

چیلرهای جذبی

چیلرهای تراکمی

برج های خنک کننده

مینی چیلرهای اسکال خانگی

اسپلیت های کانالی

هواساز

محصول
جدید

خبرنامه داخلی شرکت ساری پویا

سال هشتم / بهار ۱۳۹۹ / شماره ۲۳

- آغاز سخن
- بخش فنی
- گزارش فروشگاه و نمایشگاه ساری پویا
- پروژه ها
- محصولات
- شرکت نور صرام
- خدمات پس از فروش
- شرکت نور افشان
- فرزند همکاران



شرکت ساری پویا
SARI PUYA CO.



همچنان در دست داشته ولی توصیه های موکد مسئولین محترم نظام جمهوری اسلامی در خصوص ممانعت از خریداری اجناس خارجی فرصت مناسبی را برای تولیدکنندگان داخلی به وجود آورد. شرکت ساری پویا تلاش نموده که با افزایش کیفیت محصولات و حفظ کمترین و مناسب ترین قیمت، مشتریان بیشتری را جذب نماید.

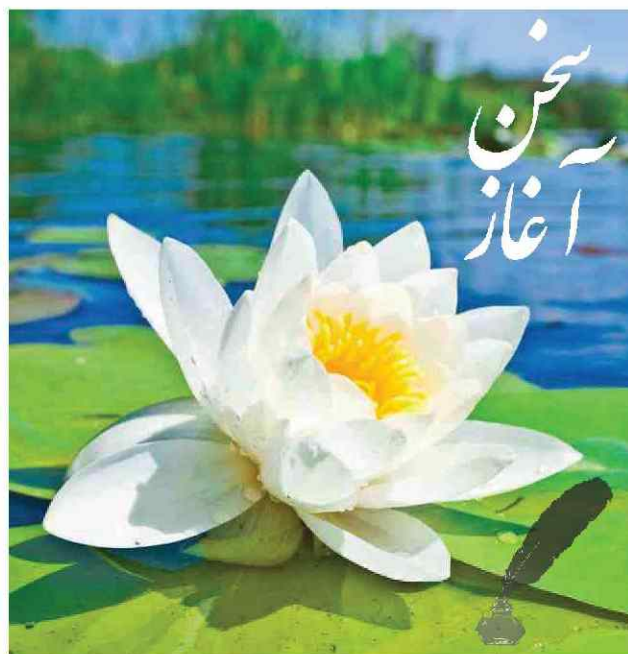
همکاران محترم باید توجه داشته باشند حفظ این مشتریان گرامی که قبلاً کالای خارجی مصرف می کردند و حالا با توجه به شرایط بوجود آمده اقدام به خرید تولید داخلی می کنند مهم است و باید از این خرید محصول ساخت داخلی راضی باشند، مهمترین آیتم هایی که میتواند نظر آنها را برای خرید دائم از تولید داخلی (حتی با حضور رقبا خارجی) تأمین کند عبارت اند از کیفیت، قیمت، خدمات شایسته و مناسب که شرکت ساری پویا از بدو فعالیت تولیدی خود این سه مورد را سر لوحه کار خود قرار داده است. خریداران محترم از لحاظ کیفیت از شرکت راضی هستند اگر چه کیفیت ثابت نیست میتواند دائما بهبود یابد.

از لحاظ قیمت افتخار شرکت ساری پویا این است که قیمت محصولات ما با قیمت محصولات موجود در بازار قابل رقابت بوده، از لحاظ خدمات بعد از فروش نیز شرکت همیشه از رضایت درصد بالایی از مشتریان برخوردار بوده است و این موضوع باید از چند جهت، با نظارت و تاکید شرکت همراه باشد و اهمیت نخست اینکه در اسرع وقت مشکلات به وجود آمده برای مشتریان را مورد بررسی قرار دهند، دوم اینکه که همکاران خدمات پس از فروش از تخصص بالا برای بررسی و رفع عیب به وجود آمده برای محصولات بهره مند باشند، سوم اینکه از صداقت و شرافت قابل انتظار برخوردار بوده و اصطلاحاً مردم را تله یا سرکیسه نکنند، این موضوعات همانگونه که با شفافیت صادقانه مطرح می شود، همکاران خدمات، نیز با شفافیت و صداقت آنها را مد نظر داشته باشند یقیناً مدیریت شرکت بارها تذکر داده که در مشکلات به وجود آمده طرف مشتری را خواهد گرفت، تا کاملاً مشخص شود که سهل انگاری از جانب همکاران خدمات یا کیفیت محصول نبوده باشد. همکاران مستحضرند شرکت تلاش می نماید که تا نیروهای مشتری بهره بردار نیز به صورت رایگان از طرف شرکت آموزش های لازم را کسب نمایند تا ضرر و زیان ناشی از عدم آگاهی برای آنان کمتر شود.

