

A large-scale photograph of an oil refinery at night. The scene is filled with numerous tall distillation columns, complex piping systems, and storage tanks, all illuminated by bright yellow and orange lights. The background shows a dark sky with some distant lights.

■ عرضه ایرانول لیما با بسته بندی ۱۰ پوندی فلزی

■ آموزشگاه ایرانول ؛ شناخت روغن های ترانسفورماتور

■ گفتگو با عامل فروش محصولات ایرانول

■ خانواده موفق

مدیریت زمان

توانایی شما در مدیریت زمان به عنوان مدیر به اندازه هر کار دیگری، تعیین کننده موفقیت یا شکستتان است. زمان منبعی ضروری و غیرقابل جایگزین برای موفقیت است. نمی توان آن را پس انداز کرد یا زمان از دست رفته را بازیافت. هر کاری که باید انجام دهید نیازمند زمان است و هر چه از زمان خود بهتر استفاده کنید، موفق تر خواهید بود. میزان کنترلی که بر زمان و زندگی خود دارید، شاخصی مهم از میزان آرامش درونی، هماهنگی و سلامت ذهنی شما است. روش های مختلفی برای مدیریت زمان وجود دارد که روش های الف.ب.پ.ت. یکی از آنها است.

روش الف.ب.پ.ت.ت

مورد الف کاری است که باید حتما انجام دهید. موارد ب کارهایی هستند که بهتر است انجام شوند. قانون این است که تا وقتی یکی از موارد الف باقی مانده است، نباید سراغ موارد ب بروید. انجام دادن موارد پ را خوب است، اما هیچ گونه عواقب مثبت یا منفی ندارند. گفتگو با همکار، خوردن یک فنجان چای بیشتر یا چک کردن ایمیل کارهایی است که انجامشان خوب است و اغلب خوشایند و لذت بخش هستند، اما انجام دادن یا ندادنشان هیچ عواقب و اثری در میزان اثربخشی کاری شما ندارد. فعالیت ت کاری است که می توانید آن را به شخص دیگری واگذار کنید. قانون این است که باید هر کاری را که می توانید به دیگران واگذار کنید تا وقت آزاد بیشتری برای پرداختن به کارهای الف داشته باشید. مورد ث کاری است که باید آن را به طور کلی حذف کنید.

اصل پارتو

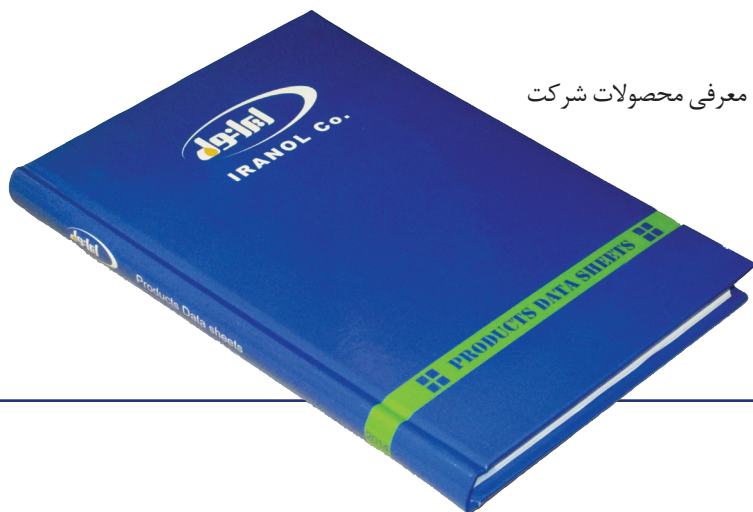
در سال ۱۹۸۵، اقتصاد دان ایتالیایی «ویلفردو پارتو» به این نتیجه رسید که قانون ۸۰ / ۲۰ را می توان در مورد پول، دارایی و انباشت ثروت در هر جامعه ای به کار برد. وقتی روز خود را با فهرستی از وظایف و مسئولیت ها آغاز میکنید، قبل از شروع کار، فهرست را به سرعت مرور کرده و ۲۰ کار مهمی که بیش از همه در دستیابی به مهم ترین اهداف کلی و جزئی کمک می کنند را انتخاب کنید. اگر در یک روز ۱۰ کار برای انجام دادن داشته باشید، دو مورد، بیش از مجموع بقیه کارها اهمیت دارد. توانایی شما در تعیین دقیق آن دو مورد و کار روی آن ها، تا حد زیادی تعیین کننده موفقیت شغلی تان است.

وقفه ها را کنترل و کارهایتان را دسته بندی کنید

وقفه های غیرمنتظره و بدون هماهنگی از مهم ترین تلف کننده های وقت در کسب و کار و صنعت هستند. این وقفه ها می تواند به شکل دریافت ایمیل، زنگ تلفن، باشند، پنجاه درصد زمان کار به گفتگوهای بیهوده با همکاران میگذرد. ملاقات کنندگان خارج از شرکت را به جای اینکه به اتاق خود بیاورید، به اتاق کنفرانسی جدا راهنمایی کنید. سپس در شروع گفتگو با لحنی مودبانه یک محدوده زمانی برای مذاکره مشخص نمایید. در هر کاری که انجام میدهید یک «منحنی یادگیری» وجود دارد. وقتی مجموعه ای از کارهای مشابه و یکسان را یکی پس از دیگری انجام میدهید، منحنی یادگیری به شما امکان میدهد تا زمان لازم برای انجام کار مشابه را تا ۸۰ درصد کاهش دهید. تماس ها و پیام های کمی وجود دارند که نمی توانند تا زمان مناسب برای پاسخگویی صبر کنند. هرگاه با کارمندان و زیردستان یا با رئیس و مشتریان جلسه دارید، تماس های دریافتی را در حالت انتظار قرار دهید.



انتشار جدیدترین نسخه کتابچه محصولات ایرانول



« به گزارش روابط عمومی به نقل از تبلیغات ؛ جدیدترین نسخه کتابچه معرفی محصولات شرکت به زبان انگلیسی منتشر شد.

این کتابچه توسط واحد تبلیغات و با همکاری واحد مهندسی محصول در ۲۰۸ صفحه طراحی و چاپ شده و در اختیار واحدهای مختلف شرکت قرار دارد.



عرضه ایرانول لیما با بسته بندی ۱۰ پوندی فلزی

سید محمدعلی هاشمی، مدیر بازاریابی و فروش شرکت نفت ایرانول از تولید گریس ایرانول لیما با بسته بندی ۱۰ پوندی فلزی خبر داد و افزود این محصول در ابتدای دی ماه سال ۹۳ تولید و به عنوان گریس چند منظوره پایه لیتیومی به بازار عرضه گردید. این گریس برای مصارف عمومی روانکاری بویژه در روانکاری چرخ ها، جعبه دنده ها و اتصالات تویی و مسطح وسایل نقلیه کاربرد دارد. محدوده دمای کارکرد وسیع، پایداری در برابر آب، مقاومت در برابر اکسید شدن در دمای بالا و پایداری مکانیکی عالی از ویژگی های این محصول می باشد. سابقاً این محصول در بسته بندی ۲ پوندی پلاستیکی تولید و به بازار عرضه شده بود و با توجه به درخواست مشتریان، بسته بندی ۱۰ پوندی فلزی این محصول نیز در برنامه تولید این شرکت قرار گرفت.



تقدیم به عزیزی که یاد و خاطرشان را همواره گرامی خواهیم داشت

◀◀ گرامیداشت چهارمین سالگرد درگذشت همکاران واحد فروش، شرکت نفت ایرانول

به گزارش روابط عمومی، در چهارمین سالگرد سقوط هواپیمای مسافربری ارومیه و واقعه تلخ درگذشت دو تن از همکاران واحد بازاریابی و فروش؛ مرحوم آرش پارسیا و مرحوم وحید چنگ میانی گروهی از همکاران با حضور بر سر مزار این عزیزان و عیادت از پدر مرحوم وحید چنگ میانی یاد و خاطره‌شان را گرامی داشتند، از خدا برای درگذشتگان طلب مغفرت و برای بازماندگان آرزوی صبر و سلامتی داریم.



شادروان مهندس وحید چنگ میانی

شادروان مهندس آرش پارسیا

اولین دوره از مسابقه فوتسال هلدینگ های شستا

◀◀ اولین دوره از مسابقه فوتسال هلدینگ های شستا در تاریخ ۱۷ دی ماه سال جاری در محل فدراسیون هندبال برگزار شد.



به گزارش روابط عمومی، این مسابقات به مناسبت دهه فجر با حضور ۸ تیم در دو گروه در تاریخ ۹۳/۱۰/۱۷ شروع گردید که در هفته اول مسابقات شرکت نفت ایرانول در مقابل شرکت دارو پخش قرار گرفت که این بازی با نتیجه ۳ بر ۲ به نفع تیم ایرانول به پایان رسید. تیم ایرانول در هفته آینده به مصاف شرکت سیمان فارس و خوزستان خواهد رفت.



شناخت روغن های ترانسفورماتور

گردآوری و تألیف:
حامد معماریان (رئیس فروش داخلی)

مقدمه

عملکرد و مشخصات عمومی روغن ترانس:

روغن در ترانسفورماتور سه نقش مهم ایفا می کند: خنک کنندگی، عایق الکتریکی و انتقال اطلاعات ترانسفورماتور. علاوه بر این نقشها، چندین عملکرد و خواص فرعی دیگر نیز از روغن انتظار می رود نظیر سازگاری با دیگر مواد و تجهیزات، پایداری در برابر پیری ترانس، عدم تداخل با برنامه های نگهداری و مانند آنها. به علاوه روغن باید کلیه شرایط لازم به جهت سلامتی، ایمنی و قوانین محیط زیستی را نیز برآورده نماید. مشخصات فیزیکی، الکتریکی و شیمیایی مرتبط با هر یک از نقش های فوق به شرح زیر می باشد:

مشخصات فیزیکی:

مشخصات فیزیکی که مباحث مربوط به ویژگی خنک کنندگی روغن ترانس در آن طبقه بندی می شود، مشتمل بر گرانروی - شاخص گرانروی - نقطه ریزش - نقطه اشتعال - دانسیته - کشش سطحی می باشد.

