

خبرنامه داخلی شرکت ساری پویا

سال چهارم / تابستان ۱۳۹۵ - شماره ۱۱

- آغاز سخن
- بخش فنی
- فروش
- نمایشگاه تبریز
- خدمات
- محصولات
- پروژه ها
- تقدیر از فرزندان ممتاز
- فرزندان همکاران
- صعود به قله دماوند

چیلرهای جذبی

چیلرهای تراکمی

برج های خنک کننده

مینی چیلرهای اسکال خانگی

اسپلیت های کانالی (بزودی)

محصول

جدید



شرکت ساری پویا
SARI PUYA CO.



آغاز سخن



نگاهی به چین

هیئتی از شرکت ساری پویا و نورصرام در تابستان سال جاری سفری را برای مذاکرات کاری به چین داشتند، آقای هوشنگ سرخابی مدیرعامل شرکت ساری پویا نیز از اعضای هیئت فوق بودند با توجه به سفرهای متعدد ایشان به چین، شاهد تغییرات شگرف این کشور هستند.

آغاز سخن این شماره نظر ایشان در خصوص این سفر با عنوان نگاهی به چین تقدیم خوانندگان این شماره میشود.

موضوعی که دائم در هر سفر به چین از طرف همراهان مطرح می شود، چگونگی ظهور معجزه آسای چین و رشد چشم گیر آن است. آری رشد و شکوفائی چین مایه تعجب همگان و صاحب نظران می باشد. ظرف سه دهه یعنی ۳۰ سال از اقتصاد ضعیف و ناتوان دهقانی با میلیونها انسان گرسنه، تبدیل شدن به قدرت اول اقتصاد جهان جای تعجب بسیار دارد.

تلاش و کوشش سخت آنها، صبوری، قناعت و پایبند بودن به اینکه بدون زحمت نمی شود زندگی کرد، همچنین عوامل خارجی مانند سرمایه گذاری غربی ها در چین و آوردن تکنولوژی، انقلاب مائوتسه تونگ و پی آمدهای آن مواردی است که بسیاری معتقد هستند که از عوامل مهم تغییرات و رشد و شکوفائی چین می باشند.

اما به طور قطع نمیتوان وجه خاصی از چین را عامل موفقیت آن دانست، علت و علل های فراوان از شرایط مناسب طبیعی، تجربیات تاریخی، ده ها و صدها عامل دیگر که نه به فکر ما می رسد نه قصد داریم به آن وارد شویم موجبات ترقی این کشور را فراهم آورده اند، اما آنچه که قابل لمس و درک است این است که آنها به منافع ملی خود بسیار معتقد هستند در حالیکه بازرگان ایرانی حاضر می شود برای سود بیشتر انواع لامپ به صورت کامل را از تولید کننده چینی خریداری نماید و حتی بسته بندی و مقوایی که در چین به فارسی (ساخت ایران) نوشته می شود را با دروغ ساخت ایران و به صورت قانونی و یا غیرقانونی وارد کشور کند در حالیکه نه به کیفیت آن فکر می کند نه به اینکه با این کار امکان تولید و کار را از دیگر هموطنان تولیدکننده خود سلب نموده است در صورتیکه این تاجر و سایر تجار محترم میتوانند با شیوه و سیاست های خاص با کمک چینی ها لامپ های وارداتی خود را در ایران تولید نمایند و سبب ایجاد شغل، انتقال دانش فنی و ایجاد ارزش افزوده عمومی بیشتری برای کشورشان شوند. مانند آنچه که تاجران چینی انجام داده اند، تولید مشترک راه انداختند، دانش و تکنولوژی وارد مملکت نمودند، برای جوانان خود آبرو و حیثیت و زندگی شرافتمندانه فراهم نمودند. عدم رعایت همین دیدگاه ساده که توسط واردکنندگان کالای کامل انجام میگردد موجب فرار بسیاری از جوانان و سرمایه و امکانات ملی از کشور میشود.

چگونه میتوان آن تاجر ایرانی را مانند آن تاجر چینی، مقید به منافع ملی کرد، واقعا به ذهن من نمیرسد چرا که تخصص ما تولید است. حتما در جامعه کسانی در این خصوص مسئولیت دارند، آنها باید به اینگونه موارد دقت بیشتری کنند.



