سازمان خیریه (برای کمک به بیماران سرطانی آمریکا) پرداخت و توانست ثابت کند که تغییری کوچک در کلمات، می تواند در نتیجه کار، تاثیری بزرگ داشته باشد.

البته این تحقیق یک درس دیگر هم برای ما دارد: بررسی دلایل پاسخ منفی مشتری هم مهم است و ما نباید فقط به دنبال فهمیدن انگیزه های او برای پاسخ مثبت باشیم.

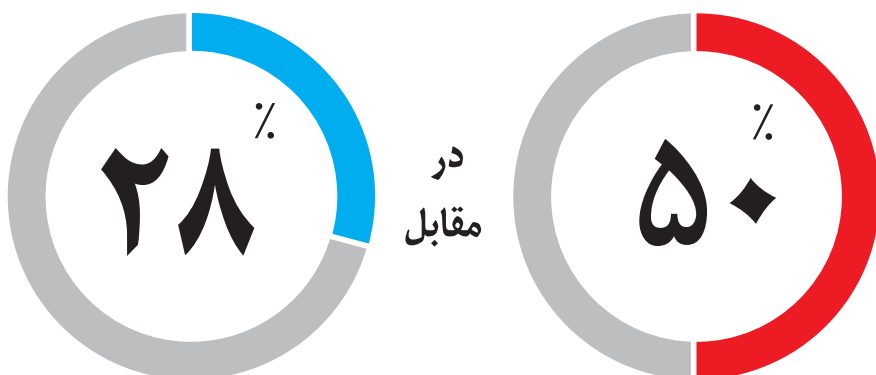
## تحقیق:

دو گروه داوطلب، خانه به خانه می رفتند و از مردم درخواست کمک های مالی می کردند. تمام رفتارهای این دو گروه مشابه بود، جز یک چیز: آنها درخواست خود را به دو شکل مختلف به پایان می رساندند. و به این ترتیب بود که محقق ما توانست تاثیر انتخاب کلمات متفاوت را بسنجد. اما تفاوت حرف پایانی داوطلبان دقیقاً چه بود؟ یک تفاوت واقعاً جزئی:

- ۱- آیا مایل هستید با کمک مالی خود، ما را همراهی کنید؟
  - ۲- آیا مایل هستید با کمک مالی خود، ما را همراهی کنید؟ هر چقدر هم که کم باشد.
- محتوای این دو حرف یکی است و از نظر انتخاب کلمات هم فرق چندانی با هم ندارند. درست است؟ اما هر چقدر هم که این تفاوت کم باشد، میزان تاثیر آن در نتیجه کار واقعاً قابل توجه است.

## نتیجه:

شانس اینکه مخاطبان گروه دوم به این سازمان کمک کنند، تقریباً دو برابر بیشتر از گروه اول بود. باورتان می شود؟!

