

در گفت و گو با مهندس اسحاقی مطرح شد:

رضایت سهامداران و پرسنل، استراتژی ۱۴۰۴
افزایش سهم بازار و کاهش خام فروشی



ایرانول

- تقدیر از مهندس اسحاقی در همایش تجلیل از مدیران موفق اقتصاد مقاومتی
- امضای تفاهم نامه همکاری شرکت نفت ایرانول و شرکت پتروناس
- تاییدیه آزمایشگاه BFB بلژیک برای نخستین روغن موتور پایه گیاهی کشور

نشریه داخلی شرکت نفت ایرانول تابستان ۱۳۹۶ شماره ۷۶

افق ۱۴۰۴

نقشه حضور

در عرصه های

داخلی و

بین المللی

۱۴۰۴

۱۴۰۴

۱۳۹۶





شرکت نفت ایرانول

آسمان آبی زمین پاک

با

ایرانول

تترا

سازگار با محیط زیست

**نخستین
روغن موتور
پایه گیاهی
در کشور**

ویژگی ها:

- کاهش آلودگی هوا
- کاهش مصرف سوخت
- کاهش رسوب در موتور خودرو
- کاهش مصرف روغن (تبخیر کم)
- افزایش طول عمر موتور
- صرفه اقتصادی برای مصرف کننده
- مناسب برای اکثر خودروها



تلفن واحد فروش: ۸۸ ۲۱ ۲۹ ۹۹

www.iranol.ir



۱۴

ایرانول

نشریه داخلی شرکت نفت ایرانول
شماره ۷۶ - تابستان ۱۳۹۶



شرکت نفت ایرانول



- ۲ سرمقاله: افق ۱۴۰۴ نقشه حضور در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی
- ۴ رضایت سهامداران و پرسنل، استراتژی ۱۴۰۴
- افزایش سهم بازار و کاهش خام‌فروشی



۱۶



۳۰



۲۸



۷۴

اخبار

- ۱۳ تولید روغن موتور الوند پس از ۳۶ سال در آبادان آغاز شد
- ۱۴ تقدیر از مهندس اسحاقی در همایش تجلیل از مدیران موفق اقتصاد مقاومتی
- ۱۴ ایرانول محصولات با کیفیت و دارای تأییدیه خودروسازان جهانی به بازار عرضه می‌کند
- ۱۶ نخستین روغن موتور پایه گیاهی کشور تأییدیه آزمایشگاه بلژیک را دریافت کرد
- ۲۰ نخستین جلسه هیات مدیره شرکت نفت ایرانول در سال جدید با حضور مهندس پیوندی

اخبار

گزارش

- ۲۲ ایرانول، پیش‌تاز رشد سوددهی در روانکاران شد
- ۳۰ اجرای پروژه‌های توسعه‌ای راه بقای شرکت نفت ایرانول
- ۳۷ رشد چشمگیر شاخص‌های تولید و توزیع محصولات شرکت نفت ایرانول در سال ۹۵

مقاله‌ها

- ۲۴ سازمان و مسئولیت‌های اجتماعی
- ۴۶ ارائه فرمولاسیون‌های جدید روانکارها در جهت کاهش مصرف سوخت
- ۴۸ خصوصیات روغن دنده‌های اتوماتیک
- ۵۴ بررسی و آشنایی با شیوه‌های حمل و نقل دریایی مواد افزودنی روغن

گفت و گو

- ۲۸ اجرای پروژه‌های مختلف در حوزه‌های تعمیرات و ایمنی در پالایشگاه آبادان
- ۳۴ گزارشی از برگزاری دوره‌های آموزشی مختلف طی شش ماهه نخست سالجاری در ایرانول

سلامت و کودک

- ۷۰ کار و استرس، شما را هم از زندگی انداخته؟
- ۷۴ خلق و خوی کودک خودتان را بشناسید

نسخه الکترونیکی نشریه به
آدرس زیر بر روی سایت
شرکت نفت ایرانول قابل
دسترسی است:

www.iranol.ir

تلفن: ۰۲۱ - ۸۸۶۰۰۴۲۶

فکس: ۰۲۱ - ۸۸۲۱۲۹۹۵

سامانه پیامکی: ۱۰۰۰۱۳۸۱

پست الکترونیکی: iranolnameh@iranol.ir

آدرس: تهران، میدان ونک خیابان ملاصدرا شماره ۱۹۷
واحد روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول

صاحب امتیاز: شرکت نفت ایرانول

مسئول اجرایی: مریم امیری

شورای سیاست‌گذاری: دکتر علی غیاثیان، اژدر شهبانی

امور هنری و صفحه‌آرایی: علی حسینی

طرح جلد: وحید اسماعیلی



افق ۱۴۰۴ نقشه حضور در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی

امروزه چرخه توسعه بر مدار برنامه و تعریف استراتژی‌های مبتنی بر اهداف مشخص می‌چرخد. این مسیر بدون تدوین سیاست‌ها، تعریف افق قابل دسترس و تکیه بر راهبردهای ملموس نمی‌تواند راه خود را به خوبی طی نماید. تولید محصولات و مشتقات نفتی با این باور که نفت محور اقتصاد کشور و ذخایر پایان پذیر آن نیز تکیه گاه این اقتصاد است، ما را بر این باور استوارتر می‌نماید که رهایی از این وابستگی و ایجاد مسیرهای کاربردی جدید در فضای اقتصادی کشور، تکیه بر فرآوری محصول در داخل کشور و سپردن میدان به متخصصین داخلی با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین است. شرکت نفت ایرانول طی سه سال اخیر با ایمان و خودباوری در تولید محصولات و برداشتن قدم‌های موثر در راه پرپیچ و خم اقتصاد کشور و با بهره‌گیری از اندیشه‌های بزرگان اقتصادی کشور و رهنمودهای راهگشای مقام معظم رهبری در نامگذاری دو سال اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل و تولید و اشتغال، در تدوین برنامه‌های خود توانست قدم‌های موثری بردارد.

طی سه سال اخیر بدست توانمند شما عزیزان پر تلاش توانستیم تولید روغن موتور ایرانول را پس از ۳۶ سال در آبادان مجدداً احیا کنیم و با همین اندیشه، نخستین روغن موتور خود رو بر پایه گیاهی، همچنین ساخت پایانه صادراتی در بندر امام (ماهشهر)، دریافت جایزه ملی سه ستاره تعالی سازمانی، راه‌اندازی انبارهای ۱،۲،۳، ۱۰ تا ۱۸ واحدی و واحد فور فورال پس از ۹ سال، جذب سرمایه‌گذاری و تولید روغن‌های گروه ۲ و ۳ در آبادان و افزایش حدود ۷ درصدی سهم بازار ایرانول از جمله اقدامات اساسی شرکت و شما عزیزان به شمار می‌رود.

تلاش شبانه‌روزی عزیزان گرانقدری چون شما بی‌حاصل نبود و در این سال‌ها کارهایی همچون: کاهش ۳۰ درصدی خام‌فروشی، توسعه و نوسازی روغن‌سازی پالایشگاه آبادان در بخش بلندیگ پس از ۳۶ سال، ایجاد پایانه‌های صادراتی با مخازن ۲۵ هزار تنی، در کارنامه درخشان شما پرسنل بوده است.

تک‌تک اعضای هیأت مدیره در طول سال‌های اخیر دغدغه‌ای جز فراهم کردن شرایط مطلوب محیط کاری برای شما نداشته‌اند و رفاه و آسایش شما را محور تصمیم‌گیری‌های خود قرار داده‌اند. بر همین اساس اجرای آیین‌نامه افزایش حقوق پرسنل پس از ۵ سال و یکپارچه‌سازی قرارداد کارکنان، افزایش تسهیلات بیمه تکمیلی، تحت پوشش قرار گرفتن بیمه عمر کارکنان و افزایش تسهیلات رفاهی، افزایش سبد کالاها، هدیه تولد امام رضا (ع) و افزایش دریافتی‌های مناسبی، فعالیت مجدد شرکت تعاونی مسکن کارکنان در راستای خانه‌دار کردن پرسنل و راه‌اندازی شرکت تعاونی کارکنان از جمله اقدامات در جهت فراهم نمودن شرایط مطلوب و ایجاد محیط شاداب کاری برای پرسنل بوده است.

با نگاه به اقدامات و عملکرد دسه سال اخیر می توان به عینه تبلور اندیشه «ما می توانیم» را مشاهده کنیم. سال هایی که همراه با سختی های فراوان در عرصه خدمت بود، روزها و هفته هایی که لحظه های خوش و تلخ را در کنار یکدیگر تجربه کردیم. این روزها برای همه ما همراه با افتخار بود، همراه بودن بیشترین رشد سود دهی برای نخستین بار در صنعت روانکاران با ۳۹ درصد رشد سود خالص و ۱۴ درصد رشد سود عملیاتی، بیشترین میزان فروش نهایی با ۱۴۰ هزار تن و کمترین فروش بیس اوپل (خام فروشی) و کاهش ۳۰ درصدی خام فروشی در سال ۱۳۹۵ و انعقاد تفاهمنامه با شرکت پتر وناس از دیگر اقدامات و فعالیت های زیر بنایی شرکت بوده است.

موفقیت ها و دستاوردهای بدست آمده شرکت نفت ایرانول تنها در سایه همدلی و همراهی همه عزیزانی محقق گردید که در این مسیر لباس خدمت به تن کرده و با عشق به میهن و سر بلندی آن، شب و روز در کنار یکدیگر بودند.

با نیم نگاه به گذشته درخشان، چشم بر افقی دوخته ایم که در آن چیزی جز سر بلندی و سرافرازی نباشد. بر همین اساس اعضای هیات مدیره با ترسیم برنامه افق ۱۴۰۴، استراتژی همه جانبه نگر را در دستور کار خود دارد و معتقدیم در راه پیشرفت توقف نباید کرد و راه را باید با چشمانی باز و سریع تر بیمائیم این استراتژی با استناد به اسناد بالادستی و قانون برنامه ششم توسعه بوده است. در برنامه افق ۱۴۰۴ ایجاد فرصت های جدید تولید با رویکرد ایجاد بازار مناسب، تدوین نقشه راه و اولویت های بازار مصرف، بومی سازی فناوری، تولید محصول رقابت پذیر و اقدام بهنگام در بازار و دست یابی به فناوری های نوین توجه ویژه ای شده است.

برنامه ۱۴۰۴ شرکت نفت ایرانول با نگاه به عرصه های رقابت داخلی و خارجی، توسعه دانش فنی، تجاری سازی، توسعه تحقیقات و بهینه سازی فرآیند تولید با کاهش انرژی و هزینه ها را از جمله برنامه های کلیدی و راهبردی خود می داند.

تشکیل کمیته های تخصصی با بهره گیری از نیروهای توانمند و متخصص داخلی، تکیه بر سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در واگذاری امور تصدی گری و تمرکز در اجرای برنامه های استراتژیک شرکت از جمله برنامه هایی است که تلاش خواهد شد در این مسیر حرکت کنیم.

بار دیگر ضمن تقدیر از همه کسانی که همدل با مدیریت مجموعه در راه اعتلای شرکت و درخشان تر شدن فعالیت و عملکرد آن بوده اند، تقدیر و تشکر می نمایم و امیدوارم این همدلی همیشه ایام مستدام و برقرار باشد. ما نیز مفتخریم که در کنار شما، در این افتخارات و موفقیت ها سهیم باشیم.

علی بهروزی

معاون اجرایی شرکت نفت ایرانول



در گفت و گو با مهندس اسحاقی مدیر عامل موفق ایرانول مطرح شد:

رضایت سهامداران و پرسنل، استراتژی ۱۴۰۴ افزایش سهم بازار و کاهش خام فروشی

گفت و گو: اژدر شهابی

گفت و گو با مهندس اسحاقی با وجود صمیمیت و روی خوش وی در مقام یک مدیر که آن را می توان در برخورد وی با تمام پرسنل و کارگران نیز مشاهده کرد و همین مورد منجر به محبوبیت و مردمی بودن وی در میان پرسنل و کارگران شده است، برای من به عنوان مصاحبه کننده بدون اضطراب بود ولی در کنار آن سوال کردن از مدیری که روزگاری رسانه ای بوده است، سختی های خودش را داشت، اسحاقی که طی مدیریت ۲۰ ساله اش در سمت های مختلف، حضوری موفق داشته و همیشه دلوایس قشر کارگرو به دنبال احقاق حقوق آنها بوده است پس از حضور در ایرانول نیز یکی از دغدغه های اصلی مدیریت اش رفاه کارکنان و به خصوص کارگران بوده و هست، طی سه سال حضورش در ایرانول تقریباً به تمام وعده هایی که داده بود عمل کرد و توانست لبخند رضایت را بر لبان کارکنان نشانده، مهمترین کاری که وی در این مدت انجام داد ایرانولی کردن بیش از ۴۰۰ نفر از کارکنان، افزایش حقوق طی دو نوبت، افزایش تسهیلات رفاهی از جمله افزایش وام های ازدواج و سایر وام ها، افزایش پرداختی های مناسبتی نقدی اعیاد مختلف، افزایش تسهیلات بیمه تکمیلی و عمر، اهدای سبد کالا و لوازم تحریر برای نخستین بار و اهدای هدایای غیر نقدی در مراسم های مختلف به کارکنان و... را می توان نام برد. او در مدت مدیریت اش علاوه بر اقدامات مهمی که در حوزه رفاهی کارکنان به انجام رساند در زمینه توسعه شرکت نیز همان طور که در بدو ورودش به ایرانول یکی از برنامه های خود را توسعه همه جانبه اعلام کرده بود توانست گام های اساسی و جدی در این راه بردارد و پروژه های بسیاری را که سال ها بلا تکلیف بودند به سرانجام رساند و اقداماتی انجام دهد که نه تنها اکنون بلکه در درازمدت به نفع شرکت و حتی سهامداران خواهد بود. اسحاقی که مدیری تحول گرا، خوش فکر و با برنامه است در مدت مدیریت خود توانست رکورد فروش مقداری و مبلغی ایرانول را از ابتدای تاسیس تاکنون بشکند و در سال جاری برای اولین بار در بین چهار شرکت تولید کننده روانکار بیشترین رشد سود را داشته باشد و سود ایرانول از ۱۴۵ میلیارد تومان سال ۹۴ به ۲۰۳ میلیارد تومان سال ۹۵ افزایش یابد و بر اساس گزارش سازمان حمایت سهم بازار ایرانول حدود ۷ درصد طی دو سال گذشته افزایش یابد. دریافت چندین لوح تقدیر از سازمان های مختلف برای ایرانول نیز سندی دیگری بر این ادعا است که مهمترین آن را می توان دریافت جایزه ملی سه ستاره تعالی سازمانی عنوان کرد که در میان چهار شرکت روانکار ایرانول توانست برای نخستین بار آن را بدست آورد و همچنین دریافت تقدیرنامه نشان مسوولیت اجتماعی از وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، مدیر نمونه شهرستان ری از میان بیش از ۵ هزار واحد تولیدی و مدیر نمونه در بین ۴۰۰ شرکت شستا در سال ۹۴ و همچنین مدیر نمونه در جشنواره قهرمانان صنعت طی دو سال ۹۴ و ۹۵ تنها بخشی از افتخارات وی در مدت حضورش در این مقام است. با مهندس اسحاقی مدیری که همه از دوران او به عنوان دوران موفق در ایرانول یاد می کنند به گفت و گو نشستیم که مشروح آن را در ادامه می خوانید.



آغاز ابتدا کمی در مورد پروژه‌هایی که طی سه سال گذشته در ایرانول انجام شده است و اینکه این پروژه‌ها تاکنون چند درصد پیشرفت فیزیکی داشته است، توضیح دهید؟

با توجه به اینکه هدف من توسعه همه جانبه در شرکت نفت ایرانول در بخش‌های مختلف تولید، فروش، صادرات، فعال کردن پروژه‌ها و توجه به نیروی انسانی و... است، طی سه سال گذشته پروژه‌های زیادی در ایرانول در بخش‌های ذکر شده به انجام رسید، در بخش فعال کردن پروژه‌ها از مهمترین آنها می‌توان به تعمیرات اساسی (اورهال) واحدهای پی‌دی‌ای تار و هایدرو فینیشینگ پس از ۱۸ سال و واحد فور فورال پس از ۹ سال، توسعه و نوسازی روغن‌سازی پالایشگاه آبادان در بخش بلندیگ بریم پس از ۳۵ سال، حل و فصل و ترخیص چهار عدد فیلترهای مربوط به پروژه تولید واکس کم روغن پس از ۳ سال و نصب آنها به منظور کاهش روغن اسلک و کس و افزایش تولید روغن پایه، راه‌اندازی انبارهای جوادالائمه (ع)، ثامن الائمه ۱، ۲ و ۳ و کاهش هزینه‌های جاری شامل اجاره فضای انبار و افزایش امکان نگهداری محصول نهایی و جلوگیری از خام‌فروشی و افزایش فضای انبارش محصولات نهایی و تعیین تکلیف و تحویل کارخانه حشره کش پرکنی پس از ۱۰ سال و پروژه مخازن بندر امام اشاره کرد.

آغاز چند پروژه در حال حاضر در مرحله اجرا قرار دارند؟

در حال حاضر ۱۳ پروژه در شرکت نفت ایرانول در مرحله اجرا قرار دارد که به تایید کارشناسان و مورد تایید قرار گرفته و این ۱۳ پروژه از امسال تا سال ۱۴۰۰ باید به بهره‌برداری برسند و خوشبختانه برنامه زمانبندی آنها نیز مشخص است که ۴ تا ۵ پروژه آن مربوط به افزایش سرمایه است. به طور مثال پایانه صادراتی یکی از پروژه‌های بسیار مهم شرکت است که بر زمین مانده بود و اداره بنادر به دنبال تصاحب زمین آن بود. خوشبختانه این پروژه را در سال ۹۳ پیگیری کردیم و بزودی افتتاح می‌شود. در این پروژه در حال حاضر ظرفیت ۲۵ هزار تن مخزن داریم.

بابت اجاره سالانه ۸ هزار تن مخزن، سالانه ۱۱ میلیارد تومان اجاره می‌پردازیم که با بهره‌برداری از مخازن خود علاوه بر پرداخت نکردن این مبلغ، انبار محصولات جانبی ما به سه برابر افزایش می‌یابد. در زمان‌هایی که قیمت محصولات جهانی در حال افزایش است می‌توانیم تا سه ماه محصولات خود را ذخیره کرده و با افزایش اعمال شده به بازار عرضه نماییم.

آغاز ۱۳ پروژه‌ای که باید طی پنج سال به بهره‌برداری برسند، کدامند؟

پروژه پایانه صادراتی بندر امام خمینی (ره)، پروژه افزایش راندمان واحد موم زدایی (فاز یک)، پروژه افزایش راندمان واحد موم زدایی (فاز دوم)، برج خنک‌کننده آبادان، احداث واحد تولید بخار پالایشگاه تهران، پروژه پالایشگاه جدید آبادان، راه‌اندازی پروژه خط ریلی مجتمع، طرح بهبود راندمان کل پالایشگاه تهران، تولید روغن‌های صنعتی موتوری و دریایی با مشارکت شرکت خارجی، تولید روغن‌های دریایی (کشتی)، پروژه ساختمان جدید اداری، پروژه خرید زمین جایگزین مجتمع و دسترس‌ی به خط ریلی و طرح تولید اکسترکت سبزی (مطالعاتی) سبزه پروژه‌ای هستند که به امید خدا طی پنج سال در راستای توسعه در شرکت نفت ایرانول به بهره‌برداری خواهند رسید.

آغاز یکی از پروژه‌ها در شرکت نصب فیلتر در واحد موم‌گیری است لطفاً در مورد پروژه و کس و نصب فیلترهای واحد موم‌گیری که در زمان شما انجام شد و مزایایی که این اقدام در پی دارد، کمی توضیح دهید؟

پروژه دیگر واحد و کس است که فیلترهای آن ترخیص و نصب شده و در یکی دو ماه آینده فاز اول آن را شروع می‌کنیم. پیشرفت فیزیکی این پروژه حدود ۵۵ درصد است که امیدواریم تا خرداد ماه سال آینده به بهره‌برداری برسند. با اجرای فاز اول طرح بهبود راندمان واحد موم‌گیری، راندمان عملیات پالایش در این واحد که در حاضر حدود ۷۵٪ می‌باشد به حدود ۷۹٪ افزایش خواهد یافت، که این امر موجب استحصال ۱۱ میلیون لیتر محصول روغن پایه بیشتر از خوراک در سال خواهد بود. از طرف دیگر در صدور روغن در محصول جانبی اسلک و کس از ۲۰-۲۵ درصد فعلی به حدود ۱۰ درصد کاهش خواهد یافت که باعث مرغوبیت و ارزش بیشتر محصول جانبی می‌گردد.

با اجرای فاز دوم و تولید و کس خشک با درصد روغن بسیار پایین حدود ۳-۱ درصد، ارزش افزوده محصول جانبی و کس بسیار بالاتر خواهد رفت که این امر نیز موجب افزایش سودآوری قابل توجه در شرکت خواهد شد و قدرت رقابتی شرکت را نیز افزایش خواهد داد. با پیگیری‌های انجام شده و پس از انجام عملیات نصب این فیلترها بر روی جایگاه خود، عملیات ساخت اتاق کنترل و سقف SHELTER فیلترهای مزبور نیز به اتمام رسیده و در مرحله بعدی و با شناسایی پیمانکاران مورد نیاز و به سرانجام رسیدن استعلامات، پروژه به سرعت در حال پیگیری اجرایی می‌باشد.

آغاز پروژه برج خنک‌کننده پالایشگاه آبادان نیز یکی از پروژه‌های مهم محیط زیستی است که مورد توجه و یکی از برنامه‌های در دست اجرای شرکت بود و به تازگی راه‌اندازی شده است کمی توضیح دهید؟

پروژه برج خنک‌کننده پالایشگاه آبادان نیز که چندین سال مورد تاکید اداره محیط زیست بود فعال شده و بر اساس قرارداد منعقد شده راه‌اندازی شد. این پروژه با همت و تلاش شبانه‌روزی پرسنل پالایشگاه روغن‌سازی آبادان و واحد مهندسی و طرح‌ها انجام شد.

از مزایای این پروژه می‌توان نکات زیر را بر شمرد:

۱. پاسخگویی به الزامات زیست محیطی مبنی بر مشکلات برداشت از آب رودخانه و بازگشت مجدد به رودخانه پس از اتمام چرخه فرآیند و به تبع آن حذف ورود آلاینده‌ها به زیستگاه آبزیان.
۲. جلوگیری از نوسانات دمایی متاثر از تغییرات فصلی آب رودخانه ورودی به مبدل‌ها، که این امر سبب بهبود کیفیت و کمیت تولید واحدها خواهد بود.
۳. ممانعت از ایجاد رسوب در تجهیزات و کاهش تعمیر و تعویض قطعات و در نتیجه افزایش طول عمر تجهیزات.
۴. کاهش موثر فرصت‌های تولید از دست رفته و افزایش تولید به واسطه زمان‌های متعدد تعویض مبدل‌ها و تعمیر آنها
۵. قطع وابستگی به آب خام دریافتی از شرکت پالایش نفت آبادان.

آغاز از زمان جنگ تاکنون و طی چند سال گذشته اقدام خاصی در پالایشگاه آبادان انجام نشده بود تا زمان مدیریت شما که توجه ویژه‌ای به پالایشگاه آبادان کردید و پس از ۳۶ سال جان تازه‌ای به این پالایشگاه بخشیدید؟

تولید روغن دریایی با همکاری ایرانول، کشتیرانی، نفت کش و یک شرکت خارجی از برنامه‌های شرکت است

۵

گفت‌وگو

نشریه داخلی شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶

غیره با تاییدیه ملی و بین المللی می کند.

ایرانول کارخانه حشره کش پرکنی نیز پس از سالها با تکلیفی در زمان مدیریت شما تعیین تکلیف شد که یکی از تکالیف مجامع سال های پیش نیز بود، بفرمایید در حال حاضر به کجارج سیده است؟

در سال ۸۴، ایرانول ۲.۵ میلیارد تومان برای خرید کارخانه حشره کش پرکنی مجاور پالایشگاه تهران پرداخت کرده بود ولی به دلیل مشکلات بوجود آمده یکی از وزارتخانه ها شاکای این پرونده بود. خوشبختانه این پرونده پس از ۱۰ سال حل شد و در حال حاضر کارخانه حشره کش پرکنی در اختیار مقرر گرفته و انبار بسیار خوبی دارد به طوری که ذخیره محصول نهایی ما که بین یک هفته تا ۲۰ روز بود و در پیک فروش با مشکل کمبود محصول مواجه می شدیم الان تا ۲.۵ ماه می توانیم محصولات خود را در این انبارها ذخیره کنیم. سال گذشته که بیشترین فروش محصول نهایی را داشتیم با مشکل کمبود محصول به دلیل انبارش مناسب مواجه نشدیم.

ایرانول در مورد افزایش ظرفیت انبار محصولات نهایی از یک هفته به دو ماه و... چه اقداماتی انجام داده اید؟

در سال ۱۳۹۴ فضایی در حدود ۵۰۰۰ متر مربع به فضای انبارش مسقف شرکت نفت ایرانول افزوده گردید که این امر علاوه بر کاهش هزینه های جاری شامل اجاره فضای انبار با افزایش امکان نگهداری محصول نهایی و جلوگیری از خام فروشی توانسته سود مناسبی را نیز نصیب شرکت نفت ایرانول نماید.

ایرانول همان طور که می دانیم تامین آب، برق، گاز و بخار پالایشگاه تهران هزینه های زیادی به ایرانول تحمیل می کرد و وابستگی کامل به پالایشگاه تهران داشتید که طی دو سال اخیر اتفاق خوبی در این زمینه افتاد و قطع وابستگی از پالایشگاه تهران صورت گرفت در این مورد نیز توضیح می دهید؟

متأسفانه هم در تهران و هم در آبادان وابستگی کامل در زمینه تامین آب، برق، گاز و بخار به پالایشگاه نفت تهران و پالایشگاه آبادان داریم که این امر هزینه های زیادی را به ما تحمیل می کند که گاهی چند برابر قیمت پرداخت می کنیم. برای این منظور برق پالایشگاه تهران به شبکه شهری وصل شد و با این اقدام هزینه های برق از ۱۰ میلیارد تومان به ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان کاهش یافت. این کار امسال در مجتمع مظروف سازی هم انجام می شود و در مدت دو ماه آینده به گاز شهری نیز وصل خواهد شد. بحث بخار و آب هم جزو پروژه هایی است که اگر بخواهیم هزینه های خود را کاهش دهیم، باید وابستگی به آن را از پالایشگاه ها جدا کنیم و جزء ۱۳ پروژه مهم شرکت است.