موضوع دیگری که حائز اهمیت است (علیرغم تذکر در سال های قبل) مایلم بار دیگر از همکاران خواهش کنم درک صحیح از شرایط اقتصادی موجود داشته باشند. در شرایط فعلی شاید بتوان گفت کشور به طور کامل تحریم است لذا حفظ ابزار آلات، ماشین آلات، صرفه جویی در مواد مصرفی و مواد اولیه از ضروریات اجتناب ناپذیر این دوران است، آهن قراضه حدود ۴ تا ۵ هزار تومان شده است لذا جلوگیری از پرت شدن، مواد اولیه از آهن آلات، مس، غیره کمک بزرگی به ایستادگی و مقاومت و سرپا نگه داشتن شرکت خواهد کرد.

در پایان امید است گشایشی به نفع کشور و ملت صورت گیرد تا گره ها باز شود. فشار بر روی مردم شریف و زحمت کش این مرز و بوم برداشته شود و خداوند کمک کند تا همگی سرافراز از این شرایط سخت و دشوار خارج شویم.

آرزومند سلامتی و موفقیت برای همکاران و مشتریان و هموطنان عزیز هستم.



سال ۱۳۹۸ را پشت سر گذاشتیم و سال ۱۳۹۹ را شروع کردیم، بررسی آنچه که شرکت در طی سال گذشته آن را از سرگذراند و آنچه که در سال ۹۹ با آن روبه رو خواهید بود حائز اهمیت است.

ابتدا جا دارد از همه همکاران ارجمندم در بخش های مختلف کارخانه، دفتر مرکزی، واحد خدمات، واحد فروش تشکر و قدردانی نمایم. همکارانی که سرمایه اصلی شرکت هستند و بار سنگین گردش چرخ های مجموعه را در جاده ای طاقت فرسا، با دست اندازهای فراوان و فراز و نشیب های دشوار بر خود همواره نمودند و سالی از سال های بحران، تحریم و فشار های مختلف اقتصادی را پشت سر گذاشتند و به امید روزهای بهتر سال ۱۳۹۹ را شروع می نمایند.

مطلب دوم امکانات و توانمندی های شرکت ساری پویا در سال ۱۳۹۸ است، اگر چه در خصوص ارائه تکمیل محصولات چیلرهای تراکمی گام هائی برداشته شده و تحولاتی رخ داده است، و همچنین در طی بهره برداری از محصولات جدید نسبت به سالهای قبل با مشکلات کمتری رو به رو بودیم ولی راضی کننده نبوده است. قرار بود تعمیرات کمپرسور، سیم پیچی موتورها و تولید چیلر سانتریفیوژ را فعال کنیم. اگر چه قدم هایی برداشته شد و هزینه هایی هم صرف شد ولی اثر بخشی مناسبی نداشت، باید زمان بیشتری سپری شود و یا محدودیت هایی که از نظر تحریم ها وجود دارند و مانع از فعال شدن آنها شده رفع گردد.

خلاصه این که آنچه گذشت توانست ما را در این بحران نگرانی و تحریم حاکم سرپا نگه دارد.

نکته مثبت سال گذشته خارج شدن اکثر نمایندگان و سازندگان خارجی از بازار داخلی بود اگر چه به صورت قاجاق یا ذخیره در انبار، بخش های از بازار را



اندازه‌گیری دبی آب در گردش: اندازه‌گیری دبی آب در برج خنک‌کننده اولین اندازه‌گیری است که به روش‌های مختلفی انجام پذیر است. معمول ترین آن تعبیه لوله فشار سنج است که دقت خوبی دارد، راه‌های دیگر تعبیه صفحه اوریفیس، لوله ونتوری و نازل جریان است که همگی باید کالیبره باشند.

می‌توان با مقایسه منحنی پمپ با منحنی نازل‌ها، نیز نتایج را چک نمود. **اندازه‌گیری دمای آب:** با دماسنج جیوه‌ای یا سنسورهای دما، دمای ورود آب و دمای خروج آب از برج خنک‌کننده اندازه‌گیری می‌شود. معمولاً مشکلی در اندازه‌گیری دمای آب گرم وجود ندارد ولی در اندازه‌گیری دمای آب سرد باید دقت کرد که دمای اندازه‌گیری شده در محل مناسب و دمای درست باشد، خروجی پمپ معمولاً محل مناسبی است.

اندازه‌گیری دمای هوا: دمای مرطوب با دماسنج‌های دمای مرطوب اندازه‌گیری می‌شود. در اندازه‌گیری دمای مرطوب باید دقت شود و دستگاه اندازه‌گیری کالیبره باشد و محل اندازه‌گیری دمای مرطوب باید همان محل نصب برج خنک‌کننده باشد. دمای خشک فقط جهت تست برج‌های خنک‌کننده جریان طبیعی اندازه‌گیری می‌شود.