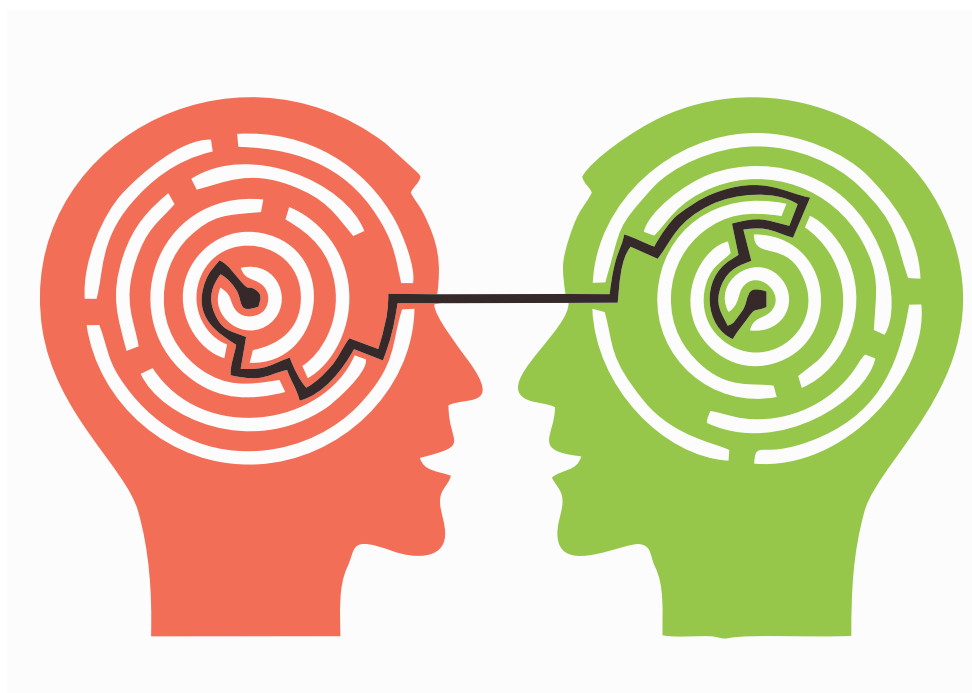




و به این ترتیب بود که محقق داستان ما فهمید که: وقتی که یک درخواستِ حداقلی داشته باشید، احتمال گرفتن پاسخ مثبت از مخاطب بیشتر است. وقتی که این درخواست کمک مالی با افراد مطرح می‌شود، احتمالاً اولین فکرشان این است که چقدر می‌توانند کمک کنند و از همینجاست که شک‌هایشان شروع می‌شود: این پول خیلی کم نیست؟ و نتیجه این سوال، مطرح شدن یک سوال دیگر خواهد بود: اصلاً این پول دردی را دوا خواهد کرد یا نه؟ و در نهایت، با یک سوال دیگر، زنجیره جواب‌های منفی خود را کامل می‌کنند: وقتی چنین کمک کوچکی بکنم، این داوطلب چه فکری راجع به من خواهد کرد؟ و به این ترتیب است که شک، جای خود را به ترس می‌دهد. قصد من از این حرف‌ها قضاوت آدم‌ها نیست. بلکه می‌خواهم توجه شما را به یک نکته انسانی جلب کنم. ما همه نسبت به قضاوت دیگران حساس هستیم. پس جواب منفی افراد لزوماً به این معنی نیست که نمی‌خواهند کاری را انجام دهند، بلکه ممکن است ذهن آنها جواب منفی را به یک پاسخ کوچک ترجیح بدهد. حتی هیچ بعید نیست که این پاسخ کوچک در ذهن آنها، از نظر ما آنقدرها هم کوچک نباشد. پس وقتی برای آنها مشخص شود که حتی یک صد تومانی هم می‌تواند موثر باشد، آنها با خیال راحت می‌توانند به پاسخ ما جواب مثبت بدهند و دیگر نگران این نباشند که کمک ۵ هزار تومانی آنها کوچک و بی‌تاثیر است. (هر چه نباشد، ۵ هزار تومان یعنی ۵۰ تا صد تومانی) و بالاخره می‌رسیم به بهترین نکته حاصل از این تحقیق: درست است که وقتی درخواست به صورت دوم مطرح می‌شود، شانس کمک کردن مخاطب دو برابر بود. ولی میزان کمک گروه دوم، با سوژه‌های گروه اول تفاوتی نداشت. جالب است، نه؟ این یعنی ترس آنها در مورد کم بودن کمکشان، کاملاً بی‌پایه و اساس بوده است.

#### نتیجه‌گیری:

وقتی به مشتری اطمینان بدهید که حتی یک قدم کوچک هم می‌تواند تاثیرگذار باشد، انگیزه لازم را برای شروع کار به او داده‌اید. پس اگر از مشتریان خود درخواست کاری را دارید، یک حداقل را برای آنها مشخص کنید. با اینکار، آنها می‌توانند ترس خود از تصمیم‌گیری را پشت سر بگذارند و با اعتماد به نفس بیشتری دست به کار شوند.