ایرانول در مورد احداث واحد تولید بخار پالایشگاه تهران برنامه ای دارید؟

مطابق طراحی مقدار بخار HP و LP مورد نیاز پالایشگاه روغن سازی تهران بر ابر ۵۵ تن در ساعت می باشد که در حال حاضر بخار مورد نیاز از طریق پالایشگاه نفت شهید تندگویان تهران تامین می گردد. این امر هزینه بالایی را برای شرکت در پی دارد. با اجرای این پروژه، علاوه بر تامین بخار پالایشگاه روغن سازی تهران

مادر پالایشگاه آبادان حدود ۳۰۰ پروژه از راه اندازی رستوران و آزمایشگاه تا بازسازی و تعمیرات اساسی اجرا کردیم که خوشبختانه این پروژه ها در بهبود وضعیت آن موثر بوده است. در پالایشگاه آبادان به دلیل اینکه بیش از ۸۰ سال از عمر آن می گذرد بازسازی های انجام شده و خوشبختانه نتایج آن بسیار خوب بود. در این زمینه به دنبال یک سرمایه گذار خارجی هستیم و مذاکراتی با شرکت های خارجی انجام شده است تا بر اساس آن روغن های گروه ۲ و ۳ را که هم اکنون از خارج کشور وارد می شود، برای نخستین بار در ایران تولید کنیم.

ایرانول در مورد خط ریلی در پالایشگاه تهران نیز اقداماتی به انجام رسانده اید که خوشبختانه با این اقدام مشکلاتی که در این زمینه برای جابجایی محصولات بود، رفع خواهد شد؟

یکی از مشکلات جابجایی محصولات جانبی ما کاهش اطمینان در حمل و نقل جاده ای بود به طوری که در برخی مواقع از ۱۵ اسفند تا ۱۵ اردیبهشت ماه به دلیل محدودیت تردد کامیون ها به سختی می توانیم از حمل و نقل جاده ای استفاده کنیم. بنابراین خط ریلی را در پروژه مخازن راه اندازی کرده ایم و در مجتمع نیز به زودی راه اندازی خواهد شد که با این اقدام هزینه حمل و نقل محصولات ما حدود ۲۰ درصد کاهش می یابد.

ایرانول وضعیت کارخانه روغن الوند در بریم آبادان چگونه است؟

بریم یک زمین ۹۷ هزار متری است که تا سال ۵۷ روغن الوند در آنجا تولید می شد، ولی به دلیل وقوع جنگ تحمیلی این کارخانه آسیب جدی دید و به مخروبه ای تبدیل شد. بسیاری از نهادها و ارگان ها به دنبال تصاحب این زمین بودند ولی ما همواره اعلام کردیم برای این زمین برنامه داریم. بر این اساس، دو برنامه کوتاه مدت در نظر گرفته ایم که یکی سوم خرداد سال گذشته اجرا شد و ما حقانیت خود را بر این زمین ثابت کردیم. با این وجود ما فاز اول این کارخانه را سوم خرداد سال گذشته راه اندازی و اعلام کردیم از ۳۵ سال پیش در این مکان روغن تولید می شده است. در سال جاری نیز فاز دوم آن راه اندازی شد و در حال حاضر روغن های صادراتی مادر آبادان تولید می شود. حسن انجام این عمل این است که ما در آبادان معافیت مالیاتی و ۷ درصد معافیت عوارض گمرکی مواد افزودنی داریم. آبادان در آینده ای نزدیک به پایگاه صادراتی روغن های شرکت نفت ایرانول تبدیل خواهد شد.

ایرانول در مورد تولید روغن های دریایی بیشتر توضیح می دهید؟

با توجه به آن که در ایران روغن های کشتی در سطح بین المللی که شرکت های کشتیرانی بزرگ مصرف دارند، تولید نمی شود، شرکت نفت ایرانول اولین گام جهت تولید این محصولات و صادرات آن را برداشته است.

برای تولید روغن های دریایی و کشتی با توجه به حساسیت و تاییدیه های مورد نیاز بین المللی و برند محصولات و سهم بازار بین المللی، سه شرکت نفت ایرانول، شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و شرکت ملی نفت کش ایران با مشارکت و دانش فنی یک شرکت خارجی، تفاهم نامه ای امضا کردند که بر اساس آن یک شرکت مستقل ایجاد می گردد که مبادرت به تولید روغن کشتی و



فروش
صادراتی را
از اعتباری
به نقدی و
خریدهای
خارجی را از
نقدی به خرید
اعتباری تبدیل
کردیم

ایرانول در فروش داخلی و برای کاهش خام فروشی چه اقداماتی انجام دادید؟

در ایرانول سالانه حدود ۲۵۰ هزار تن روغن پایه تولید می شود. متأسفانه در سال گذشته با ۵ درصد کاهش خوراک مواجه شدیم و به دنبال آن فروش نیز با همین میزان کاهش روبرو شد. مشکل این بود که در مهر ماه سال گذشته با ۸ درصد کاهش تولید مواجه شدیم. ما در سال گذشته برای نخستین بار توانستیم ۱۴۰ هزار متر مکعب محصول نهایی به فروش رسانده و ۹۰ هزار تن خام فروشی انجام دهیم که بر این اساس، خام فروشی ۳۰ درصد کاهش یافته است. بیشترین روغنی که در ایرانول فروخته شده بود ۱۱۰ هزار تن محصول نهایی و ۱۴۰ هزار تن خام فروشی بود. ما به این امر هم اکتفا نکردیم به طوری که خام فروشی در پنج ماهه سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته، حدود ۵۸ درصد کاهش یافته است و فروش محصولات نهایی حدود ۳۰ درصد افزایش یافته است. در سه سال گذشته ۵ تا ۷ درصد به سهم بازار ایرانول افزوده شد، همین موضوع باعث شد حاشیه سود ما افزایش یافته و برای نخستین بار رکورد فروش مقداری و مبلغی محصول نهایی در ایرانول شکسته شود.

V

گفت و گو

ایرانول موفقیت شرکت را در سال جاری چگونه می بینید؟

با توجه به عملکرد پنج ماهه نخست سالجاری امسال بهتر از سال های قبل خواهیم بود.

ایرانول در زمینه افزایش صادرات چه اقداماتی انجام داده اید؟ در سال گذشته رکورد صادرات از ابتدای تاسیس ایرانول تاکنون شکسته شده بود؟ برای امسال چه برنامه هایی دارید؟

ما محصولی به نام «پی ای تار» داریم که پیش از آن وابستگی کامل به شرکت نفت پاسارگاد داشت، ولی در حال حاضر به عنوان یکی از محصولات صادراتی ما مطرح شده است. به طوری که در سال گذشته رکورد صادرات از ابتدای تاسیس شرکت نفت ایرانول تاکنون با ۳۴۰ هزار تن شکسته شد. از این میزان ۱۰ هزار تن صادرات محصول نهایی است. در سال ۹۳ صادرات محصول نهایی ۲۰۰ میلیون تومان بود که این رقم در سال ۹۵ به ۳۰ میلیارد تومان رسید و امسال برنامه داریم این میزان را به ۶۰ میلیارد تومان برسانیم و خوشبختانه در چهار ماهه به حدود ۱۵ میلیارد تومان رسید استراتژی بلندمدت این شرکت اول شدن سهم بازار ایرانول در سال ۱۴۰۰ و به صفر رساندن خام فروشی در سال ۱۴۰۴ است.

بازینه ی کمتر، از وابستگی شرکت نفت ایرانول به پالایشگاه نفت تهران و Shutdown های احتمالی و قطع بخار نیز جلوگیری خواهد کرد.

پیش بینی می گردد از سه ماهه سوم سال ۱۳۹۶ این پروژه آغاز و در عرض ۲۴ ماه اجرا و در سال ۱۳۹۸ پایان یابد.

ایرانول در مورد صادرات کمی توضیح دهید؟

خوشبختانه از ابتدای ورودم با بررسی که انجام دادیم فروش صادراتی را از فروش اعتباری به فروش نقدی تبدیل کردیم.

ایرانول در مورد خریدهای خارجی چطور؟ در این قسمت هم اقداماتی انجام داده اید؟

خریدهای خارجی ما عمدتاً افزایش یافته است که در سال های گذشته با مشکلات زیادی برای تامین آن مواجه بودیم. روش این گونه بود که ما پول را می دادیم، دو سه ماه بعد افزایش قیمت به تهران می رسید و در این مسیر اگر مشکلی بوجود می آمد نمی توانستیم کاری انجام دهیم ولی روش خریدهای خارجی ما از سال ۹۵ تغییر کرده و بر اساس آن باید ابتدا افزایش قیمت به تهران فرستاده شود و پس از تایید ۱۰ درصد آن پرداخت می شود. پس از تولید و مصرف آن توافق های سه ماهه و چهار ماهه برای پرداخت مابقی پول داریم.

ایرانول در زمینه بسته بندی و خریدهای بازرگانی چطور؟

در بحث بسته بندی ها و بازرگانی نیز صرفه جویی های زیادی انجام دادیم که باعث کاهش ۱۳ میلیارد تومانی هزینه های مالی در سال ۹۵ شد و بهای قیمت تمام شده این شرکت با وجود اینکه در سال ۹۵ فروش بیشتری نسبت به سال ۹۴ داشتیم ۳ درصد معادل ۲۱ میلیارد تومان کاهش یافته است.

ایرانول در زمینه آیین نامه و دستورالعمل ها که یکی از تکالیف

مجامع سال های گذشته بوده نیز اقداماتی انجام داده اید، در این مورد بیشتر توضیح می دهید؟

در این مدت، ۱۱۳ آیین نامه و دستورالعمل که یکی از تکالیف مجامع بود پس از سالها به روز شد و آخرین آن آیین نامه معاملات بود که در بهمن ماه سال گذشته اصلاح و در سال ۹۶ بر اساس آیین نامه جدید عمل خواهد شد.

ایرانول بر نامه شما برای تحویل محصول به مصرف کننده واقعی چیست؟

توسعه و گسترش شبکه توزیع مویرگی و ایجاد شبکه توزیع مستقیم در فروشگاه های زنجیره ای یکی از بر نامه های ما در ایرانول بود که در راستای حذف واسطه گری در امر توزیع روغن و همچنین با عنایت به هدف شرکت مبنی بر کسب بیشترین سهم بازار در بین محصولات داخلی ضمن افزایش تولید محصولات نهایی مظروف، تقویت سیستم توزیع مویرگی موجود و همچنین راه اندازی این سیستم در استان های تهران و قم تا پایان سال ۱۳۹۵ پیگیری و اجرا شده است. اجرای این طرح موفق در سایر استانها با همکاری عاملین فروش همچنان در سرلوحه اقدامات می باشد.

ایرانول محصولات ایرانول به کدام کشورها صادر می شود؟

محصولات شرکت نفت ایرانول به کشورهای هند، چین، پاکستان، امارات، اربیل عراق، گرجستان، آسیای میانه و ارمنستان صادر می شود و بر نامه صادرات به دیگر کشورها را بر اساس استراتژی ایرانول ۱۴۰۴ داریم.

ایرانول استراتژی ها و بر نامه های آینده ایرانول چگونه است؟

در شرکت نفت ایرانول همیشه سیاست ها کوتاه مدت بوده است ولی ما یک استراتژی تا ۱۴۰۴ در نظر گرفته ایم که طی ماههای آینده نهایی و در هیات مدیره تصویب می شود و سالانه بر اساس شرایط بازار بر نامه اجرایی تدوین خواهد شد. در این راستا، مدیر عامل ایرانول باید بر اساس شاخصه های مشخص شده حرکت کند که یکی از مهمترین آنها به حداقل رساندن خام فروشی است و در سال ۱۴۰۰ باید در سهم بازار در ایران اول شود. همچنین در زمینه پروژه ها نیز ۱۳ پروژه برای یک بر نامه ۵ ساله تعریف کردیم که با نهایی شدن آنها حاشیه سود خوبی نصیب شرکت می شود. در سال ۹۵ با وجود کاهش ۵ درصدی تولید و ۴۴ میلیارد تومانی مبلغ کل فروش، با تغییر سیاست فروش و حرکت به سمت فروش محصول نهایی برای نخستین بار در تاریخ روانکاران، ایرانول در بین ۴ شرکت روانکار، از نظر رشد سوددهی اول شد. این امر هم در سود عملیاتی و هم در سود خالص محقق شده است و برای نخستین بار در تاریخ شرکت نفت ایرانول، رکورد فروش محصول نهایی و صادرات شکسته شد. مهر تایید اقدامات انجام شده، جایزه سه ستاره تعالی سازمانی بود که توسط سازمان مدیریت صنعتی به شرکت نفت ایرانول داده شد.

ایرانول مرکز مطالعات تعالی سازمان مدیریت صنعتی هر سال بر

اساس ارزیابی عملکرد این جایزه را به برخی از شرکت ها اهدا می کند و ایرانول نیز در میان شرکت های روانکار تنها شرکتی بوده است که توانست این جایزه را دریافت کند. در این مورد توضیح می دهید؟

برای دریافت این جایزه هر شرکت باید آمادگی خود را برای سنجش در این زمینه اعلام کند که ارزیابان این سازمان در شرکت ها مستقر و ارزیابی می کنند که ما پارسال با توجه به استراتژی ها و کارهای انجام شده توانستیم برای نخستین بار در روانکارها جایزه سه ستاره تعالی سازمانی را دریافت کنیم.

ایرانول در اردیبهشت سال جاری با شرکت پتروناس که یکی از برترین تولیدکننده های روانکار در دنیا است نیز برای تولید روغن وارد مذاکره شدید و تفاهم نامه همکاری در ایتالیا امضا کردید در این زمینه نیز توضیح دهید؟

این شرکت یکی از بزرگترین تولیدکنندگان روغن در اروپا است و سالانه حدود ۸۰۰ میلیون لیتر روغن می فروشد. ما با این شرکت تفاهم نامه امضا کردیم و قرار است محصولات موتوری، دریایی، صنعتی و گریس را تحت لیسانس این شرکت به بازار عرضه کنیم. بر اساس تفاهم نامه امضا شده شرکت پتروناس که جزء شرکت های برتر دنیا در تولید انواع روانکار است و تأییدیه برخی از بهترین خودروسازان جهان را داراست، با انتقال دانش فنی و تکنولوژی در تولید انواع روانکارهای با کیفیت و استانداردهای جهانی با ایرانول همکاری می کند و بسیاری از روغن ها که در داخل تولید نمی شود با همکاری این شرکت تولید کنیم.

ایرانول در زمینه نخستین روغن پایه گیاهی کشور که توسط شرکت نفت ایرانول تولید و در اردیبهشت ماه سال گذشته روانه بازار شد کمی توضیح دهید؟ آیا در این مدت توانسته سهم بازار را بدست آوردید و از فروش و تولید آن راضی هستید؟ آیا ایرانول با تولید این روغن توانسته گامی در راستای حفاظت از محیط زیست بردارد؟

این روغن موتور پس از ماهها تلاش کارشناسان واحد کنترل کیفیت، پژوهش و آزمایشگاه ایرانول و با اخذ مجوز از سازمان ملی استاندارد ایران تولید شد. در واقع می توان گفت روغن موتور گیاهی تنها در چند کشور پیشرفته عرضه می شود که توسط کارشناسان ایرانول این محصول در داخل کشور نیز فرمولاسیون آن تهیه و به بازار عرضه شد و استقبال خوبی از این محصول گردید و به دنبال تأییدیه بین المللی برای این محصول بودیم تا بتوانیم برای صادرات آن نیز بر نامه ریزی کنیم و خوشبختانه اخیراً توانستیم تأییدیه آزمایشگاه معتبر کشور بلژیک را برای این محصول بگیریم.

گفت و گو

نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶



در این مورد صحبت کردید و مزایایی که این طرح برای شرکت در پی دارد؟ لطفاً توضیح دهید؟

برای پویا و پیشرفت و توسعه شرکت راهی جز طرح‌های شرکت نیست و خوشبختانه توانستیم بعد از ۱۰ سال با رضایت سهامداران از عملکرد شرکت، مجوز افزایش سرمایه را بگیریم. در آغاز سال ۱۳۹۶ و با تداوم برنامه‌های پتروشیمی در سال‌های گذشته و با اساس برنامه استراتژی ۱۴۰۴ شرکت نفت ایرانول، تلاش مدیریت شرکت ایجاد ارزش افزوده و استفاده بهینه از دارایی‌های شرکت و تبدیل دارایی‌های کم‌بازده و در نتیجه افزایش سهم بازار داخلی در روغن‌های موتور و صنعتی، ساماندهی فعالیت‌ها و تولید بر اساس استانداردهای متعارف صنعت و دریافت تأییدیه‌های اجباری و تشویقی، توجه به تولیدات با ارزش افزوده بالاتر و در نهایت سودآوری حداکثری برای ذینفعان شرکت می‌باشد. بخشی از طرح‌های اصلی و برنامه توسعه عملیاتی شرکت به شرح ذیل می‌باشد:

- ◀ افزایش سهم بازار مورد انتظار در داخل کشور
- ◀ افزایش حداکثری حجم تولید روغن‌های موتور با حفظ تنوع فعلی: در افرق ۱۴۰۴ شرکت نفت ایرانول شرکتی است که تمامی روغن پایه تولیدی خود را به محصول نهایی تبدیل نموده و خام‌فروشی این شرکت کاملاً به پایان خواهد رسید.
- ◀ طرح تولید و کسب خشک و افزایش تولید پالایشگاه تهران
- ◀ طرح تولید بخار در تهران و نهایتاً مستقل نمودن کامل یوتیلیتی در پالایشگاه‌های تهران و آبادان
- ◀ مشارکت با شرکت‌های معتبر خارجی در تولید روغن‌های دریایی و روغن پایه گروه ۲ و ۳ در آبادان

ایرانول شما در ابتدای ورودتان خبر از توسعه همه‌جانبه دادید و در این توسعه همه‌جانبه توجه به مسایل فرهنگی، معیشتی و رفاهی همکاران نیز در سرلوحه برنامه‌های شما بود و خوشبختانه موجب لبخند رضایت همکاران شد، لطفاً توضیح دهید؟

طی مدت سه سال گذشته دو بار حقوق‌ها را افزایش دادیم و تقریباً صد درصد دریافتی‌ها (نقدی و غیر نقدی) نسبت به سال ۹۳ افزایش یافته است و در کنار آن کارکنان قرار دادی کار و تامین را که یکی از آرزوهای به حق آنها بود و همچنین این اقدام به نفع شرکت بود را ایرانولی کردم و در زمینه رفاه و معیشتی‌ها و کم کردن فاصله‌ها گام‌های جدی برداشته شد و کمک‌های غیر نقدی نیز افزایش پیدا کرد.

ایرانول یکی از خواسته‌های پرسنل و پیشنهاد آنها افزایش تسهیلات رفاهی، ورزشی و افزایش رقم وام‌ها و... بود، در این مورد چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

یکی از مهمترین اقداماتی که خوشبختانه امسال به منظور افزایش رضایت کارکنان و بهبود سطح زندگی و رفاه آنها انجام شد افزایش کمک هزینه‌های مختلف از جمله هدایای نقدی که به مناسبت‌های مختلف و اعیاد به همکاران اهدا می‌شود و همچنین کمک هزینه سفر و وام ازدواج بود که در مورد وام ازدواج افزایش ۴۰۰ تا ۵۰۰ درصدی صورت گرفته که از ۲ میلیون در سال گذشته به ۱۰ میلیون در سال جدید تغییر پیدا کرد. این اقدام به منظور حمایت از کارکنان جوان شرکت در راستای برداشته شدن موانع ازدواج صورت گرفت.

ایرانول چندی پیش گزارشی در یکی از خبرگزاری‌های کشور از وضعیت روغن موتور در سال ۹۵ توسط سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان ارائه و منتشر شد و نشان می‌داد که ایرانول در بین چهار شرکت تولید روانکار در شاخص‌های تولید، توزیع و فروش و سهم بازار رشد قابل توجهی داشته است؟ در این مورد توضیح می‌دهید؟

در سال ۱۳۹۵ در مجموع بالغ بر ۳۷۶ میلیون لیتر روغن موتور توسط چهار شرکت نفت بهران، سپاهان، پارس و ایرانول تولید شده است که این میزان نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳۹۴ که معادل ۳۵۰ میلیون لیتر بوده حدود ۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد که در این میان شرکت نفت بهران با ۱۲۹ میلیون لیتر یک درصد افزایش، شرکت نفت ایرانول با ۱۰۹ میلیون لیتر ۳۱ درصد افزایش، نفت سپاهان با ۷۳ میلیون لیتر یک درصد افزایش و نفت پارس با ۶۵ میلیون لیتر ۱/۵ درصد کاهش را نشان می‌دهد که به ترتیب شرکت نفت بهران ۳۴ درصد، شرکت نفت ایرانول ۲۹ درصد، شرکت نفت سپاهان ۱۹ درصد و شرکت نفت پارس ۱۷ درصد تولید را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین در سال ۱۳۹۵ جمعاً بالغ بر ۳۵۳ میلیون لیتر روغن موتور توسط چهار شرکت نفت بهران، ایرانول، سپاهان، پارس توزیع شده است که این میزان نسبت به سال گذشته ۱۳۹۴ که معادل ۳۴۰ میلیون لیتر بوده حدود ۴ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

میزان توزیع روغن موتور شرکت نفت ایرانول در سال ۹۵ معادل ۹۵ میلیون لیتر بوده که نسبت به مدت مشابه در سال ۸۱/۹۴ (۸۱ میلیون لیتر) ۱۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد. گفتنی است؛ مقایسه تولید، توزیع و فروش این واحدها نشان می‌دهد در زمینه توزیع و فروش شرکت نفت ایرانول ۲۷ درصد از کل توزیع سال ۹۵ را در میان روانکاران به خود اختصاص داده است.

در زمینه تولید نیز شرکت نفت ایرانول ۲۹ درصد تولید روانکاران در سال ۹۵ را به خود اختصاص داده است که در مجموع ایرانول با ۱۰۹ میلیون لیتر ۳۱ درصد افزایش را در تولید نسبت به سال ۹۴ نشان می‌دهد.

ایرانول ایرانول امسال با اعمال مدیریت حرفه‌ای، علمی و کارا، یکی از بهترین مجامع خود را برگزار کرد و توانست لبخند رضایت شادی را بر لبان سهامداران خرد و کلان خود بنشانند و سوددهی خوبی داشته باشد؟ آیا از مجمع امسال راضی بودید؟

در بین شرکت‌های تولید روغن (روانکار) در کشور و افزایش ۳۹ درصدی سود خالص سال نسبت به سال قبل از مبلغ ۱۴۵ میلیارد تومان در سال ۹۴ به مبلغ ۲۰۳ میلیارد تومان در سال ۹۵ رسید که ناشی از کاهش اساسی هزینه‌های مالی و بهای تمام شده فروش، تغییر در سیاست‌های فروش و درآمد حاصل از فروش ساختمان‌های مازاد شرکت بود و موجب تحقق EPS هر سهم به مبلغ ۲۰۲۵ ریال گردید و مصوب شد مبلغ ۱۸۰۰ ریال معادل ۸۹ درصد از سود تحقق یافته بین سهامداران تقسیم شود. همچنین تمام وظایف مجامع گذشته تقریباً به تحقق رسیده بود و انجام شده است و می‌توان گفت در مجموع مجمع خوب و راضی‌کننده‌ای بود.

ایرانول در زمینه افزایش سرمایه شرکت که بعد از ۱۰ سال با هدف اجرای پروژه‌های شرکت صورت گرفته و در مجمع امسال نیز

۱۰۰۰۰ در زمینه بیمه تکمیلی چه اقداماتی انجام داده اید؟

همانند روال سال های گذشته، هماهنگی و انجام مکاتبات مورد نیاز با مراکز بیمه به منظور تمدید خدمات بیمه درمانی / بیمه عمر پرسنل صورت پذیرفت که در این راستا پس از انجام مناقصه و بررسی پیشنهادات ارائه شده، بیمه آسیا به عنوان ارائه دهنده خدمات مذکور از سوی شرکت انتخاب شد و در این زمینه نیز اقداماتی علاوه بر مواردی که تاکنون بوده، برای افزایش تسهیلات در حال انجام است.

۱۰۰۰۰ در زمینه تسهیلات ورزشی چگونه؟

در زمینه ورزشی نیز برنامه های در حال پیگیری است و قرار است با هماهنگی منابع انسانی برای کارکنان پالایشگاه تهران ورزش صبحگاهی اجرا شود.

۱۰۰۰۰ اقدام دیگری که در زمینه رفاهی انجام شد اختصاص

سید کالا به صورت فصلی به کارکنان و هر سه ماه یکبار بود که می توان

گفت با توجه به باز خورد مثبت در شرکت اقدام بسیار خوبی بود؟

این اقدام در مراسم روز کارگر کلید خورد و در هیات مدیره تصویب شد که به منظور تحکیم و حمایت از بنیان خانواده های کارکنان سید کالا به صورت فصلی هر سه ماه یکبار به تمامی همکاران اختصاص یابد. مقرر شد اولین سید کالا در ماه مبارک رمضان، دومین سید کالا متقارن با عید سعید فطر، سید سوم همزمان با هفته دولت و بازگشایی مدارس و آخرین سید در ایام دهه مبارک فجر (بهمن ماه) در اختیار کارکنان قرار گیرد.

۱۰۰۰۰ در مورد اقداماتی که امسال برای افزایش تسهیلات

سفرهای تابستانی کارکنان انجام داده اید. لطفا توضیح می دهید؟

در این راستا، نیز، هماهنگی و انجام مکاتبات مورد نیاز با مراکز گردشگری به منظور استفاده پرسنل از تسهیلات رفاهی مسافرتی در شش ماهه اول سال صورت پذیرفت. همچنین به منظور افزایش رضایت کارکنان در ارتباط با مراکز گردشگری در شهر مشهد، نسبت به تغییر محل این مراکز در سال جاری اقدام شد.

۱۰۰۰۰ در زمینه مسکن کارکنان که از سال گذشته پیگیری آن

هستید، بفرمایید چه اقدامات جدیدی صورت گرفته است؟

خانه دار کردن پرسنل از اولویت های من بوده و تاکنون برای دریافت زمین با چند شرکت وارد مذاکره شده و برنامه ما خانه دار کردن کارکنان تا سال ۱۴۰۰ می باشد.