اما ما چه باید بکنیم؟ در مقایسه چین با ایران، یک فرد چینی با یک فرد ایرانی چه می توانیم بگوئیم و چه باید انجام دهیم، به طور مسلم هم ما و هم چینی ها سرزمین اجدادی و وطن را دوست داریم، ما و چینی ها حتما علاقه مند به سرافزاری و شکوفائی وطنمان هستیم پس در چه چیز با هم فرق می کنیم؟

به نظر من بین حرف و عمل ما در مقایسه با چین فرق می کند ما شاید در کارمان آن احساس مسئولیتی که فرد چینی در کار خود دارد را نداریم، شاید ما فکر می کنیم کسی یا کسانی دیگر هستند که باید آستین بالا بزنند و مشکلات را حل کنند در حالیکه فرد چینی خلاف ما فکر می کند نه آن فرد چینی بلکه هر قومی که امروز توانسته است سری در سرها در دنیا بلند کند همین روحیه را دارند. اول خودشان دست به کار میشوند، به کارشان علاقه مند هستند به محصول کارشان فکر می کنند و باور دارند این خودشان هستند که باید شرایط کار، زندگی و رفاه خود را با صداقت و جدیت تغییر دهند، خود به خود چیزی درست نمی شود اگر هم کسی بنا بر دلایلی امروز به ما کمک کند و اوضاع را به ظاهر بهتر کند، فردای روزگار اگر لازم بداند همه چیز را خراب و نابود خواهد کرد و صادقانه بگویم در هر سفری که به چین یا کشورهای اروپائی دیگری برای خرید یا کاری مسافرت کردیم و با آنها مذاکره نمودیم که بطور مشترک در ایران تولید کنیم به سادگی، موافقت نمیکنند و اینطور پیشنهاد و اظهار نظر میکنند که محصول ما را بخرید و در ایران بفروشید در این صورت سود بیشتری برای شما خواهد داشت، آری آنها راست میگویند، سود بیشتری برای ما خواهد داشت اما سودی برای مردم ما و جوانان بیکار ما ندارد، آنها میدانند اگر با ما مشترک تولید کنند بخشی از نیروی کار آنها شاید بیکار شوند، آنها بفکر منافع خود و مردم خود هستند این ما و آن تجار محترم هستیم که علاوه بر خود به منافع مردم خود نیز باید فکر کنیم اگر ما هم به این باور برسیم و به آن پافشاری نمائیم آنگاه طرف مقابل چینی برای بدست آوردن حداقل نصف از درآمد متصور اصطلاحا با ما joint (متصل) خواهند شد، حتی اگر این شرکت موافقت نکرد شرکت دیگر، و یا اگر با این کشور به توافق نرسیدم کشور دیگر، برای همین منظور ما به کره جنوبی نیز این بار سفر کردیم تا راهی را پیدا کنیم که برای ما و مردم ما سود آور شود، ما باید باور کنیم که جوانان، مهندسين و یا کارگران ایرانی نیز میتوانند. باید کاری کرد که آنها با شغل و موقعیت اجتماعی که بدست می آورند از لحاظ فکری و روانی احساس آرامش و امنیت نمایند و در آن صورت باور خواهند کرد که به آنها بها داده میشود و آنها میتوانند جامعه به آنها نیازمند است، آنگاه دیگر از وطن نخواهد گریخت. آری با چنین روحیه و عمل می توان بر مشکلات عقب ماندگی، فقر و بسیاری از دردهای آزاردهنده اجتماعی فائق شد و راهی را طی کنیم که منجر به رشد و شکوفائی و افتخار و عزت ملی گردد، راهی که چینی ها و بسیاری دیگر در پیش گرفتند و حاضر نیستند از آن دست بردارند، آری اندر این باب بسیار میتوان گفت و نوشت اما بعمل کار برآید به سخن رانی و سخن دانی میسر نمیشود.

با تقدیم احترام

ه. سرخابی





مزایا و معایب اصلی سیستمهای برودتی

در خبرنامه‌های پیشین موضوعاتی در خصوص انتخاب سیستم برودتی مناسب برای پروژه‌ها مطرح شد و یادآوری می‌گردد که هر سیستم برودتی دارای مزایا و معایب خاص خود می‌باشد. همان‌طور که هر پروژه‌ای دارای شرایط منحصر به فرد خود می‌باشد، این موضوع ایجاب می‌کند که برای هر پروژه، متناسب با شرایط آن بهترین سیستم انتخاب شود.

بدین منظور در این شماره بخشی از مزایا و معایب اصلی سیستمهای برودتی متداول در ایران مطرح می‌گردد.