## برخی از پروژه های شرکت ساری پویا



مجتمع تجاری سپید تهران



بیمارستان فوق تخصصی رازی بیرجند



بانک صادرات خراسان جنوبی



هتل مدینه الرضا مشهد



هتل باباطاهر همدان



فرمانداری شیراز



ساختمان ستاد مرکزی گمرک ایران تهران



سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران



موسسه تحقیقات واکسن و سرم رازی شیراز



صندوق بازنشستگی، پس انداز و رفاه کارکنان  
صنعت نفت تهران



سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران



شرکت گاز استان خراسان جنوبی

## محصولات شرکت ساری پویا



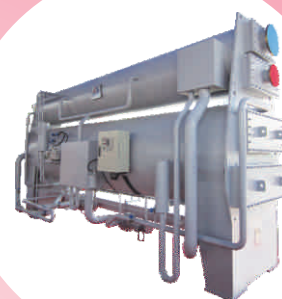
مینی چیلرهای تراکمی اسکرال ( خانگی )  
در دو نوع آب خنک و هوا خنک



۳ - چیلر جذبی یک مرحله ای بخار



۲ - چیلر جذبی یک مرحله ای آب داغ  
( با طراحی ویژه جهت استفاده از آب داغ  
۱۲۰ درجه سانتیگراد )



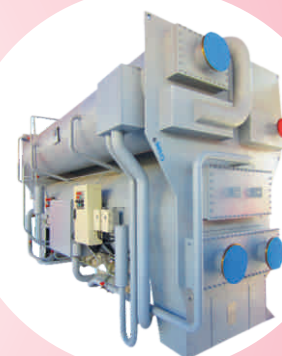
۱ - چیلر جذبی یک مرحله ای آب گرم  
( با طراحی ویژه جهت استفاده از آب گرم  
۹۰ درجه سانتی گراد )



۶ - چیلر جذبی شعله مستقیم فلش ( دو فصل )



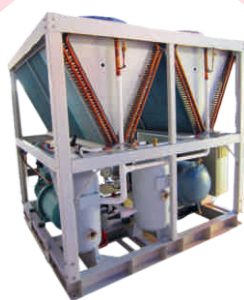
۵ - چیلر هیتر جذبی شعله مستقیم



۴ - چیلر جذبی ۲ مرحله ای بخار ( بخار 6-8 Bar )



۹ - برج خنک کننده مکعبی (Cross Flow) جریان متقاطع



۸ - چیلر تراکمی اسکرو ( هوا خنک )



۷ - چیلر تراکمی اسکرو ( آب خنک )



شرکت ساری پویا در راستای بهبود ارائه خدمات پس از فروش خود، هر ساله در آغاز فصل گرما اقدام به برگزاری دوره های آموزشی می نماید.

این دوره های آموزشی برای بهره برداران پروژه های طرف قرارداد از طرف شرکت و کاملاً رایگان برگزار می گردد و از دو دیدگاه قابل توجه است:

- ۱- بحث آموزشی مربوط به بهره برداری و بالا بردن سطح اطلاعات بهره برداران محترم
- ۲- انجام اقدامات لازم در مواقع اضطراری تا زمان رسیدن پرسنل خدمات پس از فروش.

به همین منظور، دو دوره کلاس های آموزشی در خصوص چیلرهای جذبی و تراکمی برگزار گردید.

## گزارش برگزاری دوره ی آموزش بهره برداری چیلرهای جذبی شرکت ساری پویا



نخستین دوره ی آموزش بهره برداری چیلرهای جذبی از روز ۲ تا ۴ خردادماه سال جاری و در محل کارخانه شرکت ساری پویا برگزار گردید که از میان ۴۴ نفر متقاضی شرکت در کلاس ۴۰ نفر در این دوره حضور به عمل رساندند.

