

خبرنامه داخلی شرکت ساری پویا

سال دوم / مرداد ۱۳۹۳ شماره ۳

* محصولات

* بخشی از پروژه های شرکت ساری پویا

* خدمات پس از فروش و کلاسهای آموزشی

* از همکاران

* آغاز سخن

* بخش فروش

* بخش فنی

* نمایشگاه تبریز، تهران، مشهد، کرمانشاه ۹۳

چیلر های جذبی

چیلر های تراکمی

برج های خنک کننده

مینی چیلر های اسکروال خانگی

محصول جدید





آغاز سخن

نظر به اینکه خبرنامه داخلی شرکت ساری پویا امکانات نسبتاً خوبی را فراهم نموده تا پل ارتباطی بین همه واحدهای مجموعه صنعتی ساری پویا باشد ، بسیار خوشحالم و از اینکه این فرصت به من داده شد تا سخن کوتاهی با همکاران و همراهان سخت کوش و پرتلاش شرکت داشته باشم سپاسگزارم و برای همه آرزوی سلامتی و موفقیت دارم .

در این راستا خوشبختانه با اعتقاد راسخ همه همکاران در شرکت ساری پویا ، مستقر در کارخانه و خدمات بعد از فروش و دفتر مرکزی بستر بسیار مهمی فراهم آمد تا گامهای بلندی در جهت ارتقاء سطوح کمی و کیفی محصولات برداشته شود با آرزوی سربلندی و بهروزی برای خانواده بزرگ ساری پویا سخن را با دو رهنمود بنیادی در تفکر دستیابی به کیفیت برتر به پایان می بریم :

کیفیت تصادفی نیست

کیفیت حد و مرز ندارد

مصطفی فلسفی

فعالیت رسمی اینجانب با شرکت ساری پویا از اواخر سال ۱۳۷۸ آغاز شد . در این راستا همکاری و همراهی با اساتید بزرگ آقایان مهندس سرخابی طراح و راهبر این مجموعه ، مهندس سیفی و مهندس سالک فرد یکی از پر افتخارترین دوران کاری اینجانب می باشد .

با توجه به واگذاری مسئولیت کیفیت به اینجانب تمام کوشش و تلاش من در این جهت بوده که یک پیوند ناگسستنی و پویا بین تولید و کیفیت به عنوان دو عنصر اصلی صنعت پایدار بوجود آید و رشد و نمو نماید .

لازم به ذکر است برای نهادینه شدن و سیستماتیک شدن امر کیفیت در تولید مناسب ترین ابزار یعنی ISO 9001 از سال ۱۳۸۲ بکارگرفته شد و در حال حاضر تمام عناصر ISO 9001 : 2008 در تمام ارکان شرکت جاری می باشد و به اتفاق همکار خوبم آقای مهندس مجید نصیری نژاد همراه با تیم Q.C تمام مراحل اجرایی کنترل و مستند میشود و سالانه از طریق شرکت محترم D.Q.S آلمان صادر کننده گواهی کیفیت ISO مورد ممیزی جامعی قرار میگیرد و تضمین مناسبی برای مشتریان محترم می باشد .

راه دستیابی به رضایت
واقعی مشتری با راستی و
صداقت آغاز می شود و با
تلاش و صرف زمان بیشتر
برای جذب مشتریان ادامه
می یابد



شروع شود و آن موضوع با استفاده از شبکه های اجتماعی مؤثر در اینترنت یا موبایل توسعه و گسترش یابد، جالب است بدانید که حتی از این روش در بازاریابی های سیاسی و شایعه سازی ها نیز به طور کاملاً حرفه ای استفاده می گردد.

هدف بازاریاب ها در این روش تولید پیغامی است که بر روی افرادی با پتانسیل بالا در شبکه های اجتماعی اعمال می شود و توسط این افراد در مدت زمانی کوتاه بسط می یابد. کسی که یک کاربر مستعد بوده و این پیغام ویروسی بر او اثر کرده است باعث می شود دیگران نیز همانند او ویروسی شده و

بدین طریق این پیغام همانند ویروس رشد و تکثیر می یابد.