الف - چیلرهای جذبی یک مرحله‌ای: این سیستمها از ساده‌ترین نوع چیلرها می‌باشند.

مزایا:

- ۱- بهره‌برداری بسیار ساده از مشخصات بارز این سیستمها می‌باشند.
- ۲- عدم نیاز به تعمیرات در طولانی مدت: چیلرهای یک مرحله‌ای به ندرت در طول عمر مفید خود نیاز به تعمیرات عمومی دارند.
- ۳- طول عمر زیاد چیلرهای جذبی یک مرحله‌ای: این نوع از چیلرها در بین انواع سیستمهای متداول برودتی بالاترین طول عمر را دارند و طول عمر آنها بیش از ۳۵ سال می‌باشد.
- ۴- ضریب اطمینان تولید برودت بسیار بالا: این مشخصه باعث شده است که در پروژه‌های مانند بیمارستانها و یا خط تولید کارخانجات و پتروشیمی و ... (که از دست رفتن برودت می‌تواند خسارت بار باشد) معمولاً از این دستگاهها استفاده شود.
- ۵- نیاز به انرژی گاز برای کار کردن و عدم نیاز به انرژی برق (مصرف برق ناچیز)
- ۶- قیمت سرمایه‌گذاری اولیه پایین

معایب:

- ۱- مصرف آب در محل پروژه: چیلرهای جذبی یک مرحله‌ای تقریباً به ازاء هر تن تبرید حدود 0.06 گالن در دقیقه آب مصرف می‌کنند که به طور متوسط هر تن تبرید حدود 190 لیتر در روز مصرف آب دارد. (لازم به ذکر است هر تن تبرید در شرایطی مانند تهران می‌تواند فضای مسکونی در حدود 30 مترمربع را خنک کند)
- ۲- مصرف گاز چیلر یک مرحله‌ای از سیستمهای دو مرحله‌ای حدود 15% بیشتر است. (مصرف گاز به ازاء هر تن $47 \text{ m}^3/\text{hr}$ و متوسط مصرف روزانه چیلر یک مرحله‌ای به ازاء هر تن $6/7$ مترمکعب می‌باشد.)

ب - چیلرهای جذبی دو مرحله‌ای (بخار و شعله مستقیم معمولی)

مزایا:

- ۱- مصرف برق ناچیز

- ۲- مصرف گاز این دستگاه حدود 15% کمتر از سیستمهای یک مرحله‌ای می‌باشد. ($3 \text{ m}^3/\text{hr}$ به ازاء هر تن - معادل $4/2$ مترمکعب مصرف روزانه)
- ۱- مصرف آب در محل پروژه: مصرف آب این دستگاهها در هر روز به ازاء هر تن تبرید حدود 150 لیتر آب مصرف می‌کنند.
- ۲- طول عمر کوتاه‌تر نسبت به انواع دیگر: چیلرهای دو مرحله‌ای بخار حدود 20 سال و دستگاههای شعله مستقیم دو مرحله‌ای حدود 12 سال عمر دارند.
- ۳- پرهزینه بودن تعمیرات در طول عمر خود: البته هزینه‌های تعمیرات در دستگاههای دو مرحله‌ای بخار نسبتاً کمتر است ولی در چیلرهای دو مرحله‌ای شعله مستقیم هزینه‌های تعمیرات بالایی را شاهد می‌باشیم.
- ۴- ضریب پایین اطمینان تولید برودت (معمولاً در پروژه‌های حساس از این دستگاهها کمتر استفاده می‌شود.)

ج - چیلرهای جذبی شعله مستقیم نوع فلش

مزایا:

- ۱- مصرف گاز کمتر نسبت به نوع یک مرحله‌ای (حدود $39 \text{ m}^3/\text{hr}$ به ازاء هر تن تبرید)
- ۲- عمر نسبتاً بالا حدود 20 الی 25 سال
- ۳- تنها سیستم دو فصلی می‌باشد که هم برای سرمایش در تابستان و هم گرمایش در زمستان کاربرد دارد این موجب کاهش فضا و کاهش هزینه‌های اولیه پروژه مانند حذف دیگهای آب گرم می‌شود.

- ۴- استفاده از گاز در تولید برودت به جای برق (مصرف گاز حدود 4 m^3 در روز به ازاء هر تن می‌باشد)

معایب:

- ۱- مصرف آب، این دستگاه به ازاء هر تن تبرید حدود 165 لیتر آب در یک روز مصرف دارد.