توان فن: مقدار توان مصرف شده بوسیله فن برج خنک‌کننده باید اندازه‌گیری شود، می‌توان با وات متر یا ولت متر اندازه‌گیری کرد ولی باید در نظر داشت که در راندمان الکتروموتور ضرب شود.

هد پمپ: هد دینامیک آب ورودی در برج خنک‌کن در خط مرکزی لوله اندازه‌گیری شود که حاصل جمع هد استاتیک، فشار سرعت در نقطه و فاصله عمودی می‌باشد، اندازه‌گیری به وسیله مانومتر یا فشارسنج انجام می‌شود.

شرایط عملکرد هنگام تست:

طبق کدهای ASME و CTI تست باید در محدوده متغیرهای زیر انجام پذیرد. ممکن است تست‌ها در زمان‌هایی انجام شود که محدوده‌های زیر رعایت نشود ولی تست‌ها باید با صبر و حوصله مجدداً در زمان‌های مناسب در تابستان تکرار شود. (بررسی تست عملکرد برج خنک‌کننده)

- دبی آب: ۱۰ درصد بیشتر یا کمتر از عدد طراحی
- رنج خنک‌کاری: ۲۰ درصد بیشتر یا کمتر از مقدار طراحی
- بار حرارتی: ۲۰ درصد بیشتر یا کمتر از مقدار طراحی
- دمای مرطوب محیط: ۱۰ درجه فارنهایت بیشتر یا کمتر از مقدار طراحی
- سرعت باد: به طور کلی کمتر از ۱۰ مایل بر ساعت
- قدرت فن: ۱۰ درصد بیشتر یا کمتر از مقدار طراحی

انجام تست:

دقت تست وابسته به شرایط اعلام شده است، عواملی که قابل کنترل است باید کنترل شوند و عوامل دیگر باید در زمان مناسب انجام شوند همچنین زمان انجام تست باید یک ساعت پس از ثابت شدن پارامترها انجام شود.

ارزیابی نتایج تست:

نتایج باید با مقادیر اعلام شده توسط سازنده و یا منحنی‌های ارائه شده تطبیق داشته باشد و راندمان برج خنک‌کننده مناسب باشد.

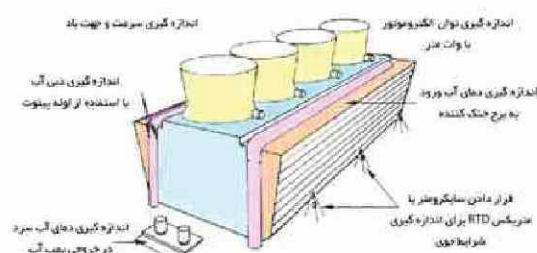
* حسین رحمت زاده



تست عملکرد برج خنک‌کننده فقط به وسیله اندازه‌گیری دمای ورود و خروج آب، اندازه‌گیری دبی آب و اندازه‌گیری دمای مرطوب محیط امکان پذیر است، دقت تست به متغیرهای زیادی وابسته است که برخی قابل کنترل و برخی غیر قابل کنترل می‌باشد. برای تست، کدهای ASME و CTI وجود دارد که شامل تمام جزئیات و محاسبات می‌باشد، مشکل ترین قسمت کار به دست آوردن دیتای دقیق از شرایط کار برج خنک‌کن می‌باشد، در مرحله بعدی این نتایج واقعی با مقادیر طراحی شده مقایسه می‌گردد که منحنی عملکرد برج خنک‌کننده باید متناسب با منحنی عملکرد اعلام شده توسط سازنده کولینگ تاور باشد.

آماده سازی جهت انجام تست عملکرد برج خنک‌کننده

- قبل از تست، شرایط فیزیکی باید مطابق دستورات زیر باشد:
- آب در گردش و سیستم توزیع آب و پکینگ‌ها باید عاری از مواد خارجی و یا موانع باشد، توزیع آب باید در تمام قسمت‌های برج خنک‌کن به صورت یکنواخت باشد. اگر کولینگ تاور دارای سلول‌های متعدد است توزیع آب در سلول‌ها نیز باید به صورت یکنواخت انجام شود.
- قطره‌گیرها باید تمیز و در جای خود باشد.
- ابزار تست و اندازه‌گیری دما و دبی آب باید به صورت صحیح قرار داده شوند.
- تمام متغیرهای تست باید تنظیم و ثابت نگه داشته شود.



ابزارهای تست عملکرد برج خنک‌کننده

ابزارهای عملکرد برج خنک‌کننده شامل ابزارهای اندازه‌گیری دما، ابزار اندازه‌گیری دمای مرطوب، ابزار اندازه‌گیری دبی آب و ابزار اندازه‌گیری قدرت الکتروموتور می‌باشد.