شما به احتمال زیاد صحبت همکاران زمانی که وارد دفتر شده و از شما پرسیده که آیا فلان کلیپ را دیده اید یا نه را

بخاطر می آورید. و سپس او این کلیپ را برای شما ارسال نموده و شما نیز به نوبه خود آن را برای دوستان و مشتریان اینترنتی خودبه اشتراک گذاشته اید. مواردی از این قبیل شاید هر روزه برای ما اتفاق بیافتد. نتیجه کار فوق العاده است!! ببینید با این روش چقدر می توان در هزینه تبلیغ تلویزیونی یا بیلبورد صرفه جویی کرد و در عین حال نیز حجم زیادی از مخاطب را تحت تأثیر قرار داد.

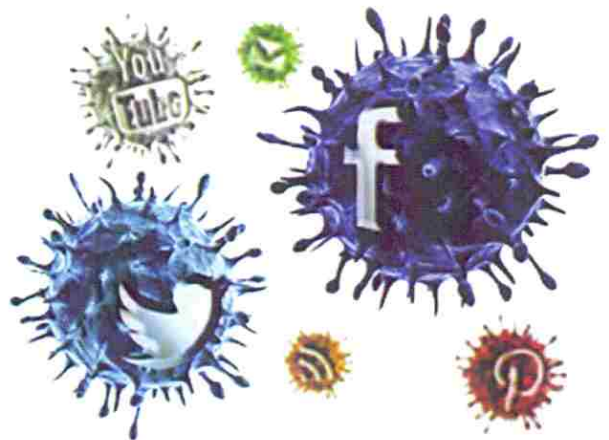


لازم به ذکر است بازاریابی به سبک ویروسی در ایران روشی بسیار نو پامیباشد که در حال حاضر فقط توسط تعداد انگشت شماری از متخصصان بازاریابی

طراحی و استفاده می شود ولی از آنجائیکه این روش در کشورهای پیشرفته نتایج شگرفی به جا گذاشته، میتوان مطمئن بود که در آینده مورد استفاده وسیعی قرار خواهد گرفت. روند رو به رشد استفاده از این روش تا جایی گسترش یافته که نه تنها تولید کنندگان بلکه توسط احزاب سیاسی و گروه ها و انجمن های اجتماعی و حتی گروه های مخرب مورد استفاده قرار میگیرد و آن را یک روش بسیار مؤثر و با ضریب نفوذ بالا برای رسیدن به اهداف خود می دانند، از برخی شایعات اینترنتی گرفته تا کلیپ های هدفمندی که در فضای مجازی گسترش می یابد.

سید وحید سالک فرد

مدیر فروش



بازاریابی به سبک ویروسی

شاید در وهله اول این اصطلاح بسیار عجیب یا دور از ذهن باشد ولی فقط کافی است نیم نگاهی به اطراف خود ببینید، می بینید بسیاری از افراد جامعه سر در موبایل یا تبلت خود دارند و دائماً در حال چت، دیدن کلیپ یا مسائلی از این دست هستند. وقتی به چهره آنان دقیق می شوید، می بینید گاه با خود می خندند، گاه خشمگینند و گاه افسرده، گویی که در عالم دیگری سیر می کنند اما واقعیت چیز دیگری است، رشد تکنولوژی و به تبع آن رشد شبکه های اجتماعی روش دیگری از زندگی را برای افراد رقم زده است. روشی که شاید به مرور زمان عدم تبعیت از آن غیر ممکن باشد، گویی دوران به گونه ای تغییر می یابد که افراد علاوه بر زندگی واقعی دارای یک زندگی مجازی نیز می شوند.

همانطور که می دانید همیشه اقتصاد زودتر از هر چیز دیگری به تغییرات واکنش نشان میدهد، اگر جایی جنگ باشد اقتصاد به دنبال منفعت است، اگر جایی جام جهانی برگزار شود اقتصاد به دنبال منفعت است، اگر جایی تغییرات سیاسی رخ دهد اقتصاد به دنبال منفعت است. مسلماً یقین داشته باشید وقتی شیوه زندگی ما تغییر کند، اقتصاد نیز از آن بهره می برد. یکی از جدیدترین و پیشرفته ترین سبک های بازاریابی به سبک ویروسی است که براساس فلسفه انتقال رشد و تکثیر سریع و خارق العاده ویروس در سلولهای یک موجود زنده طراحی شده است. شما به احتمال زیاد تا به حال چندین دفعه درگیر سرماخوردگی بوده اید، پس قطعاً مفهوم ورود ویروس به بدن و رشد و تکثیر آن را به خوبی درک کرده اید و می دانید خلاصی از آن به راحتی امکان پذیر نیست.