• از مشخصه های روغن ترانس خوب، پایین بودن گرانروی آن است زیرا هرچه گرانروی کمتر باشد، روغن به راحتی میتواند به عنوان یک سیال انتقال دهنده حرارت انجام وظیفه نماید. با توجه به اینکه جابجایی روغن در انتقال حرارت بسیار موثر است، حرارت تولید شده در داخل ترانسفورماتور به وسیله انتقال و جابه جایی روغن از عایق های جامد نزدیک هسته به روغن منتقل شده و این جریان روغن می باشد که قادر است هرچه زودتر این حرارت را به سطح خارج از ترانس رسانده و یا در رادیاتورها به وسیله تبادل حرارت، ترانس را خنک کند. عامل تعیین کننده در این عمل میزان گرانروی می باشد. هرچه قدر این مقدار کمتر باشد، این فرآیند به راحتی انجام میشود. در استاندارد IEC 296 روغنهای ترانس بر اساس گرانروی در ۴۰ درجه سانتیگراد به دو کلاس تقسیم می شدند:

• $\text{visc} > 16/5 \text{ cSt}$ ، $\text{visc} < 11 \text{ cSt}$ -2 در ویرایش جدید استاندارد IEC 60296، تنها یک کلاس برای گرانروی روغن با حداکثر 12 cSt در ۴۰ درجه سانتیگراد ذکر شده است.

• هرچه تغییرات گرانروی روغن در برابر تغییرات دما کمتر باشد، شاخص گرانروی (VI) بالا بوده و بالعکس هرچه این تغییرات زیاد باشد، نشان

دهنده شاخص گرانروی پایین است. در کاربرد خنک کنندگی، شاخص گرانروی پایین ترجیح دارد. به همین جهت، استفاده از روغنهای پایه نفتنیک با دارا بودن شاخص گرانروی پایین در ترانسفورماتور ارجح است.

• خواص دمای پایین روغنهای ترانس در مناطق سردسیر از اهمیت ویژه ای برخوردار است. این خواص عبارتند از نقطه ابری شدن، نقطه ریزش و گرانروی در ۴۰- درجه سانتیگراد. روغنهای نفتنیک در مقایسه با روغنهای پارافینیک به دلیل ساختار شیمیایی، نقطه ریزش پایین تری دارند. بر اساس استاندارد IEC 60296، نقطه ریزش باید از ۴۰- درجه سانتیگراد کمتر باشد.

• درجه حرارتی که در آن گازهای جمع شده در بالای روغن شعله ور می گردد را نقطه اشتعال گویند. به منظور رعایت اصول ایمنی، نقطه اشتعال روغن باید بالا در نظر گرفته شود. البته چون درجه حرارت روغن در زمان سرویس و بهره برداری خیلی پایین تر از نقطه اشتعال مجاز می باشد، اختلاف کم در عدد نقطه ی اشتعال اهمیت چندانی نخواهد داشت. بر اساس استاندارد IEC 60296، نقطه اشتعال باید از ۱۳۵ درجه سانتیگراد بیشتر باشد.

• دانسیته یا چگالی روغن باید با شرایط محیط بهره برداری ترانسفورماتور متناسب باشد. بنابر استاندارد، حداکثر دانسیته در دمای ۲۰ درجه سانتیگراد 0/895 gr/cm3 می باشد. دانستن چگالی روغن به منظور محاسبه وزن کل ترانسفورماتور و همچنین از نقطه نظر ممانعت از شناور شدن یخ در دمای پایین در مناطق سردسیر زمانی که آب آزاد موجود در روغن منجمد شود، اهمیت دارد.

روغن در حین کار که محصول اکسیداسیون می باشد، کشش سطحی معیار مهمی جهت تصمیم گیری در خصوص تعویض یا تصفیه شیمیایی روغن خواهد بود. این مقدار در روغنهای نو دست کم باید 40 mN/m باشد.

این آزمون در مورد سایر ویژگی های مهم روغن که به پالایش مربوط می شود، اطلاعاتی ارائه نمی کند. پایین ترین سطح مورد قبول برای این ولتاژ در اغلب استانداردها 30 KV اعلام شده است. با جدا سازی ذرات و آب از روغن، ولتاژ شکست قابلیت افزایش به 70 KV را نیز دارا می باشد.



• دستگاه اندازه گیری کننده ولتاژ شکست

• ضریب تلفات دی الکتریک (DDF) (Dielectric dissipation factor) یا تانژانت دلتا عبارتست از نسبت توان واقعی به توان ظاهری. افزایش این ضریب نشان دهنده کاهش خواص عایق سازی روغن است. تانژانت دلتا به مقدار مولکول های یونی و قطبی در داخل روغن بستگی دارد. در صورت پالایش خوب، این مقدار کم می شود. این پارامتر به آلودگی بسیار حساس بوده به طوری که مقادیر بسیار کم آلودگی در حد ppm هم تانژانت دلتا را تا محدوده غیر قابل قبول افزایش می دهد. آب به تنهایی بر این مشخصه اثر ندارد اما می تواند همراه با فرآورده های جانبی اکسیداسیون یا دیگر ناخالصی ها در شکل گیری ترکیبات پایدار، سهیم شده و سبب افزایش مقدار تانژانت دلتا گردد. مقدار معمول این پارامتر برای روغن نو، کوچکتر از 0/001 در دمای ۹۰ درجه سانتیگراد با روش آزمون IEC 247 می باشد.

در شماره بعد به شرح مشخصات شیمیایی روغن ترانس و نیز استانداردهای آن خواهیم پرداخت.

• کشش سطحی روغن نشان دهنده پایداری سطح بین روغن و آب است. این مقدار به میزان مولکولهای قطبی بستگی داشته و به محصولات اکسیداسیون بسیار حساس می باشد. بنابراین با شکل گیری لجن در

مشخصه الکتریکی:

که مباحث مربوط به ویژگی عایق الکتریکی روغن ترانس در آن طبقه بندی می شود، مشتمل بر به دو بخش استقامت دی الکتریک یا ولتاژ شکست و ضریب تلفات دی الکتریک (DDF) می باشد.

• ولتاژ شکست (Breakdown Voltage) یا مقاومت دی الکتریک معرف توانایی روغن برای تحمل تنشهای الکتریکی است. این خاصیت که مهمترین مشخصه الکتریکی روغن محسوب میشود، جامع بوده و مقدار اندازه گیری شده آن به نوع و تعداد ذرات معلق، مقدار آب محلول در روغن بستگی دارد. برای استفاده از روغن ترانسفورماتور به عنوان عایق، بایستی روغن عاری از رطوبت و ذرات ناخالصی معلق باشد. پائین آمدن مشخصه دی الکتریک ناشی از رطوبت و اجسام خارجی، باعث کم شدن ولتاژ شکست عایقی روغن میشود. بنابراین روغن باید عاری از هرگونه ناخالصی و به ویژه آب باشد. به روغن تمیز و رطوبت زدایی شده روغن خشک گفته میشود. روغن نو به دلیل پالایش دقیق آن، تقریباً عاری از آب و ناخالصی ها است و از این جهت، نگهداری آن اهمیت ویژه ای دارد. ناخالصی های روغن کارکرده به طور معمول شامل پوسته های فاسد شده پوشش تانک روغن، ذرات فیبر و کاغذ عایقی، ذرات روغن فاسد شده در سرویس و ... می باشند. ذرات آب جذب شده نیز در نتیجه رطوبت موجود در مخازن ذخیره و یا از طریق نفس کشیدن ترانسفورماتور و حتی به واسطه عمل اکسیداسیون روغن، به وجود می آید. جذب رطوبت توسط روغن، استقامت دی الکتریک آن را به میزان قابل ملاحظه ای پائین آورده و تلفات عایقی آن را بالا میبرد. بدلیل امکان جذب رطوبت در زمان حمل و نقل، ذخیره سازی و شارژ روغن در مراحل نصب و بهره برداری از ترانس، باید استقامت دی الکتریک روغن نو بیش از حد مجاز تعیین شده در جدول استاندارد در نظر گرفته شود تا در طول انجام آن مراحل، کیفیت روغن از این لحاظ، از دست نرود. معمول ترین روش آزمون برای اندازه گیری ولتاژ شکست، IEC 60156 و ASTM D1816 ذکر شده است. در این روش ها ولتاژ بین دو الکترود کروی که در فاصله ۲ تا ۲/۵ میلیمتری از هم قرار گرفته اند، با سرعت 2 KV/S تا جایی افزایش می یابد که شکست الکتریکی اتفاق افتد. ولتاژ این لحظه، به عنوان ولتاژ شکست ثبت می شود. این آزمایش در حقیقت نشان دهنده میزان استقامت الکتریکی عایق روغن است. با توجه به وابستگی این مشخصه به مقدار ذرات معلق و آب موجود در روغن، حتی روغنهایی که به طور مناسب هم پالایش نشده اند، ممکن است از ولتاژ شکست بالایی برخوردار باشند. بنابراین



تمدید گواهی نامه سیستم مدیریت کیفیت صنعت خودروسازی (ISO/TS16949)

« شرکت نفت ایرانول در سال ۱۳۹۲ با پیاده سازی الزامات استاندارد مدیریت کیفیت صنعت خودروسازی (ISO/TS16949) و کسب آمادگی های لازم موفق به کسب این استاندارد از شرکت DQS آلمان گردید.