د- چیلرهای تراکمی اسکرو و اسکرال آب خنک

مزایا:

- ۱- مصرف آب کمتر نسبت به چیلرهای جذبی (حدود ۸۰ لیتر در روز)
- ۲- مصرف برق این دستگاهها نسبت به چیلرهای هواخنک تراکمی حدود ۴۰ درصد کمتر می باشد (مصرف برق: ۰/۷ کیلو وات به ازاء هر تن)

معایب:

- ۱- مصرف برق جهت تولید برودت، افزایش هزینه های جاری نسبت به چیلرهای جذبی
- ۲- مصرف آب در پروژه: با وجود مصرف کمتر آب در این نوع از چیلرها مصرف آب از معایب آن محسوب می شود (حدود ۸۰ لیتر در روز)

ح- چیلرهای تراکمی سانتریفوژ آب خنک:

مزایا:

- ۱- مصرف آب کمتر نسبت به چیلرهای جذبی (حدود ۸۰ لیتر در روز)
- ۲- مصرف برق نسبت به چیلرهای هوا خنک کمتر است (و حتی نسبت به برخی از چیلرهای آب خنک) و مصرف برق چیلرهای سانتریفوژ در اندازه چیلرهای اسکرو با کمپرسورهای csu و اوپراتورها flooded می باشد.

معایب:

- ۱- هزینه نگهداری بالا
 - ۲- هزینه تعمیرات بسیار بالا
 - ۳- ضریب اطمینان تولید برودت کمتر از انواع دیگر
 - ۴- هزینه سرمایه گذاری اولیه بسیار بالاتر نسبت به انواع دیگر (این نوع چیلر گران ترین در انواع مختلف می باشد.)
 - ۵- مصرف آب (نسبت به چیلرهای هوا خنک): مصرف حدود ۸۰ لیتر در روز
 - ۶- مصرف برق در تولید برودت در مقایسه با مصرف گاز (مصرف برق حدود ۰/۶ کیلو وات به ازاء هر تن)
 - ۷- سرو و صدای بسیار زیاد
 - ۸- عمر کوتاه
- لازم به ذکر است چیلرهای تراکمی سانتریفوژ اگرچه از دیر باز در ایران دیده می شد ولی همچنان به دلیل مشکلات نگهداری و بهره برداری و تعمیرات هرگز مورد استقبال قرار نگرفت و نتوانست با دستگاههای مشابه زمان خود رقابت کند، در حال حاضر نیز چندان مورد علاقه بهره برداران و مشاوران کشور نیست.

و- چیلرهای اسکرو و اسکرال هوا خنک:

مزایا:

- ۱- عدم مصرف آب در پروژه

معایب:

- ۱- استفاده از برق برای تولید برودت (۱/۲ کیلو وات به ازاء هر تن)
 - ۲- مصرف برق نسبتاً بالا (حدود ۴۰٪ از چیلرهای آب خنک بیشتر)
 - ۳- هزینه های بهره برداری و تعمیرات متوسط به دلیل نگهداری کندانسورهای هوایی و فن ها
 - ۴- سرمایه گذاری اولیه نسبتاً بالا
- بهتر است بدانیم که عمده برق در کشور ما توسط نیروگاههای حرارتی تولید می شود و در این نیروگاهها فقط حدود ۳۰٪ انرژی گاز (یا سوخت) به برق تبدیل می شود. همچنین زیرساختهای برق کشور مانند

پست های برق گاهی توان لازم برای یک پروژه را در منطقه ندارد لذا در این پروژه هزینه بسیار زیادی جهت تهیه پست جدید و یا تقویت پست قبلی به پروژه تحمیل می شود، لازم است این موضوع قبل از انتخاب سیستم (برقی یا گازسوز) بررسی شود.

✽ مجید فلسفی



فروش

یک شرکت مانند زنجیری است که از حلقه‌های گوناگون تشکیل شده، ضعف و شکست در هر حلقه می‌تواند باعث آسیب‌های کوچک و بزرگ و حتی سقوط یک شرکت گردد؛ که یکی از این حلقه‌ها واحد فروش است. مسلماً خطرات زیادی یک واحد فروش و در اصل یک شرکت را تهدید می‌کند که یکی از بزرگترین آنها کیفیت فروش است و تمرکز ما در این نوشتار صرفاً بر روی این موضوع است.