این نوع بازاریابی اشاره به تکنیکی در بازار دارد که از سرویس دهی شبکه های اجتماعی موجود و دیگر ابزار تکنولوژی که دارای سرعت انتقال بسیار بالا می باشند استفاده می کند و سعی دارد به منظور فروش بیشتر، اطلاعات مورد نظر را به سرعت بین کاربران مختلف انتشار و توسعه دهد.

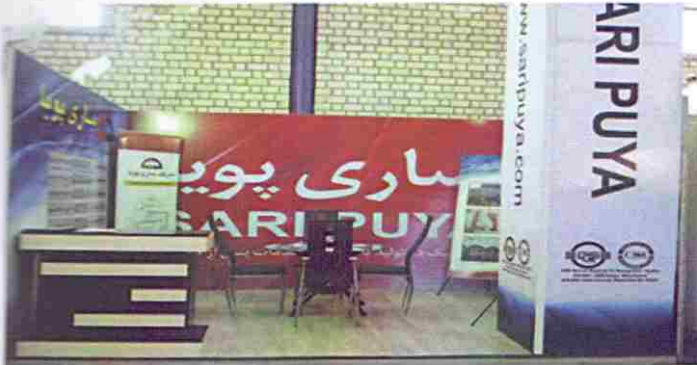


بازاریابی به سبک ویروسی می تواند حتی با یک سر نخ



نمایشگاه سرمایه‌گذاری گرمایشی تبریز ۲۰ - ۱۶ اردیبهشت ۱۳۹۳

شرکت ساری پویا در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی سرمایه‌گذاری گرمایشی تبریز (از تاریخ ۲۰ - ۱۶ اردیبهشت ۹۳) شرکت کرد و در آن بخشی از محصولات شرکت ساری پویا در عرصه دید عموم قرار گرفت.



نمایشگاه نفت و گاز و پتروشیمی تهران ۱۹ - ۱۶ اردیبهشت ۱۳۹۳

شرکت ساری پویا در نوزدهمین نمایشگاه نفت و گاز و پتروشیمی تهران (از تاریخ ۱۹ - ۱۶ اردیبهشت ۹۳) شرکت کرد و در آن یک دستگاه چیلر سینگل افکت ۷۰ تن، یک دستگاه چیلر سینگل افکت ۱۰۰۰ تن، یک دستگاه چیلر دایرکت فایر فلش، یک دستگاه چیلر تراکمی هوا خنک، یک دستگاه چیلر تراکمی آب خنک، یک دستگاه برج خنک کننده در مکانی به مساحت ۲۵۰ متر در عرصه دید عموم قرار گرفت.