به گزارش روابط عمومی به نقل از واحد توسعه سیستم ها ، ممیزی مراقبتی گواهینامه مدیریت کیفیت صنعت خودروسازی (ISO/TS16949) توسعه شرکت DQS ایران در تاریخ های ۱۸ تا ۲۰ آبان ماه ۱۳۹۳ و در ادامه نیز، ممیزی پیگیری مورخ ۲۰ و ۲۱ دی ماه سال جاری در سازمان انجام گردید و سازمان موفق به تمدید گواهینامه سیستم مدیریت کیفیت صنعت خودروسازی گردید.

مهندس احمد محمدی بوساری؛ مدیر عامل ضمن تشکر و قدردانی از تمامی همکارانی که در این ممیزی حضور فعال داشته اند، دریافت این گواهینامه را ایجاد زبانی مشترک مابین سازمان و خودروسازان دانسته و تاکید نمودند که این گواهینامه باعث نزدیک تر شدن محصولات سازمان و خودروسازان دانسته و تاکید نمودند تمدید این گواهینامه باعث نزدیک تر شدن محصولات سازمان با خواسته و انتظارات مشتریان صنعت خودروساز خواهد گردید.

 CERTIFICATE		
This is to certify that		
 IRANOL OIL CO. Tondguyan Blvd., Qom Old Road Tehran - Iran	has implemented and maintains a Quality Management System. Scope: Design and Production of Automotive Oils An audit, conducted and documented in a report, has verified that this quality management system fulfills the requirements of the following ISO Technical Specification: ISO/TS 16949 : 2009 (with product design)	
Certification decision 2013-10-20 This certificate is valid until 2016-10-19 Certificate Registration No. 467726 TS09 IATF No. 0172345 Frankfurt am Main, Germany 2013-10-20	 2-IAO-QMC-01001	
DQS GmbH <i>G. Blechschmidt</i> Götz Blechschmidt Managing Director		
Member of 		
IATF Contract Office: DQS GmbH, August-Schanz-Straße 21, 60433 Frankfurt am Main		



گفتگو با مدیر فروش شرکت بازرگانی بارز پخش کرمان

مهرزاد رمضانی زاده

• سمت: مدیر فروش

• حوزه فعالیت: استان کرمان

• تعداد دفاتر و انبار:

یک دفتر و یک انبار بصورت مسقف و روباز

• تعداد پرسنل: ۹ نفر

• همکاران اصلی:

مجید نظری (کارشناس فروش) - میلاد نظری (کارشناس فروش و

امور حسابداری) - ناصر ایرانمنش (مدیر انبار)

• تعداد خودروها:

یک دستگاه وانت نیسان - یک دستگاه کامیونت ایسوزو ۸ تن

“

از افتخارات ما توزیع محصولات ایرانول در سبد کالای این شرکت است و این مهم حاصل نمی شود مگر به عملکرد و مشتری مداری شرکت ایرانول که منافع مصرف کننده و عاملین فروش مد نظر مدیران آن نهاد محترم قرار گیرد

”

شما خودتان به عنوان یک مصرف کننده چه معیارهایی را در انتخاب روغن موتور مد نظر قرار می دهید؟

« کیفیت مهمترین اصل در انتخاب می باشد، من شخصا در مرحله اول به کیفیت محصول و در مرحله ی دوم به قیمت محصول توجه می کنم.

فروش کدام محصولات ایرانول در منطقه شما بیشتر است؟
« بدون اغراق می توان گفت که محصولات ایرانول نسبت به سایر محصولات فروش خوبی دارند، ولی با توجه به حوزه ی فعالیت ما در محصولات بنزینی؛ ایرانول ۶۰۰۰، ایرانول ۸۰۰۰، ایرانول ۱۲۰۰۰ و ریسینگ و در بین محصولات دیزلی؛ ایرانول D9000 و ایرانول D17000 بالاترین فروش را به خود اختصاص داده اند.

توصیه شما برای فروش محصولات بیشتر و موفق تر ایرانول چیست ؟

« کنترل بازار از لحاظ قیمت، اعطای تسهیلات در امر خرید به عاملین که مهم ترین آن شامل زمان پرداخت می باشد، کنترل و بررسی بیشتر جهت اعطای عاملیت نسبت به منطقه جغرافیایی هر استان، تبلیغات گسترده.

از چه زمانی و چه موضوعی باعث اخذ عاملیت شرکت نفت ایرانول شد؟

« فعالیت و همکاری ما با شرکت نفت ایرانول از سال ۱۳۸۴ با توزیع شهری آغاز شد. با توجه به کیفیت و تنوع محصولات و شرایط متفاوت نسبت به سایر رقبا از سال ۱۳۸۸ با دریافت کد عاملیت رسماً شروع به فعالیت کردیم.

آیا مشتریان خودشان برند ایرانول را انتخاب می کنند و یا به توصیه شما در این زمینه توجه می کنند؟

« در روزهای اول فعالیت مشتریان محصولات ایرانول را با پیشنهاد و معرفی شرکت ما خریداری می کردند ولی پس از گذشت مدت کوتاهی با توجه به کیفیت خوب محصولات ایرانول و در دسترس بودن آن ، خود مشتریان محصولات ایرانول را در اولویت انتخابشان قرار می دادند.

شما چطور مردم را با محصولات ایرانول آشنا کردید؟

« مردم و مصرف کنندگان از قدیم الایام با برند ایرانول آشنا بودند و به دلیل اعتمادی که به کیفیت محصولات ایرانول داشتند ، انجام این عمل کار را برای ما آسان کرده بود در حقیقت کار سختی نبود.





سخن آخر:

«از افتخارات ما توزیع محصولات ایرانول در سبد کالای این شرکت است و این مهم حاصل نمی شود مگر به عملکرد و مشتری مداری شرکت ایرانول که منافع مصرف کننده و عاملین فروش مد نظر مدیران آن نهاد محترم قرار گیرد و پرواضح است هر کالایی که دارای کیفیت و مرغوبیت می باشد باید به صورت پر رنگ تبلیغ شود تا مصرف کننده از وجود این محصول استاندارد مطلع شده و نسبت به انتخاب و خرید آن اقدام نماید.»

در خصوص تبلیغات مشارکتی هم با ایرانول همکاری داشته اید؟
«بله.»

در خصوص تبلیغات شرکت ایرانول چه نظر یا پیشنهادی دارید؟

«اگر روند تبلیغات گسترده ایرانول طبق روال سالهای گذشته انجام شود در روند فروش تاثیر بسزایی خواهد داشت.»

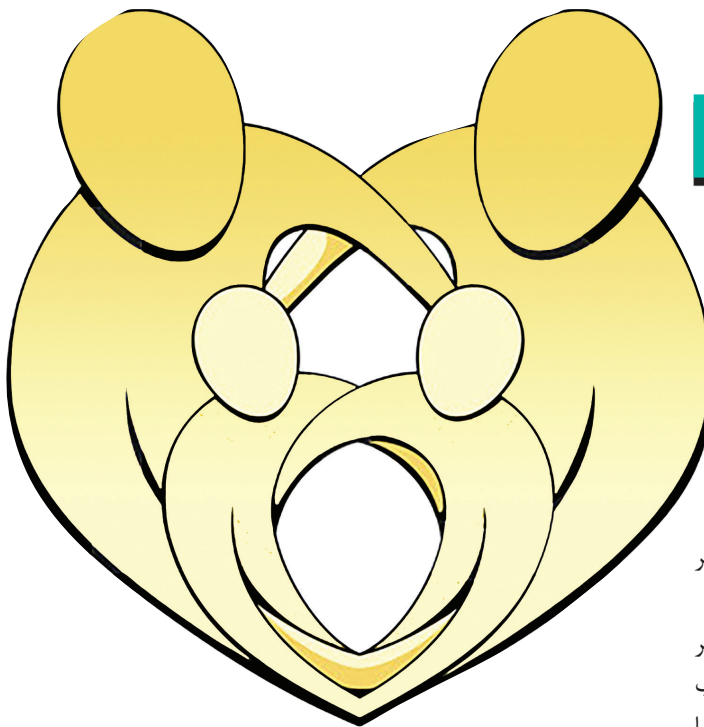


خانواده موفق

مقدمه

درباره عبارت «خانواده موفق» چه تعریفی به ذهنتان می رسد؟ مثلاً خانواده ای که تمام اعضای آن مودب باشند و خوب تربیت شده باشند؟ خانواده ای که فرزندان آن به موفقیت های بزرگ رسیده باشند؟ خانواده ای که ارتباط متقابل و پیوستگی میان اعضای آن، کل خانواده را به یکدیگر متصل کند به نحوی که سلامت یکی برای همه مهم باشد و مشکل یکی مشکل بقیه باشد؟ خانواده ای که ارتباط صمیمی و نزدیک با هم داشته باشند، یکدیگر را تقویت و تأیید کنند و به پیشرفت هم کمک کنند؟ خانواده ای که محبت، تشویق، پذیرش و احترام متقابل در آن مشاهده شود؟ خانواده ای که شادی، رضایتمندی، عشق و علاقه در آن وجود داشته باشد؟

بله، تمام این موارد تعریفی از یک خانواده موفق است. شاید با توجه به این تعاریف، شما تصور کنید که داشتن خانواده موفق خواب و خیالی بیش نیست، اما برای داشتن خانواده ای موفق ۵ عامل وجود دارد که اگر بتوانید آن ها را اجرا کنید، می توانید امیدوار باشید.