فروش صحیح چگونه است؟

فروش خوب به این معنا می‌باشد که، محصولمان را به چه کسی و تحت چه شرایطی بفروشیم. شاید تعجب کنید و پیش خود بگوئید این حق مشتری است که از بین شرکت‌های مختلف یکی را انتخاب کند و یک فروشنده باید خیلی هم خوشحال باشد که مشتری او را انتخاب کرده و باید تلاش کند تا جایی که می‌شود محصول را بفروشد و فروش زیادتر نشانه موفقیت واحد فروش است. در صورتی که اینطور نیست. نه صرفاً فروش زیادتر نشانه موفقیت واحد فروش است و نه یک فروشنده باید به همه مشتریان محصول خود را بفروشد بلکه یکی از شاخصه‌های اندازه‌گیری موفقیت واحد فروش چگونگی فروش است.

برای روشن تر شدن موضوع یک مثال می‌زنم؛ واحد فروش در یک سال ۳۰ تومان فروش داشته و در سال بعد با استفاده از روشهای مختلف جذب مشتری فروش خود را به ۱۰۰ تومان رسانده است. اگر تا این حد اطلاعات را که معمولاً جزو اطلاعات آشکار هر مجموعه‌ای است در مقابل هر خواننده‌ای قرار دهیم به احتمال زیاد انتظار دارد برای آن واحد فروش یک پاداش بسیار خوب در نظر گرفته شود اما نکته در آنجا است که آن شرکت دو سال بعد ورشکست شد!! و دقیقاً این شکست غم‌انگیز را از حلقه فروش در زنجیره خود تجربه کرد.

حال بگذارید برای روشن تر شدن وضعیت شرکت مذکور یک مقدار اعداد بیشتری را بررسی کنیم؛ شرکت در سالی که ۳۰ تومان فروش داشته ۲۵ تومان ورودی نقدینگی داشته و در سالی که ۱۰۰ تومان فروش داشته و دست رد به سینه هیچ کدام از مشتریانش نزده (اصطلاحاً گفته اگر نفروشیم مشتری می‌پرد) و فقط ۲۰ تومان ورودی نقدینگی داشته!

هر آدم عاقل در آن شرکت می‌داند با ۲۰ تومان نمی‌شود به اندازه ۱۰۰ تومان محصول تولید کرد، پس مجبور می‌شود مابقی کسری خود را از اندوخته، وام، نزول و غیره تهیه کند و تا اینجای داستان مثال آدمی است که وارد باتلاق شده و فعلاً تا زانو در باتلاق فرو رفته و اما قسمت غم‌انگیز داستان تازه در حال شروع شدن است و آن زمانی است که یک رکورد اقتصادی هم در کشور ایجاد می‌شود و آن ۸۰ تومان مابقی حتی سال دیگر هم به شرکت بر نمی‌گردد!!! تا اینجا آن شرکت تا کمر در باتلاق فرو رفت؛ در نهایت تیر خلاص را همان واحد فروش دوباره می‌زند، واحدی که از رشد آمار فروش خود خوشحال و مغرور است و در سال سوم با همان شیوه، فروش خود را به ۱۵۰ تومان می‌رساند و دیگر ما بقی داستان بسیار روشن و واضح است که چگونه سیر نزولی و ورشکستگی را به سرعت طی می‌کند.





حال می‌پرسید چه کار باید کرد ؟ محصولاتمان را نفروشیم ؟ و یا از کجا بدانیم و یا پیش بینی کنیم ؟ ...
پاسخ این است :

خیر صحیح بفروشید؛ شرط اول فروش صحیح این است که قبول کنیم اقتصاد کلان یک کشور قابل پیشگویی نیست، یعنی اگر دولت با بی‌پولی مواجه شود . هر شرکتی که فروش خود را بر روی ضرب المثل خطرناک "دیروز و زود دارد ولی سوخت و سوز ندارد" بنا کرده باشد را غرق می‌کند. و باید بدانیم بازار ملک قابل پیشگویی نیست و شرکت‌هایی که بخش زیادی از فروششان را بر مبنای تهاثر قرار می‌دهند و می‌گویند ملک رشد می‌کند و شرکت فلان و فلان هم همین کار را کردند و وضعیتشان عجیب خوب شد را احتمالاً می‌بلعد.