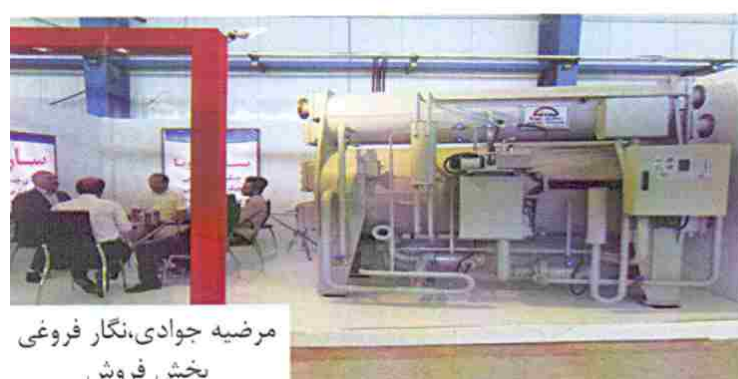
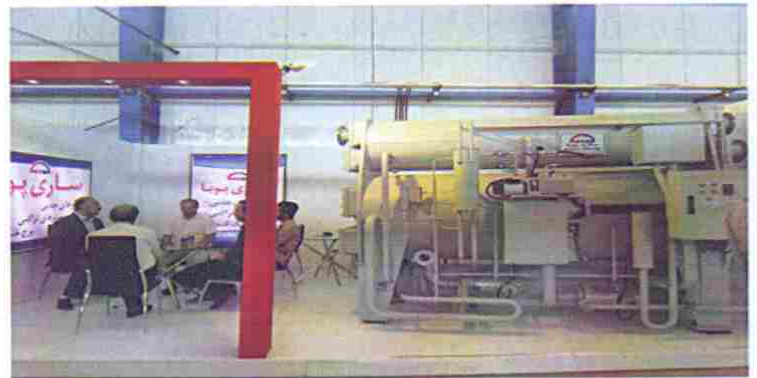
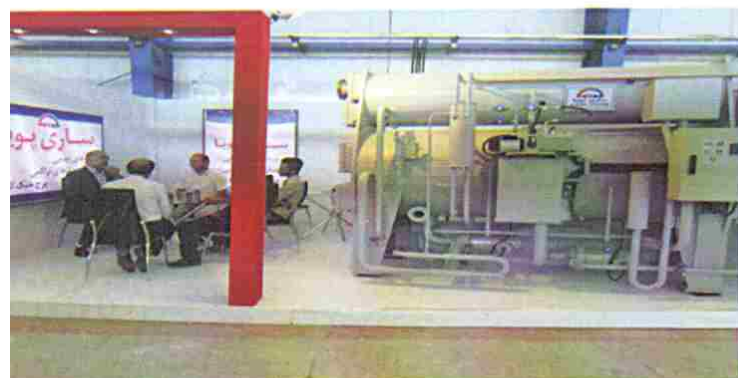
نمایشگاه صنعت ساختمان و صنایع سرمایشی و گرمایشی مشهد ۲۳ - ۱۹ خرداد ۱۳۹۳

شرکت ساری پویا در هفدهمین نمایشگاه صنعت و ساختمان و سرمایشی و گرمایشی مشهد (از تاریخ ۲۳ - ۱۹ خرداد ۹۳) شرکت کرد و در آن یک دستگاه چیلر تراکمی آب خنک، یک دستگاه چیلر هوا خنک و یک دستگاه چیلر شعله مستقیم فلش در مکانی به مساحت ۱۲۰ متر در عرصه دید عموم قرار گرفت.



نمایشگاه تأسیسات ساختمان و سیستم سرمایشی و گرمایشی کرمانشاه ۶ - ۳ تیر ۱۳۹۳

شرکت ساری پویا در سیزدهمین نمایشگاه تأسیسات ساختمان و سیستم سرمایشی و گرمایشی کرمانشاه (از تاریخ ۶ - ۳ تیر ۹۳) شرکت کرد و در آن یک دستگاه چیلر جذبی سینگل افکت ۶۰ تن در عرصه دید عموم قرار گرفت.



مرضیه جوادی، نگار فروغی
بخش فروش



مقدمه و اصول سرمایش چیلرهای تراکمی

یکی از متداولترین روش های تولید برودت، پدیده تبخیر است. تبخیر گرماگیر است و برای انجام فرآیند نیاز به گرفتن گرما دارد که موجب خنک کردن محیط اطراف می شود. تراکم یا فشرده سازی انواع گازها (فریون ها) با توجه به علم سینتیک مولکولی، موجب افزایش برخورد مولکولهای گاز با یکدیگر و افزایش دمای آن و در نهایت تولید گرما میشود. بنابراین، در صورت جذب این گرمای ایجاد شده، میتواند موجب مایع شدن آن (کندانس) گردد.