عامل اول: ایجاد یک نظام خانوادگی مبتنی بر محبت و پذیرش

اولین نیاز روحی هر فرد نیاز به تأیید شدن و پذیرش است، به این معنا که فرد نیاز دارد به کسی یا چیزی احساس تعلق داشته باشد. آیا تا به حال به این مسئله فکر کرده اید که چرا بعضی بچه ها به یک گروه خاص متعهد و پایبند هستند؟ علت آن تأمین نیاز عاطفی، ابراز وجود و تعلق خاطر افراد در این گروه هاست. شما مطمئن باشید که اگر نیاز فرزندان تان به تأیید و پذیرش در خانواده تأمین نشود، آن ها برای برآورده شدن این نیاز به هر جایی پناه خواهند برد، ولی اگر شما نمی خواهید که فرزند تان به جایی غیر از خانواده دل بسته شود، تلاش کنید تا این موارد را رعایت کنید:

- در برنامه خود تجدیدنظر کنید یا از برخی کارهای خود صرف نظر کنید تا بتوانید وقت بیشتری را در کنار فرزندان تان باشید. مثلاً آخر شب برای فرزندان قصه بخوانید یا یک هفته در شب را با هم فیلم تماشا کنید یا آخر شب با هم بازی کنید.

- به فرزندان کمک کنید تا برای خود هدف داشته باشد و به این اهداف برسد. داشتن برنامه باعث می شود تا کودک و نوجوان شما بسیاری از کارهای باطل را انجام ندهد. اما در این مسیر مراقب باشید که کودکان را به راهی هدایت کنید که در مسیر استعدادها و علایق او باشد.
- همواره باید تلاش کنید تا به کارهای درست فرزندان تان هم توجه داشته باشید چرا که توجه دائمی والدین به کارهای نادرست فرزندان، باعث کاهش عزت نفس و اعتماد به نفس فرزندان می شود؛ بنابراین گاهی هم فرزندان تان را به خاطر کارهای درستی که انجام

میدهند، تشویق کنید.

- گاهی هم فکر کنید که علت بدرفتاری کودکان، از روی قصد و نیت بدخواهی نیست؛ برای مثال اگر کودک شما روی دیوار نقاشی می کشد شاید واقعا نمی دانسته که نباید این کار را انجام دهد بنابراین شما نباید فکر کنید که او بچه بدی است و او را سرزنش کنید.
- جلوی چشم فرزندان، با یکدیگر جر و بحث نکنید چرا که آن ها نباید نگران وضعیت خانواده باشند. نباید نگران از هم پاشیدن خانواده باشند و شاید آن ها خودشان را مقصر این وضع بدانند و برای همین تلاش کنند تا وضعیت را درست کنند؛ بنابراین شما می توانید به جای



• با هم عبادت کردن یا شرکت در مراسم عزاداری ها و سوگواری ها هم می تواند به عنوان یکی از رسوم خانوادگی در نظر گرفته شود. این کار باعث ارتباط، پیوستگی و تعلق خاطر اعضای خانواده می شود.

عامل چهارم: در روابط خود نقشی فعال داشته باشید

• نتایج پژوهش ها نشان داده است که میزان مشکلاتی که فرزندان یک خانواده دچار آن می شوند با میزان ارتباط کلامی اعضای خانواده، در ارتباط است و به عبارت دیگر هر چه گفت و گوها در خانواده کمتر باشد میزان مشکلات هم بیشتر خواهد شد. بنابراین تلاش کنید تا در محیط خانه فقط درباره مشکلات صحبت نکنید و فقط زمانی که از دست یکدیگر دلگیر هستید، با یکدیگر حرف نزنید بلکه تلاش کنید تا درباره هر موضوعی حتی موضوعات کم اهمیت و خوب هم صحبت کنید.

• به علایق فرزندان احترام بگذارید و سعی کنید تا آن جا که با عقاید و ارزش های خانوادگی شما در تضاد نیست، آن علایق را بپذیرید و به آن ها احترام بگذارید.

• درباره موضوعات حساسی مانند مذهب یا سیاست صحبت کنید و به فرزندان اجازه دهید تا عقایدش را ابراز کند و یاد بگیرد چطور ارتباط برقرار کند. فراهم کردن این فرصت به کودکان اجازه می دهد تا اعتماد به نفسشان تقویت شود و مهارت های ارتباطی آن ها افزایش یابد.

عامل پنجم: مقابله با بحران ها را یاد بگیرید

• آرامش خود را حفظ کنید، چرا که با حفظ کردن آرامش خودتان به دیگر اعضای خانواده هم آرامش و امنیت خاطر می دهید.

• سعی کنید به جای سرزنش کردن دیگران، مشکل را حل کنید برای مثال هنگام بروز بحران و مشکلات، اعضای خانواده را سرزنش نکنید و فقط تلاش کنید مشکل را حل کنید. با این کار هم مشکل حل می شود و هم با سرزنش و تنبیه یک نفر موجب گوشه گیری و انزوای او نمی شوید و دفعه بعد هم اگر دچار مشکل شد آن را از شما پنهان نمی کند.

• سعی کنید وضعیت خانواده را تا حد ممکن، عادی نگه دارید و با این کار سبب آرامش و ثبات اعضای خانواده خود شوید.

• تلاش کنید تا آن جا که ممکن است، نگران آینده نباشید و به خودتان اطمینان دهید که همان طور که مشکلات گذشته را حل کرده اید پس می توانید این مشکل را هم حل کنید.

جر و بحث کردن با داشتن رفتارهای موقر و محترمانه درباره مسائل مورد اختلافات صحبت کنید تا کودکان بفهمند والدین مشکلاتشان را از راه درست حل می کنند و از این طریق می آموزند که در آینده با مشکلاتشان چطور برخورد کنند.

عامل دوم: نظم مشخص زندگی

• یکی از راه های برخورداری زندگی از یک نظم مشخص، این است که هر برنامه در خانواده دارای نظم است. برای مثال ساعت خواب مشخص است مثل ساعت غذا خوردن، ساعت تماشای تلویزیون و ...

• فرصتی را برای با هم بودن در نظر بگیرید. برای مثال انجام مسابقات خانوادگی یا حل جدول یا انجام فوتبال _ کمک کردن به افراد درمانده به عنوان یک کار داوطلبانه می تواند به زیبا شدن آهنگ زندگی شما کمک کند. ضمن آن که احساس همدلی را در کودک شما افزایش می دهد.

• درباره ارزش های خانوادگی خودتان صحبت کنید و آن ارزش ها را با خودتان مرور کنید؛ برای مثال خانواده ما هیچ وقت دروغ نمی گویند، هیچ وقت دزدی نمی کنند، دیگران را مسخره نمی کنند و...



عامل سوم: رسم و رسوم خانوادگی

• رسم و سنت خانوادگی مانند گرمی داشتن روز تولد افراد خانواده که احساس تعلق و پیوند ما را نسبت به خانواده زیاد می کرد. شما هم می توانید با انجام چنین کارهایی خانواده خود را در مسیر لذت و شادی قرار دهید. یکی از کارهای دیگری که می توانید انجام دهید این است که داستان های خانوادگی تعریف کنید.



iranol.ir



شرکت نفت ایرانول

IRANOL Royal

ما رقابت می کنیم تا شما برنده باشید



www.iranol.com

چاشنی‌های فروش

مولود رضایانه • کارشناس تحقیقات بازار

مقدمه



ای. جی مک کارتی^۱ در کتاب ارزشمند خود با نام بازاریابی مقدماتی به تشریح هر یک از عناصر ۴P (محصول، قیمت، توزیع، ترفیع) می‌پردازد. به اعتقاد وی، اثر بخشی استراتژی بازاریابی سازمان وابسته است به ارائه کالاهای با کیفیت و مطلوب، توزیع آن کالاها در بازارهای مناسب با در نظر گرفتن تسهیلات در ارائه به مشتریان هدف و علاقمندان به محصول، انتخاب مناسب ترین قیمت با توجه به ارزش آن کالا و در نظر گرفتن قیمت گذاری رقبا. اما قدرت اصلی یک سازمان، در فعالیتهای ترفیع و معرفی کالاها و خدمات خود به بازار است. اکنون ببینیم مفهوم واقعی فعالیتهای ترفیعی و پیشبرد کالا چیست؟ ترفیع و پیشبرد کالا در بازار می‌تواند به اشکال مختلفی نظیر تبلیغات، روابط عمومی و غیره صورت گیرد. در این مقاله به بررسی مختصر چاشنی‌های فروش به عنوان یکی از ابزارهای فعالیتهای ترفیعی و پیشبرد فروش خواهیم پرداخت.

۱. E. J. Maccarthy. مفهومی آمیخته بازاریابی برای اولین بار در دهه ۱۹۵۰ به وسیله نیل بردن معرفی شد. مدل وردن توسط جرومی مک کارتی دنبال شد و به 4p معروف گشت. 4p عبارتست از هرنوع اقدامی که شرکت بتواند برای کالای خود و به منظور تحت تاثیر قرار دادن تقاضا، انجام دهد.

تعریف چاشنی‌های فروش چیست؟

هدایای تبلیغاتی به عنوان یکی از چاشنی‌های فروش شناخته شده دسته‌ای از اشیاء یا محصولات تزئینی و طراحی شده‌ای هستند که سازمانها و شرکتها با هدف معرفی و پیشبرد فروش محصولات، خدمات و برنامه‌هایشان به مشتریان و مخاطبان عرضه می‌کنند. استفاده موثر از این کالاها می‌تواند میزان آگاهی و شناسایی نام و نشان تجاری را تقویت کند، فروش شرکت را چندین برابر سازد، سطح وفاداری مشتریان را افزایش دهد، و انگیزش و تعهد کارکنان را تقویت نماید. به علاوه هدایای تبلیغاتی، ابزارهایی قدرتمند در جهت تبدیل یک مبارزه تبلیغاتی معمولی به یک «بمب تبلیغاتی» در بازار می‌باشند.