۱۰۰۰۰ در زمینه سلامت کارکنان چه اقداماتی انجام داده اید؟

با توجه به اهمیت موضوع سلامت کارکنان، بالابردن سطح سلامت و بهداشت کارکنان به عنوان یکی از موضوعات اساسی در دستور کار واحد منابع انسانی قرار گرفت. در این راستا بخش خدمات اداری در پالایشگاه تهران اقدام به بررسی سلامت آب مصرفی نموده است. پس از انجام آزمایش های مورد نیاز در خصوص معیارها و استانداردهای لازم مرتبط با آب مصرفی و مشاهده نتایج آزمایش ها، مشخص گردید متأسفانه میزان فلزات سنگین از جمله نیترات موجود در آب مصرفی در حد قابل قبول استاندارد نبوده و همچنین میزان درجه سختی آب نیز برابر ۳۵۰ می باشد. پس از انجام بررسی های لازم و ارائه گزارش های مورد نیاز، نصب و راه اندازی دستگاه تصفیه آب صنعتی در مجاورت رستوران در دستور کار این واحد قرار گرفت که در مرداد ماه سال جاری مورد بهره برداری قرار گرفت. با نصب دستگاه تصفیه آب صنعتی میزان درجه سختی آب طی آزمایش های انجام شده به شاخص ۷۰ تقلیل پیدا کرده و تمامی استانداردهای لازم کیفی را کسب نموده است. در حال حاضر تمامی امور مرتبط با رستوران و تهیه غذا در پالایشگاه تهران با دستگاه تصفیه آب صنعتی صورت می پذیرد.

همچنین برای مرکز بهداشت ساختمان جدید احداث شد و طبق روال سال های پیش آزمایش های ادواری و پیگیری پرورنده های پزشکی نیز در دستور کار این مرکز می باشد. در زمینه سلامت کارکنان پایش عوامل زیان آور شغلی مثل نور، صدا و تجهیزات حفاظت شده و ارگونومی نیز در دستور کار قرار گرفته است حتی در زمینه تغذیه کارکنان نیز اقدامات مثبتی مانند حذف روغن جامد از غذا و افزودن سبزیجات و میوه و... نیز صورت گرفته است.

۱۰۰۰۰ هر ساله برای کارکنان جشن ها و مراسم های مختلفی

برگزار می شود از سال گذشته در این جشن ها هدایای غیر نقدی نیز

برای کارکنان در نظر گرفته شده است در این مورد توضیح دهید؟

هدایای هدایا به کارکنان در دهه فجر و سال نو و همزمان با جشن های دانش آموزی نیز یکی دیگر از اقدامات شرکت در زمینه امور رفاهی است. در این مورد هدایایی را از تولیدات داخل در راستای اقتصاد مقاومتی و خودکفایی به کارکنان اهدا کردیم تا بخشی از کسری حقوق را جبران کنیم. همچنین از سال گذشته لوازم تحریر نیز همزمان با اول مهر و سال تحصیلی در اختیار فرزندان کارکنان قرار داده می شود که سال گذشته مورد استقبال آنها قرار گرفت و بسیاری از کارکنان از این موضوع ابراز رضایت و تشکر کردند.



▲ تولید روغن موتور الوند پس از ۳۶ سال در آبادان



▲ نصب فیلترهای واحد موم گیری

چندی پیش مجمع شرکت تعاونی خدمات اداری پشتیبانی کارکنان که سال گذشته در شرکت راه اندازی شده بود نیز برگزار شد، بفرمایید چه باز خوردی داشت؟

شرکت تعاونی خدمات اداری پشتیبانی شرکت نفت ایرانول پس از طی مراحل اولیه قانونی در سال گذشته تاسیس شد. برخی از برنامه‌های آینده که این شرکت تعاونی قصد ورود جدی به آنها را در سال آتی دارد، مناقصات ایاب و ذهاب پالایشگاه‌های تهران و آبادان، تامین سطل ۲۰ لیتری پلاستیکی، تامین بشکه فلزی شرکت و مظروف نمودن محصولات جانبی صادراتی می باشد. آخرین اقدام این تعاونی تجهیز و راه اندازی فروشگاه تعاونی مصرف در پالایشگاه روغن سازی تهران و افتتاح آن همزمان با اولین مجمع عادی سالانه شرکت تعاونی بود که این تعاونی علاوه بر سودآوری باعث کاهش هزینه‌ها شرکت نفت ایرانول شده است.

در اولین مجمع عادی سالانه شرکت تعاونی چقدر سود تقسیم شد؟

سود شش ماهه سال گذشته تعاونی برابر با مقدار آورده اعضا ۲۰ هزار تومان تقسیم شد. یعنی سال گذشته هر کدام از همکاران ۲۰۰ هزار تومان به عنوان عضویت پرداخت کردند و امسال ۲۰۰ هزار تومان خود را به عنوان سود دریافت می کنند و برنامه سال آینده پرداخت مبلغ ۲ میلیون تومان سود به هر یک از اعضا می باشد.

سال گذشته در جلسه پرسش و پاسخ با همکاران که همزمان با دهه مبارک فجر برای اولین بار برگزار شد در مورد پروژه احداث ساختمان جدید اداری شرکت صحبت هایی کردید، در چه مرحله ای است؟

با توجه به کمبود فضای فعلی در ساختمان اداری پالایشگاه روغن سازی تهران و نیز دفتر مرکزی شرکت و نزدیک بودن ساختمان های فعلی به واحدهای عملیاتی، جهت بهبود فضای کارکنان و همچنین افزایش ایمنی و کاهش خطرات و صدمات احتمالی، نیاز به تاسیس یک ساختمان جدید در پالایشگاه می باشد. در این طرح علاوه بر افزایش فضای اداری کارکنان، امکانات رفاهی جدیدی نیز به ساختمان اداری اضافه خواهد شد که عبارتند از: رستوران، سالن های ورزشی، سالن تجمعات و آمفی تئاتر، استخر، فضای سبز مناسب، نمازخانه، پارکینگ و... پس از جانمایی ساختمان جدید و فضاهای مورد نیاز نسبت به انتخاب مشاور طرح اقدام و مطابق اسناد فنی تهیه شده پیمانکار اجرایی انتخاب خواهد شد.

همچنین در این جلسه بسیاری از بانوان درخواست لباس فرم کردند که شما با این اقدام موافقت کردید و در مرداد ماه عملی شد؟

با توجه به درخواست کارکنان خانم در جلسه پرسش و پاسخ دهه فجر در انتهای سال ۹۵ مبنی بر تخصیص لباس فرم اداری و انجام نظرسنجی از تمامی کارکنان خانم و کسب میزان رضایت ۸۳٪، تهیه لباس فرم اداری در دستور کار واحد منابع انسانی قرار گرفت که پس از انجام اقدامات مورد نیاز نسبت به توزیع لباس فرم کارکنان خانم مطابق با آخرین ویرایش «دستورالعمل تخصیص لباس کارکنان» در مرداد ماه سال جاری اقدام شد.

برای شرکت احیا رانکاران سپاهان چه برنامه ای در نظر دارید؟

بناداریم از ظرفیت های این شرکت استفاده کنیم و با مشارکت شرکت پتروناس و تولید روغن های دریایی، صنعتی، موتوری و گریس در این شرکت با تأییدیه های بین المللی در جهت افزایش سهم بازار ایرانول و افزایش سودآوری گام های خوبی برداریم.

ایرانولی ها از شما به عنوان مدیری یاد می کنند که هر قولی داده اید به انجام رسانده اید نظر تان چیست؟

خوشبختانه با حمایت و همکاری بسیار خوب هیات مدیره توانستم هر قولی که داده ایم تاکنون عملیاتی شود و فقط یک قول مانده که خانه دار شدن همه همکاران تا سال ۱۴۰۰ است که انشاءالله این قول نیز عملیاتی و اجرایی خواهد شد.

بررسی و نظرسنجی ها نشان از رضایت حدود ۹۰ درصد همکاران از عملکرد شما دارد و همه از این دوران به عنوان دوران موفق ایرانول یاد می کنند که در تمامی حوزه ها بر اساس آنچه در ابتدای ورودتان به شرکت اعلام کردید کار شده است، نظر شما چیست؟

این نظر لطف همکاران است و مطمئنم هنوز کاستی های یاد است و نتوانسته ام آنگونه که شایسته همکاران عزیز است انجام دهم، این عملکرد حاصل کار تک تک همکاران و مدیران و حاصل خرد جمعی و کار گروهی بود که از همه آنها تشکر می کنم و امیدوارم بتوانیم در ادامه راه موفق تر از قبل عمل کنیم.

خدایا چنان کن سرانجام کار

تو خوشنود باشی و ما رستگار



▲ مراسم تقدیر از دانش آموزان ممتاز ایرانول - شهر یور ۹۵



▲ بازدید از مجتمع ظرف سازی و بسته بندی

در پنج ماهه اول سالجاری نسبت به سال قبل خام فروشی روغن پایه حدود ۶۰ درصد کاهش و فروش محصول نهایی ۳۰ درصد افزایش یافته است

۱۱

گفت و گو

نشریه داخلی شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶



1



حضور شرکت نفت ایرانول در پنجمین نمایشگاه بین المللی صنایع معدنی و سومین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات معدنی

1

و بهره برداری، فرآوری مواد معدنی، مهندسی مشاور و پیمانکاران، تجهیزات آزمایشگاهی و زمین شناسی و اکتشاف معادن زیر زمینی، معادن روباز، محیط زیست، تجهیزات ترابری زیر زمینی، تجهیزات تولید نیر، تاسیسات تهویه، تجهیزات فیلتراسیون و هواساز، روانکاران صنعتی و معدنی، تجهیزات و ماشین آلات خریدار مواد معدنی، تجهیزات خطوط انتقال و توزین و فرآوری، انجمن ها و تشکل ها، ماشین آلات راهسازی، ماشین آلات سنگین، ماشین آلات حفاری، واردات و ارائه خدمات پس از فروش و تامین قطعات ماشین آلات حضور داشتند.

این نمایشگاه امسال با استقبال خوب شرکت های خارجی مواجه شد و حضور کشورهای آلمان، کره جنوبی، چین، سوئد، ژاپن و روسیه قطعی شد.

تکمیل زنجیره تولید برای دستیابی به محصولات و خدمات با ارزش افزوده بالاتر، دستیابی به آخرین فناوری های نوین، افزایش تولید مواد اولیه مورد نیاز واحد های تولیدی، توسعه صنایع بالا دستی معدن و صنایع معدنی به منظور افزایش صادرات، انتقال و ارتقای دانش و فناوری و توسعه تکنولوژی ساخت داخل با رویکرد بومی سازی، ارتقای سطح ایمنی در معادن، تجهیز معادن و کارخانجات و رفع کمبود ماشین آلات و تجهیزات و توسعه سرمایه گذاری و رفع موانع در حوزه معدن و صنایع معدنی؛ مهمترین اهداف برگزاری این نمایشگاه بود.

گفتنی است، شرکت نفت ایرانول در راستای سهم بیشتر بازار و ایجاد رقابت، بنا به درخواست واحد فروش با حضور کارشناسان واحد صنایع و نماینده دفتر فروش صنایع در کرمان در این نمایشگاه حضور داشت.

پنجمین نمایشگاه بین المللی معدن، صنایع معدنی، فرآوری مواد معدنی و تجهیزات وابسته و سومین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات معدنی و راهسازی از ۱۰ تا ۱۳ تیر ماه هر روز از ساعت ۱۶ (۴ بعد از ظهر) الی ۲۲ (۱۰ شب) در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی کرمان آماده بازدید علاقمندان بود.

شرکت نفت ایرانول (از شرکت های زیر مجموعه تایپکو) در پنجمین نمایشگاه بین المللی معدن، صنایع معدنی، فرآوری مواد معدنی و تجهیزات وابسته و همچنین سومین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات معدنی و راهسازی که روز شنبه ۱۰ تیر ماه با حضور و مشارکت مطرح ترین و بزرگترین شرکت های حوزه معدنی در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی کرمان گشایش یافت، حضور داشت.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول؛ این نمایشگاه با حضور مقامات وزارت صنعت، معدن و تجارت، اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، خانه صنعت و معدن و مقامات استان کرمان آغاز به کار کرد.

شرکت کنندگان در این نمایشگاه که تا ۱۳ تیر ماه ادامه داشت؛ آخرین دستاوردهای خود در حوزه ها و بخش های مختلف اکتشاف، استخراج، فرآوری، صادرات، سرمایه گذاری و ماشین آلات را ارائه و در معرض دید علاقمندان قرار دادند.

همزمان با برگزاری پنجمین نمایشگاه بین المللی معدن، صنایع معدنی، فرآوری مواد معدنی و تجهیزات وابسته، همایش معدن، فرصت ها و چالش ها با حضور مقامات دولتی و بخش خصوصی، صنعتگران و کارشناسان و استادان دانشگاه ها برگزار شد.

معرفی دستاوردهای جدید حوزه معدن، توسعه فناوری معدن کاری، کاربرد ماشین آلات و تجهیزات معدن، توسعه صادرات مواد معدنی و فرآورده های آن، تولید ماشین آلات معدنی و نقش فناوری اطلاعات در توسعه معدن مهمترین محورهای این همایش بود که روز ۱۳ تیر ماه در سالن همایش های اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی کرمان برگزار شد.

همچنین در حاشیه پنجمین نمایشگاه بین المللی معدن، صنایع معدنی، فرآوری مواد معدنی و تجهیزات وابسته و همچنین سومین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات معدنی و راهسازی؛ شش کارگاه و نشست تخصصی و علمی نیز برگزار شد.

در این نمایشگاه ماشین آلات صنایع مربوط به اکتشاف، استخراج

۱۲

اخبار

2 اهدای نشان کیفیت سازمان استاندارد به شرکت نفت ایرانول

در سومین کنفرانس بین المللی کیفیت، نشان کیفیت سازمان استاندارد به شرکت نفت ایرانول اهدا شد. به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، سومین کنفرانس بین المللی کیفیت با حضور حسین نوایی معاون وزیر صنعت، کلاتری معاون وزیر کار، حمیدرضا فولادگر رییس کمیسیون اصل ۴۴ مجلس شورای اسلامی و مدیران سازمان صنعتی و استاندارد تهران در مرکز همایش های بین المللی صداوسیما برگزار شد که در این کنفرانس مهندس اسکندری مدیر کنترل، کیفیت و پژوهش شرکت به نمایندگی از مهندس اسحاقی مدیرعامل شرکت نفت ایرانول نشان کیفیت سازمان استاندارد را دریافت کرد.

این کنفرانس با حمایت وزارت صنعت و معدن و تجارت، سازمان ملی استاندارد، وزارت جهاد کشاورزی و سازمان غذا و دارو برگزار شد.

گفتنی است؛ کنفرانس بین المللی کیفیت به همراه اجرای پانل های تخصصی با حضور کارشناسان و متخصصان این حوزه ۱۳ تیرماه در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.



2



3

3 همزمان با سالروز آزادسازی خرمشهر تولید روغن موتور الوند پس از ۳۶ سال در آبادان آغاز شد

خارجی توسط کارشناسان پالایشگاه روغن سازی آبادان خبر داد. مهندس اسحاقی در ادامه با اشاره به سیاست ایرانول مبنی بر کاهش خام فروشی روغن پایه و افزایش تولید محصول نهایی گفت: خوشبختانه در سال گذشته با کاهش ۳۰ درصدی خام فروشی مقدار فروش محصول نهایی را به حدود ۳۰ درصد افزایش و سهم بازار محصول نهایی ایرانول را نیز حدود ۵ درصد افزایش دادیم و پیش بینی می شود که سود شرکت در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ با افزایش بیش از ۳۰ درصد رشد مواجه شود و برنامه ما با بهره برداری از آبادان افزایش سه برابری صادرات محصول نهایی خواهد بود.

مدیرعامل شرکت نفت ایرانول افزود: خوشحالم که توانستیم طی سه سال گذشته بسیاری از کارهای عقب مانده را انجام و در تولید، فروش، سوددهی و صادرات رکورد را بشکنیم.

مهندس اسحاقی مدیرعامل شرکت نفت ایرانول در ادامه تاکید کرد: پایانه صادراتی ایرانول با پیشرفت فیزیکی ۸۵ درصد در ماهشهر با ظرفیت مخازن ۲۵ هزار تنی و خط ریلی حمل و نقل محصولات ایرانول از تهران به ماهشهر به زودی به بهره برداری خواهد رسید که با بهره برداری از این پایانه می توان ظرفیت ذخیره سازی محصولات صادراتی را به ۲ تا ۳ ماه افزایش داد.

همزمان با سوم خرداد سالروز آزادسازی خرمشهر و در سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال، تولید روغن موتور الوند طی مراسمی پس از ۳۶ سال در ایرانول آبادان آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، مهندس عیسی اسحاقی مدیرعامل شرکت نفت ایرانول در این مراسم گفت: با توجه به تعطیلی تولید روغن موتور در آبادان به دلیل جنگ تحمیلی در سال ۵۹ و تخریب آن، از سال ۹۴ برنامه نوسازی، بلندپنگ روغن و پرکنی در کارخانه بریم آغاز و در سال گذشته فاز یک و هم اکنون نوسازی کامل انجام و به بهره برداری رسید.

وی تصریح کرد: با بهره برداری کامل این کارخانه انواع روانکار موتوری، دریایی، دیزلی، صنعتی و... در آبادان تولید و آبادان به پایگاه صادراتی محصولات نهایی ایرانول تبدیل خواهد شد.

مدیرعامل شرکت نفت ایرانول کاهش خام فروشی، افزایش تولید، ارزش افزوده بیشتر، داشتن ۱۲ هزار متر انبار نوسازی شده، معافیت مالیاتی و معافیت عوارض گمرکی به دلیل منطقه آزاد بودن را از مهمترین ویژگیهای تولید در این منطقه ذکر کرد. وی در ادامه همچنین از طراحی، ساخت و راه اندازی دستگاه تولید بهیود شاخص گر انروی در پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان برای نخستین بار با هزینه ای بسیار کم در مقایسه با نمونه



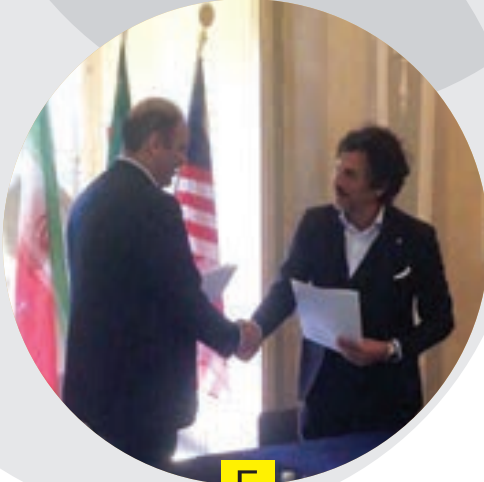
4

تقدیر از مهندس اسحاقی در همایش تجلیل از مدیران موفق اقتصاد مقاومتی

4

همزمان با هفته نیکو کاری جشنواره کار آفرینی، رفاه پایدار، خیر ماندگار با تجلیل از مدیران موفق اقتصاد مقاومتی ۱۴ اسفند ماه در سالن تلاش وزارت کار برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، در این جشنواره از اقدامات مهندس عیسی اسحاقی مدیر عامل شرکت نفت ایرانول در زمینه کار آفرینی، افزایش تولید و فروش، افزایش صادرات محصول نهایی و کاهش خام فروشی، توجه ویژه به مسائل معیشتی و رفاهی و ایرانی کردن پرسنل و بیمه تکمیلی و عمر ویس انداز در شرکت نفت ایرانول با حضور دکتر ربیعی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، دکتر نوربخش مدیر عامل سازمان تامین اجتماعی تقدیر و تندیس ویژه این جشنواره به همراه لوح تقدیر توسط دکتر ربیعی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی به مهندس اسحاقی اهدا شد. شایان ذکر است مهندس اسحاقی قبل از توزیع هدایا گزارشی از اقدامات صورت گرفته در شرکت نفت ایرانول به حاضرین در این مراسم ارائه داد.



5

مدیر عامل شرکت نفت ایرانول:

5

ایرانول محصولات با کیفیت و دارای تأییدیه خودروسازان جهانی به بازار عرضه می کند

این شرکت در سال ۹۵ اشاره کرد و گفت: با بازسازی کامل آبادان پس از ۳۶ سال در سوم خرداد همزمان با سالروز آزاد سازی خرمشهر تولید روغن الوند در این منطقه آغاز و آبادان به عنوان پایگاه صادراتی محصولات نهایی تبدیل و در راستای افزایش صادرات محصول نهایی اقدام خواهد شد.

اسحاقی بهره برداری از خط ریلی به منظور حمل محصولات صادراتی، بازسازی آبادان پس از ۳۶ سال و پایانه صادراتی ماهشهر با ظرفیت ۲۵ هزار تن را در نیمه اول سال جاری از مهمترین طرح های این شرکت ذکر کرد و ابراز امیدواری نمود با بهره برداری فاز اول واحد موم گیری (که موجب افزایش ۱۱ میلیون لیتری روغن پایه و کاهش چشمگیر روغن موجود در اسلک و کس می شود) تا پایان سال جاری گام های جدی برای تولید و صادرات برداریم.

گفتنی است: کمپانی پتروناس دارای ۱۴ کارخانه تولید انواع روانکار در کشورهای مختلف جهان از جمله ایتالیا، بلژیک، اسپانیا، برزیل، آرژانتین، چین، هند، مالزی، آمریکا، آفریقای جنوبی و سودان بوده و در سال ۲۰۱۳ در فهرست فورچون از ۵۰۰ شرکت بزرگ جهان، در رتبه ۷۵ قرار گرفت. پتروناس یکی از برترین تولیدکننده های روانکار در دنیا است که محصولاتش به تایید برخی از بهترین خودروسازان جهان مانند مرسدس بنز، ام و، فراری، لامبورگینی، تویوتا، هوندا، سوزوکی، فیات و... رسیده است و از سال ۲۰۰۹ تاکنون، بعنوان اسپانسر تیم مرسدس بنز در مسابقات اتومبیلرانی فرمول یک، شرکت می کند.

مدیران عامل شرکت نفت ایرانول و پتروناس در شهر تورین ایتالیا تفاهم نامه همکاری امضا کردند تا این دو شرکت برای تولید روغن های موتور، صنعتی، دریایی و گریس جهت عرضه به بازار ایران و منطقه با یکدیگر همکاری کنند.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، مهندس عیسی اسحاقی مدیر عامل شرکت نفت ایرانول در حاشیه بیست و دومین نمایشگاه بین المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی با اشاره به این مطلب گفت: بر اساس تفاهم نامه امضا شده شرکت پتروناس که جزء شرکت های برتر دنیا در تولید انواع روانکار است و تأییدیه برخی از بهترین خودروسازان جهان را داراست، با انتقال دانش فنی و تکنولوژی در تولید انواع روانکارهای با کیفیت و استاندارد های جهانی با ایرانول همکاری می کند. وی با اشاره به سیاست ایرانول مبنی بر کاهش خام فروشی روغن پایه و افزایش تولید محصول نهایی گفت: خوشبختانه در سال گذشته با کاهش ۳۰ درصدی خام فروشی مقدار فروش محصول نهایی را به ۳۰ درصد افزایش و سهم بازار محصول نهایی ایرانول را حدود ۵ درصد افزایش دادیم.

مهندس اسحاقی ابراز امیدواری کرد با همکاری پتروناس بتوانیم علاوه بر تامین نیاز بازار داخلی از خروج ارز جلوگیری و صادرات محصول نهایی را نیز افزایش دهیم تا در راستای افزایش تولید و اشتغال گام برداریم. مدیر عامل شرکت نفت ایرانول با اشاره به افزایش مقدار صادرات محصول نهایی در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴، به شکستن رکورد صادرات



6



7



همزمان با ولادت حضرت امام حسین (ع) و روز

پاسدار

6

مراسم گرامیداشت روز کارگر در

ایرانول برگزار شد

همزمان با ولادت حضرت امام حسین (ع) و روز پاسدار مراسم گرامیداشت روز کارگر با حضور مهندس اسحاقی مدیرعامل شرکت نفت ایرانول و مدیران شرکت در پالایشگاه روغن سازی تهران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، در این مراسم مهندس اسحاقی مدیرعامل شرکت نفت ایرانول به بیان گزارشی از مهمترین اقدامات انجام شده طی سه سال مدیریت وی بر این شرکت در زمینه توجه به نیروی انسانی و پروژه های صورت گرفته در پالایشگاه تهران و آبادان پرداخت و بر نامه های سال پیشرو سال اقتصاد مقاومتی تولید و اشتغال را بیان کرد.

در ابتدای این مراسم صابر خراسانی شاعر اهل بیت عصمت و طهارت (ع) به شعر خوانی در مدح امامان معصوم (ع) پرداخت. در ادامه برنامه طنز با اجرای حسن ریوندی استند آپ کمدی برگزار شد. در پایان نیز از کارگران، کارمندان نمونه و جانبازان با اهدای لوح سپاس و جایزه نقدی تقدیر به عمل آمد. اسامی کارگران و کارمندان نمونه عبارتند از: آقایان محمد زارعیان، حسن صحرانورد، مالک غلامی، حسین صادقی، امیر کرقلی، غلامحسین خلیل آبادی، محمد بیگ لو، مسعود زبیدی و مسعود شمس و خانم ها نیره مهدی خواه و مهناز آیتی.

اسامی جانبازان عزیز نیز عبارتند از: آقایان ابراهیم بهاری نسب، اسکندر بقرایی، افشار مردانه سمرین، سیدرشادت میراصلانی، صادق آبخاری، عبدالله حمیدی، علی شکوهی بافقی، علی مهربان، علیرضا تیلاب، غلام حسن رحیمی اردبیلی، محمد مددی، محمد جواد کریمی، محمد مهدی قدیری، محمد رضا پور اسماعیلی، مهدی ضیایی، نوید قلی نیا ویدالله خورشیدی.

حضور شرکت نفت ایرانول

7

در بیست و دومین نمایشگاه بین المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی

شرکت نفت ایرانول در بیست و دومین نمایشگاه بین المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی که از ۱۶ تا ۱۹ اردیبهشت ماه ۹۶ برگزار شد، حضور داشت. به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، بیست و دومین نمایشگاه بین المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی تهران به عنوان بزرگترین نمایشگاه صنعت نفت در خاورمیانه و جزو نمایشگاه های برتر جهان به شمار می رود.

این نمایشگاه همچنین به عنوان بزرگترین رخداد صنعتی و تجاری ایران در این حوزه است که سالانه با حضور جمع کثیری از شرکت های توانمند داخلی و خارجی در زمینه صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی برپا می گردد. یادآور می شود؛ بیست و دومین نمایشگاه بین المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی از ۱۶ تا ۱۹ اردیبهشت ماه در محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران برگزار شد و علاقمندان از ساعت ۱۰ تا ۱۸ از

این نمایشگاه بازدید کردند.