یک واحد فروش هوشمند باید این مفهوم را با جان و دل درک کرده باشد که ، همه بدهکارانی که یک شرکت را غرق می‌کنند کلاهبرداران و تبهکاران حرفه‌ای که چندین سال نقشه کشیده باشند ، چگونه سر یک شرکت کلاه بگذارند نیستند ، بلکه بسیاری از آنها افراد ساده انگاری هستند که سنگ بنای اقتصادی خود را بر پایه پیش‌بینی‌ها و پیش‌گویی‌هایی بنا کرده‌اند که هیچ کدام آنها در اختیارشان نیست (مانند سروقت بودن اختصاص بودجه دولتی ، فروش رفتن آپارتمانها طبق پیش بینی ، پاس شدن تمامی چک‌هایی که از مشتریانش دارد و ...) و اگر یک واحد فروش هم فروش خود را براساس اعتماد به اعتبار این افراد بنا کند دقیقاً مانند این است که خود را وسط یک دومینو قرار داده که آخرش می‌تواند افتادن همه آنها را به دنبال داشته باشد که در این دومینو هستند.

بنابراین فروش باید به طور صحیح انجام شود . به مشتری ، با شرایطی محصول بفروشید که چهارچوب های اقتصادی شما را با کمترین ریسک و بیشترین آرامش خاطر جدا از هرگونه اما و اگرهایی که در آینده ممکن است پیش بیاید (به عنوان مثال پاسخ‌هایی اینگونه به ما بدهند : بودجه ندادند ، خریدارهایم واحدها رو پس دادند ، از مردم چک داشتم و پاس نکردند و ...) تأمین کند.

آرامش خاطر داشته باشید

وحید



نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان کرمانشاه

۱ مرداد - ۲۹ تیر ۱۳۹۵

شرکت ساری پویا در پازدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان کرمانشاه (از تاریخ ۱ مرداد - ۲۹ تیر ۱۳۹۵) شرکت کرد و در آن یک دستگاه چیلر جذبی ۱۰۰ تن شعله مستقیم فلش ، یک برج خنک کننده ۵۰ تن ، مینی چیلر هیتر تراکمی ۶ تن و کوئل های هوا خنک در مساحت ۹۶ متر در عرصه دید عموم قرار گرفت .





فروش پایان کار نیست شروع یک تعهد است.

مفتخریم که به عنوان برترین تولید کننده داخلی انواع چیلرهای تراکمی ، جذبی و برج خنک کننده اعلام نماییم در زمینه خدمات پس از فروش نیز مطابق با اصول ISO 9001 برترین خدمات رسانی را نیز به مشتریان محترم ارائه نموده ایم و همواره سعی در بهبود بخشیدن این امر و پیشرفت در این مهم داریم.

آنچه ما را بین سایر تولیدکنندگان و وارد کنندگان متمایز ساخته است بدون شک خدمات ماست. که این خدمات از زمان عقد قرارداد به صورت پویا و فعال برقرار می باشد که شامل در اختیار قرار دادن اطلاعات فنی در زمان اجرای پروژه به صورت بازدید های پیش از راه اندازی و در زمان راه اندازی و پس از آن به عنوان خدمات گارانتی و وارانتهی به مشتریان گرانقدر ارائه میشود.

مدت زمان گارانتی دستگاه های ساخت شرکت ساری پویا ۳ سال از زمان خروج از کارخانه یا ۲ سال از زمان راه اندازی دستگاه و مدت زمان وارانتهی ۲۰ سال می باشد و لازم به ذکر است با گذشت بیش از ۲۲ سال از فعالیت شرکت ساری پویا همچنان ارائه خدمات به اولین پروژه ها نیز صورت می پذیرد و همچنین امکاناتی از قبیل بهینه سازی و بروز رسانی نیز جهت بهره برداری هرچه بهتر و راحت تر برای پروژه های قدیمی تر موجود می باشد که رضایت کامل پروژه ها را نیز به همراه داشته است.

و در آخر اعلام می نماییم در سال ۹۴ طی نظرسنجی انجام شده از پروژه ها به رضایت بیش از ۹۸ درصدی مشتریان دست یافتیم و این پایان کار نخواهد بود چرا که هدف ما رضایتمندی هرچه بیشتر و ارائه خدمات به روز و با کیفیت و با قیمت مناسب می باشد.

* سید حسین تاجیک



جلب رضایت کامل مشتریان
از اهداف اصلی خدمات پس از فروش
شرکت ساری پویا می باشد .