اولین و مهم ترین گام در جهت اجرای برنامه پیشبرد فروش، درک عمیق و پذیرش این واقعیت است که: مشتریان فعلی و بالقوه تان به شما نیاز دارند. همواره با این رویکرد به مشتریان بالقوه خود بنگرید که با فعالیتهای خود به آن‌ها لطف می‌کنید و به یاری آنها می‌شتابید. شما با استفاده از هدایای تبلیغاتی بر پایه چنین رویکردی به مشتریان



بالقوه خود، یادگاری‌های کاربردی را هدیه می‌دهید که می‌توانند با حفظ، نگهداری و استفاده مستمر از آن‌ها، کالاها و خدمات و نام و نشان تجاری شما را به یاد آورند. هیچ مشتری ای، آگهی چاپی، یا نامه‌های تبلیغاتی شرکتها را نزد خود نگه نمی‌دارد، اما ارائه یک تقویم که اطلاعات تماس با شما بر روی آن درج شده باشد می‌تواند در تمام طول سال، شما را در یک قدمی مشتریان نگه دارد. جاسویچی یکی از هدایایی است که می‌تواند به راحتی نام شما را در ذهن مشتریان حک کند. حتی زمانی که مشتریان با اضطراب به دنبال خودکاری برای نوشتن اطلاعات مهم هستند و خودکار هدیه شده از طرف شما را در گوشه‌ای از کیف خود می‌یابند، شما نقش یک ناجی را بازی کرده اید و در عین حال اصلی ترین نکات را در مورد شرکت خود به آن‌ها ارائه کرده اید. هزینه هر بار تاثیر گذاری هدایای تبلیغاتی میتواند بسیار اندک و ناچیز باشد. یکی از عواملی که در تعیین هزینه هر بار تاثیر گذاری بر مشتریان برای هر ابزار تبلیغاتی باید مورد توجه قرار گیرد، تعداد دفعات رویارویی با آن است که می‌تواند این هزینه را به شدت کاهش دهد. انجمن بین المللی هدایای تبلیغاتی، برترین انجمن تحقیقاتی در این صنعت در سال ۱۹۹۸ با نظر سنجی از ۸۳۹ تن از صاحبان کسب و کار، در خصوص قدرت و تاثیر گذاری هدایای تبلیغاتی به نتایج جالبی در این زمینه دست یافت. در حدود ۹۵٪ از پاسخ‌گویان اظهار داشتند که از انواع هدایای تبلیغاتی برای پیشبرد فروش خود استفاده می‌کنند. این انجمن در سال ۲۰۰۵ اعلام کرد که تنها در آمریکا در این سال ۱۸ میلیارد دلار هزینه صرف تهیه هدایای تبلیغاتی شده است. براساس تحقیقات انجمن مذکور ۷۳٪ از دریافت کنندگان هدایای تبلیغاتی عنوان داشتند که حداقل یکبار در هفته از آن استفاده





می کنند. این وضعیت در مورد نیمی از این افراد حداقل یکبار در روز است. ۵۵٪ پاسخگویان معمولاً هدایای تبلیغاتی دریافت شده را برای مدتی بیش از یکسال استفاده می کنند، ۲۲٪ از این پاسخگویان حداقل ۶ماه آن را نگه داری می کنند.

چگونه یک برنامه بازاریابی واستراتژی مناسب را در بکارگیری جاشنی های فروش انتخاب کنیم؟

بسیاری از صاحبان کسب و کار، به اشتباه بر این باورند که تنها با درج آگهی تبلیغاتی خود در یک روزنامه یا با پخش یک پیام تبلیغاتی از طریق شبکه های رادیو و تلویزیون، مشتریان به طور خودکار گروه گروه برای خرید کالا و خدمات آنها مراجعه خواهند کرد. شاید این نکته تا حدودی صحیح باشد اما صدها یا هزاران نفر از مشتریان بالقوه، هرگز با این روش، اطلاعی در مورد محصول یا کسب و کار شما نخواهند یافت. به همین دلیل، طراحی یک برنامه یکپارچه بازاریابی به منظور حصول

اطمینان از اثربخشی، جامعیت و کنترل هزینه ها ضروری است. به خاطر داشته باشد که هدف شما تنها جذب و حفظ گروه ثابتی از مشتریان وفادار نیست، بلکه باید در صدد افزایش تعداد مشتریان خود از طریق شناسایی، جذب مشتریان جدید و بدین ترتیب کاهش مخاطره ناشی از تحولات در محیط بازار برکسب و کار خود باشید. از جمله مواردی که در تدوین برنامه های بازاریابی خود میتوانید لحاظ کنید عبارتند از:

۱- جذب مشتریان جدید با ارسال هدایا ۲- حفظ مشتریان فعلی با اجرای برنامه های قدرانی ۳- افزایش تعداد خرید مشتریان با هدف ارتقای سطح فروش ۴- ترغیب مشتریان فعلی به توصیه محصولات و خدمات به اعضای خانواده، دوستان و نزدیکان با استفاده از برنامه توصیه مشتری ۵- چندین برابر کردن درآمدها با استفاده از هدایا و ایده های تبلیغاتی جدید و... اما باید توجه داشت که انتخاب استراتژی ها برای فعالیت های پیشبرد فروش تاحدودی چالش برانگیز است. طراحی استراتژی های موثر، نیازمند نوآوری و خلاقیت است. به بیان دیگر این استراتژی است که فعالیتهای پیشبرد فروش شمارانزد مشتریان معرفی و ترویج می نماید. توجه داشته باشید که طراحی تاکتیکهای اجرای پیشبرد فروش باهدفهای تعیین شده شما وابستگی شدیدی دارد. برای روشن شدن مطلب، برخی از نمونه تاکتیکهای منطبق باهدفهای برای اجرای موفق فعالیتهای پیشبرد فروش در ذیل آمده است:

هدف ها	تاکتیک ها
افزایش حجم فروش	ارائه هدایا و مشوقهای تبلیغاتی برای سفارشهایی که از حجم بالایی برخوردارند
کاهش موجودی زائد و برهزینه انبار	ارائه این کالاها به عنوان هدیه تبلیغاتی در ازای خرید کالای دیگر
پاداش دهی و حفظ مشتریان فعلی	ارائه برنامه تقدیر از مشتریان، ارسال نامه های قدرانی، ارائه هدیه تبلیغاتی یا گزینه ای جذاب در ازای دریافت سفارش بعدی
ترغیب مشتریان برای خرید مجدد	پیشنهاد ارائه هدیه تبلیغاتی در ازای دریافت سفارش بعدی
جذب خریداران کنجکاو برای اولین بار	ارائه هدیه تبلیغاتی به خریدارانی که برای اولین بار کالایی سفارش داده اند
افزایش تعداد مشتریان	ارائه هدایای تبلیغاتی یا گزینه های جذاب به مشتریان یا کارکنانی که با توصیه و معرفی کالا به دیگران، مشتریان جدید را برای خرید ترغیب می کنند
افزایش فروش کالا یا خدمات جدید	ارائه هدایای تبلیغاتی رایگان در ازای خرید کالا یا خدمت جدید، ارائه هدایای تبلیغاتی رایگان به عنوان پاداش خرید برای کارکنان

خلاصه ارائه شده است، لازم به ذکر است پیش از هر اقدامی ابتدا باید مجموعه کاملی از اطلاعات مشتریان فعلی و آتی خود تهیه نمایید. این بانک اطلاعاتی باید شامل اطلاعاتی نظیر تاریخ تولد، سالگرد ازدواج، تعداد و سن فرزندان و... باشد تا با توجه به گروه هدف مورد نظر بتوان هدایای تبلیغاتی مرتبط با آن را طراحی نمود. برای مثال اگر شما در صنعت روغن موتور مشغول به فعالیت و کسب و کار هستید، اتوسرویسکارها یک بخش از مشتریان شمارا تشکیل می دهند. شما میتوانید با جمع آوری اطلاعات و مشخصات این گروه از مشتریان خود، هدیه ای تاثیرگذارتر را برگزینید.