افتتاح نمایشگاه و فروشگاه شرکت ساری پویا



شرکت ساری پویا در تیر ماه امسال اقدام به افتتاح نمایشگاه و فروشگاه محصولات این شرکت کرده است که در گزارش ذیل سعی خواهد شد شرح کاملی از اهداف، طراحی و احداث و ساخت فضای نمایشگاهی و گزارشی از افتتاحیه نمایشگاه ارائه نماید.

- ۱- یک از مهم ترین اهداف افتتاح نمایشگاه این است که با توجه به افزایش طیف محصولات ساری پویا و تولید محصولات ACA (محصولات خانگی)، مشتری های عمومی تری را شامل شود و به همین دلیل در بازار یک نمایشگاه و فروشگاه مرکزی داشته باشیم و شبکه فروش گسترش داده شود.
- ۲- از دیگر عوامل اهداف افتتاح این فروشگاه، رکود موجود در بازار و متعاقباً بحث های اقتصادی کشور، می باشد.
- ۳- به بیان دیگر همان هدف اول می باشد که مشتریان عمومی کمتر محصولات خانگی شرکت ساری پویا را می شناسند زیرا نام شرکت ساری پویا عمدتاً در پروژه های بزرگ مانند پتروشیمی، نفت و بیمارستان ها مطرح میشود ولی در پروژه های خانگی، کمتر شناخته شده بود در نتیجه تصمیم گرفته شد از این طریق در خود بازار اصلی هم حضور داشته باشیم.

فرایند ایجاد فروشگاه :

فرایند طراحی این فروشگاه حدود یک ماه زمان برد که کارهای زیادی انجام شد. در ابتدا انتخاب فروشگاه مطرح گردید که برای این کار با چندین نفر متخصص صحبت شد که در نهایت توسط دوستان، حاج آقا زینعلی به شرکت معرفی شدند که با ایشان مذاکره گردید؛ شخص بسیار خوش برخورد و محترمی به همراه امکانات خوبی بودند و به نتایجی رسیدیم و توافق نامه هایی امضا شد تا اینکه این مکان نمایشگاه مرکزی و فروشگاه ساری پویا شود و در ادامه مراحل طراحی فروشگاه مطرح می شود، یکی از دلایلی که بر روی طراحی آنجا بسیار کار شد بخاطر این بود که این مکان نمایشگاه و فروشگاه مرکزی ساری پویا می گردید. بنابراین از فاکتور های نمای طبیعت و صنعت برای طراحی آنجا استفاده گردید. به طور مثال یکی از دیوار ها به طور کامل سبز می باشد و گیاه سبز بر روی دیوار رویش میکند و کاملاً مکانیزه آبیاری میشود و از طریق همان آبیاری حتی کود داده می شود و نورپردازی خاصی برای رشد این گیاهان وجود دارد.

از فاکتورهای طراحی صنعتی (علاوه بر این که محصولات شرکت نمایش داده می شود) از جمله لوله مسی و لوله کشی استفاده شده است. در این فروشگاه یا همان (SHOW ROOM) دستگاه ها قابل راه اندازی هستند به این معنا که به گونه ای نصب شده اند که نه فقط صرفاً مختص نمایش دستگاه بلکه کارکرد دستگاه کاملاً نمایش داده می شود.



در این نمایشگاه مجموعه کامل محصولات شرکت ساری پویا کاملاً قابل مشاهده هست (از محصولات سنگین که شامل چیلرها و برج های خنک کننده هوا ساز مینی چیلرها تا محصولات سبک که داکت اسپیل و فن کوئل هستند) و هم چنین اجزا و قطعات مانند کندانسور های هوایی، محلول های لیتیوم بروماید و پمپ ها نمایش داده میشود که دو هدف را به دنبال دارد: نخست ارائه کیفیت دستگاه ها و دوم فروش قطعات مختلف. در این فروشگاه ترکیبی از زیبایی، طبیعت، صنعت و محصولات ما به چشم می خورد.





در نهایت هدف از نمایشگاه (SHOW ROOM) این هست که بتوانیم کیفیت و اطلاعات شرکت ساری پویا که دارای سابقه ۲۷ ساله هست را به عموم مردم نمایش بدهیم و مردم بتوانند از نزدیک با کیفیت و کارکرد ها و با تمام اطلاعاتی که نیاز دارند آشنا شوند .

در پایان لازم به ذکر است که در آینده محصولات جدید شرکت ساری پویا علاوه بر نمایشگاه هایی که شرکت در آن حضور دارند در این فروشگاه طی مراسمی معرفی گردند ، مراسمی از جمله کلاس های آموزشی و دوره های کوتاه مدت آشنایی با محصولات (برای خریداران محترم و هم برای شبکه فروش) با توجه به امکاناتی که هست برگزار گردد .

آدرس : خیابان طالقانی - بین بهار و شریعتی - پلاک ۲۹
تلفن : ۷۷۶۵۰۳۵۰

لازم به ذکر است که فروشگاه و نمایشگاه ساری پویا توسط شرکت نسیم شهر حاج آقا زینعلی و تیم بسیار مجربی که بالغ بر ۵ نفر افراد دوره دیده و کارآزموده هستند اداره می شود ، علاوه بر آن مهندسان شرکت ساری پویا در آن محل برای ارائه توضیحات فنی و کیفیتی حضور دائمی خواهند داشت .