محصولات شرکت ساری پویا

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



۳ - چیلر جذبی یک مرحله ای بخار



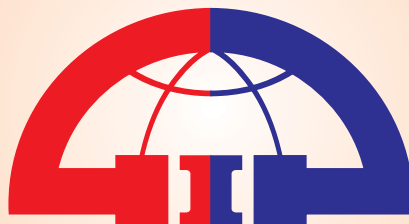
۲ - چیلر جذبی یک مرحله ای آب داغ
(با طراحی ویژه جهت استفاده از آب داغ
۱۲۰ درجه سانتیگراد)



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)



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)



برخی از پروژه های شرکت ساری پویا



مصلی آیت اله اعرافی یزد



دفتر نظارت بازرسی انتخابات استان لرستان



شهرداری خاوران تبریز



شبکه بهداشت و درمان شهرستان ساوجبلاغ



مرکز توانبخشی استان لرستان



مجتمع تجاری و پارکینگ مهر و ماه قزوین



پروژه مروارید



بازرسی کل استان سمنان



بیمارستان چشمیه سبزوار

تقدیر از فرزندان ممتاز همکاران



هلیا محمد زاده
کلاس پنجم
۱۲ ساله



محمد امین بخشی
کلاس دوم
۸ ساله



ماهان خرم پور
کلاس دوم
۸ ساله



علیرضا سلمانی
کلاس هشتم
۱۴ ساله



هومن خرم پور
کلاس چهارم دبیرستان
۱۷ ساله



حنانه عباسی
کلاس چهارم
۱۰ ساله



علی محمد زاده
کلاس چهارم
۱۰ ساله

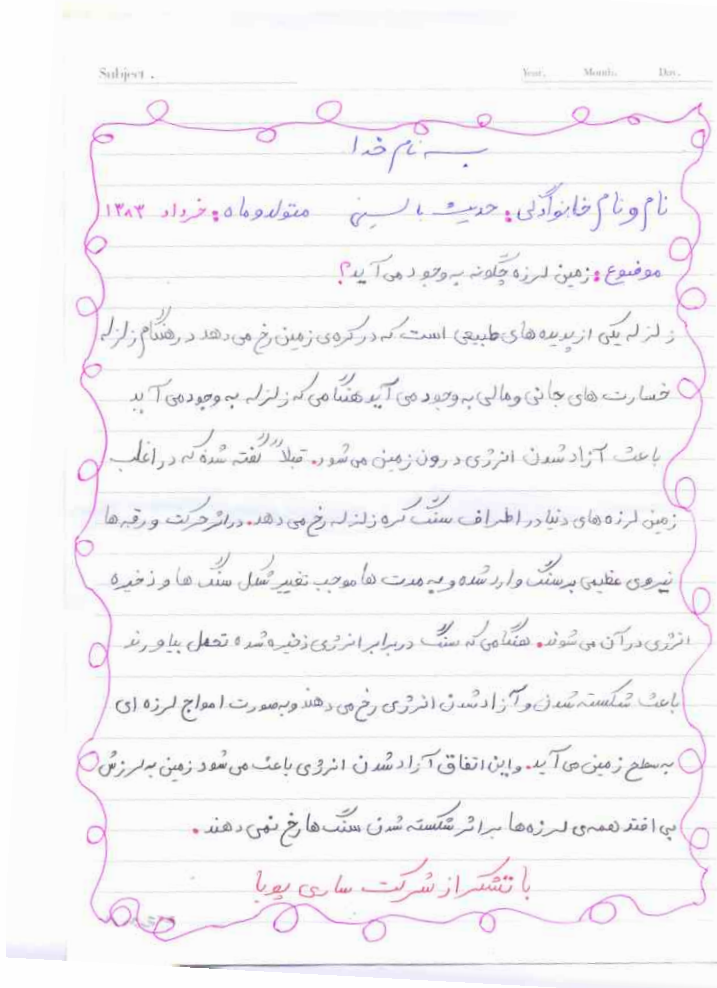


ارشیا امین عطایی
کلاس ششم
۱۲ ساله



حدیثه بالسینی

خبرنامه شرکت ساری پویا آمادگی دارد عکس فرزندان ممتاز همکاران را ۳۰۴ 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 ارسال و یا به شماره ۸۸۷۱۵۲۵۰۰ فکس نمایند .