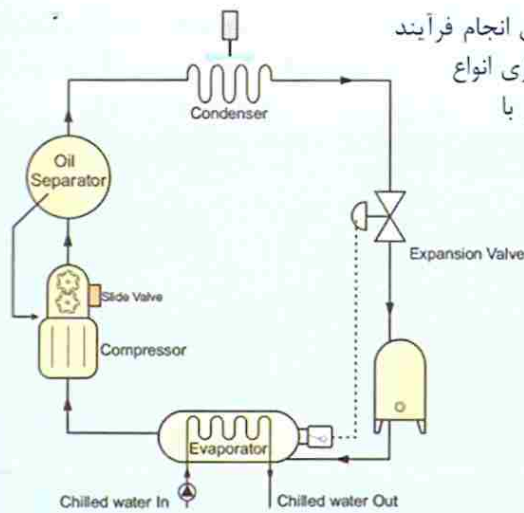
در چیلرهای تراکمی، عمل تبخیر و کندانس به طور مداوم صورت میگیرد. بنابراین برای ایجاد تغییرات در فشارهای کاری نیاز به تجهیزاتی است که کمپرسور و شیر انبساط این دو عنصر میباشند.

بنابراین چرخه کامل یک چیلر تراکمی به شرح زیر میباشد:

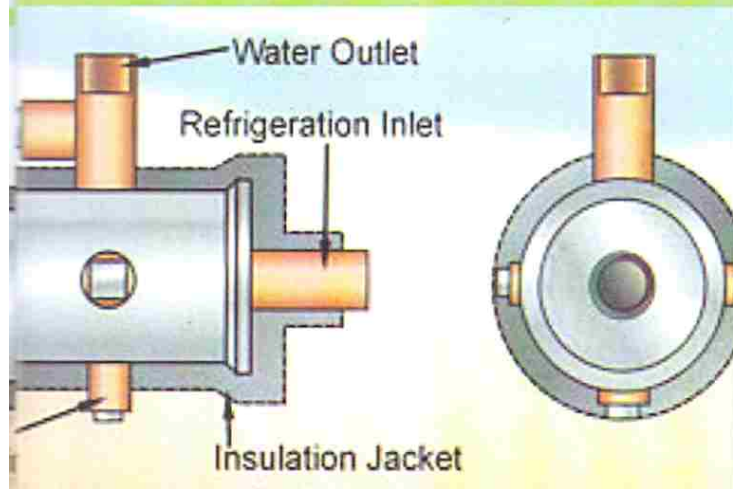
مبرد (فریون) به صورت مخلوطی از بخار و مایع (اشباع)، وارد اواپراتور میگردد. در اواپراتور به علت پایین بودن فشار، مبرد به طور کامل تبخیر میشود. تبخیر نیز حرارت مورد نیاز خود را از آب چیلد جاری در لوله ها میگیرد. بنابراین آب برگشتی از ساختمان نقش منبع گرمایی را ایفا کرده، خود خنک گردیده و به داخل ساختمان جهت ایجاد برودت فرستاده میشود.

بخار موجود در اواپراتور باید از محفظه خارج گردد و علاوه بر آن باید این بخار جهت تکمیل سیکل کاری، دوباره به فرم مایع درآید تا برودت تداوم پیدا کند. بنابراین بخار باید پس از خروج از اواپراتور، متراکم شود تا میل به مایع شدن بیشتر پیدا کند. این فشار با توجه به شرایط اقلیمی محیط (دمای مرطوب و دمای خشک) انتخاب میگردد. لذا، بخار وارد کمپرسور گردیده تا فشارش افزایش پیدا کند. برای اینکه مایع وارد کمپرسور نگردد طراحی چیلر بر این اساس صورت میگیرد که بین ۵-۱۵°F بخار خروجی گرم شود که به اصطلاح به آن دمای سوپرهیت مکش کمپرسور میگویند.

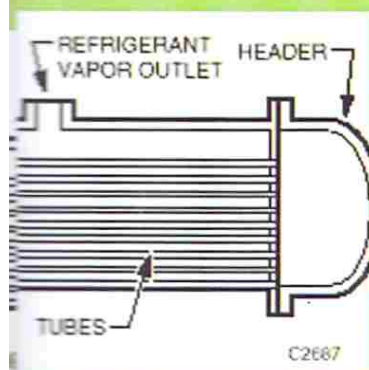
بخار متراکم و گرم شده خروجی از کمپرسور که اکنون آماده مایع شدن میباشد، وارد کندانسور میشود. در چیلرهای با کندانسور آبی، آب با دمای متناسب با شرایط محیط از برج خنک کننده وارد کندانسور شده و حرارت بخار را گرفته و موجب مایع شدن بخار میگردد. مایع خروجی از کندانسور برای کامل شدن سیکل باید دوباره به اواپراتور بازگردد. به علت اختلاف فشار بین اواپراتور و کندانسور، باید از وسیله ای برای تقلیل فشار استفاده گردد که به آن شیر انبساط میگویند. مایع پس از گذر از شیر انبساط فشارش کاهش یافته و بخشی از آن تبخیر گشته و مابقی مایع را خنک میکند. بنابراین مخلوط بخار و مایع مبرد دوباره وارد اواپراتور میشود.