افتتاحیه :

در تاریخ دوشنبه ۹۹/۰۴/۰۳ مراسم افتتاحیه برگزار شد که از تمامی عوامل فروش و بازاریان محترم و فروشندگان ها و مغازه داران محترم دعوت بعمل آمد .
مراسم از ساعت ۱۰ صبح آغاز شد و ساعت ۱۶:۳۰ بعد از ظهر مراسم اصلی افتتاحیه بود که تا ساعت ۲۰:۳۰ به طول انجامید .

در این مراسم جناب آقای مهندس سرخابی سخنرانی کردند که در رابطه با سابقه ساری پویا و در رابطه با این موضوع که ساری پویا از کجا آغاز به کار کرده و به چه مرحله رسیده است و در آینده چه اهدافی دارد را مطرح کردند و هم چنین یادبودی به مناسبت افتتاحیه نمایشگاه و فروشگاه مرکزی به جناب آقای زینعلی تقدیم شد و به دوستانی که حضور داشتند اطلاعات لازم در رابطه با محصولات ارائه شد .



تولید ملی افتخار ملی



برخی از پروژه های شرکت ساری پویا



برج مسکونی تهران تماشا



برج برلیان تهران



برج مروارید و ورداورد تهران



برج مسکونی بیمه تهران



برج باغ هلیا تهران



برج فیروزه تهران



برج الماس تهران



برج باغ پارس تهران



برج مسکونی طلوع اصفهان



برج مسکونی فراز تهران

SARI PUYA

- ← SSE چیلر جذبی یک مرحله ای بخار
- ← SDE چیلر جذبی دو مرحله ای بخار
- ← SDF/FS چیلر هیتر جذبی شعله مستقیم فلش (۲ فصلی)
- ← SDF چیلر جذبی شعله مستقیم
- ← SSC چیلر تراکمی اسکرو
- ← SLC چیلر تراکمی اسکرال
- ← SPC برج خنک کننده
- ← SDS اسپلیت های کانالی
- محمول جدید ، هواساز





بد نیست این خبر را هم مرور کنیم که فروشگاه های بزرگ و فوق لوکس لویی ویتون و رولکس بسته بودند و ضرر های جبران ناپذیری را تجربه می کردند و صاحب سایت آمازون آقای جف بیزوس پول روی پول می گذاشت و فروش در سایت آمازون از میلیارد ها دلار می گذشت . حتی کنسرت ها هم آنلاین و اینترنتی شد . تابلو های تبلیغاتی بزرگ سطح شهر را کسی نمیدید ، و باز این گوشی های موبایل است که از هر تابلو تبلیغاتی بیشتر دیده می شود . اینستاگرام غوغا می کند و شرکت ها را از سطحی کوچک به عرصه ای بزرگ دعوت می کند . محصولات و خطوط تولیدی که دوست داریم تمامی مخاطبانمان ببینند را می توانیم با یک فیلم کوتاه به ایشان نشان دهیم و اعتمادشان را در خرید جلب کنیم .

آموزش دروس به صورت آنلاین و اینترنتی پیش می رفت . شرکت های مشاوره خارجی و داخلی حتی ، مخاطبانمان را اینترنتی مشاوره می دادند . کلاس های زبان خارجی که باید سر کلاس درس حاضر می شدید تعطیل بود و در عوض اپلیکیشن های زبان های خارجی و کلاس های اینترنتی آنلاین پیشنهاد شدند . به راستی باید بپذیریم اینترنت و روش های فروش و تدریس و مشاوره و آموزش آنلاین جای شیوه های سنتی را گرفته و یا به زودی زود خواهد گرفت . دیگر شرکت ها برای نشان دادن محصولات نیازی به شو روم های بزرگ و فضاهای بزرگ تجاری ندارند ، قبول ندارید ؟

سری به سایت ماشین های BMW بزنید ، تا درز تایر های ماشین را به راحتی می توانید ببینید . گویی در یک نمایشگاه اتومبیل هستید . به تمام جزئیات دسترسی دارید . حتی با گوشی خود و دوربین آن می توانید با سیستم ها AR هر محصولی را در گوشی خود و در محیطتان ببینید .

اگر مایل می خواهید با AR : Augmented Reality آن را در خانه خود بچینید . ببینید آیا به رنگ دکوراسیون آن را می پسندید یا نه . به راستی به شدت و با سرعت غیر قابل توصیفی در حال تغییر هستیم .

بهتر است در تمام شیوه های زندگی خود بررسی عمیق تر و دقیق تری داشته باشیم . امروز ، فردای دیروز بود . فردا ها زود دیروز خواهند شد .