در طی این دوره در روز اول مقدمات مربوط به تهویه مطبوع و طبقه بندی انواع آن شامل سیستم های جذبی و تراکمی، آشنایی با محلول لیتیم بروماید و خواص آن و چرخه ی عملکرد دستگاه جذبی تک اثره توسط جناب آقای مهندس رضایی تدریس شد. در روز دوم جناب آقای مهندس فلسفی به تشریح سیستم پرج و وکیوم به کار رفته و عیب یابی در دستگاه چیلر جذبی پرداختند. پس از پایان کلاس

در روز دوم، بهره برداران محترم از قسمت های مختلف کارخانه بازدید نمودند که این کار با توضیحات و راهنمایی های جناب آقای مهندس فلسفی همراه بود. در روز سوم قسمت برق و کنترل دستگاه جذبی توسط جناب آقای مهندس تاجیک شرح داده شد. پس از آن از بهره برداران محترم امتحانی جهت اعطای مدرک گرفته شد و در صورت کسب نمره ی حد نصاب برای آنها گواهی نامه شرکت ساری پویا صادر خواهد شد.

## گزارش برگزاری دوره ی آموزش بهره برداری چیلرهای تراکمی شرکت ساری پویا

نخستین دوره ی آموزش بهره برداری چیلرهای جذبی در روزهای ۲۷ و ۲۸ اردیبهشت ماه سال جاری و در محل کارخانه شرکت ساری پویا برگزار گردید که



از میان ۳۸ نفر متقاضی شرکت در کلاس ۲۴ نفر در این دوره حضور به عمل رساندند. در روز نخست برگزاری، مقدمات مربوط به سرمایش، چرخه ی مربوط به چیلر تراکمی، معرفی تجهیزات به کار رفته و بحث عیب یابی مربوط به دستگاه های تراکمی، توسط مهندس راهبی و مهندس فلسفی به بهره برداران محترم آموزش داده شد. در روز دوم برگزاری، بحث مربوط به تابلو برق و سیستم کنترلی دستگاه های تراکمی، توسط مهندس سهرابی توضیح داده شد.

همچنین پس از پایان یافتن کلاس، تابلو برق دستگاه تراکمی در کارگاه ساخت تابلو، به صورت عملی توضیح داده شد.

در آخر، برای اعطای مدرک به بهره برداران محترم، امتحان مربوط به دوره ی مربوطه برگزار و در صورت کسب نمره ی حد نصاب، گواهینامه شرکت ساری پویا صادر خواهد شد.



## خدمات پس از فروش

ضمن عرض تبریک به مناسبت شروع سال جدید شمسی مفتخریم اعلام نماییم در سالی که پشت سر گذاشتیم به مانند سال های قبل نهایت تلاش و دقت و اهتمام خود را در انجام وظیفه به خرج دادیم و توانستیم بار دیگر در مقابل مشتریان گرانقدر این مجموعه سر فراز باشیم و با انرژی بیشتر و پویا تر از قبل ، سال جدید را با هدف رضایت هر چه بیشتر مشتریان عزیز خود آغاز نماییم. در مدت زمانی که سیستم های سرمایه ای خارج از مدار بهره برداری قرار داشتند خدماتی از قبیل بازدید های گارانتی ، رسوب زدایی شیمیایی، بازدید های دوره ای، تعمیرات اساسی و به طور کل خدمات سرویس و آماده سازی دستگاه ها در برنامه کاری این واحد قرار داشته و با نزدیک شدن به فصل گرما خدمات راه اندازی و رفع عیب از اهمیت بالاتری برخوردار میباشند.

در برخی مواقع به دلیل بالا بودن سختی آب مناطق و یا عدم تجهیز سیستم سختی گیر مناسب و یا در مدار نبودن و عدم احیا به موقع سختی گیر موجود در موتورخانه ، در مدار برج خنک کننده چیلر ، مشکل رسوب گرفتگی مشاهده میگردد و همانطور که در بالا اشاره شد یکی از سرویس های مورد نیاز دستگاه های چیلر جهت رفع مورد مذکور، رسوب زدایی شیمیایی و یا همان اسید شویی میباشد ، خدمات پس از فروش شرکت ساری پویا ، با وجود مخاطره آمیز بودن عملیات مذکور ، جهت رضایت هرچه بیشتر مشتریان خود، خدمات اسید شویی را نیز در زمره خدمات خود قرار داده است و از بهترین نوع اسید موجود در بازار و با بالاترین کیفیت کار اقدام به شست و شوی شیمیایی دستگاه های چیلر مینماید.