Air Cooled



اواپراتور



اواپراتور



اوپراتور DX یا Flooded کدام بهتر است؟

تفاوت این دو نوع اوپراتور، به سیال موجود در محفظه پوسته و سیال موجود در لوله ها برمی گردد. در اوپراتور نوع DX یا خشک، آب در گردش ساختمان (آب چیلد) به درون پوسته می رود و میرد در داخل لوله ها تیخیر می گردد ولی در اوپراتور نوع مستغرق (Flooded)، میرد (R22 یا R134a) در محفظه پوسته است و آب چیلد به درون لوله ها، جریان می یابد. به عبارت دیگر مطابق شکل، در نوع خشک، فلنج ورودی و خروجی بر روی پوسته ولی در نوع مستغرق فلنج ها بر روی واترباکس ها هستند در ادامه به برخی از ویژگی های این دونوع اوپراتور اشاره می گردد:

۱- به علت کمتر شدن نسبت فشار بین مکش و دهنش کمپرسور، مصرف برق کمپرسور کاهش یافته و در نتیجه ضریب عملکرد دستگاه افزایش می یابد، این کاهش مصرف برق حدود ۱۵٪ می باشد.

۲- به علت افزایش ضریب انتقال حرارت، از تعداد لوله ها کاسته می شود.
۳- سیالی که بیش تر در معرض رسوب قرار دارد آب است و برطرف کردن رسوب در لوله بسیار راحت تر و کم هزینه تر از رسوب زدایی در داخل پوسته است.

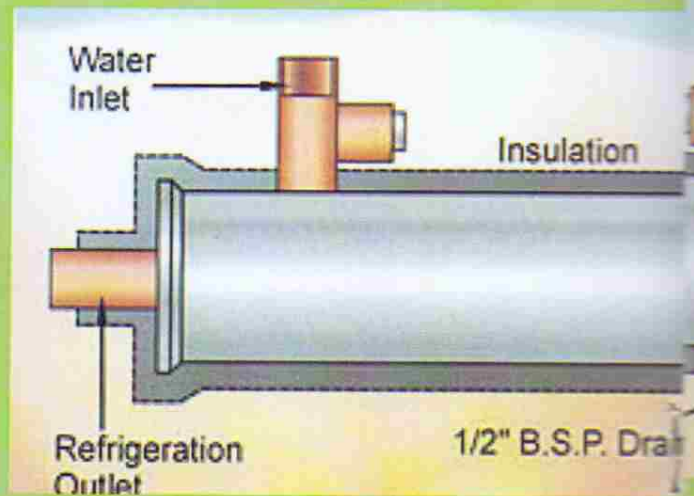
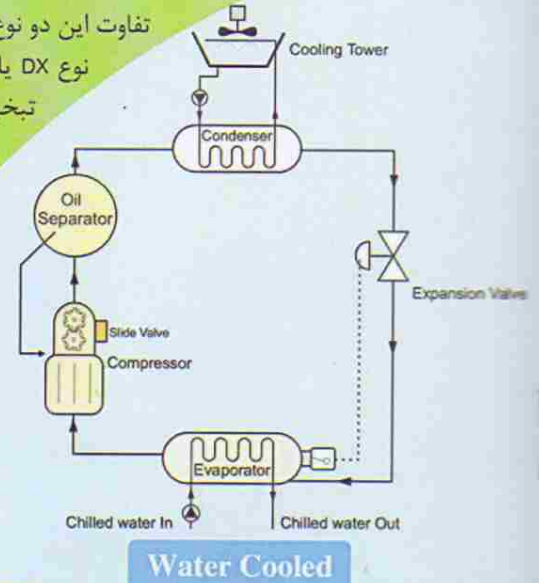
۴- به علت کمتر شدن مصرف برق و در نتیجه جریان مصرفی الکتروموتور عمر کمپرسور و در نتیجه عمر چیلر بالا می رود.