اگر رشد سازمان ، شرکت ، کسب و کار ، آموزشگاه ، وزارتخانه ، بانک ، و حتی پیشرفت خودمان را می خواهیم به شیوه های آنلاین و اینترنتی نگاهی دقیق تر ببینانیم . شیوه های سنتی کسب و کار و آموزش را نسل امروز نمی پسندند . شاید بهتر است برای همین مجله هم نسخه اینترنتی در نظر گرفت و آن را به ایمیل تمام مخاطبان ارسال نمود ، قطعاً در هزینه های چاپ و کاغذ و قطع درختان و از بین رفتن جنگل ها هم صرفه جویی خواهد شد ، پس بهتر است شما مخاطب عزیز برای شروع آدرس ایمیل خود را به آدرس:

info@saripuya.com ارسال کنید تا برایتان نسخه pdf مجلات را ارسال کنیم . به راستی آیا چاپخانه ها در چند سال آینده تا چه میزان از حجم کارشان کم خواهد شد ؟ پول ؟ باید پول چاپ کنند ؟ شاید نه .

ارز های اینترنتی هم چندین سال از راه رسیده اند . چند وقت است که دیگر به بانک نرفته ایم ؟ چند وقت است که دیگر پولی در جیب نمی گذاریم و تمام کار های بانکی را با اینترنت و اپلیکیشن انجام می دهیم ؟

شک نکنید پول کاغذی هم منسوخ خواهد شد و شیوه های دیگر جایگزین می شوند . همیشه به روز باشیم .

ویروس ها



تهدید یا فرصت ؟

زمانی در آژانس های تاکسی تلفنی تعدادی راننده دور هم می نشستند و مشغول بازی تخته نرد بودند ، در همین زمان اسنپ یا همان تاکسی های آنلاین اینترنتی مشغول کپی برداری از اوپر (نسخه آمریکایی اسنپ) بودند و به سرعت در حال استخدام جوانانی بودند که مایل به کار در تاکسی های شخصی بودند .

امروز دیگر کسی را نمیشناسم که برای گرفتن تاکسی با آژانس های تلفنی ، تماس بگیرد . همه با استفاده از اپلیکیشن در صفحه تلفن همراه ، تاکسی خود را دم درب خانه می بینند . بعد از رسیدن به مقصد هم با نظر سنجی روی همان صفحه گوشی شخصی ، شانس راننده را برای گرفتن مسافران بعدی افزایش یا کاهش میدهند که این بستگی به این دارد که راننده تا چه حد ماشینش تمیز بوده و چگونه رانندگی کرده و و حتی چگونگی رفتار راننده را مورد ارزیابی قرار میدهد . و یا مثالی دیگر ، زمانی را همه ما به یاد می آوریم که به سوپر مارکت محل زندگیمان می رفتیم و فروشنده ای مغرور نشسته بود و انگار سختش بود رسوم اولیه فروشنده را به جا بیاورد ، ما هم از سر اجبار خریدمان را می کردیم و با غرندی زیر لب خارج می شدیم .

اما همه چیز بعد از آمدن دیجی کالا و اسنپ مارکت تغییر کرد ، وقتی به سوپر مارکت ها می رفتیم انگار فروشنده ها خوش اخلاق شده بودند ، خوشحال می شدیم ، اما فروششان به دلیل حضور قوی و جدی فروشگاه های اینترنتی کاهش چشمگیری پیدا کرده بود و مجبور شدند کمی به گذشته رجوع کنند و دریابند که شاید باید با مشتریان بهتر رفتار می کردند .

در همین آغاز سال ۲۰۲۰ میلادی بود که ویروسی که ۵۰ میلیون برابر از انسان کوچکتر بود ، انسان پر مدعا را به زانو در آورد ، صرف نظر از اینکه خبر ها و آمار های این ویروس تا چه حد جعلی یا واقعی است ، باید شرایطی را رعایت می کردیم و چاره ای نداشتیم و نداریم که کمتر تردد کنیم . کمتر به مهمانی برویم . کمتر بستگان را ببینیم و باز هم مجبور شدیم بیشتر گوشی هایمان را به دست بگیریم . از منزل با اینترنت در محل کار حاضر شویم .

شرکت ها و سازمان هایی که زیر ساخت های کار آنلاین و اینترنتی را میسر ساخته بودند کار خود را ادامه میدادند و بسیاری از شرکت های سنتی که مدیرانشان اعتقادی به این سیستم ها نداشتند مجبور بودند تعطیل باشند .

فروشگاه های آنلاین فروش بالایی را تجربه می کردند و فروشگاه های هر صنف که در خیابان های خاص شهر واقع شده بودند تعطیل شدند . داستان اسنپ و تاکسی های تلفنی دوباره تکرار شد ، بسیاری در حال تخته نرد بازی کردن بودند و تعدادی در حال فروش ، در حال رشد و توسعه .