شرکت نفت ایرانول در این نمایشگاه میزبان بازدید کنندگان در سالن ۱۴ غرفه ۴۱۶ بود. گفتنی است، نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی تهران از نظر گستردگی و تعداد شرکت کنندگان در زمره پر اهمیت ترین نمایشگاه های تخصصی در حوزه صنعت نفت و گاز در سطح جهان به شمار می آید. جمهوری اسلامی ایران به عنوان دومین تولید کننده نفت در کشورهای عضو اوپک، با پتانسیل یازده درصد از کل ذخایر نفت جهان و ۱۸٪ از ذخایر گاز طبیعی هر ساله میزبان برگزاری نمایشگاه بین المللی نفت و گاز تهران بود که حضور شرکت های معتبر خارجی از کشورهای مختلف و تولید کنندگان و صنعتگران داخلی را برای ایجاد همکاری متقابل با توجه به فراهم بودن امکان سرمایه گذاری و عقد قرارداد در یک فضای مشترک ایجاد می نماید.

۱۵

اخبار

نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶

نخستین روغن موتور پایه گیاهی کشور تأییدیه آزمایشگاه بلژیک را دریافت کرد

8

ایرانول تترانخستین روغن موتور پایه گیاهی کشور، با مزایای کاهش آلودگی هوا، کاهش مصرف سوخت، افزایش طول عمر موتور و صرفه اقتصادی برای مصرف کننده که به بازار عرضه شده بود، تأییدیه آزمایشگاه BFB بلژیک را دریافت کرد. به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، روغن موتور تتر که پس از ماهها تلاش کارشناسان واحد کنترل کیفیت، پژوهش و آزمایشگاه ایرانول و با اخذ مجوز از سازمان ملی استاندارد ایران تولید و به بازار عرضه و مورد استقبال مصرف کنندگان قرار گرفته بود برای ارزیابی به منظور سازگاری با محیط زیست به یکی از معتبرترین آزمایشگاههای بین المللی به نام آزمایشگاه نفت و تحقیقات BFB بلژیک ارسال شد، که بعد از دریافت نتیجه آزمایش مشاهده شد که روغن موتور ایرانول تتر دارای درصد بالای زیست تخریب پذیری است که این میزان منحصر به فرد برای روغن موتورهای باشد که در صورت ورود این روغن موتور به محیط زیست تقریباً نیمی از آن تجزیه شده و به صورت مواد غیر سمی به محیط زیست برمی گردد.



8



به مناسبت اولین روز از هفته کار و کارگر و

با حضور وزیر کار صورت گرفت

9

برگزاری ویژه برنامه جان و کار

با حضور پرسنل شرکت نفت ایرانول

همزمان با شب مبعث رسول اکرم (ص) و به مناسبت اولین روز از هفته کار و کارگر مراسمی با حضور دکتر ربیعی وزیر کار، تعاون و رفاه اجتماعی و جمعی از خانواده های پرسنل شرکت نفت ایرانول در سالن همایش های وزارت کار برگزار شد. در این مراسم که به طور زنده از شبکه رادیو جوان پخش شد، دکتر ربیعی ضمن تبریک هفته کارگر و مبعث حضرت رسول، در مورد قشر زحمت کش کارگر اقداماتی که باید برای رفاه کل جامعه و خصوص این افراد صورت گیرد سخنانی ایراد کرد. وی همچنین به بیان خاطراتی از دوران کودکی خود پرداخت.

در ادامه مراسم مهندس اسحاقی مدیر عامل شرکت نفت ایرانول نیز به عنوان مدیر عامل یک شرکت تولیدی و حامی تولید و نیروهای کارگری سخنانی را در مورد قشر زحمت کش کارگر و همچنین اقداماتی که لازم است هر مدیری برای رفاه کارکنان خود انجام دهد بیان کرد و گفت: باید قدر دان این قشر باشیم و بحث رفاهی باید یکی از اولویتهای هر مدیری در برابر کارکنان و بالاخص کارگران زحمت کش باشد. وی در ادامه به مسوولیت اصلی کارفرما اشاره کرد و گفت: کارفرما و کارگر باید درک متقابل داشته باشند و کارفرما باید در فکر رفع مسایل معیشت و رفاه کارگران باشد. گفتنی است: این مراسم با برنامه های طنز و اجرای گروه های هنری و موسیقی نیز همراه بود.

9





10

10 برگزاری برنامه های مختلف فرهنگی و مذهبی به مناسبت ماه مبارک رمضان و شعبان

جشنواره رمضان با اجرای برنامه های مختلف فرهنگی و مذهبی به مناسبت ماه مبارک رمضان و شعبان با هماهنگی کمیته فرهنگی شرکت نفت ایرانول برگزار شد. به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، از مهمترین این برنامه ها می توان به برگزاری مسابقه های کتابخوانی، مسابقات حضوری در هنگام نماز ظهر و عصر اشاره کرد.

همچنین برای ترویج فرهنگ حفظ قرآن کریم اجرای طرح روان خوانی قرآن انجام شد و در پایان جشنواره از بهترین ها باهدای هدایا تقدیر به عمل آمد.



11

11 برگزاری مسابقات کتابخوانی به مناسبت های اعیاد مختلف توسط واحد روابط عمومی و تبلیغات

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، از جمله این مسابقات می توان به مسابقه کتابخوانی امام مهدی (عج) همزمان با نیمه شعبان اشاره کرد. همچنین مسابقه کتابخوانی ۳۰ روز ۳۰ پیام با الهام از دعاها هر روزه ماه مبارک رمضان برگزار شد.

همچنین به مناسبت هفته کرامت و تولد امام رضا (ع) مسابقه کتابخوانی امام رثوف برگزیده ای از سیره امام رضا (ع) برگزار شد و به برندگان مسابقات هدایایی توسط واحد روابط عمومی و تبلیغات اهدا گردید.

۱۷

اخبار



12

12 اهدای خون همکاران دفتر مرکزی و پالایشگاه تهران

در سال جاری پیر و هماهنگی های به عمل آمده با سازمان انتقال خون در استان تهران برای اجرای عملیات خون گیری و اهدای خون مقرر شد که یک تیم پزشکی از این سازمان در دفتر مرکزی و پالایشگاه تهران مستقر شوند.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، این تیم در روز شنبه ۹۶/۰۵/۲۸ در پالایشگاه تهران و در روز یکشنبه ۹۶/۰۵/۲۹ در دفتر مرکزی حضور داشته و نسبت به انجام عملیات خون گیری اقدام کردند.

گفتنی است؛ مدیرعامل، مدیران و همکاران شرکت نفت ایرانول با اهدای خون خود برای کمک به بیماران نیازمند نهایت همکاری و تشریک مساعی را داشته و نمونه رفتار انسانی را در جامعه به اجرا گذاشته اند.

13

تعمیرات اساسی واحد تصفیه با گاز پروپان

واحد تعمیرات و نگهداری، بازرسی فنی و عملیات به اتمام رسید و با انجام عملیات پیش راه اندازی، واحد از روز چهارشنبه ۲۰ اردیبهشت ۹۶ در سرویس قرار گرفت.

تعمیرات اساسی کوره های واحد PDA در پالایشگاه روغن سازی تهران

با توجه به مشکلات ناشی از تعویض تعداد زیاد تیوب ها و بالا بودن عملیات برش و جوشکاری و سرعت بخشیدن به تعویض تیوب ها عملیات اورهال به صورت شبانه روزی انجام شد.

با توجه به اورهال انجام شده در سال ۱۳۹۴ در واحد آسفالت گیری با گاز پروپان و تاکید پژوهشگاه صنعت نفت بر انجام بررسی و چک تیوب های کوره های واحد به صورت دو سالانه، بر اساس برنامه ریزی انجام شده در هفته آخر فروردین ماه سال جاری برنامه اورهال کوره های واحد آغاز شد که بر اساس ضخامت سنجی و بررسی فنی انجام شده تعویض تعداد ۲۲ تیوب برای دو کوره واحد در دستور کار قرار گرفت و همزمان نیز تعداد ۳ دستگاه مبدل نیز عملیات جت زنی و تمیز کاری تیوب های مبدل ها نیز انجام گرفت. تعمیرات اساسی با تلاش و کوشش همکاران در



حضور مهندس اسحاقی و همکاران در منزل شهید آبادی از رزمندگان سال دفاع مقدس

14

در آستانه سالروز آزادسازی خرمشهر مهندس اسحاقی مدیرعامل و جمعی از مدیران شرکت نفت ایرانول با حضور در منزل شهید آبادی در ماهشهر یاد و خاطره این شهید بزرگوار را گرامی داشتند. شهید آبادی پدر همکارمان مهر داد آبادی می باشد.



15

بازدید عضو هیات مدیره و معاون تولید و بهره برداری ایرانول از پروژه

پایانه صادراتی

عضو هیات مدیره و معاون تولید و بهره برداری ایرانول (۹۶/۵/۲۹) از پایانه صادراتی ایرانول در بندر ماهشهر بازدید و از نزدیک در جریان اقدامات صورت گرفته در این پروژه قرار گرفت.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، سیاروش افضلی همچنین در جریان این سفر از بخش‌های مختلف پالایشگاه روغن سازی ایرانول شامل آزمایشگاه، HSE و سوله تعمیرات، واحدهای عملیاتی و پروژه برج خنک کننده و همچنین مجتمع صنعتی بریم شامل سوله بشکه پرکنی، مخازن بلندینگ و اسکله نیز بازدید کرد.

برگزاری جلسه شورای مسوولین پالایشگاه آبادان با حضور عضو هیات مدیره و معاون تولید و بهره برداری

جلسه شورای مسوولین پالایشگاه روغن سازی آبادان با حضور دکتر افضلی معاون تولید و بهره برداری ایرانول (۹۶/۰۵/۲۹) برگزار شد.

جلسه شورای مسوولین پالایشگاه آبادان، در جریان سفر معاون تولید و بهره برداری ایرانول به آبادان برگزار شد. در این جلسه هاشمی مدیر پالایشگاه آبادان در خصوص پروژه‌ها و فعالیت‌های صورت گرفته طی سه سال گذشته گزارشی ارائه داد، همچنین در ادامه این جلسه مسوولین واحدهای مختلف نیز گزارشی از فعالیت‌های واحدهای تابعه خود و پیگیری صورت جلسه شورای مسوولین قبلی، بیان کردند.



۱۹

اخبار

ایرانول موفق به تمدید گواهینامه ISO/TS16949 شد

16

شرکت نفت ایرانول موفق به دریافت گواهینامه استاندارد خاص خودروسازی و صنایع وابسته ISO/TS16949 شد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، ممیزی تمدید گواهینامه مذکور توسط شرکت DQS آلمان طی روزهای شنبه تا سه شنبه ۲۸ تا ۳۱ مرداد ماه ۱۳۹۶ در محل دفتر مرکزی و پالایشگاه روغن سازی تهران برگزار شد.

گفتنی است، ISO/TS16949 الزامات یک سیستم مدیریت کیفیت برای طراحی، توسعه، تولید، نصب و خدمات در محصولات مربوط به خودروسازی را تعیین می‌کند و به وسیله آن میتوان باعث نزدیک کردن خواسته و انتظارات مرتبط با سیستم مدیریت کیفیت سازندگان قطعات خودرو و ایجاد زبانی مشترک مابین آنها و خودروسازان شد.

همچنین این استاندارد با ایجاد معیارهای تخصصی همراه با الزامات مشتری، الزامات یک سیستم مدیریت را برای استفاده در کل زنجیره تامین قطعات و ملزومات خودروسازی معین می‌نماید.

16





17

17 نخستین جلسه هیات مدیره شرکت نفت ایرانول در سال جدید با حضور مهندس پیوندی

نخستین جلسه هیات مدیره شرکت نفت ایرانول در سال جاری با حضور مهندس پیوندی مدیر عامل تایپکو در دفتر مرکزی شرکت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، در این جلسه مهندس اسحاقی مدیر عامل شرکت نفت ایرانول گزارشی از اقدامات انجام شده طی دو سال گذشته و کاهش ۳۱ درصدی خام فروشی و شکستن رکورد فروش محصول نهایی در سال گذشته و برنامه های سال جاری بیان کرد و گفت: بزودی استراتژی شرکت نفت ایرانول ۱۴۰۴ برای تصویب به هیات مدیره و سپس هلدینگ تایپکو ارائه می شود.

در ادامه مهندس پیوندی نیز ضمن تشکر از اقدامات انجام شده به خصوص کاهش ۳۱ درصدی خام فروشی و افزایش فروش محصول نهایی گفت: باید کاهش خام فروشی که از اصلی ترین بندهای اقتصاد مقاومتی است در سرلوحه برنامه ها قرار گیرد و شرکت نفت ایرانول بر نامه سالجاری، سال آینده و همچنین برنامه ریزی بلند مدت را در نظر بگیرد تا بتواند بر اساس برنامه جلو برود.

در این جلسه دکتر هاشمی رئیس هیات مدیره نیز از اقدامات انجام شده طی دو سال گذشته و مدیریت مهندس اسحاقی تقدیر و تشکر کرد و گفت: خوشبختانه شرکت گام های توسعه ای همه جانبه ای در حوزه های مختلف در نظر گرفته که در حال انجام است.

گفتنی است، در این جلسه دکتر محقق زاده و مهندس عیدی اعضای هیات مدیره شرکت نفت ایرانول نیز دیدگاه های خود را بیان کردند.



18 بازدید مدیر عامل پالایش نفت آبادان از پالایشگاه روغن سازی ایرانول

مدیر عامل پالایش نفت آبادان به همراه مدیران و کارشناسان واحد های تابعه خود سه شنبه ۱۳۹۶/۰۲/۲۶ از پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان بازدید کرد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، این گروه از مجتمع صنعتی بریم، ساختمان آزمایشگاه، سوله جدید تعمیرات و واحدهای عملیاتی، پروژه برج خنک کننده و همچنین پروژه های در دست اقدام در مجتمع صنعتی بریم نیز بازدید کردند.

در این دیدار دکتر هاشمی مدیر پالایشگاه روغن سازی آبادان ضمن تشکر از همکاری های فی مابین و مساعدت های مهندس دائم الذکر گزارشی از مجموعه اقدام های صورت گرفته و در حال انجام در این پالایشگاه را به وی و سایر مدعوین ارائه داد.

مهندس دائم الذکر نیز ضمن تقدیر و تشکر از اقدام های صورت گرفته در پالایشگاه ایرانول آبادان بالاخص در زمان مدیریت مهندس اسحاقی، آمادگی پالایشگاه آبادان برای ارائه هر گونه همکاری و ارتباط با ایرانول را یاد آور شد.

18



۲۰

اخبار

نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶

سقف تعهدات بیمه تکمیلی کارکنان شرکت نفت ایرانول

ردیف	شرح	سقف تعهدات (ریال)
۱	جبران هزینه های بستری، جراحی، شیمی درمانی (بستری سرپایی)، رادیوتراپی، آنژیوگرافی قلب، گامانایف و انواع سنگ شکن، دیسک ستون فقرات و %DAYCARE	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	هزینه مربوط به رفع عیوب انکساری هر چشم (در مواردی که به تشخیص پزشک بیمه گر جمع قدر مطلق نقص بینائی هر چشم (درجه نزدیک بینی و دوربینی به اضافه نصف آستیگمات) ۳ دیوپتر یا بیشتر باشد)	۳۰,۰۰۰,۰۰۰ (هر چشم تا مبلغ ۱۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال)
۳	جبران هزینه آمبولانس و سایر فوریت های پزشکی مشروط به بستری شدن بیمه شده در مراکز درمانی (در داخل شهر)	۱,۰۰۰,۰۰۰
۴	جبران هزینه آمبولانس و سایر فوریت های پزشکی مشروط به بستری شدن بیمه شده در مراکز درمانی (بین شهری)	۱,۵۰۰,۰۰۰
۵	جبران هزینه های اعمال جراحی مربوط به سرطان، قلب، مغز و اعصاب مرکزی و نخاع (به استثنای دیسک ستون فقرات)، پیوند کلیه، پیوند کبد، پیوند ریه و پیوند مغز استخوان و گامانایف	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۶	جبران هزینه های زایمان اعم از طبیعی و عمل سزارین تبصره: هزینه های مربوط به درمان نازایی و ناباروری شامل اعمال جراحی مرتبط با میکرو و اینجکشن، IVF, IUI, ITSC, ZIFT, GIFT از محل تعهدات زایمان قابل پرداخت میباشد.	۶۰,۰۰۰,۰۰۰
۷	جبران هزینه های ویزیت (بر اساس تعرفه های اعلام شده در بخش بهداشت و درمان)	بدون سقف
۸	هزینه های پاراکلینیکی (۱) (شامل انواع اسکن، سی تی اسکن، سونوگرافی، رادیوتراپی، MRI، انواع آندوسکوپی، اکو کاردیوگرافی، نوار مغز، ماموگرافی، استرس اکو، دانسیومتری)	بدون سقف
۹	هزینه های پاراکلینیکی (۲) (شامل تست ورزش، تست آلرژی، تست تنفسی، نوار عضله، نوار عصب، نوار مغز، نوار مئانه، شنوایی، سنجی، بینایی سنجی، هولتر مانیتورینگ، قلب و تزریق داخل مفصل و آنژیوگرافی چشم)	بدون سقف
۱۰	جبران هزینه های خدمات آزمایشگاهی (مانند آزمایشهای تشخیص پزشکی، پاتولوژی یا آسیب شناسی و ژنتیک پزشکی، انواع رادیوگرافی، نوار قلب و فیزیوتراپی، سیستم اسکوپ، IVP، پاپ اسمیر، IVP پاپ اسمیر، VEP، ب اسکن، پاکیمتری، پریمتری، تست اوره و غربالگری)	بدون سقف
۱۱	جبران هزینه های جراحی های سرپایی مانند شکسته بندی، گچ گیری، ختنه، بخیه، کرایوتراپی، اکسیژن لیوم، تخلیه کیست، بیوپسی و لیزر درمانی (به استثنای رفع عیوب انکساری چشم) و رفع عیوب چشم مربوط به بیماریهای خاص مانند دیابت	بدون سقف
	حداکثر تعهدات ردیف های ۱ و ۳ و ۴	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
	حداکثر تعهدات ردیف های ۱ و ۳ و ۴ و ۵	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰

ایرانول، پشتتاز رشد سوددهی در روانکاران شد

رشد ۳۹ درصدی سود خالص ایرانول با تحقق سود ۲۰۲۵ ریالی و تصویب تقسیم سود ۱۸۰۰ ریالی در مجمع

۶ انجام آخرین فازهای پروژه ساخت مخازن در بندر ماهشهر با ظرفیت تقریبی ۲۵/۰۰۰ متر مکعب انواع محصولات با پیشرفت فیزیکی ۹۵ درصدی تا پایان سال ۱۳۹۵ همراه با ایجاد قابلیت قطع وابستگی از اجاره مخازن شرکتهای رقیب، افزایش میزان انبارش محصولات در مخازن ایجاد حادقل به میزان ۱۵/۰۰۰ متر مکعب در مقایسه با وضعیت استیجاری فعلی به میزان ۱۰/۰۰۰ متر مکعب و امکان نگهداری محصولات در شرایط افزایش قیمتتها همراه با صرفه جویی و کاهش هزینه های اجاره مخازن از سال بعد حداقل به میزان ۱۲ میلیارد تومان در سال.



مجمع عمومی عادی سالانه سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۱۳۹۵ شرکت نفت ایرانول با حضور بیش از ۹۴ درصدی سهامداران در روز شنبه سوم تیر ماه در سالن تلاش وزارت کار برگزار شد. شرکت نفت ایرانول با اعمال مدیریت حرفه ای، علمی و کارا، یکی از بهترین مجامع خود در سالهای اخیر را برگزار کرد و توانست لبخند رضایت و شادی را بر لبان سهامداران خرد و کلان خود بنشانند. این مجمع که به ریاست آقای خالق و نظارت آقایان دیانت و پرتوی برگزار شد علاوه بر تصویب شرکتهای تولید روغن (روانکار) در کشور و افزایش ۳۹ درصدی سود خالص سال نسبت به سال قبل از مبلغ ۱۴۵ میلیارد تومان

۷ شروع اجرای فاز اول ارتقای گرید یکی از محصولات فرعی شرکت به نام اسلک و کس و افزایش میزان تولید روغن پایه همزمان با عملیات شیمیایی فرآیند جدا سازی این دو محصول با حل و فصل مسایل تاخیر چند ساله ترخیص فیلترهای خارجی خریداری شده بدین منظور و نصب فیلترهای فوق طی سال به عنوان اولین بخش اجرایی پروژه. با تمام اولین فاز این پروژه از طرفی میزان استحصال روغن پایه حداقل معادل ۱۱ میلیون لیتر در سال افزایش و از طرف دیگر درجه خلوص اسلک و کس با دست یابی به افزایش اساسی در قیمت فروش توام خواهد بود که مجموع این سرمایه گذاری در فاز اول با بر آورد ۱۹ میلیارد تومان انجام و معادل همین مبلغ بازگشت سرمایه آن طی سال اول خواهد بود.

در سال ۹۴ به مبلغ ۲۰۳ میلیارد تومان در سال ۹۵ که ناشی از کاهش اساسی هزینه های مالی و بهای تمام شده فروش، تغییر در سیاست های فروش و درآمد حاصل از فروش ساختمان مازاد شرکت بود. موجب تحقق EPS هر سهم به مبلغ ۲۰۲۵ ریال گردید و مصوب شد مبلغ ۱۸۰۰ ریال معادل ۸۹ درصد از سود تحقق یافته بین سهامداران تقسیم شود. همچنین روزنامه اطلاعات به عنوان روزنامه رسمی شرکت و موسسه حسابرسی هشیار بهمند به عنوان حسابرس و بازرس قانونی برای سال ۱۳۹۶ انتخاب گردیدند. مجمع ایرانول که با استقبال بی نظیر سهامداران برگزار شد، پس از طرح سوالات در خصوص عملکرد شرکت و پاسخ اعضای هیات مدیره، با تقدیر سهامداران از عملکرد مدیر عامل و اعضای هیات مدیره به پایان رسید.

۸ پروژه های تفکیک و مستقل سازی یوتیلیتی پالایشگاههای تهران و آبادان در سه حوزه برق، آب و بخار از شرکت نفت و تامین آن با سایر روشها از جمله انجام فاز اول آن یعنی ایجاد و ساخت تجهیزات برق و انتقال برق از شرکت برق منطقه ای برای پالایشگاه تهران با صرفه جویی سالانه حداقل به میزان ۷ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۵.

پیام هیات مدیره

دستاوردهای مهم شرکت و ثبت رکوردهای مختلف در سال ۱۳۹۵

۹ اجرای پروژه مسیر ریلی جهت بارگیری و انتقال محصولات از مجتمع ظرف سازی و بسته بندی پالایشگاه تهران.

۱ ثبت بالاترین رشد سوددهی در میان شرکت های تولید روغن روانکار در کشور و رشد ۳۹ درصدی سود خالص سال نسبت به سال قبل.

۲ افزایش سهم حداقل ۴ درصدی در حوزه بازار فروش داخل در میان شرکتهای داخلی با شرایط رقابت کامل و رسوخ در بازار با توجه به تاثیرات مولفه های کلان اقتصادی ناشی از تعمیق رکود اقتصادی در سال ۱۳۹۵ در قالب وضعیت مالی اکثر قریب باتفاق شرکتهای کشور.

۳ ثبت رکوردهای بیشترین افزایش فروش مقداری، ریالی و سود خالص عملکرد سال نسبت به بودجه های ارائه شده سال مالی مابین شرکتهای تولید روانکار داخلی.

۴ کاهش حداقل ۳۰ درصدی خام فروشی طی سال در بخش فروش صادراتی شرکت و افزایش همین مقدار محصول نهایی و اجرای عملی یکی از اهداف مهم اقتصاد مقاومتی در سالی که به همین نام از طرف مقام معظم رهبری نام گذاری شده است.

۵ صرفه جویی اساسی در هزینه ها به خصوص در بخش های مختلف بهای تمام شده فروش با کاهش ۳ درصدی نسبت به سال قبل و کاهش هزینه های مالی حداقل به میزان ۱۳ میلیارد تومان.





مجمع سالانگان خردباد مجمع عمومی مادی سالانه شرکت نفت ایرانول گرامی می‌مدیم.

تقدیر نامه‌ها و اخذ گواهینامه‌ها طی سال ۱۳۹۵

شرکت نفت ایرانول طی سال ۱۳۹۵ با کوشش و زحمات مجموعه پرسنل و مدیران خود موفق به دریافت انواع گواهینامه‌ها و تقدیر نامه‌های مختلف گردید که به مهمترین آنها اشاره می‌گردد. تقدیر نامه جایزه ملی عالی سازمانی - تقدیر نامه شرکت برتر در زمینه صادرات مواد نفتی - لوح و تندیس مدیران جهادی اقتصاد مقاومتی کشور - لوح سپاس و تندیس جشنواره تولید ملی، افتخار ملی - تقدیر نامه مدیران برتر اقتصاد مقاومتی جشنواره نیکو کار آفرین - لوح تقدیر کنفرانس ملی حفاظت از محیط زیست و دریافت ده‌ها تقدیر نامه و گواهینامه از جشنواره‌های ملی در سطح کشور.