۵- به علت کمی، حجیم تر شدن دستگاه میرد شارژ شده به دستگاه بیشتر است.

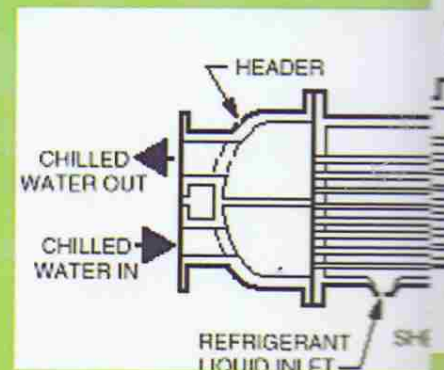
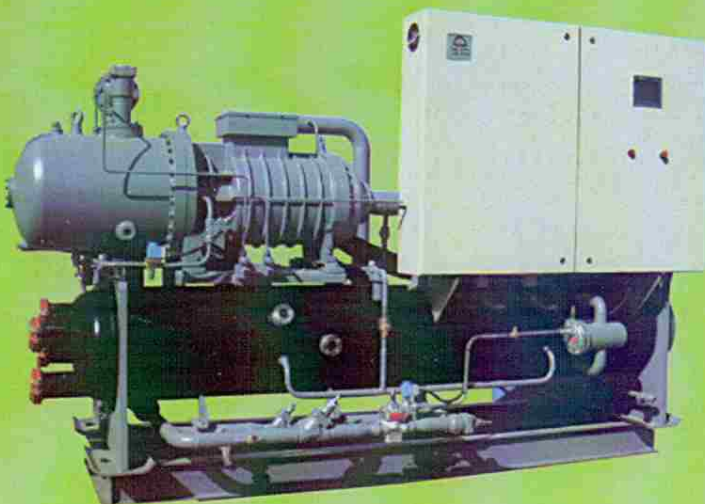
۶- به علت زیادتر شدن حجم روغن، نیاز به جداکننده روغن بیرونی نیز می باشد.

لازم به توضیح است که موارد ۶ و ۵ موجب افزایش قیمت دستگاه می گردد که با توجه به تعرفه برق و همینطور کاهش یافتن مصرف برق دستگاه و هزینه های جاری می تواند پس از مدت کوتاهی، هزینه اولیه بیشتر را توجیه پذیر کند.

آرش اویسی
بخش فنی



DX



FLOODED

محصولات شرکت ساری پویا



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

برای کسب اطلاعات بیشتر منتظر شماره
بعدخبرنامه داخلی ما باشید ...



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 سانتیگراد)



۶- چیلر جذبی شعله مستقیم
فلش (دو فصل)



۵- چیلر جذبی شعله مستقیم
(با سیکل سری یا موازی)



۴- چیلر جذبی دومرحله 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)

تعدادی از پروژه های اجرا شده شرکت ساری پویا در بخش بیمارستانی و درمانی



بیمارستان شرکت نفت - تهران



اورژانس شهدای تجریش - تهران



بیمارستان امام خمینی (ره) - تهران



توفیق دارو - تهران



بیمارستان سیدشهدا (ع) اصفهان - اصفهان



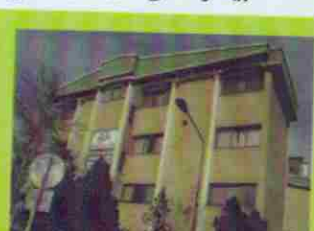
بیمارستان شهید بهشتی نوشهر



بیمارستان دنا - شیراز



بیمارستان حضرت معصومه(ص) - کرمانشاه



بیمارستان سینا - مشهد



بیمارستان شفا - خرم آباد



بیمارستان فوق تخصصی مادر و کودک غدیر



مرکز آموزش درمانی امام سجاد یاسوج



مرکز آموزش و درمانی زینبیه شیراز



خدمات پس از فروش

فروش پایان یک معامله نیست بلکه آغاز یک تعهد است، همیشه حق با مشتری است و...