خدمات پس از فروش

واحد خدمات پس از فروش شرکت ساری پویا بعنوان عضو کوچکی از خانواده بزرگ شرکت ساری پویا به استحضار میرساند، علی رغم مشکلات عدیده ای که به علت تحریم ها، وجود داشته و دارد، کماکان نسبت به انجام وظایف خود مصر میباشد و خاطر نشان میگردد از جهت ارائه خدمات جای هیچگونه نگرانی وجود نخواهد داشت. در این میان جا دارد متذکر شویم با شرایط ویژه ای که گریبان گیر کشور عزیزمان و دنیا شده است این واحد نیز با تمام توان، و تابع قوانین کشوری با رعایت اصول و دستور العمل های بهداشتی ابلاغ شده از طرف وزارت بهداشت در حال خدمت رسانی به تمامی پروژه های خود با اولویت پروژه های بیمارستانی و صنعتی میباشد. لذا خواهشمند است با ارائه درخواست خدمات به موقع را در ارائه هرچه بهتر خدمات یاری فرمائید.

در پایان با توجه به گزارشهای واصله به این واحد مشاهده شد متأسفانه تعدادی از مشتریان گرانقدر این شرکت با وسوسه افراد غیر متعهد و ارائه قیمتهای غیر فنی اقدام به انجام تعمیرات بر روی محصولات این شرکت کرده اند و در نهایت با وارد شدن خسارات سنگین مواجه شده اند لذا بدینوسیله خواهشمند است جهت پیشگیری از چنین حوادثی، فریب افراد سودجو را نخورده و جهت هرگونه خدمات با این واحد تماس حاصل فرمائید.

*نوید سلمانی



سرمایه گذاری مبتنی بر اصول اخلاقی به عنوان یکی از مهم ترین موضوعات در عرصه ی کسب و کار مطرح شده است. ریشه های این گرایش در جامعه و هم چنین در میان سرمایه گذاران بسیار متفاوت است. مهم ترین اصول اخلاقی حرفه ای عبارتند از: درستکاری و بی طرفی؛ تعهد حرفه ای، رازداری؛ صلاحیت و مراقبت حرفه ای و در چهار سطح جامعه، گروه های ذی نفع، رفتار افراد در درون سازمان با یکدیگر؛ و با دیگر افراد خارج سازمان قابل طرح است. مسائل اخلاقی می تواند در بخش های مختلف حرفه ای مانند امور مالی، مدیریت منابع انسانی؛ بازاریابی و اقدامات پیشبرد فروش؛ عملیات تولید، مالکیت معنوی، مدیریت دانش و مهارت؛ و تجارت بین الملل مطرح گردد.

چرا رفتار اخلاقی برای کسب و کار مهم است؟

اخلاقی بودن می تواند مشکلات کوتاه مدت برای سازمان ها به دنبال داشته باشد. اما در بلند مدت، اخلاقی عمل کردن، کلید توسعه پایدار خواهد بود. وقتی با یک معضل اخلاقی مواجه می شوید که در آن یک انتخاب غیر اخلاقی، بهتر به نظر می رسد حتماً سه پرسش زیر را از خودتان بپرسید:

۱. اگر اقدام ما کشف نشود، چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ به طور فزاینده ای، رفتار شرکت ها تحت موشکافی سهامداران متعدد و طرف های کاری آنها قرار دارد مانند مشتریان، عرضه کنندگان، کارکنان، رقبا، قانون گزاران، گروه های محیط زیست و غیره می باشد. اگر مردم احساس کنند که کاری ناعادلانه انجام شده، سکوت نمی کنند. امروزه، اینترنت و سایر رسانه های جمعی این فرصت را در اختیار آنها قرار داده اند تا نگرانی های خود را به اطلاع همگان برسانند.

شرکت هایی که غیر اخلاقی عمل می کنند، احتمالاً نمی توانند از پیامد های آن در امان بمانند و وقتی که تأثیر اقداماتشان روشن شود، می توانند فاجعه ای بزرگ را برای آنها به همراه داشته باشد. این امر ما را به پرسش دوم رهنمون می سازد. آیا چنین تصمیمی واقعاً در بلند مدت به نفع شرکت است؟ بسیاری از بنگاه های خدمات مالی در انگلستان، توانستند در دهه ۱۹۹۰ و از طریق دست بردن در حقوق و مستمری بازنشستگی کارکنان خود، به درآمد بالایی دست یابند. اما در بلند مدت همه آنها مجبور شدند هم این پول ها و هم جرمه های وضع شده را پرداخت کنند و در عین حال اعتماد عمومی را نیز از دست دادند.