برنامه‌های آتی شرکت

افزایش قدرت رقابت و افزایش سهم در بازار داخلی محصولات روانکار - افزایش فروش محصولات نهایی در حوزه صادرات همراه با کاهش خام‌فروشی تارسیدن به نقطه صفر خام‌فروشی در سال ۱۴۰۴ - تدوین و اجرای برنامه کلان استراتژی ۱۴۰۴ شرکت در کلیه حوزه‌ها - اجرای طرح‌های توسعه‌ای و کلیدی شرکت در حوزه‌های تولید و پشتیبانی از قبیل افزایش حجم مقداری تولید، ارتقای کیفیت برخی محصولات فرعی با حاشیه سود بالاتر - افزایش استحصال از مواد اولیه در یافتنی با اجرای روش‌ها و بکارگیری تجهیزات و تکنولوژی‌های جدید روز دنیا - ارتقای سطوح فناوری‌های دانش بنیان - توسعه فروش و توزیع مویرگی با هدف گسترش فروش در بازار داخل - اجرای طرح‌های تولید روغن‌های موتور و صنعتی گرید بالا در جهت توسعه و رسوخ در بازارهای هدف مصرف این نوع محصولات - اجرای تفاهم نامه‌های تولید انواع محصولات جدید در قالب برندهای جدید با همکاری شرکت‌های اروپایی و بین‌المللی از قبیل پترناس - اجرای طرح‌های ایجاد شرکتهای مشترک با شرکتهای بین‌المللی در حوزه روغن‌های دریایی و تاپ‌گرید موتوری - اجرای طرح‌های توسعه‌ای تولید با اولویت ارتقای سطح کیفی محصولات فعلی و تولید محصولات جدید با حاشیه سود بالاتر و با هدف افزایش منافع سهامداران و تثبیت آن طی سالهای آتی بر اساس مدل طرح‌های زودبازده و دوره بازگشت سرمایه کوتاه مدت - افزایش سطح کنترل‌های داخلی شرکت در جهت حفظ دارایی‌ها و جلوگیری از ایجاد ضرر روزیان - تشکیل کمیته‌های مختلف عملیاتی از قبیل آسیب شناسی فروش، ریسک شرکت و وصول مطالبات با هدف رفع محدودیت‌های فعلی و حداکثر نمودن ثروت و ارزش افزوده شرکت - اجرای طرح‌های مختلف سیستم‌های عملیاتی و نرم‌افزاری شرکت جهت افزایش راندمان فعالیت‌ها با مدل‌های فرآیند محور - تامین مالی بدون هزینه برای شرکت از قبیل اجرای طرح‌های سرمایه‌گذاری از محل افزایش سرمایه و افزایش دوره بازپرداخت خرید مواد اولیه داخلی و وارداتی با روش‌های جدید.

انجام کلیه تکالیف مجامع سنوات قبل و سال ۱۳۹۴ از جمله اعمال مالکیت و در اختیار گرفتن بخش حشره کش پالایشگاه تهران پس از ده سال بلا تکلیفی.

اجرای ده‌ها پروژه در حوزه‌های تولید و پشتیبانی از جمله ایجاد فضاهای انبار و تجهیز فضاهای بلا استفاده قبلی در پالایشگاه‌های تهران و آبادان و مجتمع‌های بسته بندی و بریم دو واحد مذکور و انجام فرآیندهای تعمیرات اساسی و سایر طرح‌های تغییر ساختار تولید در حوزه‌های مختلف این دو پالایشگاه که در برخی موارد طی ده سال، عملیات تعمیرات و بهسازی انجام نگردیده بود.

تولید محصول جدید روغن تترابا پایه گیاهی برای اولین بار در کشور و منطقه خاورمیانه و راه‌اندازی خط تولید روغن الوند در پالایشگاه آبادان پس از ۳۶ سال و برای اولین بار پس از جنگ تحمیلی.

اجرای ده‌ها پروژه سیستم‌های نرم‌افزاری در واحدهای فن‌آوری اطلاعات و اجرای طرح‌های انگیزشی توسعه و نگهداری منابع انسانی و ایجاد فرهنگ سازمانی یکپارچه جهت ارتقاء سطح شرکت در کلیه زمینه‌های تولید، پشتیبانی، فروش و توسعه بازار.

مشتریان و بازارهای جدید

تغییر در سیاست‌های فروش و اجرای طرح‌های مختلف تشویقی فروش و ارتقای اعتبار مشتریان و ایجاد رقابت در عرضه محصولات شرکت در بازار داخلی بخصوص در حوزه‌های مشترک با شرکتهای رقیب.

راه‌اندازی سیستم فروش و توزیع مویرگی در سطح استان تهران و برخی استان‌های همجوار همراه با تجهیز بخشی از ناوگان حمل‌مورد نیاز به عنوان فاز اول طرح جامع توزیع مویرگی.

حفظ مشتریان قبلی و جذب مشتریان جدید در هر دو حوزه فروش بازار داخل و بازار صادراتی همراه با توسعه جغرافیایی و اجرای طرح تغییر سیاست استراتژیک شرکت از حالت خام‌فروشی در حوزه محصولات صادراتی به فروش محصولات نهایی که دارای حاشیه سود بیشتر می‌باشند.

تغییر اساسی در روش فروش اعتباری مدت دار حوزه بازار صادراتی به روش نقدی به دلیل جلوگیری از ریسک وصول و سوخت مطالبات ارزی با توجه به ساختارهای خاص بازارهای منطقه‌ای و خارج از کشور، بدون کاهش در حجم و مایبلغ فروش صادراتی شرکت طی سال.

اجرای طرح ایجاد برندهای مختلف محصولات بر پایه مدل فروش برند - محصول محور.

سازمان و مسئولیت‌های اجتماعی

۲۴

مقاله

مسئولیت سازمان‌ها این نیست که صرفاً اثر بخش باشند، بلکه مسئولیت آن‌ها این است که به جامعه‌ای که در آن فعالیت دارند، خدمت کنند.

ترنس آر میچل



علی غیاثیان

مدیر روابط عمومی و
تبلیغات

اساساً یک سازمان بر حسب نیازی عمومی و اجتماعی به وجود می‌آید و مبنای ایجاد سازمان نیاز به تولید کالا و یا ارائه خدمت به جامعه است؛ لذا نه سازمان می‌تواند خود را از جامعه جدا کند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان زندگی کند. از نتایج این رابطه لاینفک این است که هر تصمیم و عمل سازمان به نحوی روی جامعه تأثیر می‌گذارد.

مسئولیت اجتماعی سازمان موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در مهر و موم‌های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می‌شود. سازمان‌های سرآمد به‌عنوان سازمان‌هایی پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش‌های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر سازمان جاری می‌شوند و به این ترتیب مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای آنان مزایای دوجانبه‌ای خواهد داشت به طوری که هم سازمان از رویکرد اخلاقی‌تر و منسجم‌تر خود نفع می‌برد و هم جامعه و طرف‌های ذینفع نیز نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به ارائه روش‌هایی می‌پردازد که سازمان‌ها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می‌کنند و پاسخگوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری، قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند. چرا که سازمان‌ها مسئولیت‌های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تأمین‌کنندگان و تمامی ذینفعان خود بر عهده دارند. بدون شک، چنانچه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات مختلف جامعه، خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسئول دانسته و هر یک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران‌های فوق تلاش نمایند، بسیاری از مشکلات کاسسته شده و جامعه‌ای سالم و آرام به وجود خواهد آمد. از آنجا که این موضوع برای بسیاری از سازمان‌ها قلمرو ناشناخته‌ای



است، آن‌ها لزوماً برای مقابله با چالش‌های پیش رو به خوبی تجهیز نیستند. از طرفی نقش مدیران در این امر حیاتی است و مدیران باید تعهدات خود را به مسئولیت اجتماعی از طریق ارزش‌های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر سازمان جاری می‌شوند و موجب گسترش مسئولیت اجتماعی می‌گردند.

یکی از صاحب‌نظران به نام کارول در مقاله‌ای که با عنوان «هرم مسئولیت اجتماعی بنگاه» برای هر بنگاه چهار دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است. به تعبیر دیگر، او مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را بر آینه چهار مؤلفه زیر می‌داند:

۱. نیازهای اقتصادی

۲. رعایت قوانین و مقررات عمومی

۳. رعایت اخلاق کسب و کار

۴. مسئولیت‌های بشر دوستانه

در مورد اول بنگاه‌ها موظف‌اند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورند و کالاها و خدمات مورد نیاز آن را تأمین کنند و انواع گروه‌های مردم را از فرآیند کار بهره‌مند سازند.

در مورد دوم آن‌ها وظیفه دارند به بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان خود توجه کنند. محیط زیست را نیالایند، از معاملات درون‌سازمانی پرهیزند، دنبال انحصار نروند و مرتکب تبعیض نشوند (تبعیض قومی، تبعیض جنسیتی...)

سومین مؤلفه مسئولیت بنگاه، اخلاق کسب و کار است. در این قلمرو اصولی چون صداقت، انصاف و احترام جا دارد.

چهارمین مؤلفه، مسئولیت‌های بشر دوستانه است. تعبیر دیگر از این مؤلفه، «شهروند خوب» بودن است، یعنی مشارکت بنگاه در انواع فعالیت‌هایی که معضلات جامعه را فرو بکاهد و کیفیت زندگی آن را بهبود بخشد.



▲ دریاغت تقدیرنامه ۴ ستاره مسئولیت اجتماعی ایران از وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی



▲ لوح سپاس سومین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت



مسئولیت اجتماعی: سومین

بعد مسئولیت سازمان‌ها، بعد اجتماعی است که مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه بانگرس همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور، انجام دهد.

مسئولیت اخلاقی: چهارمین بعد مسئولیت سازمان‌ها، بعد اخلاقی

است. از سازمان‌ها انتظار می‌رود که همچون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند. بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را «پاسخگویی اجتماعی» می‌گویند.

ایجاد ارزش از طریق مسئولیت اجتماعی

فضای سازمان‌ها به سرعت در حال تغییر بوده سازمان‌ها بر اثر روندهای جاری به سوی نشان‌های تجاری جهانی پیش رفته و سازمان‌های چندملیتی با زنجیره‌های تأمین جهانی نیز به آن شدت می‌بخشند. بسیاری از سازمان‌ها به نحو فزاینده‌ای از ارزش مستقیم اقتصادی مسئولیت اجتماعی آگاهی یافته و با ادغام آن به منزله سرمایه‌گذاری راهبردی با راهبرد اصلی کسب و کار و فعالیت‌های مدیریتی خود، می‌توانند تأثیر مثبتی بر جامعه و محیط خود داشته باشند و در ضمن، شهرت و اعتبار خود را نیز تقویت کنند.

بر اساس پیمایش و مطالعاتی که در بیش از ۲۰۰ شرکت بزرگ اروپایی در سال ۲۰۰۷، توسط گروه آر.اس.ام در دانشگاه آراسامس، صورت گرفت، ضمن بررسی اثراتی که مسئولیت اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان‌ها دارد، ۱۰ مورد را که مسئولیت اجتماعی بر آن‌ها تأثیر گذار بوده، شناسایی و تأثیراتی را که هر کدام از آن‌ها بر امور کاری و تجاری سازمان می‌گذارد، جمع‌آوری نمودند که در این میان جلوگیری از فساد بیشترین و کاهش فقر کمترین اثر را در راستای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی داشتند.

۱. جلوگیری از فساد اداری (۴،۶)

۲. شفافیت در فعالیت‌های تجاری (۴،۵)

۳. ایمنی و سلامتی (۴،۵)

۴. تغییرات جوی (۴،۳)

۵. حقوق کارمندان (۴،۳)

۶. زیست بومی (۴،۳)

۷. تساوی درآمد و دستمزدهای مناسب و عادلانه (۳،۹)

۸. تجارت و تولید مناسب و مطلوب (۳،۹)

۹. تعلیم و تربیت (۳،۵)

۱۰. کاهش فقر (۳)

از طرفی این گروه تحقیقاتی، عوامل مهم مرتبط و وابسته به مسئولیت اجتماعی را به صورت زیر در نظر گرفتند که میانگین هر یک در زیر نمایش داده شده است:

۱. اعتبار و شهرت مدیریت (۴،۳)

۲. جاذبه و کشش کارکنان (۴،۲)

۳. رقابت (۴،۱)

۴. ارتباطات سرمایه‌گذار (۴)

۵. مسئولیت‌های حقوقی / مطالبات قانونی (۳،۸)

۶. بهره‌وری هزینه (۳،۸)

۷. کیفیت (۳،۸)

که بر اساس نتایج حاصله بیشترین اثر و اهمیت را اعتبار و شهرت مدیریت بر عهده دارد و سطوح دیگر نیز از اهمیت نسبتاً بالایی برخوردارند.

در کنفرانس بوآرد به پاره‌ای از مزایای مستقیم ناشی از مسئولیت اجتماعی برای سازمان شامل موارد زیر اشاره شده است:

۱. افزایش ارزش تجاری، نشان تجاری

۲. دسترسی بیشتر به منابع مالی

۳. نیروی کار سالم‌تر و ایمن‌تر

۴. مدیریت ریسک و نظارت مؤثرتر بر امور سازمان

۵. کارکنان مشتاق



۶. وفاداری مشتری

۷. ارتقای اعتماد و اطمینان طرف‌های ذینفع

۸. تقویت وجهه عمومی

تدوین استراتژی و خط‌مشی سازمان‌ها از طریق رعایت و به کارگیری اصول مسئولیت اجتماعی نتایج و اثرات مفیدی برای سازمان‌ها و شرکت‌ها خواهد داشت از جمله: کاهش شکایات، کاهش ریسک‌های عملیاتی، شهرت و اعتبار تجاری، کارایی عملکردی، نوآوری، دستیابی به بازارهای موجود و جدید، دستیابی به دانش و مهارت‌ها، دستیابی به منابع عمده و کلیدی.

سازمان‌های متعالی نمونه سازمان‌های مسئول

مفهوم تعالی، فراتر از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان در آن فعالیت می‌کند و تلاش برای درک و پاسخگویی به انتظارات ذینفعان سازمان در جامعه است. سازمان‌های متعالی، به عنوان سازمان‌هایی مسئول با ایجاد شفافیت و پاسخگویی مناسب به ذینفعانشان در قبال عملکرد خود، رویکردهای اخلاقی اتخاذ می‌کنند، به مسئولیت اجتماعی و حفظ محیط‌زیست حال و آینده توجه نموده و فعالانه آن را ترویج می‌کنند. مسئولیت‌های اجتماعی سازمان در ارزش‌های سازمان بیان گردیده و با سایر فعالیت‌های سازمان یکپارچه شده است. این سازمان‌ها انتظارات و الزامات قانونی، اجتماعی، محلی و حتی منطقه‌ای خود را از طریق مشارکت و فعالیت‌های آزاد ذینفعان، برآورده می‌کنند. این سازمان‌ها، ضمن اینکه در مورد ریسک‌ها و مخاطرات، مدیریت صحیحی را اعمال می‌کنند، در تلاش برای اجرای پروژه‌هایی هستند که هم منافع سازمان و هم منافع جامعه را تأمین نماید و اطمینان کامل کلیه ذینفعان را نیز در نظر دارند. آن‌ها از تأثیرات حال و آینده سازمان بر جامعه آگاه بوده و مراقبت‌های لازم را برای حداقل نمودن اثرات زیان‌بار اعمال می‌نمایند.



▲ نشان مسئولیت‌پذیری اجتماعی اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران

۲۷

مقاله



▲ اولین جایزه ملی مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی

نتیجه‌گیری

هر چند هدف اصلی سازمان‌ها، افزایش کارایی و کسب سود است، ولی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی سازمان تلفیق کنند تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان‌پذیر سازند. پایبندی رهبران و مدیران سازمان‌ها به اصول اخلاقی، توجه به میزان مشروعیت اقدامات سازمان از نظر کارکنان، توجه و تأکید بر اصول اخلاقی جهان‌شمول، تدوین منشور اخلاقی سازمان، اقدامات متناسب و سازگار با خواست و حساسیت‌های جامعه، برنامه‌های آموزش اخلاقیات برای مدیران و کارکنان، از جمله اقداماتی است که مدیران می‌توانند در این زمینه انجام دهند.



مدیر پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان خبر داد اجرای پروژه‌های مختلف در حوزه‌های تعمیرات و ایمنی در پالایشگاه آبادان



سید علی هاشمی
مدیر پالایشگاه آبادان

مدیر پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان پروژه‌هایی که طی شش ماهه نخست سالجاری در پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان در حال انجام و یا انجام شده است را تشریح کرد.

سید علی هاشمی درباره برنامه‌های در حال انجام در پالایشگاه آبادان به نشریه ایرانول گفت: پروژه‌های مختلفی در آبادان توسط واحد مهندسی در حال پیگیری و انجام است.

وی افزود: یکی از این پروژه‌ها بازسازی استراکچر و مسقف نمودن سوله ظرف‌سازی مجتمع صنعتی بریم است که در حال حاضر از پیشرفت فیزیکی ۶۰ درصدی برخوردار است.

وی در ادامه انجام مراحل پایانی راه‌اندازی برج خنک کننده راز دیگر برنامه‌های عنوان کرد و گفت: این پروژه نیز ۸۰ درصد پیشرفت داشته است.

هاشمی آماده‌سازی مخزن MI-۳۰ به همراه میکسر و پمپ گردشی جهت اختلاط روغن و VII در پالایشگاه راز دیگر پروژه‌ها با پیشرفت فیزیکی ۱۰۰ درصد در پالایشگاه آبادان بیان کرد و گفت: تمیز کاری و رنگ آمیزی شیر آلات در پالایشگاه نیز انجام شده است.

وی اجرای عایق کاری مسیرهای گرم واحد M.D.U و نصب شیشه‌های سیم دار پنجره‌های سوله انبار محصول مجتمع صنعتی بریم را نیز از پروژه‌های در حال اجرای این پالایشگاه عنوان و تصریح کرد: این پروژه‌ها نیز با پیشرفت ۸۰ تا ۹۰ درصدی انجام شده است.

مدیر پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان در ادامه بازسازی سقف و استراکچر سوله انبار بشکه مجتمع صنعتی بریم و دیوار کشی پایپرک حدفاصل درب حراست تا مخازن مجتمع صنعتی بریم و رنگ آمیزی تلمبه‌خانه مجتمع صنعتی بریم را از دیگر پروژه‌ها بیان کرد که به اتمام رسیده است.

وی در ادامه ترمیم روشنایی مسیر اصلی مجتمع صنعتی بریم و احداث پیاده‌رو حدفاصل در حراست تا واحد عملیات مجتمع صنعتی بریم را از دیگر پروژه‌ها





سنگ بارس بیان کرد. وی همچنین دریافت گواهی نامه سلامت ماشین آلات صنعتی (لیفترک و جرثقیل) توسط شرکت آکاتک و افزایش سطح فضای سبز پالایشگاه و مجتمع صنعتی **BR-P.O.D** به میزان چهاربرابر نسبت به سال ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ رانیز دیگر اقدامات در این زمینه بر شمرد. هاشمی بر گزاری مانورهای آموزشی اطفاء حریق و امداد و نجات با همکاری واحد **HSE** شرکت پالایش نفت آبادان و بر گزاری دوره های آموزشی **HSE** با توزیع بقمالت و نصب پوستر و بازسازی تابلوهای بهداشتی، ایمنی و زیست محیطی رانیز از مهمترین برنامه های واحد **HSE** در آبادان عنوان کرد. وی دیگر اقدامات را تشکیل کمیته حفاظت فنی و بهداشت کار بصورت ماهیانه، تشکیل کمیته محیط زیست بصورت ماهیانه، نصب لوزی خطر بر روی مخازن، مشخص نمودن محل تجمع ایمن و نصب تابلوی مربوطه، تکمیل نمودن چک لیست های **HSE** مطابق با برنامه زمانبندی شده، بازسازی و تکمیل مسیرهای تردد ما بین واحدهای عملیاتی و مخازن (احداث پل)، بستر سازی پایتیراک های واحدهای عملیاتی و پایتیراک مجاور پارکینگ واحد تعمیرات، نصب دوش های اضطراری واحدهای عملیاتی و تجهیز و افزایش ادوات اطفای حریق ذکر کرد. مدیر پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان در پایان با تشکر از مهندس اسحاقی مدیرعامل ایرانول که در تمام این پروژه ها پشتیبان و حامی بوده اند برای ایشان و تمامی کارکنان شرکت آروزی سلامتی و توفیق کرد.

تطابق محصول ساخته شده با استانداردهای ملی و بازسازی و تجهیز سالن پرکنی محصول و راه اندازی خطوط تولید در ظرف ۲۰ و ۲۱۰ لیتری را از دیگر اقدامات بر شمرد. هاشمی راه اندازی جایگاه ویژه برای بارگیری محصول **MES-T** و همچنین محصول صادراتی الوند به صورت فلکسی تانک طبق درخواست مشتری در کوتاه ترین زمان ممکن را از دیگر اقدامات بیان کرد. هاشمی در ادامه به برنامه های واحد **HSE** از ابتدای سال ۹۶ تا کنون پرداخت و گفت: برنامه های مختلفی در این زمینه صورت گرفته که میتوان به ارزیابی مخاطرات ایمنی و بهداشت و پیامدهای زیست محیطی در سال ۱۳۹۶ توسط شرکت های دارای مجوز از وزارت کار اشاره کرد که مطابق هماهنگی های انجام شده پیمانکار از تهران انتخاب می شود. وی تصریح کرد: هماهنگی با مرکز بهداشت آبادان برای اخذ شرکت های دارای مجوز خدمات مهندسی بهداشت حرفه ای و طب کار در سال ۱۳۹۶ و اندازه گیری پارامترهای زیست محیطی سه ماهه اول توسط شرکت شیوا محیط پارس نیز انجام شده است. وی در ادامه گفت: نصب دستگاه سنجش آنلاین پارامترهای زیست محیطی بر روی کوره ها و نصب دستگاه سنجش آنلاین بر روی پساب نیز در دست اقدام است. هاشمی دیگر اقدامات را آنالیز و تحلیل نتایج معاینات ادواری و معاینه مجدد شاغلین با حضور اکیپ پزشکی و اندازه گیری میزان مقاومت اتصال به زمین (ارتینگ) توسط شرکت ایمن

بیان کرد و گفت: بستر سازی پایپرک حدفاصل دروازه شرقی تا واحد **F.E.U** نیز کاملاً انجام شده است. وی همچنین دیگر پروژه ها را به ترتیب تمیز کاری و رنگ آمیزی بدنه مخازن و باکس تزریق، رنگ آمیزی و نصب ورق سقف سوله بشکه پرکنی، فاز سوم بازسازی خط لوله بشکه پرکنی، ساخت گذرگاه و پل عابر پیاده در پالایشگاه، حفر آبراه بتنی و جدول کاری باغچه پایپرک روبروی سکوی بارگیری بریم، پیاده رو و بستر لوله های انتقال روغن، محوطه سازی، بتن ریزی و اجرای سبایان پارکینگ واحد تعمیرات بیان کرد. مدیر پالایشگاه روغن سازی ایرانول آبادان در ادامه از انحلال افزودنی **(Viscosity index improver) vii** برای اولین بار در پالایشگاه روغن سازی آبادان با هزینه بسیار پایین و استفاده از توان داخلی نیز خبر داد و گفت: این افزودنی عمدتاً پلیمرهای محلول در روغن با وزن مولکولی ۱۰ هزار تا ۱ میلیون می باشد با استفاده از این مواد می توان برای ساخت یک درجه **SAE** معین روغن پایه با ویسکوزیته کمتر استفاده کرد. مولکول پلیمر محلول توسط روغن متورم می شود و حجم این تورم میزان افزایش ویسکوزیته را تعیین می کند. با افزایش دما حجم افزایش پیدا کرده و غلظت بیشتری می شود و روغن تمایل به کم شدن غلظت خود را در دمای بالا از دست می دهد. وی همچنین ساخت محصول با استفاده از **VI** تولیدی در پالایشگاه آبادان و اخذ تاییدیه و پروانه کاربرد علامت استاندارد از اداره کل استاندارد استان خوزستان مبنی بر



اجرای پروژه‌های توسعه‌ای راه‌بقای شرکت نفت ایرانول



علیرضا صمدی
مدیر مهندسی و طرح‌ها

اجرای پروژه‌های توسعه‌ای و طرح‌های بهبود، رفع تنگناها و بکارگیری تکنولوژیهای جدید، ضامن دوام و بقای شرکت در آینده و افزایش توان رقابت در منطقه و تولید جهانی بوده و موجب افزایش سودآوری شرکت در آینده می‌گردد در غیر این صورت تولید با راندمان و کیفیت پایین موجب افزایش هزینه‌های تولید و ناتوانی در رقابت، عقب افتادگی و نهایتاً حذف خواهد شد.

در این راستا با حمایت و پشتیبانی مدیریت محترم عامل تمامی پروژه‌های شرکت فعال شده‌اند که جادار از زحمات و حمایت ایشان صادقانه تقدیر و تشکر نمایم.

جهت تامین بودجه برای اجرای ۴ طرح از طرح‌های شرکت، افزایش سرمایه شرکت به میزان ۱۵۰ درصد معادل ۱۵۰۰ میلیارد ریال در مجمع عمومی و بورس مورد تصویب قرار گرفت که ارزش و دارایی شرکت عملاً به ۲/۵ برابر فعلی افزایش می‌یابد.

از مهمترین پروژه‌های شرکت که طی یک سال گذشته از پیشرفت بسیار خوبی برخوردار بوده و زحمات بسیاری روی آن کشیده شده است، پروژه مخازن صادراتی بندر امام می‌باشد که در حال حاضر با پیشرفت حدود ۹۳ درصد در آینده نزدیک به بهره‌برداری خواهد رسید. به دلیل آنکه شرکت نفت ایرانول جهت صادرات محصولات جانبی مانند اکسترکت و محصول روغن پایه فاقد مخزن در اسکله‌های صادراتی کشور می‌باشد لذا برای ذخیره‌سازی مواد و حمل با کشتی و صادرات، نسبت به اجاره حدود ۹۰۰۰ متر مکعب مخزن از شرکت نفت بهران طی سال‌های قبل اقدام شده بود که سالیانه حدود ۱۰۰ میلیارد ریال هزینه پرداخت می‌گردد.

در پروژه مخازن صادراتی بندر امام حدود ۲۵۰۰۰ متر مکعب مخزن احداث گردیده است که علاوه بر رفع نیاز شرکت امکان اجاره دادن ظرفیت مازاد و نیز ذخیره‌سازی مواد و ایجاد فرصت بیشتر جهت فروش با قیمت مناسب تر و کسب سود بالاتر وجود دارد.

- ◀ مقدار سرمایه گذاری در این پروژه ۵۰۰ میلیارد ریال است.
- ◀ در آمد سالانه طرح ۳۰۰ میلیارد ریال می‌باشد.
- ◀ دور بازگشت طرح سرمایه ۲ ساله و نرخ بازگشت سرمایه ۵۳ درصد است.

برای بارگیری و تخلیه محصولات، علاوه بر سکوها بارگیری کامیون، دو مسیر ریلی جهت توقف و تخلیه و بارگیری قطار داخل سایت احداث گردیده است.

این پروژه در واقع یک مجتمع کامل عملیاتی بوده و شامل بخش‌های مختلفی از جمله مخازن ذخیره روغن پایه و اکسترکت، سوله‌های انبار، پمپ‌ها و هایدرننت آتش نشانی، بویلر، کمپرسور، دستگاه فوم ساز و تشخیص دهنده‌های اتوماتیک آتش، سیستم کنترل (PLC)، اتاق کنترل، اتاق برق (MCC)، ساختمان‌های تعمیرات، اداری، ایستگاه‌های تخلیه و بارگیری قطار و کامیون، نیروگاه تولید برق، ترانس‌های اتصال به شبکه و ایستگاه پمپاژ به کشتی و غیره می‌باشد با نصب آخرین تجهیزات ابزار دقیق که ساخت خارج از کشور می‌باشند پیش بینی می‌گردد تا اواخر مهر ماه پروژه آماده بهره‌برداری باشد.