برای اجرای فعالیت پیشبرد هدف ابتدا باید تصمیم بگیرید که کدام هدایای تبلیغاتی را برای مشتریان بالقوه ارائه خواهید کرد. این هدایا باید برای مشتریان جذاب باشد و آن ها را برای اجرای این برنامه ها تحریک کند. هنگام انتخاب هدایای تبلیغاتی توجه به موارد ذیل ضروری است:

۱- ویژگیهای گروه هدف ۲- هدایا و مشوقهای تبلیغاتی رقبا ۳- برآورد هزینه ها و منافع این اقدام ۴- همبستگی بین برنامه های پیشبرد فروش، هدفها و هدایای تبلیغاتی. در اینجا برای یاری شما در انتخاب گزینه ها با توجه به گروههای هدف مجموعه ای از پیشنهادها به صورت

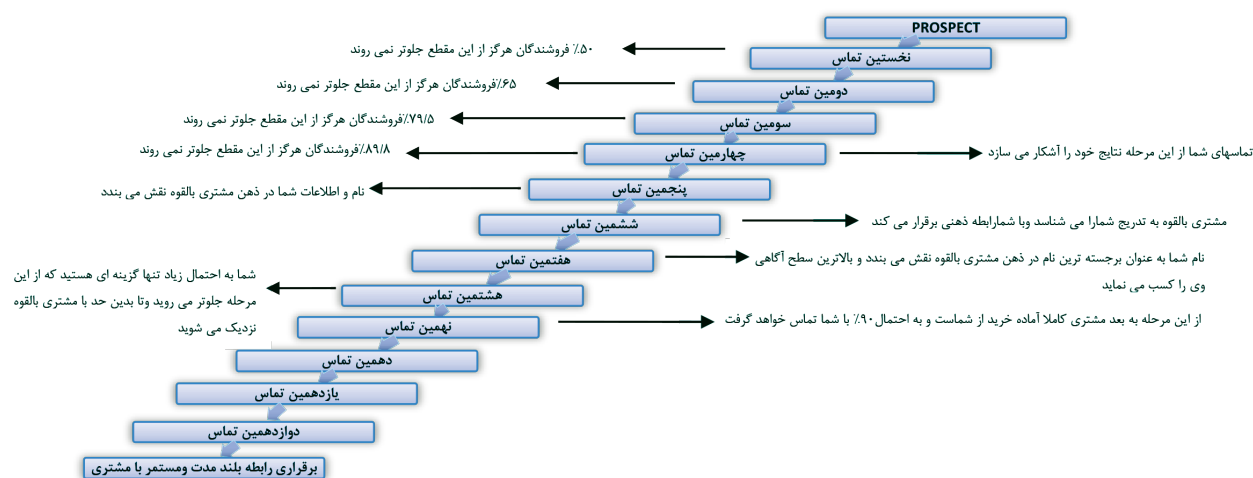
گروه هدف	برخی از ایده های تبلیغاتی
ایده هایی به منظور ترغیب والدین نوزادان یا خرد سالان	آلبوم عکس کودک- لوازم بهداشتی کودک- کتابهای آموزشی و مجلات و...
ایده هایی در مورد هدایای تبلیغاتی برای آقایان	دوربین- ابزارآلاتی- ساعت مچی- کیف و چمدان- کلاه ورزشی- لوازم الکترونیکی و...
ایده هایی در مورد هدایای تبلیغاتی برای خانمها	تزیینات و کالاهای تزئینی- شکلات و شیرینی جات- جواهرات- جعبه کمکهای اولیه و...
ایده هایی در مورد هدایای تبلیغاتی برای جوانان و نوجوانان	لوازم التحریر- لباس و تجهیزات شنا- بلیط تماشای برنامه های ورزشی یا فرهنگی و...
ایده هایی در مورد هدایای تبلیغاتی برای مدیران و صاحبان کسب و کار	ماشین حساب- انواع ساعت- کیف لپ تاب- تجهیزات سفری و...
ایده هایی در مورد هدایای تبلیغاتی برای افراد شاغل در محیطهای باز	چراغ قوه- فلاسک- تخت خواب سفری- چادر سفر و...

همچنین نحوه اجرای فعالیتهای پیشبرد فروش نیز از اهمیت بالایی برخوردار است، اسکات، ۴ اصل کلیدی در خلق یک فعالیت تبلیغاتی به یاد ماندنی و با ارزش را چنین معرفی می کند:

۱- تکرار ۲- شدت ۳- ارزش به لحاظ هم خوانی و تداعی معانی ۴- ایده های ابتکاری.

نمودار زیر بر اساس یافته های مطالعاتی از شرکتهای تحقیقات بازاریابی تهیه شده است. نکته اصلی در این نمودار این است که شرکتهای میتوانند با اطلاع رسانی و حفظ ارتباطات بلند مدت با مشتریان بالقوه، سطح آگاهی از نام و نشان تجاری خود را افزایش دهند و آنها را برای مراجعه به منظور کسب اطلاعات بیشتر ترغیب کنند.

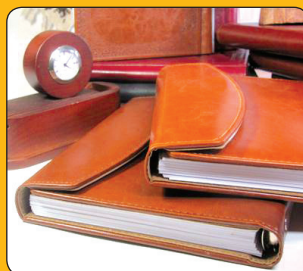
زمانی که در مورد هدایای تبلیغاتی برای فعالیتهای پیشبرد فروش خود تصمیم می گیرید باید قبل از هر چیز فعالیتهای رقبای اصلی خود را شناسایی کنید. در اینجا شما با دو رویکرد متفاوت مواجه خواهید بود. در رویکرد اول هدایای شما باید در راستای تکمیل هدایای رقبای باشد. برای مثال اگر هدیه تبلیغاتی رقیب شما پیراهن ورزشی است هدیه شما میتواند بلوز و شلوار گرمکن ورزشی باشد. اما در رویکرد دوم هدایای تبلیغاتی شما باید گزینه هایی کاملاً متفاوت از رقبای انتخاب شوند برای مثال اگر هدیه تبلیغاتی رقیب شما پیراهن ورزشی است هدیه شما میتواند ماشین حساب باشد. فراموش نکنید هدایای تبلیغاتی خود را به تجربه ای تکرار نشدنی برای مشتریان در آورید.



کاربردهای چاشنی های فروش و مزایای آن:

همانگونه که گفته شد از چاشنیهای فروش میتوان به عنوان یکی از ابزارهای قدرتمند پیشبرد فروش بهره جست، در جدول زیر به صورت خلاصه به برخی از این کاربردها اشاره شده است:

مزایا	کاربردها
استفاده از هدایای تبلیغاتی جذاب به عنوان مکمل تبلیغات به سرعت مشتریان بالقوه را به خریداران تبدیل می کند	افزایش اثر بخشی تبلیغات با استفاده از هدایای تبلیغاتی
با اعطای هدایای تبلیغاتی جذاب و برپایی قرعه کشی در غرفه نمایشگاهی خود، بازدیدکنندگان بیشتری را به سوی خود جذب کنید	بازاریابی با بهره گیری از نمایشگاههای تجاری
با اعطای هدایای تبلیغاتی حاوی اطلاعات شرکت، نام خود را در ذهن بازدیدکنندگان زنده نگه دارید	هدایای تبلیغاتی و روابط عمومی
با استفاده از خلاقیت و اعطای هدایای نوآورانه، مردم را برای بازدید از غرفه خود فراخوانید	تعالی منابع انسانی سازمان با کمک ابزارهای تبلیغاتی
از رویدادهای ملی و منطقه ای که در حوزه های اجتماعی، بهداشتی و سلامت جامعه متمرکز هستند، فعالیتهای روابط عمومی خود را گسترش دهید	
با حضور در برنامه های حمایتی ضمن گسترش آگاهی مردم در خصوص نام و نشان تجاری خود، نگرش مثبت را در آنها تقویت کنید	
با پاداش دهی به کارکنان خود میزان مشارکت در فعالیتهای روابط عمومی خود را ارتقاء بخشید	



نظرسنجی خبرنامه اتوسرویس ها

اتوسرویس کاران محترم

با سلام؛

به منظور برقراری ارتباط و نظرسنجی در خصوص میزان کیفیت مطالب خبرنامه و میزان مناسب بودن نحوه توزیع و ارسال خبرنامه ایرانول برای شما، خواهشمند است با پاسخ به سوالات زیر همکاری فرمایید.

نام و نام خانوادگی:.....
شماره تلفن همراه:.....

الف • در صورتی خبرنامه برای شما ارسال نمی شود، آدرس دقیق همراه با کدپستی را در محل تعیین شده درج نمایید.
آدرس جدید:.....

ج • خبرنامه از بخش های زیر تشکیل شده است:

۱. سخن نخست؛ دیدگاه مدیریت عامل در حوزه فعالیت شرکت
۲. مقالات علمی؛ درج مطالب علمی تهیه شده توسط همکاران صنعت روانکارها
۳. مصاحبه؛ گفتگو با عاملین شرکت در سطح کشور
۴. اخبار شرکت؛ گردهمایی، سالروز تولد همکاران، پدریا مادر شدن آنان، پیام تسلیت و...
۵. آموزش؛ دانستنی های روغن و...
۶. پیشنهادها؛ دریافت نظرات همکاران، خانواده آنان
۷. فرهنگی، اخلاقی؛ مسائل خانواده
۸. سرگرمی؛ جدول، نقاشی، مسابقه

خواهشمند است در مورد ترکیب محتوای خبرنامه، نحوه دریافت، صفحه بندی و هر مورد دیگری ما را راهنمایی فرمایید.

- ۱.....
- ۲.....
- ۳.....

لطفاً فرم را تکمیل و به آدرس: تهران، میدان ونک، خیابان ملاصدرا، شماره ۱۹۷، روابط عمومی شرکت نفت ایرانول و یا نمابر ۰۲۱-۸۸۲۱۲۹۹۶ ارسال نمایید.

مدیریت منابع انسانی

چرا روغن موتور باید تعویض گردد؟

« مقدمه



روغن از زمان شروع کار موتور در معرض اکسید شدن و تجزیه حرارتی و آب و سوخت خام قرار دارد. لذا روغن پایه آن شروع به آلوده شدن و از دست دادن کیفیت خود می نماید. و از طرفی مواد افزودنی آن نیز رفته رفته مصرف می شوند. مثلاً مواد افزودنی پاک کننده ظرفیت معینی برای جذب و معلق نگه داشتن ذرات دارد. جالب است بدانید به ازای مصرف یک لیتر بنزین یک لیتر اب تولید می شود که مقداری از آن به صورت بخار از آگروز خارج می شود و مقداری از آن نیز به روغن اضافه می شود.