لازم به ذکر است که شست و شوی دستگاه های چیلر توسط افراد متفرقه به دلیل عدم اطلاع کافی از حجم اسید مورد نیاز و همچنین استفاده از اسید ناسازگار با مس و آهن با غلظت نامناسب ، به هیچ وجه توسط این شرکت تایید نمیگردد و گاهی مشاهده شده است که افراد نا بلد و کم تجربه خسارت های بالایی را به مجموعه ها وارد آورده اند.

قابل ذکر است توصیه می گردد عملیات رسوب زدایی و اسید شویی حتماً در فصول پاییز یا زمستان انجام شود .

در تصاویر زیر نمونه ای از قبل و بعد رسوب زدایی توسط پرسنل این شرکت را مشاهده می فرمایید . \* سید حسین تاجیک





نگین خدادادی

خبرنامه شرکت ساری پویا آمادگی دارد عکس فرزندان ممتاز همکاران را ۳۰٪ در خبرنامه چاپ نماید و همچنین مایل هستیم که نوشته های فرزندان همکاران ساری پویا ( بصورت متن علمی ، شعر ، فکاهی و غیره ) در این بخش چاپ شود .  
از علاقه مندان تقاضا می شود متن های فرزندان خود را به ایمیل خبرنامه [bultan@saripuya.com](mailto:bultan@saripuya.com) ارسال و یا به شماره ۸۸۷۱۵۲۵۰۰ فکس نمایند .



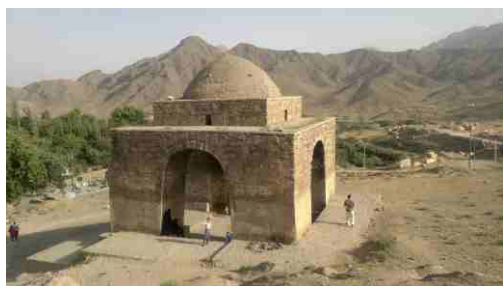


یکم تیر ؛ آغاز سال نو گاهنباری  
در آغاز تابستان خورشید از بالاترین جایگاه طلوع خود در  
افق شمال خاوری برمی‌دمد و در بالاترین جایگاه غروبگاهی  
خود در افق شمال باختری فرو می‌رود.  
حرکت روزانه خورشید در آسمان نیز در این هنگام به بالاترین  
خط سیر خود باز می‌رسد که بیش از دیگر روزهای سال به  
قطب آسمانی نزدیک شده و در نتیجه بلندترین روز سال و  
کوتاه‌ترین شب سال را پدید می‌آورد.  
در این روز و در لحظه ظهر خورشیدی ، زاویه میان خورشید  
و افق جنوبی بیشتر از هر روز دیگر است و آفتاب در این  
روز به کمال و اوج سالیانه خود دست می‌یابد.

این هنگام برای مردمان باستان که دلبستگی فراوانی به پدیده‌های کیهانی داشته و چنین پدیده‌هایی را در زندگی روزمره، آیین‌ها و باورداشت‌های خود  
دخالت می‌داده‌اند؛ اهمیت بسیاری داشته است و آیین‌ها و جشن‌های پرشماری را در این هنگام برپا می‌داشته‌اند . هر چند که امروزه بسیاری از این  
سنت‌های کهن به فراموشی سپرده شده است؛ اما برخی از آنها علاوه بر ثبت در تاریخ‌نامه‌ها و دیگر منابع مکتوب ، تا به امروز نیز در میان مردمان  
بازمانده‌اند که به برخی از آنها اشاره می‌شود.