از پروژه‌های مهم دیگر در جابجایی و انتقال مواد بصورت مطمئن، با هزینه کمتر و امکان ذخیره‌سازی مواد در واگن، استفاده از خط ریلی راه آهن می‌باشد که در این راستا علاوه بر ایجاد خطوط ریلی و سکوها بارگیری در بندر امام نسبت به احداث و تجهیز سکوها بارگیری قطار و خط ریلی در مجتمع تهران اقدام شده و تعداد ۱۲ عدد بازوی بارگیری قطار نصب گردید و یک دستگاه بویلر نیز در حال خرید و نصب می‌باشد.

برج خنک کن آبادان (Cooling Tower)

آب خنک کننده در تاسیسات پالایشگاه روغن سازی آبادان از رودخانه کارون تامین می‌گردد و بصورت یک بار گذر است و پس از مصرف نیز به رودخانه تخلیه می‌گردد که به علت سختی بالا موجب گرفتگی و رسوب گذاری شدید در مبدل‌های حرارتی و عدم کارایی آنها می‌گردد و هزینه بسیاری زیادی برای ری تیوب کردن و تعویض تیوب باندل مبدل‌ها، خارج از سرویس شدن دستگاه‌ها و افت تولید و هزینه آب مصرفی را



به همراه دارد و از طرف دیگر مسائل محیط زیستی نیز ایجاد می نماید. با اجرای پروژه برج خنک کن آب آبادان، آب در گردش به صورت سیکل بسته بوده و با کنترل آب و سختی آن از رسوب گذاری در تاسیسات جلوگیری شده و موجب استمرار بیشتر تولید و جلوگیری از هرز رفتن آب و آلودگی محیط زیست می گردد.

در این راستا نسبت به بازسازی و ترمیم و عایق کاری اسکلت بتنی برج خنک کن آبادان اقدام گردید و تجهیزات مورد نیاز شامل پکینگ ها (packing)، نگهدارنده ها، سیستم توزیع آب، بدنه برج، سقف، فن دک، فن، گیربکس، موتور و دیگر تجهیزات مورد نیاز از بهترین و معتبرترین شرکت آلمانی تهیه گردیده و در حال نصب است.

پیش بینی می گردد تا اواسط شهریور ماه ۱۳۹۶ امکان بهره برداری از برج خنک کن آبادان فراهم گردد.

پروژه بهبود راندمان واحد موم گیری پالایشگاه تهران (MEK Dewaxing)

راندمان تولید روغن پایه در واحد موم گیری پالایشگاه روغن سازی تهران بصورت متوسط در گریدهای متفاوت حدود ۷۵ درصد می باشد که با اجرای طرح بهبود راندمان در واحد موم گیری، راندمان عملیات از ۷۵ به ۷۹ درصد افزایش خواهد یافت و مقدار ۱۱ میلیون لیتر در سال محصول روغن پایه که همراه اسلاک واکس هدر می رود بدون افزایش خوراک استحصال میگردد و به تولید اضافه می شود از طرفی با کاهش روغن پایه در اسلاک واکس، موجب مرغوبیت محصول جانبی واکس و افزایش ارزش صادراتی آن شده و مقدار روغن در واکس از حدود ۲۵-۲۰ درصد به حدود ۱۰ درصد در فاز اول کاهش خواهد یافت.

به همین منظور ۲ دستگاه از چهار دستگاه فیلتر دوار خلاء در این فاز مورد استفاده قرار خواهند گرفت و دو دستگاه دیگر بصورت کمکی راه اندازی می گردند.

در حال حاضر فونداسیون فیلترها اجرا شده است و فیلتر هاروی فونداسیون نصب گردیده اند و سوله مربوطه اجرا شده است و جهت اجرای باقیمانده کارها شامل لوله کشی ها، برق، ابزار دقیق و دیگر تجهیزات مورد نیاز مناقصه عمومی برگزار شده است که با انجام امور مربوط پیش بینی می گردد از مهر ماه ۱۳۹۶ جهت اجرای باقیمانده کارهای اجرایی، پیمانکار شروع به کار نماید.

مبلغ سرمایه گذاری طرح در فاز اول حدود ۱۹۲ میلیارد ریال است.

درآمد سالیانه طرح ۱۶۶ میلیارد ریال می باشد. دوره بازگشت سرمایه ۲ ساله و نرخ بازگشت سرمایه ۵۴ درصد است. میزان پیشرفت فیزیکی در حال حاضر حدود ۵۵ درصد می باشد. فاز دوم طرح شامل تولید واکس خشک و بارزش افزوده بالا می باشد. که دو دستگاه دیگر از فیلترهای دوار خلاء در سرویس اصلی خود قرار خواهند گرفت.

مبلغ سرمایه گذاری فاز دوم حدود ۵۴۴ میلیارد ریال است. درآمد سالیانه طرح حدود ۴۳۲ میلیارد ریال می باشد. دوره بازگشت سرمایه ۱/۵ سال و نرخ بازگشت سرمایه بیش از ۶۰ درصد است.

عناوین طرح ها و پروژه های شرکت

- ۱- پروژه پایانه مخازن صادراتی بندر امام خمینی (ره)
 - ۲- پروژه افزایش راندمان واحد موم زدایی (فاز یک)
 - ۳- پروژه تولید واکس خشک (فاز دوم)
 - ۴- پروژه برج خنک کن آبادان.
 - ۵- پروژه احداث واحد تولید بخار پالایشگاه تهران و آبادان.
 - ۶- پروژه احداث پالایشگاه جدید روغن سازی آبادان و تولید روغن پایه گروه II و III.
 - ۷- پروژه راه اندازی خط ریلی.
 - ۸- طرح بهبود راندمان و عملیات کلی پالایشگاه تهران.
 - ۹- خرید زمین جایگزین مجتمع و دسترسی به خط ریلی.
 - ۱۰- ساختمان اداری و دفتر مرکزی جدید در پالایشگاه تهران.
 - ۱۱- تولید روغن های صنعتی، موتوری و دریایی با مشارکت شرکت پتروناس (در اصفهان).
 - ۱۲- تولید روغن های دریایی (کشتی) با مشارکت شرکت های معتبر بین المللی در آبادان.
 - ۱۳- احداث واحد تولید اکسترکت سبز
- این اقدامات و پروژه های بزرگ انجام نمی شود بجز با همدلی و همکاری و سعی و تلاش تمامی همکاران عزیز شرکت. در خاتمه جا دارد از زحمات و حمایت های بی دریغ مدیریت محترم عامل در جهت پیشبرد اهداف شرکت، هیات مدیره محترم، کلیه مدیران محترم و همکاران عزیز و دلسوز در واحد مهندسی و طرحها و نیز تمامی همکاران زحمت کش شرکت صادقانه تشکر و قدردانی نمایم.



فعالیت های انجام شده در راستایی ایمن سازی محیط کار و جلوگیری از بروز حوادث و بیماری های شغلی



مرتضی حیدری
سرپرست HSE شرکت نفت
ایرانول

واحد (HSE)
شرکت نفت ایرانول
در راستایی ایمن سازی
محیط کار و جلوگیری از بروز
حوادث و بیماری های شغلی از
ابتدای سال ۱۳۹۶ اقداماتی را به انجام
رسانده است که به برخی از آنها اشاره
می شود.



پروژه های اجرا شده در واحد HSE

سرپرست HSE شرکت نفت ایرانول در باره اقدامات انجام شده در واحد HSE به نشریه ایرانول گفت: یکی از برنامه های انجام شده در این واحد برگزاری ۴ دوره آموزش عملی کار با خاموش کننده های دستی برای ۶۸ نفر از پرسنل شاغل، برگزاری ۷ دوره آموزش ایمنی مقدماتی (HSE) برای ۱۳۴ نفر از پرسنل با همکاری واحد آموزش و حضور مدرس دارای صلاحیت از مرکز تحقیقات و تعلیمات حفاظت و بهداشت کار می باشد.

مرتضی حیدری برگزاری ۳ دوره آموزش ایمنی کار در ارتفاع برای ۶۵ نفر از پرسنل با همکاری واحد آموزش و حضور مدرس دارای صلاحیت از مرکز تحقیقات و تعلیمات حفاظت و بهداشت کار را از دیگر اقدامات این واحد عنوان کرد.

وی در ادامه به برگزاری منظم جلسات کمیته حفاظت فنی و بهداشت کار به صورت ماهیانه جهت پیشگیری از بروز حوادث و بیماری‌های شغلی اشاره کرد و افزود: بهسازی وضعیت بهداشتی رستوران و آشپزخانه نیز صورت گرفته است.

پروژه‌های در دست اقدام واحد HSE

در ادامه سرپرست واحد HSE شرکت نفت ایرانول پروژه‌های در دست اقدام این واحد را برشمرد و گفت: انجام پروژه ارزیابی ریسک خطر (Risk assessment) و بهبود سیستم HSE و خرید ماشین‌های پیشرو آتش‌نشانی به تعداد ۳ عدد برای پالایشگاه روغن سازی تهران، آبادان و مجتمع ظرفساز و بسته‌بندی از برنامه‌های در دست اقدام این واحد است.

حیدری خرید ماشین‌های سنگین آتش‌نشانی چند منظوره به تعداد ۳ عدد برای پالایشگاه روغن سازی تهران، آبادان و مجتمع ظرفساز و بسته‌بندی و مهندس، طراحی، تهیه مترال، ساخت و اجرایی پروژه سیستم اعلام و اطفاء حریق (F&G به روش EPC در پالایشگاه‌های روغن سازی تهران و آبادان، بریم POD آبادان و مجتمع ظرف سازی را نیز از دیگر برنامه‌های در دست اقدام این واحد برشمرد.

وی خرید ۲ دستگاه گاز سنج جهت واحد عملیات و واحد بلندینگ و مخازن و ساخت ایستگاه آتش‌نشانی استاندارد و اصلاح وضعیت هیدرانت‌ها و تبدیل آن به هیدرانت مانیتور جهت اجرای بهتر عملیات آتش‌نشانی را مابقی برنامه‌ها عنوان کرد.

سرپرست HSE شرکت نفت ایرانول با بیان اینکه خط‌کشی و رنگ آمیزی مسیرهای تردد در خیابان‌ها و داخل انبارها نیز صورت گرفته، گفت: انجام پروژه تعویض رینگ آب آتش‌نشانی و سیستم اطفاء حریق مخازن ذخیره توسط واحد مهندسی عمومی و خرید لیفتراک‌های جدید و جایگزین نمودن آن با لیفتراک‌های فرسوده و اجرای پروژه پایش آن‌لاین در خروجی کوره‌های واحد M.D.U نیز در حال انجام است.

وی با اشاره به اینکه برگزاری ۷ دوره آموزش مجوزهای انجام کار (پریمیت انجام کار) برای ۱۳۳ نفر از پرسنل با همکاری واحد آموزش و حضور مدرس دارای صلاحیت از مرکز تحقیقات و تعلیمات حفاظت و بهداشت کار یکی دیگر از برنامه‌های این واحد است، تصریح کرد: خرید ۱۶ عدد دوش و چشم شویی اضطراری برای واحد‌های مختلف پالایشگاه و تعویض دوش و چشم شویی‌های معیوب نیز در راستای ایمن سازی محیط کار در شرکت صورت گرفته است.

حیدری سم سپاشی و طعمه گذاری بر علیه حشرات و جوندگان موذی را از دیگر اقدامات واحد برشمرد و گفت: همچنین بازرسی دوره ای لیفتراک‌ها و جرثقیل‌ها توسط شرکت دارای صلاحیت انجام و گواهی‌نامه‌های آن صادر شده است.

وی هیدروتست، رنگ آمیزی و شارژ مجدد کپسول‌های آتش‌نشانی کلیه مجموعه شرکت نفت ایرانول را از دیگر برنامه‌ها عنوان کرد و گفت: سیستم ارت پالایشگاه توسط شرکت دارای صلاحیت مورد بازرسی قرار گرفت و بازرنگری دستورات عمل‌های ایمنی مطابق با استاندارد‌های جاری و کالیبراسیون دستگاه‌های گازسنج BW و ساخت رخت‌کن جدید برای پرسنل ایمنی و آتش‌نشانی نیز صورت گرفته است.

حیدری اجرای پروژه آبرسانی به سیستم رینگ آب آتش‌نشانی انبار قطعات یدکی و اضافه نمودن یک عدد هیدرانت و تهیه و چاپ و توزیع پمفلت‌های آموزشی با موضوعات بهداشت مواد غذایی و بیماری تب کریمه کنگور را نیز از دیگر برنامه‌های این واحد ذکر کرد.

حیدری تهیه لباس کار بر اساس استاندارد نفت (پلی استر بنه ۳۰ به ۷۰) و پایش دوره ای گازهای خروجی دودکش‌ها توسط شرکت معتمد سازمان حفاظت از محیط زیست و همچنین عقد قرارداد همکاری با شرکت معتمد سازمان حفاظت از محیط زیست در خصوص امحاء پسماند و ارسال یک سری پسماند با هماهنگی کارشناسان سازمان حفاظت از محیط زیست جهت امحاء را از دیگر برنامه‌های این واحد برشمرد.

گزارشی از برگزاری دوره‌های آموزشی مختلف طی شش ماهه نخست سالجاری در ایرانول



علیرضا ابراهیمی
رئیس واحد آموزش

رئیس آموزش شرکت نفت ایرانول از برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی طی شش ماهه نخست سالجاری برای کارکنان شرکت خبر داد. علیرضا ابراهیمی در باره این دوره‌ها به نشریه ایرانول گفت: هر ساله برای کارکنان شرکت برنامه‌های مختلف آموزشی از سوی واحد آموزش منابع انسانی برگزار می‌گردد که مورد استقبال همکاران قرار می‌گیرد. وی یکی از مهمترین اقدامات واحد آموزش در شش ماهه اول سال جاری را برگزاری دوره آموزشی تخصصی (CCNA(R&S) جهت کارشناسان واحد انفورماتیک؛ و برگزاری دوره آموزشی مکالمه زبان انگلیسی سطح یک در سه گروه مجزا جهت مدیران و کارشناسان و روساء (خانم و آقا) در دفتر مرکزی و پالایشگاه تهران عنوان کرد. ابراهیمی هماهنگی جهت حضور در کارگاه آموزشی کنفرانس گذراز پادارایم نظام مدیریت منابع انسانی به نظام مدیریت استعداد و برگزاری دوره آموزشی دوره جامع بهداشت (فردی و عمومی) مواد غذایی محیط کار و..... جهت کارکنان و پرسنل خدمات اداری و آشپزخانه در پالایشگاه تهران را از دیگر برنامه‌های این واحد بر شمرد. وی با بیان اینکه دوره آموزشی آشنایی بامبانی رایانه و WORD.EXCEL در سالن آموزش پالایشگاه تهران برگزار شد، افزود: هماهنگی و ثبت نام مدیران و کارشناسان واحد حسابرسی داخلی برای حضور دوره آموزشی نقش حسابرسان داخلی در تهیه گزارشات سالانه نیز برگزار شده است. وی بر برگزاری دوره آموزشی مکالمه زبان انگلیسی سطح دو در سه گروه مجزا جهت مدیران و کارشناسان و روساء (خانم و آقا) در دفتر مرکزی و پالایشگاه تهران را نیز از دیگر برنامه‌های این واحد بیان کرد و گفت: برگزاری دوره آموزشی ابر اتوری لیفتراک‌ها برای تمامی رانندگان و پرسنل در ارتباط با کاربری لیفتراک‌ها نیز انجام شده است. ابراهیمی دیگر اقدام این واحد را هماهنگی و ثبت نام جهت حضور رئیس برنامه ریزی تولید در دوره آموزشی برنامه ریزی و کنترل تولید بیان کرد و گفت: برگزاری دوره آموزشی آشنایی با فرآیندهای تولیدی شرکت واحدهای پالایشگاه (عملیات، ظرف‌سازی، مخازن و بلندبند،



واحد برنامه ریزی، کنترل کیفیت و مجتمع) جهت کارشناسان واحد بازاریابی و فروش نیز در این راستا صورت گرفته است. ابراهیمی جذب، برنامه ریزی و هماهنگی جهت حضور دانشجویان دانشگاههای معتبر ایران برای اسپری نمودن دوره کارآموزی در واحدهای مختلف تولیدی و ستادی در پالایشگاه تهران، آبادان، دفتر مرکزی و... راز دیگر برنامه های این واحد بر شمرده و گفت: برگزاری دوره آموزشی آشنایی با دستورالعمل های عمومی ایمنی در پالایشگاه جهت کارآموزان و نقرات جدید استفاده در پالایشگاه تهران و برگزاری دوره آموزشی کارگاهی و عملی اطفای حریق برای کارکنان و پرسنل پالایشگاه تهران نیز انجام شده است.

رئیس آموزش شرکت نفت ایرانول همچنین گفت: دوره آموزشی آشنایی با دستورالعمل های صدور مجوز کار سرد و گرم و تست گازهای سمی برای تمامی کسانی که مجوز کار صادر می نمایند در پنج گروه مجزا و توسط مدرس مورد تأیید اداره کار برگزار شد.

وی برگزاری دوره آموزشی EXCEL پیشرفته در سالن آموزش پالایشگاه تهران و برگزاری کارگاه آموزشی آشنایی با شرح مشاغل بر اساس مدل دیکوم در پالایشگاه تهران و دفتر مرکزی برای کارشناسان و روسای منتخب جهت تهیه شناسنامه مشاغل شرکت راز دیگر برنامه های واحد آموزش عنوان کرد.

ابراهیمی هماهنگی و برنامه ریزی برای برگزاری دوره آموزشی آشنایی با ایمنی عمومی HSE برای تمامی کارکنان و پرسنل شرکت تا پایان سال با اولویت کارکنان واحدهای تولیدی و عملیاتی و برگزاری دوره آموزشی نگهداری و تعمیرات مقدماتی (CMMS) در سالن آموزش پالایشگاه تهران برای کارشناسان و کارکنان واحد تعمیرات راز دیگر برنامه های این واحد بیان کرد.

ابراهیمی برگزاری دوره آموزشی ایمنی کار در ارتفاع برای تمامی کارکنان ذی ربط در سالن آموزش پالایشگاه تهران در دو گروه مجزا توسط مدرس مورد تأیید اداره کار و برگزاری دوره آموزشی ارائه توانمندی های نرم افزار (IPCMMS) برای کارشناسان و کارکنان واحد تعمیرات در سالن آموزش پالایشگاه تهران رانیز از دیگر برنامه های آموزشی این واحد بر شمرده.

وی با بیان اینکه هماهنگی و ثبت نام برای حضور گروه مدیریت ریسک در دوره آموزشی مدیریت ریسک نیز صورت گرفته، افزود: هماهنگی و ثبت نام برای حضور کارشناسان و رئیس واحد HSE در دوره آموزشی راهبردهای توسعه پایدار در صنعت نفت (مدیریت پسماندهای صنعتی و...) و هماهنگی و ثبت نام برای حضور کارشناسان تعالی سازمانی در حوزه فروش جهت حضور در دوره آموزشی پرورش متخصص تعالی سازمانی نیز از دیگر برنامه های واحد آموزش است که طی شش ماهه نخست سال جاری برگزار شده است.



تقسیم سود ۲ میلیون ریالی در مجمع عمومی شرکت تعاونی کارکنان نفت ایرانول

ورود این مجموعه به چرخه فعالیت حتی در صورت برنده نشدن خود موجب خیر و برکاتی فراوانی برای شرکت بوده است زیرا بطور مثال در مناقصه سرویس ایاب و ذهاب پالایشگاه تهران علیرغم حضور شرکت تعاونی در مناقصه و برنده نشدن، اما با بازبینی دقیق مسیرها و ارائه قیمت رقابتی باعث کاهش قیمت عقر قرارداد به میزان ۷۰۰ میلیون تومان نسبت به قیمت سال ماقبل گردید. در آخرین مورد نیز شرکت تعاونی با پیگیری شبانه روزی هیات مدیره و اجاره مکانی از شرکت نفت ایرانول اولین فرودگاه تعاونی مصرف با تخفیفات حداقل ۱۵ درصد زیر قیمت سایر موارد افتتاح گردید. مجید مقتصدی مدیر عامل شرکت تعاونی خدمات پشتیبانی اداری کارکنان شرکت نفت ایرانول درباره این تعاونی به نشریه ایرانول گفت: این تعاونی حیات و ادامه فعالیت خود را در وهله اول مدیون حمایت‌های بی دریغ مدیر عامل محترم شرکت نفت ایرانول جناب آقای مهندس اسحاقی و در وهله بعد حمایت‌های تک تک اعضا و پرسنل شرکت نفت ایرانول می‌داند؛ نتیجه زحمات انجام گرفته در این تعاونی و تلاش شبانه روزی هیات مدیره شرکت سود سانی تقریباً ۳۱۲ هزار تومانی به ازای هر سهم ۲۰۰ هزار تومانی اعضای در ۶ ماه می‌باشد و بنا بر خطوط ترسیم شده برای این شرکت انشاءالله این مقدار سود در سال آینده به ۲ میلیون تومان به ازای هر سهم خواهد رسید. وی افزود: امید است تک تک اعضای محترم خانواده ایرانول در راه اعتلای این نهال تازه بشمر نشسته و شکوفا شدن بیش از پیش آن یار و یاور خدمتگزاران خود در این تعاونی باشند.

جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت تعاونی خدمات پشتیبانی اداری کارکنان شرکت نفت ایرانول سه شنبه (۳ مرداد ماه ۹۶) در محل پالایشگاه روغن سازی تهران با حضور مهندس اسحاقی مدیر عامل شرکت نفت ایرانول، مدیران و کارکنان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول، در این جلسه که با حضور و استقبال جمع کثیری از سهامداران برگزار شد، مهندس اسحاقی مدیر عامل شرکت نفت ایرانول ضمن تبریک ایام دهه مبارک کرامت و با رضایت از مجموعه فعالیت‌های صورت گرفته در شش ماه فعالیت شرکت تعاونی کارکنان ایرانول ابراز امیدواری کرد که در سال آتی بتوانیم در تعاونی با برنامه‌ریزی بیشتر به منظور سودآوری سهامداران گام‌های اساسی برداریم. همچنین در این جلسه مقتصدی مدیر عامل شرکت تعاونی خدمات پشتیبانی اداری کارکنان شرکت نفت ایرانول گزارشی از فعالیت‌های شرکت تعاونی به حاضرین جلسه ارائه داد. گفتنی است، در پایان سود شش ماهه سال گذشته تعاونی برابر با مقدار آورده اعضا ۲۰۰ هزار تومان تقسیم شد.

گفتنی است، این شرکت نوپا که از پایان سال ۱۳۹۴ اقدامات آغازین تاسیس آن شروع گردیده بود برای اولین بار در سال ۱۳۹۵ مجمع عمومی برگزار کرد و پس از طی مراحل آغازین رسماً از تیر ماه ۱۳۹۵ با برنده شدن در قرارداد فضای سبز پالایشگاه روغن سازی تهران پایه‌های فعالیت نهاد. پس از آن این شرکت در سایر مناقصه‌های موجود در سطح شرکت اقدام نموده و با برنده شدن در مناقصه رستوران‌های پالایشگاه تهران و آبادان به فعالیت خود ادامه داد.



در گزارش سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان منتشر شد

رشد چشمگیر شاخص های تولید و توزیع محصولات شرکت نفت ایرانول در سال ۹۵

گزارشی از وضعیت روغن موتور در ایران در سال ۹۵ از سوی سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان اعلام شد.

به گزارش روابط عمومی و تبلیغات شرکت نفت ایرانول به نقل از خبرگزاری تسنیم، معاونت نظارت بر کالاهای سرمایه ای و خدمات سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان در گزارشی به بررسی وضعیت روغن موتور در ایران در سال ۹۵ پرداخته است.

بر اساس این گزارش، شرکت بهران در مقدار تولید، توزیع و فروش کماکان اول بازار است اما شرکت نفت ایرانول با رشدی چشمگیر نسبت به سال ۹۴ در اکثر شاخص ها به خصوص تولید، توزیع و فروش و سهم بازار فاصله خود را با بهران (اول بازار) کاهش داده است.

در این گزارش میزان تولید، توزیع و فروش چهار شرکت اصلی بهران، ایرانول، پارس و سپاهان به تفکیک آمده است. در سال ۱۳۹۵ در مجموع بالغ بر ۳۷۶ میلیون لیتر روغن موتور توسط چهار شرکت نفت بهران، سپاهان، پارس و ایرانول تولید شده است که این میزان نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳۹۴ که معادل ۳۵۰ میلیون لیتر بوده حدود ۷ درصد افزایش را نشان می دهد که در این میان شرکت نفت بهران با ۱۲۹ میلیون لیتر یک درصد افزایش، شرکت نفت ایرانول با ۱۰۹ میلیون لیتر ۳۱ درصد افزایش، نفت سپاهان با ۷۳ میلیون لیتر یک درصد افزایش و نفت پارس با ۶۵ میلیون لیتر ۱،۵ درصد کاهش را نشان می دهد که به ترتیب شرکت نفت بهران ۳۴ درصد، شرکت

نفت ایرانول ۲۹ درصد، شرکت نفت سپاهان ۱۹ درصد و شرکت نفت پارس ۱۷ درصد تولید را به خود اختصاص داده اند.

توزیع روغن موتور

همچنین در سال ۱۳۹۵ جمعا بالغ بر ۳۵۳ میلیون لیتر روغن موتور توسط چهار شرکت نفت بهران، ایرانول، سپاهان، پارس توزیع شده است که این میزان نسبت به سال ۱۳۹۴ که معادل ۳۴۰ میلیون لیتر بوده حدود ۴ درصد افزایش را نشان می دهد.

میزان توزیع شرکت نفت بهران در سال ۹۵ معادل ۱۳۶ میلیون لیتر بوده که نسبت به مدت مشابه در سال ۹۴ (۱۳۰ میلیون لیتر) ۴،۶ درصد افزایش را نشان می دهد.

میزان توزیع شرکت نفت ایرانول در سال ۹۵ معادل ۹۵ میلیون لیتر بوده که نسبت به مدت مشابه در سال ۹۴ (۸۱ میلیون لیتر) ۱۷ درصد افزایش را نشان می دهد.