۳. آیا سازمان هایی که غیر اخلاقی عمل می کنند، می توانند کارکنان لازم را جذب نمایند؟ شرکت هایی که به جامعه و محیط زیست آسیب می رسانند، به کارکنان خود نیز لطمه می زنند. مثلاً شرکت هایی که با تولید مواد سمی، هوا را آلوده می کنند، هوای تنفسی خانواده های کارکنان خود را نیز آلوده می نمایند. کسب و کار متکی به نیروی انسانی است. اگر شرکت نتواند افراد مجرب را به دلیل تصویر ضعیفش در نزد عموم مردم جذب کند که ناشی از فعالیت های غیر اخلاقی گذشته اش می باشد، مسلماً نابود خواهد شد.

رفتار اخلاقی کلید ثبات و پایداری بلند مدت یک کسب و کار است. تمرکز بر پیامدهای اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی، می تواند مبنایی برای برقراری ارتباطات مستحکم با طرفین کسب و کار باشد که ثبات و پایداری کسب و کار شما در آینده را تضمین می کند.

* حسین عطاءاله



منشور اخلاقی یک شرکت، شبیه به یک چرخ طیار بزرگ است. این چرخ به خوبی حرکت می کند اما اگر به آن انرژی تزریق نکنید، حرکتش کند شده و در نهایت از حرکت بازمی ایستد. "ویلیام آدامز"

اخلاق حرفه ای مجموعه ای از کنش ها و واکنش های اخلاقی پذیرفته شده و قابل قبولی است که از سوی سازمان ها یا مجامع و انجمن های حرفه ای مقرر می شود تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود و یا ذی نفعان دیگر در اجرای وظایف و مسئولیت های حرفه ای فراهم آورد.

امروزه اخلاق؛ و رفتار حرفه ای مبتنی بر آن، از چنان اهمیتی برخوردار شده که حتی شرکت های بزرگ تجاری صنعتی نیز در قبال مسئولیت های اجتماعی، خود را پایبند نوعی اخلاق حرفه ای می دانند و آن را در قالب آیین رفتار حرفه ای یا منشور اخلاقی سازمان، به عنوان راهنمای عمل مدیران و کارکنان خود از یک سو و مهم ترین استراتژی های سازمان در روابط خود با مشتریان از سوی دیگر مطرح و منتشر می کنند. همچنین شرکت ها زمانی می توانند ارزش آفرینی کنند که روش مدیریتی آنها شامل خصوصیات مختلف بویژه در ارتباط با یکپارچه سازی ابعاد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی باشد. لذا در جهان رقابتی امروز، بی تردید یکی از مسائلی که در ایجاد، تحول و بقای یک نظام و رسیدن به اهداف و رسالت های مورد نظر آن مهم است، توجه به مفهوم اخلاق در کسب و کار می باشد. توسعه پایدار نیز مفهوم جدیدی است که پس از انقلاب صنعتی و معضلات ایجاد شده در رابطه با صنعتی شدن شهر ها و توسعه تکنولوژیک شهر ها و دوری از اخلاقیات شکل گرفت. اخلاق کسب و کار و توسعه پایدار نقش مهمی در مدیریت روابط سیستم های انسانی و اکوسیستم ها به منظور استفاده پایدار از منابع در جهت تامین رفاه حال و آینده انسان ها و اکوسیستم ها دارند. به عبارت دیگر بررسی اینکه افراد در سازمان باید از چه ابعاد اخلاقی و از چه ابعاد پایداری استفاده کنند تا منجر به موفقیت سازمان و عملکرد پایدار شود. افزون بر این، ضوابط رفتاری و اخلاقی به عنوان بخشی از حقوق ذی نفعان در معرض دید و توجه آنان قرار می گیرد. کسب و تجارتی ماندگار و بالنده است که با مشتریان صادق بوده و ارتباطی مؤثر با آنها برقرار سازد. رمز بقا و دوام هر کسب و کاری رعایت اصول اخلاق حرفه ای در آن است. در چند دهه ی اخیر



ستایش یارمحمدی
کلاس سوم

خبرنامه شرکت ساری پویا آمادگی دارد عکس فرزندان ممتاز همکاران را در اندازه ۳×۴ 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 ۸۸۷۱۵۲۵۰ فکس نمایند.

بسم خدا
از زبان های قدیم تا به امروز مردم چگونه روشنائی خانه های خود
را تأمین می کردند؟ در زبان های قدیم مردم برای روشن
کردن خانه هایشان از آتش استفاده می کردند اما این کار
سختی های زیادی داشت و نیزم ها تا می شد دور هم می نشستند
خانه را گرم می کردند و بیکدیگر از فانوس استفاده می کردند.
تقریباً ۱۵۰ سال پیش در سلسله لامپ اختراع کرد و حالا
با پیشرفت علم انواع لامپ ها را تولید می کنند.
شرکت نور میرام و نور افشان یکی از شرکت های بزرگ تولید
انواع لامپ های با مصرف انرژی کم است.
یارمحمدی

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

ماندگاری ما در کیفیت ماست



تهیه و تنظیم: نایریکا داناپور