آیا سیاه شدن روغن نشاندهنده زمان مناسب برای تعویض روغن است؟

بسیاری تصور میکنند که سیاه شدن روغن دلیل خراب شدن آن است. در صورتیکه عکس آن صادق است. یعنی اگر در یک دستگاه سالم روغن پس از مدتی استفاده سیاه نشدنی باید آن را تعویض نمود. در یک موتور سالم زود سیاه شدن روغن بعثت خاصیت پاککنندگی روغن موتور است. یعنی ماده افزودنی پاک کننده در روغن موتور دوده حاصل از احتراق را در خود بصورت معلق نگه می دارد و طبعا سیاه می شود. اگر روغن موتور شما دیر سیاه شده باید نگران شد. بدین معنی که روغن قدرت جذب و معلق نگه داشتن دوده ها و مواد زائد را ندارد. و این دوده ها و الودگی ها روی قطعات موتور و لایبای آنها ته نشین شده و باعث عدم انتقال حرارت -سائیدگی -رینگ چسباندن و روغن سوزی بیش از اندازه و کاهش تراکم گاز و کشش موتور خواهد شد.

عوامل موثر در مدت کارکرد تعویض روغن موتور

- ۱- شرایط کار دستگاه و موتور آن
- ۲- کیفیت مکانیکی موتور به ویژه سیستم سوخت رسانی و انژکتورها

- ۳- کیفیت روغن موتور و سوخت مصرفی
- ۴- کیفیت فیلترهای هوا و روغن
- ۵- نوع و مدل و سال ساخت موتور و خودرو
- ۶- مدت زمانی که روغن در کارتر می ماند

منظور از شرایط کار موتور و خودرو چیست؟

- ۱- سرعت خیلی زیادخودرو (تخته گاز رانندگی کردن)
 - ۲- رانندگی با بار زیاد و در سر بالائیها و یدک کشیدن ها
 - ۳- زیاد در جا کارکردن موتور (مثل ترافیک سنگین)
 - ۴- رانندگی در سرما؛ قبل از اینکه موتور کمی گرم شده باشد
 - ۵- به طور مستمر مسافتهای کوتاه را طی کردنخودرو را خاموش و روشن کردن به ویژ در سرما
 - ۶- رانندگی در هوایی که خیلی مرطوب و یا خیلی گرد و غبار داشته باشد. لذا در این شرایط توصیه می گردد که روغن موتور زودتر تعویض گردد.
- با توجه به تجربیات موجود رعایت این نکته برای طول عمر موتور توصیه می گردد.



توجه: اگر خودرو مدت قابل ملاحظه‌ای در یک طوفان خاک یا شن (مثل حرکت در نقاط کویری) کار کند؛ وضعیتش از حالت عادی متفاوت است و روغن را باید در اولین فرصت تعویض کرد چون مقدار قابل ملاحظه‌ای خاک و ماسه وارد روغن شده و آنرا به گرد سمباده معلق در روغن تبدیل نموده است که اگر تعویض نشود به سرعت سائیدگی و فرسودگی ایجاد خواهد شد.

نکته جالب و مهم دیگر اینکه در سالهای اخیر با وجود معرفی استانداردهای بسیار بالا برای کیفیت روغن موتورهای توصیه زمان تعویض توسط سازندگان خودروها برای این روغن ها افزایش نیافته است و حتی کاهش یافته است.

مثلا اکثر خودروسازان یک روغن API SJ را برای حدود ۱۰۰۰۰ کیلومتر کارکرد توصیه می کنند؛ در صورتیکه با توجه به کیفیت بالای این روغن ها انتظار ۲۰۰۰۰ کیلومتر و بیشتر می رفت.

علت اینست در موتورهای امروزی میزان روغن سوزی به دلیل مسائل زیست محیطی؛ بسیار محدود شده و لذا سر ریز روغن جدید روی روغنی که داخل موتور است؛ کاهش یافته و روغن داخل موتور بدون آنکه توسط سرریز روغن جدید تقویت شود باید بار شدید کار در موتور را تحمل کند؛ که مسلما میزان این تحمل محدود خواهد شد.

لذا با توجه به اینکه در بازار کشور روغن برای موتور ها در هر درجه ای یافت می شود توصیه می گردد با رجوع به دستور العمل کارخانه سازنده نسبت به استفاده از روغن توصیه شده اقدام گردد و فقط در خصوص زمان تعویض؛ مسائل ذکر شده رعایت گردد.

نوع و کیفیت سوخت چه نقشی در تعویض روغن دارد؟

سرب موجود در بنزین که برای بهسوری بهتر به بنزین اضافه می شد پس از ورود به روغن باعث اکسید شدن سریعتر روغن می گردید. در حال حاضر این ماده از بنزین موجود در کشور حذف گردیده است. بنزین با اکتان پایین نیز به دلیل عدم یک احتراق کامل باعث اضافه کردن دوده بیشتر به روغن میگردد. استفاده از بنزینهای سوپر نیز این مورد را تا حدودی کاهش می دهد.

آیا نوع روغن نقش مهمی در مدت زمان تعویض خواهد داشت؟

عموما با بالا رفتن مدل خودروها شرایط موتور نیز از لحاظ سرعت و راندمان حجمی و در نتیجه فشار وارده و درجه حرارت ایجاد شده بالاتر می رود. سازندگان سعی نموده اند علاوه بر ساخت روغن های متناسب با مدل های جدید روغن هایی نیز بسازند که مدت زمان تعویض آن نیز بیشتر باشد. لذا معتبرترین مرجع برای تعویض روغن سازنده موتور است. سازندگان موتور معمولا موتور را برای حالت عادی (با شدت کار متوسط) ذکر می کنند. بدیهی است اگر شرایط کار موتور سخت تر شود باید زمان تعویض روغن را کاهش داد.

نوع و کیفیت روغن موتور	میزان کارکرد
CC/SC	۳۰۰۰ کیلومتر
CC/SD	۴۰۰۰ کیلومتر
SE/CC	۵۰۰۰ کیلومتر
SG	بیش از ۱۰۰۰۰ کیلومتر

این حروف مشخص کننده سطح کیفیت بر روی ظرف حاوی روغن درج شده است.





همگاران متولدین دی...

دفتر مرکزی:

• سید رشادت میراصلانی • ثریا نظری زاده • یوسف فضلی • مهدی قربانی گرمجانی • فرهاد موسی نژاد مهربانی • نسرين واحدی • محمد عظیمی

پالایشگاه تهران:

• عبدالله رضایی پور • آرا امیرخانیان • علی نوری • هدیه منفردپور • علی طالبان • نرگس بابائی • مرشد • حامد سمندی • رضا استاد آقاجانی زرگر • مهدی نیکونام • شهرام حیدری نژاد • علی تاجیک • محرم علی قربانی • مهدی عالی • آرش هاشمی • مجید صدرنژاد • امیرحسین محمدخانی • محمدرضا عباسی • محمدرضا پاشانجاتی • محسن بختیاری پور • علی تیماجی • محمود شکراله زاده • علی محمدی • نیرالدین میرهمایون طباطبایی • سید عباس جوادی

پالایشگاه آبادان:

• فیروز حکمی زاده • حبیب عزیززاده • فیصل قیم • رضا نورانی • سمیه جواهری • هادی صویلاتی • سام انصاری فرد • رضا عاشورزاده حسینی • محمد کیانی • امیر عبادی • حمیدرضا سلیمانی • محمد وکیلی • بهنام بهرکوئی • رضا اسماعیلی • علیرضا دایلی

مظروفسازی و بسته بندی ایرانول:

• حمیدرضا غلام حسین

مجتمع تولید و پرکنی اصفهان:

• محسن حکمی زاده • رضا مصطفی

متولدين

دارای شخصیت عالی، خیلی لایق و کاردان، بهترین رئیس، انتقامجوی شدید، ساده پوش و بی آرایش، محتاط، آرام و صبور، مرد عمل، مقتدر، پر تحمل، جدی و جاه طلب، فعال و کوشا، واقع بین، سرکش، پول دوست، بیهوده انرژی تلف نمی کند، از تجربیات خود و دیگران به خوبی استفاده می کند، باشرف و با وجدان، تمیز، خودکفا و سودجو، دارای حس مسئولیت زیاد، دشمن ولخرجی و اسراف، حسابگر، مخالف تجملات، صاحب شأن و مقام، سازمان دهنده خوب، تقریباً سیاستمدار، کوشا و مطمئن و خونسرد، تودار، مالک همسر خود، حسود و بدبین، متنفر از طلاق، دارای عدم اعتماد به نفس کافی، قدرت طلب، خانواده دوست، خشک ولی مهربان، خشن، دارای زبان نیش دار، شاد و با نشاط، دارای باطن خروشان، غیر قابل گذشت، قدر شناس، گاهی اوقات خجالتی، بانضباط، بداخم و بدعق، دارای حافظه قوی، زود سر کار می آید و دیر می رود، از تنبلی بیزار است، اهل دکترو دارو، خونسرد و مداوم، ثابت قدم، خودکار، مذهبی، شنونده خوب و گاهی اوقات لجباز.



شاد باش

قدم نو رسیده مبارک

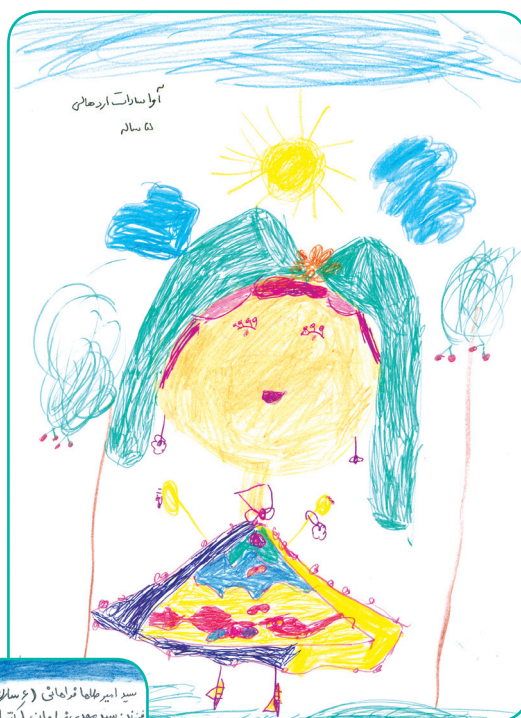
برخی از همکارانمان ، میزبان کوچولوهای نازنین و دوست داشتنی بودند که خبرنامه ایرانول به نمایندگی از کلیه کارکنان این شرکت ، تولد فرزندان عزیز این همکاران را به آنان تبریک می گوید.