میزان توزیع شرکت نفت سپاهان در سال ۹۵ معادل ۶۲ میلیون لیتر بوده که نسبت به مدت مشابه در سال ۹۴ (۶۶ میلیون لیتر) ۶ درصد کاهش را نشان می دهد.

میزان توزیع شرکت نفت پارس در سال ۹۵ معادل ۶۱ میلیون لیتر بوده که نسبت به مدت مشابه در سال ۹۴ (۶۳ میلیون لیتر) ۳ درصد کاهش نشان می دهد.

مقایسه تولید، توزیع و فروش این واحدها نشان می دهد، در زمینه توزیع و فروش نیز سهم شرکت نفت بهران ۳۹ درصد، شرکت نفت ایرانول ۲۷ درصد، شرکت نفت سپاهان ۱۸

درصد و شرکت نفت پارس ۱۷ درصد از کل توزیع سال ۹۵ می باشد.

حجم واردات روغن موتور در سال گذشته

بر اساس آمار و اطلاعات دریافتی از سایت گمرک ایران، واردات در سال ۱۳۹۵ به میزان ۲،۶۴۹ تن می باشد که نسبت به سال گذشته (۱،۹۱۱) تن بارشده ۳۹ درصدی مواجه شده است. همچنین از نظر ارزشی نیز در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ رشدی معادل ۹۹ درصد را شاهد بوده ایم.

گفتنی است ایران یکی از تولید کنندگان روغن موتور در سطح خاورمیانه می باشد که به کشورهای عراق، افغانستان، پاکستان، ترکمنستان و... روغن صادر می کند.

حجم صادرات روغن موتور طی سال ۹۵

بر اساس آمار و اطلاعات دریافتی از سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران، میزان صادرات انواع روغن موتور در سال ۹۵ به میزان ۳۳،۲۹۶ تن بوده که در مقایسه با سال ۹۴ به میزان ۲۵،۲۳۴ تن معادل ۳۲ درصد افزایش داشته است.

همچنین از نظر ارزش ریالی صادرات سال ۹۵ (۶۷۵،۰۱۲ میلیون ریال) نسبت به سال ۹۴ (۶۷۷،۷۳۱ میلیون ریال) به میزان ۱۲ درصد کاهش داشته است.

در سال ۹۵ نسبت سهم صادرات روغن موتور خودرویی واحدهای تولیدی شرکت نفت بهران، پارس، سپاهان و ایرانول (۳۲ میلیون لیتر) به کل تولید داخل روغن موتور (۳۷۶ میلیون لیتر) حدود ۸،۵ درصد بوده است.

۳۷

گزارش

نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶





برای دومین سال پیاپی صورت گرفت

تقدیر از کارکنان نمونه ایرانول

تخصیص می دهند. میانگین حاصل از تمامی امتیازات حاصل شده در این حالت، به عنوان امتیاز اخذ شده از سوی مافوق به ازاء هر کارمند لحاظ می گردد.

◀ ارزیابی مافوق مستقیم توسط کارکنان زیر مجموعه: در این قسمت ارزیابی از پایین به بالا صورت گرفته و تمامی کارکنان نسبت به ارزیابی مافوق مستقیم خود (سرپرستان و روسا) اقدام نمودند. هر فرد به ازای معیارهای تعیین شده در فرم مربوطه امتیازی از صفر تا صد را به مافوق های خود (رئیس، سرپرست، مسئول شیفت) تخصیص می دهد.

◀ ارزیابی همکاران: در این ارزیابی هر فرد پس از ارزیابی همکاران واحد خود، نسبت به معرفی نفرات برتر (سه نفر اول) اقدام می نماید.

◀ ارزیابی سایر همکاران: چنانچه هر یک از کارکنان دارای تعامل با کارکنان سایر واحدها باشند، نسبت به معرفی نفرات برتر هر واحد از دیدگاه خود اقدام می نمایند.

◀ ارائه توضیحات لازم به کارکنان، روسا و سرپرستان و توزیع پرسشنامه ها میان کارکنان به تفکیک واحدهای مختلف در دفتر مرکزی، مجتمع ظرف سازی تهران و پالایشگاه های تهران و آبادان؛

◀ جمع آوری پرسشنامه های معیارهای انتخاب کارمند نمونه از کارکنان، روسا، سرپرستان و مدیران و ورود اطلاعات به جامع در یک دیتابانک مناسب به تفکیک واحدهای سازمان؛

◀ در نتیجه ورود اطلاعات در دیتابانک جامع به ازاء هر یک از کارکنان چهار دسته امتیاز حاصل گردید: ۱- امتیاز حاصل از خود ارزیابی فرد ۲- امتیازی که هر فرد از ارزیابی مافوق (مافوق های) خود به دست آورده است ۳- امتیازی که از سوی کارکنان واحدهای دیگر برای هر فرد کسب گردیده است. ۴- امتیازی که از ارزیابی همکاران واحد خود به دست آورده است. در انتها با اعمال ضرایب مناسب بین این چهار گروه از امتیاز، امتیاز نهایی هر یک از کارکنان استخراج گردیده و نفرات برتر (صرفاً بر اساس بالاترین امتیاز کسب شده) به تفکیک سمتها (کارگر، تکنسین، کارمند، کارشناس، سرپرست و رئیس) انتخاب شدند.

◀ ارائه باز خورد های لازم و معرفی نفرات برتر نهایی به اداره کار و تقدیر از آنان در مراسم روز کارگر.

واحد منابع انسانی به منظور اعتلای فرهنگ کاری و ایجاد باورهای مثبت، ارج نهادن به خدمات ارزنده کارمندان متعهد و کارآمد، تقویت وجدان کاری و انضباط کاری، افزایش رضایت شغلی و ارتقاء بهره وری برای دومین سال پیاپی، نسبت به شناسایی کارمندان نمونه در سازمان اقدام نموده است.

در این راستا برنامه ریزی منابع انسانی در سال جاری با بهره گیری از رویکرد ارزیابی ۳۶۰ درجه، نسبت به انتخاب کارکنان نمونه اقدام کرد که در آن یک فرد علاوه بر انجام خود ارزیابی همزمان از سوی سایر همکاران، مدیران / روسا و ذینفعان مرتبط با شغل خود مورد ارزیابی قرار گرفته است. از مزایای ارزیابی ۳۶۰ درجه می توان موارد ذیل را نام برد:

- ◀ درک صحیح پرسنل در سازمان نسبت به ارزیابی دیگران نسبت به خود؛
 - ◀ افزایش آگاهی ها در ارتباط با شایستگی های فردی؛
 - ◀ دلگرم شدن کارکنان از بازخوردهای باز و بدون غرض و رسیدن به بصیرت جدید؛
 - ◀ ارائه تصویر نسبتاً شفاف و واقع گرایانه از شایستگی کارکنان تحت سرپرستی برای مدیران بالادست؛
 - ◀ افزایش آگاهی های مدیران بالادست از اینکه تا چه حد نیازمند توسعه فردی در سازمان خود می باشند؛
 - ◀ تقویت آگاهانه در جهت رسیدن به شایستگی سازمانی.
- اهم اقدامات انجام شده به منظور انجام ارزیابی ۳۶۰ درجه شامل موارد ذیل می باشد:
- طراحی فرم های مرتبط با معیارها و شاخص های انتخاب کارکنان نمونه: فرم معیارها و شاخص های انتخاب کارکنان نمونه بر اساس فصل های ذیل طراحی گردید:
- ◀ خودارزیابی: در آن هر فرد به ازای معیارهای مهارت های شغلی، انضباط اداری، ارزش های اخلاقی و خودجوشی، خلاقیت و نوآوری در مجموع امتیازی از صفر تا صد را کسب می کند.
 - ◀ ارزیابی کارکنان تحت سرپرستی: در آن تمامی مافوق های هر یک از کارکنان (مدیر، رئیس، سرپرست) به ازای معیارهای تعیین شده در مجموع امتیازی از صفر تا صد را به کارکنان زیر مجموعه خود

نفرات برتر و کارکنان نمونه در سال ۱۳۹۶



امیر گج کروقلی
واحد برنامه ریزی و انبار
در مجتمع بسته بندی و
ظروف سازی



مهناز آبتی
واحد کنترل کیفیت
در پالایشگاه تهران



محمد جعفر بیگلر
واحد فناوری اطلاعات
در پالایشگاه تهران



مسعود زبیدی
واحد اداری
در پالایشگاه آبادان



مسعود شمسی
واحد تولید
در پالایشگاه آبادان



مالک غلامی
واحد ظرف سازی و بسته
بندی در پالایشگاه تهران



حسن صحرانورد
واحد برنامه ریزی و انبار
در پالایشگاه تهران



محمد زارعیان
واحد شهرداری
در پالایشگاه تهران



حسین صادقی
واحد حراست
در پالایشگاه تهران



نیره مهدیخواه
واحد منابع انسانی
در پالایشگاه تهران



غلامحسین خلیل آبادی
واحد تعمیرات و نگهداری

۳۹

کارکنان
نمونه



تجزیه و تحلیل شغل

اولین گام در مسیر طرح ریزی نظام مند نیروی انسانی

می نمایند. یکی از روش های مهم در تجزیه و تحلیل مشاغل، تجزیه و تحلیل شغل با استفاده از مدل دیکوم می باشد.

دیکوم چیست؟

واژه **DACUM** مخفف **Developing A Curriculum** می باشد که امروزه به صورت گسترده در سطح دنیا به کار می رود. این روش توسط رابرت ای نورتون در سال ۱۹۹۴ به صورت کارگاه مورد استفاده قرار گرفت و پس از آن در کشورهای مختلفی از جمله آمریکا، استرالیا، کانادا، چین، آلمان، ژاپن و... متداول شد. امروزه شرکتهای هوندا، بوئینگ، جان دیر، موتورولا و... از این روش به منظور تجزیه و تحلیل مشاغل خود استفاده می کنند. خمیرمایه این روش، تشخیص نیاز آموزشی بر اساس مقتضیات مشاغل مختلف می باشد. در این روش شغل به صورت نظام مند به کوچک ترین اجزای تشکیل دهنده اش تجزیه شده و مشخص می شود که شغل مورد نظر تحت چه شرایطی (ویژگی های فیزیکی محیط شغلی، زمان، مکان و ابعاد روانی فضای کار) انجام می شود سپس حدود اختیارات، مسئولیتها و ارتباطات سازمانی شاغل با سایرین و وسایل مورد نیاز برای انجام شغل مشخص می شود. در مرحله بعدی با ملاحظه تمام موارد بالا، مشخص می شود که برای انجام مطلوب وظایف شغلی چه دانشها، نگرشها و تواناییها نیاز هست. باید توجه داشت که تحلیل شغل، توصیف کارمند نیست بلکه توصیف شغل به گونه ای است که دانش، مهارت و توانایی لازم برای انجام این وظایف را مشخص می کند. این تکنیک به دلیل انعطاف پذیری، قابلیت کاربرد با شرایط و مقتضیات سازمانی را دارا می باشد و بر اساس کسب شناخت از کارکنان شروع شده و با برنامه ریزی منبسط از این شناخت نیز خاتمه می یابد. این نوع برنامه ریزی از نهایت واقع بینی برخوردار بوده و موجبات کاهش هزینه ها، افزایش اثربخشی، کار آبی و در نهایت بهره وری سازمانی را فراهم می سازد.

Duty A	Task A1	Task A2	Task A3	Task A4	Task A5	Task A6	Task A7
Duty B	Task B1	Task B2	Task B3	Task B4	Task B5	Task B6	
Duty C	Task C1	Task C2	Task C3	Task C4	Task C5		
Duty D	Task D1	Task D2	Task D3	Task D4	Task D5	Task D6	Task D7
Duty E	Task E1	Task E2	Task E3	Task E4			
Duty F	Task F1	Task F2	Task F3	Task F4	Task F5	Task F6	Task F7

اساس دیکوم بر سه فرض منطقی استوار است:

- ۱- کارکنان خبره دقیق تر از سایر افراد می توانند شغل و حرفه خود را توصیف و تعریف کنند.
- ۲- راه موثر برای تعریف و تبیین یک شغل یا حرفه عبارتست از توصیف دقیق وظایفی که کارکنان خبره انجام می دهند.
- ۳- انجام درست هر وظیفه مستلزم به کارگیری دانش، مهارت، ابزارها و رفتارهای مثبت کارکنان می باشد. (جدول شماره ۱)

از جمله مهمترین وظایف مدیریت منابع انسانی در یک سازمان، تجزیه و تحلیل مشاغل سازمان می باشد. بدیهی است تجزیه و تحلیل شغل، اولین گام در مسیر طرح ریزی نظام مند نیروی انسانی می باشد. تجزیه و تحلیل شغل فرایندی است که از طریق آن ماهیت و ویژگی های هر یک از مشاغل در سازمان بررسی می گردد و اطلاعات کافی درباره آنها جمع آوری و گزارش می شود؛ بنابراین تعریف دیگری تجزیه و تحلیل شغل، شرح خلاصه وظایف و مسئولیت های شغل، رابطه آن شغل با مشاغل دیگر و دانش، نگرش و مهارت های لازم برای انجام دادن آن و شرایط کار است.



مجید اشجعی
مدیر منابع انسانی

از اهم کاربردهای تجزیه و تحلیل شغل می توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- ◀ **کارمندیابی:** تعیین ویژگی های شغل و مهارت های مورد نیاز برای انتخاب کارمند.
- ◀ **انتخاب و انتصاب:** مطابقت دادن شغل با شاغل از طریق تجزیه و تحلیل شغل و تنظیم شرح و شرایط احراز شغل برای انتخاب/انتصاب شایسته ترین و مناسب ترین افراد برای شغلی به خصوص.
- ◀ **آموزش:** شناخت و تحلیل اثر بخش نیازهای آموزشی، پیش نیاز یک سیستم آموزشی موفق است. تعیین نیازهای آموزشی اولین گام برنامه ریزی آموزش کارکنان و در واقع نخستین عامل ایجاد و تضمین اثربخشی آموزش و بهسازی است که اگر به درستی انجام شود، مبنای عینی تری برای برنامه ریزی به عنوان نقشه اثر بخشی - و تبعاً سایر فعالیتها - فراهم خواهد ساخت و احتمال تطابق آن با نیازهای سازمان و حوزه های شغلی را افزایش خواهد داد. آموزش مهمترین ابزار و وسیله برای توسعه نیروی انسانی است چنانچه مبتنی بر نیازسنجی و مرتبط با عملکرد باشد برانگیزاننده است. باید توجه داشت که «آموزش هزینه بر است»، لذا باید در مواقعی ارائه شود که اولاً پاسخی باشد به یک نیاز شناخته شده و ثانیاً بهترین راه حل برای مشکلاتی باشد که از آن طریق قابل حل هستند. فعالیت های آموزشی که بدون توجه به این شرایط طراحی و اجرا شوند در واقع نوعی اتلاف منابع ارزشمند خواهد بود.

◀ **ایمنی:** آشکار سازی خطرهای موجود در کار، روش های غلط انجام کار و فقدان موارد ایمنی.

◀ **ارزیابی عملکرد و جبران خدمات / پاداش دهی:** سنجش منصفانه چگونگی عملکرد فرد در انجام وظایف محوله شغل. آیا این عملکرد در سطح مورد انتظار یا کمتر / بیشتر است؟

◀ **حقوق و دستمزد:** تعیین عادلانه حقوق با توجه به شرح وظایف، درجه سختی شغل، وظایف و مسئولیت های شغل، مهارت ها و توانایی های مورد نیاز و...

چندین روش برای جمع آوری اطلاعات به منظور انجام تجزیه تحلیل مشاغل وجود دارد. مانند مصاحبه، پرسشنامه، مشاهده، نشست متخصصان، ثبت وقایع، پرسشنامه تجزیه و تحلیل سمت (PAQ)، تحقیق و پژوهش و... به طور معمول متخصصان منابع انسانی از مجموعه ای از این روش ها استفاده



چرا دیکوم منحصر به فرد است؟

- ◀ **تبادلات در گروه:** اعضای کار گروه به طور آزادانه ایده‌های خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و از مشارکت دیگران در پخته شدن ایده‌هایشان بهره می‌گیرند.
- ◀ **تقویت این روش با فن طوفان مغزی:** در این روش چندین بار از فن طوفان مغزی برای حداکثر کردن دقت اجرای شغل استفاده می‌شود.
- ◀ **هم‌افزایی گروه:** اعضای گروه تشویق می‌شوند تا یکدیگر را در رسیدن به محصول با کیفیت تر تقویت کنند.
- ◀ **توافق جمعی:** اعضای گروه با هدایت فرد تسهیل‌گر به توافق جمعی در موارد مورد بحث دست می‌یابند.
- ◀ **مبتنی بر آینده بودن:** از اعضای گروه خواسته می‌شود که به صورت اختصاصی به روند و آینده آن شغل و عواملی که در آینده ممکن است باعث تغییر در ماهیت شغل گردند، بپردازند.
- ◀ **پذیرش توسط کارکنان:** اگر کارکنان بفهمند که تجزیه و تحلیل شغل بر اساس تجربه افراد ماهر و با تجربه شاغل در آن شغل انجام شده آن را می‌پذیرند و از نتایج کار گاه حمایت می‌کنند.
- ◀ **برون داد جامع و با کیفیت بالا:** وجود کارشناسان خبره به همراه تسهیل‌کننده ماهر باعث می‌شود کلیه اجزای شغل و دانش و مهارت و رفتارهای ابزار و تجهیزات مورد استفاده در شغل و روند آینده شغلی به نحو صحیح و همه‌جانبه‌ای بدست آید.
- ◀ **هزینه پایین:** در این روش نتیجه فرایند تحلیل شغل بر عکس برخی روش‌ها که چندین روز طول می‌کشند طی مدت کوتاهی انجام می‌شود که این امر منجر به کاهش چشمگیر هزینه‌های می‌گردد.
- ◀ **بررسی پیش‌بینی:** مریوط به مدل‌های تجزیه و تحلیل مشاغل، معلوم می‌شود که هر یک از این الگوها، با وجود محسنات و قابلیت کار بردشان با

محدودیت‌هایی مواجه هستند. برخی از این معایب و کاستی‌ها از طبیعت و ماهیت این روش‌ها نشأت می‌گیرد و برخی نیز ریشه در چگونگی اجرا، تخصص فرد یا گروه مجری، ابزار و وسایل مورد نیاز و... دارد. کند و کاوهای انجام شده در این حوزه، مبین این نکته است که از میان این الگوهای مختلف، مدل DACUM دارای چندین مزیت اساسی است که از آن جمله می‌توان به انعطاف‌پذیری و قابلیت عملیاتی شدن آن در شرایط و مقتضیات مختلف سازمانی اشاره کرد. تجزیه و تحلیل شغلی با مدل DACUM، در راستای تعیین مسئولیت‌ها و وظایف مورد نیاز برای انجام شغل / وظیفه، تهیه شرح شغل‌های جدید و تهیه نیازمندی‌های آموزشی متناسب با ویژگی‌های مشاغل فنی و تخصصی انجام می‌شود و موجبات افزایش توانمندی‌های فنی سازمان‌ها را فراهم می‌آورد.

در همین راستا تعریف پروژه بازنگری شرح مشاغل سازمان بر اساس مدل دیکوم به عنوان یکی از پروژه‌های استراتژیک واحد منابع انسانی شرکت نفت ایرانول در سال جاری تعریف شده است که امید است با مشارکت تمامی کارکنان متخصص و اعضای کار گروه‌های تخصصی مشاغل، بتواند مبنای عینی‌تری برای برنامه‌ریزی نیروی انسانی فراهم نموده و موجبات کاهش هزینه‌ها و تطابق برنامه‌ریزی‌های آموزشی با نیازهای آموزشی کارکنان را فراهم آورد.

در جدول ذیل تعریف اصطلاحات در روش تجزیه و تحلیل شغلی DACUM را نشان می‌دهد:

تعریف اصطلاحات	توضیح
شغل	عبارت از وظایف مشابه و مرتبطی که بر عهده یک فرد است و در مقابل آن حقوق و دستمزد دریافت می‌کند. مثال: مکانیک اتومبیل
سمت	به جایگاه سازمانی افراد، سمت گفته می‌شود. تعدادی از سمت‌ها ممکن است مربوط به یک شغل باشند. به طور مثال، ممکن است ۱۰ نفر از کارکنان، ۱۰ سمت سازمانی را بر عهده داشته باشند ولی شغل کلیه آن‌ها مشابه باشد. مثال: تکنسین / تکنسین ارشد مکانیک.
حرفه	به گروهی از مشاغل مشابه حرفه گفته می‌شود. مثال: مکانیک
وظیفه	به مجموعه‌ای از فعالیت‌های جسمی یا فکری که بر عهده هر شاغل است، وظیفه گفته می‌شود. هر وظیفه از چند زیر وظیفه مرتبط با هم تشکیل شده است. مثال: انجام تعمیرات دوره‌ای وسیله نقلیه.
زیر وظیفه	یک فعالیت کاری قابل مشاهده است که در ظرف زمانی محدودی انجام می‌شود و به یک محصول، نوعی از خدمات یا تصمیم‌گیری منجر می‌شود. مثال: تعویض روغن موتور
گام / فعالیت کار	یک عنصر از مجموعه روش‌ها و فعالیت‌هایی که فرد شاغل به منظور تکمیل یک زیر وظیفه (Task) انجام می‌دهد. مثال: باز کردن در محفظه روغن.
دانش	مجموعه‌ای سازمان یافته از اصول و حقایق مورد نیاز برای حل مسائل و موضوعات مربوط به شغل، دانش تلقی می‌شود. مثال: دانش مکانیک
مهارت	توانایی انجام یک کار به نحو احسن است که معمولاً در طی زمان از طریق کارورزی یا تجربه حاصل می‌شود. مثال: تعمیرات
سبک کار	خصوصیات رفتاری یا مشخصه‌های کاری که فرد در راستای انجام وظایف خود باید دارا باشد. مثال: ابتکار عمل
روندهای آتی/نگرانی‌ها	نگرش شاغل نسبت به تغییر و تحولات و حوادثی است که در محیط کار، سازمان، بازار کار، فناوری و... به وقوع خواهد پیوست و آینده شغلی و خانوادگی او را چه از جنبه مثبت و چه از جنبه منفی تحت تأثیر قرار خواهد داد.
منابع و مواد	ابزار، تجهیزات، منابع و موادی است که در اختیار کارکنان گذاشته می‌شود تا بتوانند وظایف محوله را به نحو احسن انجام دهند.
شاغلان زبده	شاغلانی هستند که بر اساس معیارهای مشخص از جمله ارزیابی دو سال گذشته، سابقه و... از شرکت‌های مختلف برای حضور در کارگاه تجزیه و تحلیل شغل انتخاب می‌شوند. علاوه بر این، با توجه به ماهیت کارگاه، افراد مورد نظر باید دارای مهارت‌های ارتباطی بسیار خوب، روحیه کار-گروهی، انگیزه بالا و رها از هرگونه پیشداوری و تعصب باشند.

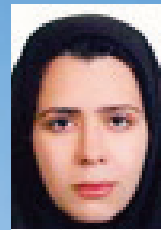


الگوی بلوغ قابلیت کارکنان



الگوی بلوغ قابلیت کارکنان:

الگوی بلوغ قابلیت کارکنان، نقشه مسیر و راهنمایی است برای تشخیص، طراحی و پیاده سازی و اجرای فرایندهای مرتبط با منابع انسانی که به گونه ای مستمر که منجر به ارتقای قابلیت های منابع انسانی گردد. از آنجا که یک سازمان نمی تواند تمام بهترین فعالیتها را در مدت بسیار کوتاهی پیاده سازی کند، **P-CMM** آنها را در ۵ سطح بلوغ و ۲۲ ناحیه فرایندی ارائه می دهد. هر سطح **P-CMM** تحول بی نظیری در فرهنگ سازمان به وسیله تجهیز آن با فعالیتهای قدرتمند فراوان برای جذب، توسعه، سازماندهی، انگیزش و نگهداری نیروی کار به وجود می آورد. (Curtis, ۲۰۰۱)



فاطمه عابدی
سرپرست برنامه ریزی منابع انسانی

نتایج بسیاری از پژوهش ها درباره نقش و اهمیت نیروی انسانی در رشد و توسعه سازمانها و بعضا در رشد جوامع بشری، بر این نکته تاکید دارند که هیچ جامعه ای توسعه نیافته است مگر آنکه به توسعه منابع انسانی خود پرداخته باشد. تلاشهای بسیاری در این زمینه صورت گرفته است که بعضی از آنها منجر به ایجاد روشها، رویه ها، استانداردها و الگوهای در جهت بهبود و توسعه منابع انسانی شده است. از جمله این تلاشها می توان به الگوی بلوغ قابلیت کارکنان (**P-CMM**) اشاره کرد.

۴۲

مقاله

از نظر دیدگاههای منابع انسانی، این الگو در زمره الگوی مدیریت استراتژیک منابع انسانی است که بر فرایندهای منابع انسانی با توجه به جهت گیریهای استراتژیک سازمان تاکید دارد.

ساختار اولیه این مدل در سال ۱۹۸۰ توسط واتس هامفری در شرکت IBM شکل گرفت. این شرکت به دلیل عملکرد پایین نرم افزارهای تولیدی، با رکود در فروش روبه رو شد. بر این اساس، تیم مطالعاتی پس از بررسی های متعدد، دریافتند که الف: چون کیفیت نرم افزار تابعی از عملکرد فرایند تولید است آنها می بایستی با تغییر و بهبود فرایند بر این مشکل فائق آیند. ب: به علت اینکه سازمانها به طور ناخواسته درگیر طراحی و پیاده سازی نرم افزارهای مختلف می شوند، آنها می بایستی بر ارائه نرم افزارهای استراتژیک تمرکز کنند. ج: به دلیل اینکه سیستم ها دارای رویکرد تکاملی هستند می بایستی ابتدا سیستم های بستر ساز بنا شده، سپس سیستم های متعالی به کار گرفته شوند. با توجه به نتایج به دست آمده چارچوب بلوغ فرایندها ارائه شد که به عنوان الگوی بلوغ قابلیت کارکنان مطرح شد. این الگو برای نخستین بار در سال ۱۹۹۵ انتشار یافت و از آن زمان در سراسر ایالات متحده، کانادا، اروپا، استرالیا و هند برای راهنمایی و هدایت فعالیتهای بهبود سازمانی استفاده شده است از مهمترین شرکتهایی که این الگو را به کار گرفته اند می توان به شرکت های IBM، Citibank، Ericsson، Boeing، Oracle اشاره نمود.