نام ماه خرداد (در اوستایی <هَئَوَرَوَات>) به معنای رسایی و کمال که در <گاتها>ی زرتشت نیز بکار رفته است ، به احتمال از همین پدیده برگرفته  
شده است، چرا که خورشید در پایان این ماه به کمال و اوج خود می‌رسد و مسیرش طولانی‌تر و پایگاهش فرازمندتر می‌شود. دیگر اینکه، آغاز تابستان  
در گاهشماری گاهنباری (کهن‌ترین گاهشماری شناخته شده ایرانی)، آغاز سال نو نیز بوده است که این شیوه آغاز سال هنوز تا اندازه‌ای در گاهشماری  
طبری/ تبری بازمانده است . در گاهشماری گاهنباری ، طول سال به چهار فصل و چهار نیم فصل بخش می‌شده است که همچنان در تقویم زراعی  
روستاییان و کشاورزان ایرانی برقرار و متداول است.

برخی از بازمانده‌های آیین‌های آغاز تابستان که ظاهراً بسیار فراوان بوده‌اند ، عبارت است از جشن‌های <آب پاشونک> یا <اول تووستونی (تابستانی)>  
که در فراهان، اراک، محلات و بسیاری از نواحی دیگر ایران همراه با گردهمایی و مراسم آب‌پاشی در صحرا برگزار می‌شود.  
دوم، جشن ناشناخته و فراموش شده‌ای به نام <جشن نیلوفر> در ششم تیرماه که ابوریحان بیرونی در کتاب گرانقدر آثارالباقیه از آن یاد کرده و ممکن است  
با شکوفا شدن گل‌های نیلوفر در آغاز تابستان در پیوند باشد.



سوم ، آیین <پُرسه> زرتشتیان در نخستین روز تیرماه که ظاهراً بازمانده آیین گرامیداشت  
درگذشتگان در آغاز سال نو گاهنباری است.  
چهارم، جشن <عیدماه> در میان مردمان سوادکوه و برخی از دیگر نواحی کوهستانی مازندران  
در بیست و نهم خردادماه که با آتش افروزی بر بلندی‌ها و سرود و شادی برگزار می‌شود.  
پنجم ، آیین <گوجه عروس> یا <گل عروس> در خراسان و افغانستان باختری و اهدای  
میوه‌های نورسیده، آرد و نبات به نوعروسان.

اما از سوی دیگر لازمه تشخیص هنگام فرا رسیدن آغاز تابستان و انقلاب تابستانی در دوران باستان، شاخصی برای اندازه‌گیری آن است. این شاخص‌ها،  
همانا تقویم‌هایی آفتابی است ... و یکی از آنها تقویم‌های آفتابی چارتاقی مانند، و به ویژه چهارتاقی نیاسر در غرب کاشان است.

حال که فصل تابستان و صحبت آب و جشن آب پاشونک به میان آمد بهتر است بمنظور صرفه جویی در مصرف آب و مقابله با خشکسالی‌های طولانی  
دهه اخیر بجای آب پاشونک به آب در این جشن‌ها بهای بیشتری بدهیم و پیمان کنیم که در مصرف آب و در همه موارد از کشاورزی ، صنعت ، بهداشت  
و سایر موارد تلاش کنیم حداکثر صرفه جویی و مصرف بهینه را خصوصاً در تابستان بعمل آوریم .

می‌گویند جنگ‌های آینده در جهان برای آب خواهد بود تلاش کنیم با صرفه جویی این جنگ اصلاً رخ ندهد و لبهای مردم و کودکان در مناطق خشک  
کمتر تشنه بماند .

منتظر پیشنهادات و انتقادهای شما هستیم

تهران - خیابان استاد مطهری - خیابان میرزای شیرازی

کوچه عرفان - پلاک ۱۶ - واحد ۱۵

تلفن: ۸۸۷۱۵۲۵۱ - ۸۸۷۱۲۴۹۱

فاکس: ۸۸۷۱۵۲۵۰

[www.saripuya.com](http://www.saripuya.com) [bultan@saripuya.com](mailto:bultan@saripuya.com)

ماندگاری ما در کیفیت ماست