کوه دماوند کوهی در شمال ایران است که بلند ترین کوه ایران و خاورمیانه و بلند ترین قله آتشفشانی آسیا است. این کوه در قسمت مرکزی رشته کوه البرز در جنوب دریای خزر و در بخش لاریجان شهرستان آمل قرار دارد. کوه دماوند که از نظر تقسیمات کشوری در استان مازندران قرار دارد، به هنگام صاف و آفتابی بودن هوا، از شهرهای تهران، ورامین و قم و همچنین کرانه‌های دریای خزر قابل رؤیت است. کوه دماوند در سی‌ام تیرماه سال ۱۳۸۷ به عنوان نخستین اثر طبیعی ایران در فهرست آثار ملی ایران ثبت شد. همچنین کوه دماوند از سال ۱۳۸۱ به عنوان «اثر طبیعی ملی» در شمار مناطق چهارگانه ارزشمند از نظر حفاظت محیط زیست قرار گرفته‌است.

● ارتفاع :

منابع مختلف اندازه‌های گوناگونی برای ارتفاع کوه دماوند از سطح آب‌های آزاد ذکر کرده‌اند. به نقل از درگاه ملی آمار ایران، ارتفاع این کوه ۵۶۱۰ متر است، از جمله پایگاه ملی داده‌های علوم زمین ایران و وب‌گاه رصدخانه زمین ناسا، ارتفاع ۵۶۷۰ متر و ۵۶۷۱ متر را نیز برای قله این کوه ذکر کرده‌اند.

● اولین صعود به دماوند :

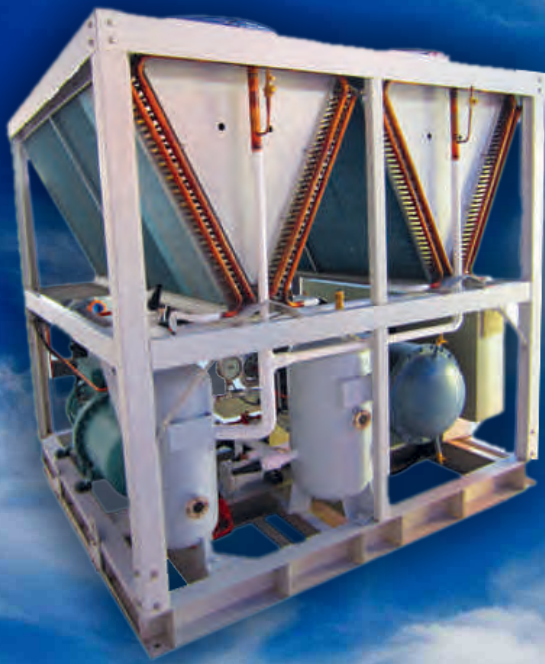


اولین کسی که ادعای صعود به دماوند را کرده است ابودلف خزرچی است که در سال ۲۹۲ هجری (۹۰۵ میلادی) در سفر نامه خود به صعودش اشاره کرده است و شرحی از قله دماوند داده است. پس از وی قزوینی، مسعودی، ابن فقیه و نیز ناصر خسرو نیز اشاراتی به صعود دماوند داشته‌اند. در زمان‌های قدیم عده‌ای خود را به قله دماوند رسانیده بوده‌اند. ناصر خسرو در سفرنامه اش نوشته است که گویند بر سر دماوند چاهی است که نشادر و کبریت و گوگرد از آن گیرند.

قصیده دماوند به ملک الشعار بهار،

که در سال ۱۳۰۱ از شعرهای معروفی است که درباره دماوند سروده شد :

ای دیو سپید پای در بند	ای گنبد گیتی ای دماوند	تو مشت درشت روزگاری	از گردش قرن‌ها پس افکند
از سیم به سر یکی کله‌خود	ز آهن به میان یکی کمر بند	ای مشت زمین! بر آسمان شو	بر وی بنواز ضربتی چند
تا چشم بشر نبیند روی	بنهفته به ابر، چهر دل بند	نی نی، تو نه مشت روزگاری	ای کوه! نیم ز گفته خرسند
تا واره‌ای از دم ستوران	وین مردم نحس دیو مانند	تو قلب فسرده زمینی	از درد ورم نموده یک چند
با شیر سپهر بسته پیمان	با اختر سعد کرده پیوند	شو منفجر ای دل زمانه!	و آن آتش خود نهفته میسند
چون گشت زمین ز جور گردون	سرد و سیه و خموش و آوند	خامش منشین، سخن همی گوی	افسرده مباش، خوش همی خند
بنواخت ز خشم بر فلک مشت	آن مشت تویی تو ای دماوند	ای مادر سر سپید! بشنو	این پند سیاه بخت فرزند
		بگرای چو ازدهای گرز	بخروش چو شرزه شیر ارغند



ماندگاری ما در کیفیت ماست

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 bultan@saripuya.com