- محمد امینی دهقیاز پالایشگاه تهران
- سعید محسنی از دفتر مرکزی
- رضا نوده فراهانی از پالایشگاه تهران

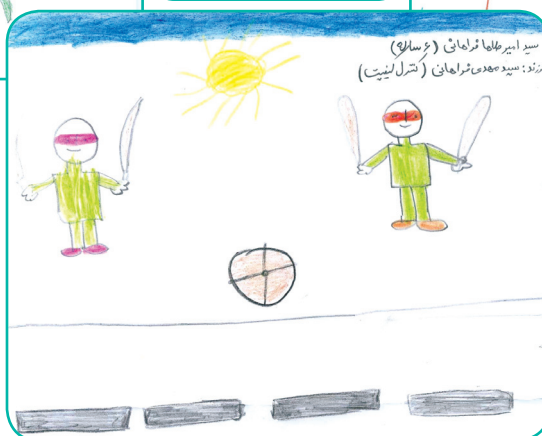


ابوالفضل شیرینی

امیرطاها فراهانی



آوا سادات اردهالی


سید امیرطاها فراهانی (۶ ساله)
فرزند: سید مهدی فراهانی (۳ ساله)

برندگان مسابقه جدول شماره ۴۷:

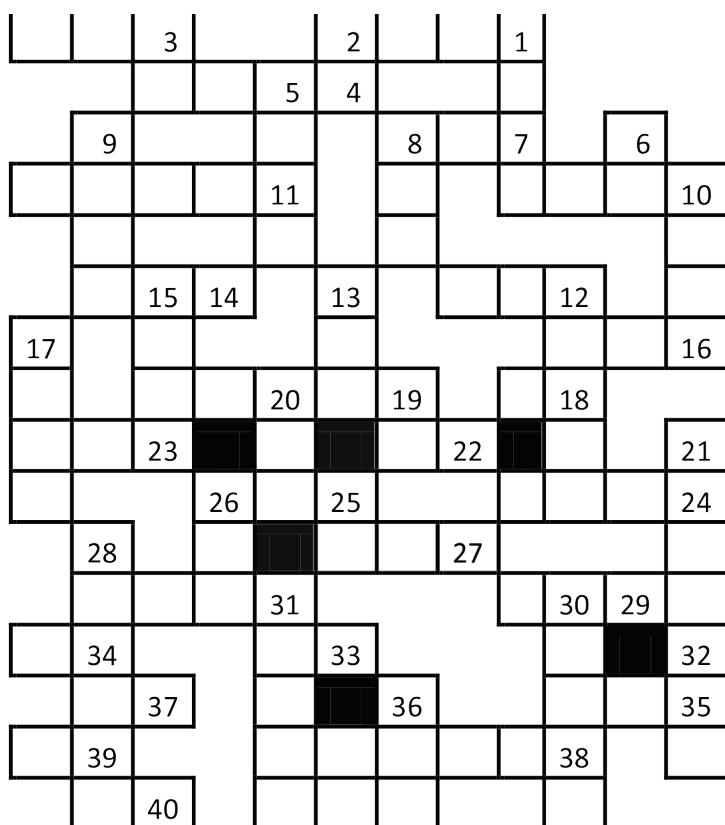
برندگان ویژه:

• حمیده زنگی از تهران • علی اصغر احمدی از شاهرود • ابراهیم دهقانی از یزد

برندگان عادی:

• تعویض روغنی آخوندی از گلستان • نیم سرویس حسینی از آزادشهر • منصور ساربان از هرمزگان

جدول شماره ۴۸



افقی:

- ۱- از شهرهای مهم آذربایجان
- ۳- روز عرب
- ۴- کشف رازی
- ۷- ذره باردار
- ۱۰- صفت اسب
- ۱۱- رجحان
- ۱۲- جنگل خلوت
- ۱۴- پایان
- ۱۶- دوست
- ۱۸- تنها عدد زوج اول
- ۱۹- از شهرهای کویری که قالی از صنایع دستی معروف آن است
- ۲۲- درخت انگور
- ۲۳- شیر
- ۲۴- یگانه
- ۲۵- برکت سفره
- ۲۷- شیوا و بلند
- ۲۹- واحد کار
- ۳۱- زینت چشم
- ۳۳- چای انگلیسی
- ۳۴- از واحدهای وزن سنگین
- ۳۵- از مراکز استان در کشور
- ۳۷- ناپدید
- ۳۸- عبارت و تکیه کلامهای عامیانه
- ۳۹- مایع حیات
- ۴۰- استانی در مرکز ایران

عمودی:

- ۱- ترسناک و هراس انگیز
- ۲- حرف تعجب که معمولا خانم ها استفاده می کنند
- ۳- پهلوان
- ۵- شاید
- ۶- ناراست
- ۸- خالص و کمیاب
- ۹- بخشنده
- ۱۰- مشهور و معروف
- ۱۲- با مهارت و فن کارهای عجیب و سرگرم کننده انجام میدهد
- ۱۳- پیست اسکی در ۲۳ کیلومتری چالوس که روستایی به همان نام واقع شده است
- ۱۵- خواهش و التماس
- ۱۷- حرف اضافه به معنای در و در توی
- ۱۹- کجاست؟
- ۲۰- کوهی در مکه
- ۲۱- ماهی که در کمان هم می گذارندش
- ۲۵- رمق
- ۲۶- آتش عرب
- ۲۸- تلاش و کوشش بسیار برای انجام کاری
- ۳۰- اختلاف آن باعث جریان برق می شود
- ۳۱- گردش
- ۳۲- نامش با کمان قرین است
- ۳۶- نام امام اول شیعیان

لطفا جدول را تکمیل و به آدرس: تهران - میدان ونک - خیابان ملاصدرا - شماره ۱۹۷ روابط عمومی شرکت نفت ایرانول و یا نمابر ۰۲۱۸۸۲۱۲۹۹۶ ارسال نمایید تا از جوایز آن بهره مند شوید.



خبرنامه داخلی شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۰ آذر ماه

هیات تحریریه:

عبداله خلج - معصومه نیکنام

همکار این شماره:

وحید اسماعیلی

طراح و صفحه آرا:

مونا قهاری

شماره پیامک جهت ارتباط مستقیم:

۱۰۰۰۱۳۸۱



Top Engine »

ایرانول

روغن

موتوردیزلی با

کارآیی بالا

ایرانول Top Engine با استفاده از روغن پایه‌ی نیمه سنتتیک گزینش شده و مواد افزودنی بسیار مرغوب، جهت مصرف در جدیدترین مدل‌های موتورهای دیزلی سنگین به منظور استفاده در تمامی فصول و شرایط آب و هوایی ایران تولید گردیده است.

موارد کاربرد:

- جهت مصرف در کلیه موتورهای دیزلی چهار زمانه، سوپر شارژ و توربوشارژ طراحی شده تا سال ۲۰۰۷ میلادی، با کارایی بالا و تکنولوژی انتشار پایین آلاینده‌ها در محیط زیست و مواردیکه سطوح کیفیت فوق توصیه گردیده است.
- مورد استفاده در تجهیزات راهسازی، ساختمانی، حفاری معادن و کشاورزی و ماشین آلات سنگین.

سطوح کارایی:

- API C14-/CF/SL
- MB 228.3
- Volvo VDS - 3 (Volvo از شرکت)
- ACEA A3, B3, B4, E7
- MAN 3275

مشخصات:

روش آزمون ASTM	۴۰W-۱۵	۴۰W-۱۰	درجه SAE
D-445	۵/۱۵	۱۵	گرانروی کینماتیک در ۱۰۰°C
D-2270	۱۴۰	۱۵۰	شاخص گرانروی (VI)
D-92	۲۱۰	۲۱۰	نقطه اشتعال ، °C
D-97	-۲۷	-۳۰	نقطه ریزش ، °C
D-2896	۱۲	۱۲	عدد قلیایی کل (TBN)، mgKOH/g
D-1298	۸۷۵	۸۷۰	دانسیته در ۱۵°C ، Kg/m³
D-5293	در ۲۰°C ≤7000	در ۲۵°C ≤7000	گرانروی در سرما در cP

خصوصیات:

- خاصیت ضد اکسیداسیون و پایداری حرارتی عالی
- قلیائیت بالا برای جلوگیری از اثرات نامطلوب ناشی از اسیدهای تولید شده بر اثر احتراق سوخت و در نتیجه افزایش عمر روغن
- حفظ گرانروی روغن در دماهای عملیاتی بالا
- خاصیت عالی ضد سائیدگی و ممانعت از خوردگی قطعات موتور
- پاک کنندگی و معلق کنندگی عالی و کاهش دوده و رسوب از سطح موتور
- قدرت روانکاری یاتاقانها در دماهای پایین برای استارت زدن و کاهش تشکیل رسوب در دماهای پایین به ویژه هنگام استفاده در مسافت‌های کوتاه
- طول عمر بالا در شرایط کارکرد بالا

نوع بسته بندی: • سطل ۲۰ لیتری پلاستیکی | • بشکه فلزی ۲۰۸ لیتری



**TOP
ENGINE**

ایرانول