این جملات بسیار زیبا به نظر میرسند و هر شخصی بعنوان مشتری در بسیاری از خریدهای خود با این دست جملات مواجه میشود ولی وقتی در عمل نیاز به خدمات پیدا میکنید در مواردی ممکن است نیازهای مشتری از خدمات ارائه شده برآورده نشود که این امر باعث مکدر شدن خاطر و ذهنیت مشتری نسبت به کل مجموعه شود.

با این مقدمه مشخص میشود که تبدیل این جملات از حالت شعار به عمل چقدر مهم و قابل توجه است واحد خدمات پس از فروش در تلاش برای رسیدن به این منظور با توجه به خط مشی مشتری

مداری، خود را موظف میدانند که در خدمات رسانی به بهترین نحو و راضی نمودن مشتریان، با تمام تلاش بکوشد و بصورت دوره ای بوسیله فرمهای نظرسنجی عملکرد خود را ارزیابی نماید.

با توجه به بیشتر شدن فروش و افزایش مشتریان، این بخش نیز به تناسب تلاشش را در چهارچوب ادب، احترام و صبر در راستای برآوردن نیازهای خدماتی مربوط به چیلرهای فروخته شده افزایش می دهد.

لذا در جهت ارتقای عملکرد و افزایش رضایتمندی از مشتریان گرامی درخواست می شود همیشه ما را با انتقادات و پیشنهادات سازنده یاری نمایید.

میزان رضایت مشتریان بر اساس نظرسنجی انجام شده ۹۸٪

نوید سلمانی
بخش خدمات پس از فروش

کلاس های آموزشی شرکت ساری پویا

شرکت ساری پویا از سال ۱۳۷۵ کلاس های آموزش بهره برداری خود را به طور مستمر و سالیانه در چندین مرحله برگزار می نماید. واحد آموزش پس از بررسی تعداد درخواست های آموزش رسیده از سوی کارفرماها و به حد نصاب رسیدن افراد (حدود ۳۰ نفر) و ظرف یک هفته قبل از تشکیل کلاس (طی فکس کتبی) تاریخ آموزش به آنان اعلام می نماید. این دوره ها عمدتاً در سه روز متوالی توسط مهندسیین مجرب شرکت ساری پویا در محل کارخانه آن شرکت برگزار می گردد. نفرات نگهدار دستگاه های چیلرهای شرکت ساری پویا نیز امکان شرکت در کلاسها را دارند. مطالبی که در این کلاس ها تدریس می شود عبارتند از:

روز اول: تاریخچه تهویه مطبوع، انواع روش های تولید برودت، خواص آب و لیتیموم بروماید، سیکل ساده چیلر جذبی، سیکل چیلر جذبی شرکت ساری پویا.

روز دوم: سیستم پرچ (وکیوم)، نحوه وکیوم کردن، نحوه روشن و خاموش کردن دستگاه، عیب یابی دستگاه های چیلر.

روز سوم: تابلوی برق، و قطعات کنترلی مربوط به چیلر، امتحان، بازدید از خط تولید و توضیحات بر روی یک چیلر ساخته شده.

در پایان دوره از نفرات شرکت کننده امتحانی گرفته می شود که در صورت کسب حد نصاب، مدرک بهره برداری محصولات ساخت شرکت ساری پویا به دانشجویان اهدا می گردد.

قابل ذکر است آبان ماه هر سال، کلیه پرسنل خدمات پس از فروش نیز به منظور ارتقاء سطح علمی و تجربه شان از آموزشهای تخصصی ویژه برخوردار می شوند.

آخرین کلاس برگزار شده ۳۰ اردیبهشت الی ۱ خرداد ۱۳۹۳ بوده است.



شعله ملک
بخش فنی



تهیه و تنظیم: نایریکا داناپور
گرافیک: نوید مختاری اسکی

ماندگاریم چون تولید کننده واقعی هستیم



منتظر پیشنهادات و انتقادهای شما هستیم

تهران - خ استاد مطهری - خ میرزای شیرازی - ک عرفان - پلاک ۱۶- واحد ۱۵
تلفن : ۸۸۷۱۵۲۵۱-۸۸۷۱۲۴۹۱
فکس : ۸۸۷۱۵۲۵۰
bultan@saripuya.com
www.saripuya.com