ارزشهای محوری P-CMM:

ارزشهای محوری این مدل که بیانگر نگرش جامع آن به توسعه قابلیتهای منابع

انسانی است، شامل موارد ذیل می باشد:

۱. در سازمانهای بالغ قابلیتهای منابع انسانی به طور مستقیم با عملکرد کسب و کار مرتبط است.
۲. قابلیتهای منابع انسانی یک موضوع رقابتی و یک منبع ایجاد مزیت رقابتی است.
۳. قابلیتهای منابع انسانی بایستی بر اساس جهت گیریهای استراتژیک تعریف شود.
۴. کانون توجه سازمانها از عناصر شغلی به قابلیتها، تغییر کرده است.
۵. قابلیتهای منابع انسانی در سطوح فردی، گروهی و سازمانی قابل سنجش و ارتقا هستند.
۶. سازمان باید در قابلیت هایی از منابع انسانی سرمایه گذاری کند که آن قابلیت ها برای انجام قابلیت محوری بنگاه حیاتی باشد.
۷. سازمانها مسئول فراهم کردن فرصتهای رشد و توسعه افراد بوده، افراد مسئول بهره برداری از آنها هستند.
۸. مدیریت میانی و عملیاتی مسئول قابلیتهای منابع انسانی می باشند.
۹. ارتقای قابلیتهای منابع انسانی به مجموعه ای از فرایندها و رویه های مناسب نیاز دارد.
۱۰. در حالی که تکنولوژی و اشکال سازمان دچار دگرگونی و تکامل می شوند، سازمانها باید به گونه ای مستمر قابلیتهای منابع انسانی را پرورش داده، تکامل بخشند.

ساختار P-CMM:

سطح بلوغ: بیانگر سطح جدیدی از قابلیتهای منابع انسانی است که از راه طراحی یا تحول یک یا تعدادی از

فرایندهای منابع انسانی به وجود آمده است.

نواحی فرایندی: مجموعه ای از فعالیتهای مرتبط که به گونه ای جمعی و توأمان برای دستیابی به مجموعه ای از هدفها و مشارکت در ایجاد قابلیتهای ویژه یک سطح خاص می شود.

هدفها: نتایج منحصر به فرد و مورد انتظار هر یک از نواحی فرایندی است. هر یک از نواحی فرایندی دارای ۲ تا ۵ هدف است که یکی از آنها نهادینه سازی است.

فعاليتها: مسیرهای تحقق هدفهای نواحی فرایندی هستند. منظور از فعالیتهای پیاده سازی در هر ناحیه فرایندی، فعالیتهایی است که می بایستی انجام شوند تا به هدفهای ناحیه فرایندی دست یابیم. در ادامه به توصیف مختصر هر یک از سطوح و نواحی فرایندی آنها می پردازیم:

◀ **سطح بلوغ ۱:** سطح اولیه (Initial): در این سطح سازگاری و پایداری در فعالیتهای سازمان وجود ندارد. برخی ویژگیهای این سطح شامل این موارد است:

- ۱) سازمان فاقد یک شیوه منسجم و یکپارچه برای انجام کارها و امور مرتبط با منابع انسانی است.
- ۲) اکثر فرایندها موقت هستند و بر اساس هر موقعیت مورد بازبینی قرار می گیرند.
- ۳) شیوه های انجام کار اغلب نامنظم و پراکنده به نظر می آیند.
- ۴) امکان بهبود امور وجود ندارد.

◀ **سطح بلوغ ۲:** سطح مدیریت شده (Managed): هدف از این سطح تقبل

مسئولیت اداره انساها و پرورش آنهاست. برخی از ویژگیهای این سطح را می توان به طور خلاصه شامل این موارد دانست:

- ۱) سازمان باید پایه ای را بنا نهد تا فرایندهای مشترک را به کار گیرد.
- ۲) مدیریت بایستی محیطی پایدار برای انجام کار حرفه ای ایجاد کند.
- ۳) شرایط لازم برای کنترل های پایه ای مدیریت فراهم می شود.
- ۴) افراد را قادر به تکرار فعالیتها سازد.

نواحی فرایندی سطح بلوغ ۲ به صورت ذیل می باشد:

کارگزیینی: منظور از کارگزیینی، ایجاد یک فرایند رسمی است، به گونه ای که کار محوله با منابع واحد مطابقت داشته، افراد مناسب انتخاب، استخدام و منصوب شده اند.

ارتباطات و هماهنگی: منظور از ارتباطات و هماهنگی، اطمینان یافتن از ارتباطات بهنگام در سراسر سازمان است و اینکه افراد و نیروی کار مهارتهایی برای توزیع اطلاعات و هماهنگی فعالیتهایشان به گونه ای کارآمد، داشته باشد.

محیط کاری: منظور از محیط کاری، ایجاد و حفظ شرایط فیزیکی کار و فراهم آوردن منابعی است که افراد و گروههای کاری وظایفشان را به طور کارآمد و بدون اختلال انجام دهند.

مدیریت عملکرد: منظور از مدیریت عملکرد تعیین هدفهای مرتبط با کار محوله است، به گونه ای که عملکرد واحد و فرد قابل اندازه گیری بوده، عملکرد نسبت به هدفهای مورد بحث قرار گرفته، به طور مستمر بهبود یابد.

آموزش و توسعه: منظور از آموزش و

توسعه، اطمینان یافتن از اینکه تمام افراد مهارتهای مورد نیاز برای انجام وظایفشان را دارا بوده، فرصتهای مناسب توسعه فراهم شده است.

جبران خدمات: منظور از جبران خدمات، فراهم آوردن پرداختها و مزایا بر اساس مشارکت افراد و ارزش آنها برای سازمان است.

◀ **سطح بلوغ ۳:** سطح تعریف شده (Defined): هدف این سطح، تدوین و پرورش قابلیت های نیروی کار و یکپارچه سازی آنها با جهت گیریهای استراتژیک سازمان است. از ویژگیهای این سطح می توان به این موارد اشاره کرد:

۱) سازمان بهترین فعالیتها را شناسایی

کرده، آنها را با فرایندهای مشترک همسو می سازد.

۲) فرایندهای ویژه محیط منحصر به فرد، با فرایندهای ویژه محیط پایدار ترکیب، مستند سازی و یکپارچه می شوند.

۳) سازمان فرایندهای استاندارد برای انجام فعالیت های کسب و کار تعریف می کند که این عمل منجر به پیدایی بستری اساسی، برای فرهنگ حرفه ای می شود.

نواحی فرایندی سطح بلوغ ۳ شامل:

تحلیل شایستگی: منظور از تحلیل شایستگی شناسایی دانش، مهارتها و تواناییهای فرایندی مورد نیاز برای انجام فعالیت های کسب و کار سازمان بوده به گونه ای که ممکن است آنها توسعه یافته به عنوان مبنایی برای فعالیت های نیروی کار

مورد استفاده قرار گیرند:

برنامه ریزی نیروی کار: منظور از برنامه ریزی نیروی کار هماهنگی فعالیت های نیروی کار با نیازهای کسب و کار حال و آینده در دو سطح سازمانی و واحد است.

پرورش شایستگی: منظور از پرورش شایستگی ارتقای مستمر قابلیت نیروی کار برای انجام وظایف و مسئولیت های محوله است.

توسعه مسیر پیشرفت شغلی: منظور از توسعه مسیر پیشرفت شغلی اطمینان یافتن از این است که برای افراد فرصتهایی برای توسعه شایستگی فراهم شده که آنها را قادر به دستیابی هدفهای شغلی شان می سازد.

فعالیت های شایستگی محور: منظور از



فعالیت‌های شایستگی محور، اطمینان یافتن از این است که تمامی فعالیت‌های نیروی کار تا یک اندازه در توسعه شایستگی‌های نیروی کار بنا شده‌اند.

توسعه گروه‌های کاری: منظور از توسعه گروه‌های کاری، سازماندهی کار به دور توانایی‌های فرایندهای شایستگی محور است.

فرهنگ مشارکتی: یک فرهنگ مشارکتی امکان می‌دهد سازمان از تمام قابلیت نیروی کار، برای تصمیماتی که بر عملکرد سازمان تاثیر گذار است، بهره‌مند شود.

◀ سطح بلوغ ۴: سطح پیش

بینی پذیری (Predictable):

توانمندسازی و یکپارچه‌سازی قابلیت‌های نیروی کار و مدیریت عملکرد به صورت کمی هدف‌های این سطح می‌باشند. ویژگی این سطح این است که دیدگاه کمیت‌گرایستی بر فرایند طراحی، پیاده‌سازی و بهره‌برداری از سیستم‌های منابع انسانی حاکم شود.

نواحی فرایندی این سطح شامل:

یکپارچگی شایستگی‌ها: منظور از یکپارچگی شایستگی‌ها بهبود کارایی و چالاکی کارها با درجه وابستگی بالا از راه یکپارچه‌سازی قابلیت‌های فرایندی شایستگی‌های مختلف نیروی کار است.

گروه‌های کاری خودگردان: منظور از گروه‌های کاری خودگردان اعطای مسئولیت و اختیار برای تعیین چگونگی هدایت فعالیت‌های گروه با بیشترین اثربخشی است.

دارایی‌های شایستگی محور: منظور از دارایی‌های شایستگی محور، به کارگیری دانش، تجربه و مصنوعات توسعه یافته در

اجرای فرایندهای شایستگی محور، برای افزایش و ارتقای شایستگی و عملکرد است.

مدیریت عملکرد کمی: منظور از مدیریت عملکرد کمی، پیش‌بینی و مدیریت قابلیت فرایندهای شایستگی محور برای دستیابی به هدف‌های عملکردی قابل سنجش است.

مدیریت قابلیت سازمانی: منظور از مدیریت قابلیت سازمانی، شایسته‌سازی و مدیریت قابلیت نیروی کار و فرایندهای شایستگی محور حیاتی است که آنها انجام می‌دهند.

مربیگری: منظور از مربیگری انتقال دروس و تجربه‌های بزرگ در یک شایستگی نیروی کار، برای بهبود قابلیت سایر افراد یا گروه‌های کاری است.

◀ سطح بلوغ ۵: سطح بهینه‌سازی

(Optimization): هدف از این

سطح، بهبود مستمر و یکپارچه‌سازی قابلیت‌های فردی گروه و سازمان است. ویژگی‌های این سطح شامل این موارد است:

۱) سازمانها از دانش عمیق و کمی برای بهبود مستمر در فرایندها استفاده می‌کنند.

۲) سازمان بر اساس داده‌ها تشخیص می‌دهد که کدام یک از فرایندها بهتر می‌تواند از فعالیت‌های بهبود مستمر بهره‌مند شود.

۳) مدیریت تحول به عنوان یک فرایند سازمانی استاندارد و بهبود فرایندها، مانند یک تفکر پایدار و جاودان در سراسر سازمان به وجود می‌آید.

نواحی فرایندی این سطح به شرح ذیل می‌باشد:

بهبود مستمر قابلیت: منظور از بهبود مستمر قابلیت، فراهم‌آوری زمینه‌ای

برای افراد و گروه‌های کاری است، تا به گونه‌ای مستمر قابلیت‌هایشان را برای انجام فرایندهای شایستگی محور بهبود بخشند.

همسویی عملکرد سازمانی: منظور از همسویی عملکرد سازمانی، تقویت (افزایش) همسویی نتایج عملکرد در بین افراد، گروه‌های کاری و واحدها با عملکرد سازمانی و هدف‌های کسب و کار است.

نوآوری مستمر نیروی کار: منظور از نوآوری مستمر نیروی کار، شناسایی و ارزیابی فعالیت‌های بهبود یافته و ابداعی نیروی کار و تکنولوژی و تحقق بیشترین تعهدات (وعده‌ها) در سراسر سازمان است.

از جمله مزایای پیاده‌سازی الگوی بلوغ قابلیت کارکنان می‌توان به (۱) توجه به قابلیت به جای عناصر شغلی، (۲) ایجاد یک بستر مناسب برای برپایی نظام‌های متعالی، (۳) دارا بودن نظام‌های جامع منابع انسانی، (۴) تکرارپذیری فعالیتها، (۵) فعالیت‌های دقیق و شفاف برای اجرای نظامها، (۶) کاهش انحرافات در عملکرد، (۷) بهبود مستمر فعالیتها، (۸) تسری بهترین فعالیتها در سراسر سازمان، (۹) نهادینه‌سازی نظامها اشاره نمود. در انتها قابل ذکر است با توجه به وجود تفکر فرایندی همسو با جهت‌گیریهای استراتژیک سازمان در الگوی مذکور، این‌الگو به توسعه استراتژیک منابع انسانی پرداخته و همانند یک نقشه مسیری است، تا سازمانها را به سوی مدیریت استراتژیک منابع انسانی از راه دیدگاه فرایندی حرکت دهد تا سازمان‌ها بتوانند از این‌الگو همانند سایر استانداردهای کیفیت، به عنوان استاندارد در امر توسعه استراتژیک منابع انسانی در تدوین سیاست‌های منابع انسانی و نیز برای ارزیابی سازمانها، از بعد منابع انسانی استفاده نمایند.

ارائه فرمولاسیون های جدید روانکارها در جهت کاهش مصرف سوخت

فرمولاسیون IFE افزودنی

کاهش ویسکوزیته روانکارها یکی از اقداماتی است که باعث کاهش مصرف سوخت می شود. با این حال اشتباه در اتخاذ این روش ممکن است باعث ایجاد اصطکاک بیشتر شود.

در یک مطالعه میدانی روغن دنده‌ی دارای ویسکوزیته پائین در ۱۰ کامیونی که بیش از ۵۰۰ هزار کیلومتر طی کرده بودند مورد استفاده قرار گرفت. اگرچه موتورهای استفاده کننده از روغن های ویسکوزتر عملکرد بهتری داشت اما همچنان بطور قطع و یقین نمی توانست تمامی انتظارات سازندگان خودرورها تنها با کاهش ویسکوزیته پاسخگو باشد.

شرکت های خودروساز بایستی همگام با شرکت های نفتی پروژه جدیدی را شروع کنند تا بتوانند روش های بهتر و قابل اطمینان تری را برای همکاری متقابل توسعه دهند. یک نمونه از نمونه هایی که در آن از این رویکرد به طور موفقیت آمیزی استفاده شده است جدیدترین نسل ماشین های خودکار مرسدس می باشد.

بخاطر همکاری نزدیک این شرکت با تولیدکنندگان روانکار ساز، در این مدل ماشین از نازک ترین روغن دنده سیستم انتقال نیروی موجود در بازار جهانی استفاده شده که این امر باعث بهبود ۱٫۵ درصدی در کاهش مصرف سوخت گردید. بعبارت ساده تر کاهش ویسکوزیته برابر با بهتر شدن مصرف سوخت می باشد اما بشرطی که طراحی پلت فرم وسیله نقلیه بر اساس آن صورت گرفته باشد.

اثرات روانکار و افزودنی سوخت

تغییرات در مصرف سوخت از دو جهت می تواند اتفاق بیفتد: تاثیرات ناشی از بهبود روانکار ایجاد می شوند و در وهله دوم اثراتی که توسط تغییرات سخت افزاری ایجاد می شوند.

روانکارهای نسل های بعدی نمی توانند تنها عامل موثر بر روی مصرف سوخت باشند و از سایر عوامل دخیل در این موضوع غافل شد؛ علاوه بر روانکارها بهبود کیفیت سوخت و همچنین استفاده از سوخت های زیستی را باید در سرتاسر جهان مدنظر قرار داد. همچنین بایستی این نکته را نیز مدنظر قرار دهید که توجه کردن به یک جز از وسیله نقلیه باعث ایجاد اثرات مطلوب و بهینه نمی شود بلکه بایستی به تمام بخش های خودرور در این زمینه توجه کرد.

اولویت هادر این زمینه کاملاً مشخص بوده و صنعت روانکار بایستی بر اساس نیازهای بازار، افزودنی های جدیدی را تولید نماید. همچنین علاوه

قوانین در دست تدوین زیست محیطی باعث شده تولید کنندگان خودرورها مجبور به ارائه روش های نوین برای مصرف بهینه سوخت و کاهش انتشار دی اکسید کربن پیدا کنند. بدین ترتیب مصرف بهینه سوخت یکی از عناصر کلیدی برای طراحی های آینده می باشد.

کارکرد اصلی روغن موتور دو مورد می باشد: اول اینکه افزودنی ها باعث بهبود عملکرد موتور و کاهش فشار بر روی آن بوده و دوم اینکه با استفاده از تکنولوژی های جدید و ارائه فرمولاسیون های جدید باعث مصرف بهینه سوخت در بهترین شرایط ممکن می باشند.

امروزه حتی با کم تر و کم تر کردن ویسکوزیته روغن ها و تغییر در طراحی سخت افزاری موتورها، هنوز هم نیاز به بهینه سازی مصرف سوخت بیش از پیش حس می شود و بر این اساس بهینه سازی همزمان موتورها و روانکارها به طور موازی در دست بررسی می باشند.

صنعت در دهه آینده و بعد از آن با چالش های بسیار جدی و بزرگی مواجه خواهد شد. در همه بخش ها به طور کلی میزان انتشار گازهای گلخانه ای به میزان قابل توجهی بایستی کاهش یابد. در حالی که در دهه پیش حدود ۲۵ درصد از انتشار دی اکسید کربن خالص کاهش یافت این انتظار می رود که در دهه بعدی این کاهش به ۴۰ الی ۵۰ درصد برسد.

اتحادیه اروپا امروزه شرایط بسیار سختگیرانه تری را برای مصرف سوخت در نظر گرفته است. تولید کنندگان خودرورواگر نتوانند تا سال ۲۰۲۰ شرایط مدنظر اتحادیه اروپا در مورد میزان انتشار دی اکسید کربن را رعایت کنند، با مجازات های سنگینی روبه رو خواهند شد.

اگرچه محدود کردن دی اکسید کربن در حال حاضر نیز در برخی وسایل نقلیه تجاری اعمال می شود اما این کافی نیست. در خصوص کامیون ها نسبت به اتومبیل ها نیاز به پیشرفت بیشتری می باشد و باید هر واحد و اجزایی را که بر روی سوخت بهینه تاثیر می گذارند را کنترل کرد.

قوانین در برخی مناطق از جمله نواحی کلیدی اتحادیه اروپا، امریکا و چین بیش از پیش سختگیرانه تر خواهد شد و به طور مثال چین استفاده کردن از خودروهای الکتریکی را در شهرهای بزرگ خود عملیاتی کرده است و احتمالاً تنها اجازه استفاده از خودروهای الکتریکی را در برخی مناطق شهری صادر کند.



مجید مقتصدی
مدیربرنامه ریزی و انبارها



دارای احتراق داخلی به محدوده خود را ممنوع کند. این باعث می شود که استفاده از ماشین های برقی و قطعات برقی روز به روز بیشتر شود. در این ماشین ها چرخ دنده ها علاوه بر انتقال یا محور قرار داده شدن در موتور نیز یافت می شوند. بنابراین خواسته هایی که قبلا هرگز وجود نداشتند باید مورد توجه قرار گیرند. بالا بودن فشارهای احتراق، افزایش مصرف هوا در موتور، بالا بودن دما و... جزء مواردی بودند که سال ها در کانون توجه نبوده و لذا بدون پاسخ باقی مانده بودند.

۴۷

این شرایط عملیاتی باعث افزایش پتانسیل الکتریکی ذخیره شده و در هنگام تخلیه آن می شوند که اگر آنها کنترل نشوند قطعا باعث بروز آسیب های جدی به موتور خواهند شد.

از همه مهمتر اینکه سازندگان خودرو و مشتریانانش هنوز هم بدنبال کاهش هزینه های مالی بوده و به دنبال کاهش هزینه های مرتبط با مصرف سوخت می باشند.

به طور مثال یکی از سازندگان خودرو بر نامه خود را افزایش فواصل تخلیه و تجدید روغن موتور از ۹۰۰۰۰ کیلومتر به ۱۲۰۰۰۰ کیلومتر و از ۳۰۰۰۰ کیلومتر به ۵۰۰۰۰ کیلومتر برای سیستم های دنده دستی و افزایش از ۵۰۰۰۰ کیلومتر به ۸۰۰۰۰ کیلومتر برای سیستم دنده اتوماتیک را مدنظر قرار داده است. این امر بمعنای افزایش فشار قابل ملاحظه ای بر روی کیفیت روانکار مورد مصرف و سایر موارد مصرفی در سیستم خودرو می باشد.

نتیجه گیری

مصرف بهینه سوخت و کاهش آن همچنان یکی از دغدغه های اصلی تمام سازندگان خودرو در سراسر جهان می باشد. تنها کاهش دادن ویسکوزیته روغن نمی تواند تنها راه حل ممکن در کاهش مصرف سوخت - بدون توجه به سایر پارامترهای دخیل در امر - باشد. برای دستیابی به مصرف سوخت بهینه، روانکارها بایستی بطور همگام با طراحی موتورهای جدید مورد بازنگری قرار گیرند. در آینده ای نزدیک و در راستای کاهش مصرف سوخت، اهمیت روانکارها در خودروها بیش از پیش حس می شود و بر همین مبنا شرکت های سازنده خودرو و نیازمند تلفیق با شرکت های سازنده انواع مواد افزودنی و روانکار می باشند؛ موضوعی که باعث تغییرات کلی در فضای فعالیت صنعت روانکار خواهد گردید.

این مقاله چکیده ای است از مقاله ارائه شده در مجله ماه ژوئن ۲۰۱۷
Formulating for fuel economy تحت عنوان: **lubs' n greases**

بر این، تولید و آزمایش مداوم انواع روانکار نیز یک نیاز اساسی می باشد. برای پیشرفت کردن در آینده نیاز به تست های غربالگری و تست های اجزا و سازنده های خوب و با ترکیب درصد کنترل شده نیاز می باشد. همه این فاکتورها را باید برای روانکارهای جدید مدنظر قرار داد.

جدول شماره ۱ نشان می دهد که چگونه اجزای مختلف یک افزودنی بر روی مصرف سوخت موثرند:

Additive Impacts on Fuel Economy						
Lubricant	ISO	VI	FM	AW		
Steel Pizon	NO	AO	FM	AW	DET	DISP
Enhanced Turbocharging	NO	AO	VI	DISP		
Improved Friction Control	NO	AO	FM	AW		
Roller Bearings	FM	VI	AW	DET		
Full Electric/Hybrid	FM	CI	AW	DISP		
LSN	NO	AW	DET			
	POSITIVE EFFECT			NEGATIVE EFFECT		

Source: Alton Chemical Corp.

بایستی این نکته را مدنظر داشت که از آنجا که نمی توان ترکیبات ضدسایش را به طور مستقیم در کاهش مصرف سوخت موثر دانست لذا در فرمولاسیون روغن های دارای چسبندگی پائین نیاز به انتخاب دقیق ترکیبات ضدسایشی برای جبران سایش های بیش از اندازه می باشد. همچنین روغن و مایعات خنک کننده می توانند باعث جلوگیری از تشکیل رسوب در حلقه پیستون ها شوند در نتیجه بهبود عملکرد آنتی اکسیدانها نیز حیاتی می باشد.

همچنین استفاده از پیستون های فولادی باعث کاهش مصرف سوخت می شود زیرا این پیستون ها باعث می شوند که باعث افزایش فشار احتراق شده و در نتیجه عملکرد آنها بهبود می یابد.

شارژهای توربو نقش کلیدی را در تکنولوژی موتورهای جدید ایفا می کند. استفاده از آنها منجر به عملکرد بهتر موتور می شود. این شارژها برای کاهش حجم دود از آگزوز حیاتی می باشند اما باید توجه داشت که آنها به رسوب بسیار حساس می باشند. در نتیجه ترکیب روغن پایه روغن تولید شده تاثیر قابل توجهی بر روی شارژرهای توربو و رسوب در پیستون ها دارد و بر همین اساس انتخاب آن نیز بایستی هوشمندانه صورت پذیرد.

ماشین های الکتریکی احتمالا در آینده به عنوان ماشین های سواری نقش پررنگی در جایابی انسان ایفا خواهد نمود. اگر چه پیش بینی آینده این اتومبیل ها و پذیرش آنها کمی سخت می باشد اما اتحادیه اروپا با دستورالعمل خود قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ ورود خودروهای با موتورهای

مقالات تخصصی

نشریه داخلی
 شرکت نفت ایرانول

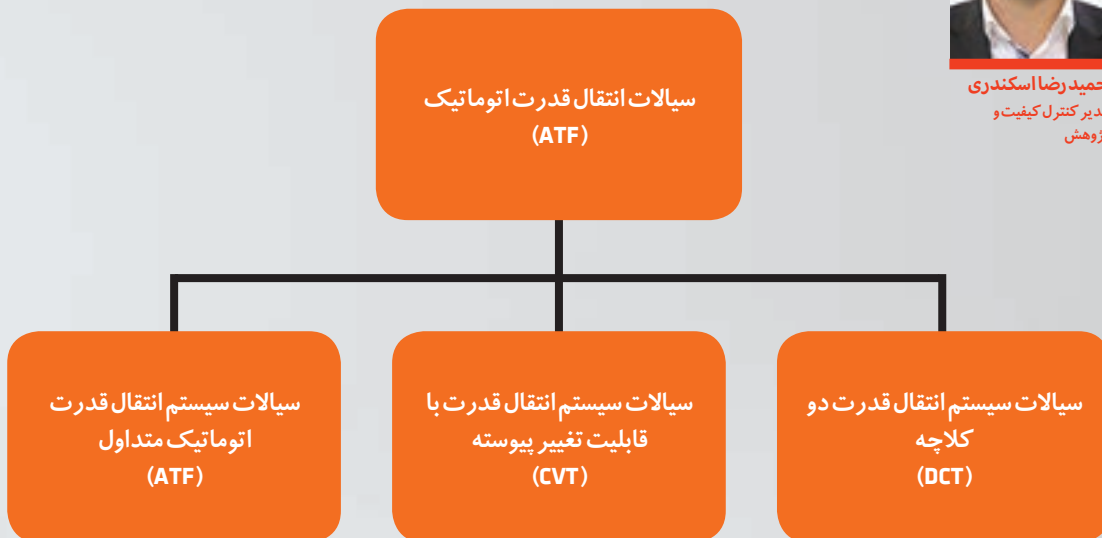
شماره ۷۶

خصوصیات روغن دنده‌های اتوماتیک

امروزه تحولی شگرف در صنعت خودروسازی روبه‌رشد می‌باشد که منجر به تولید محصولات جدید با کارایی بهتر و قابلیت کاهش هزینه سوخت و انرژی، شده است. این تحولات در طبقه سیستم‌های انتقال قدرت اتوماتیک بسیار چشمگیر بوده، به گونه‌ای که سیالات انتقال قدرت که در گذشته تنها با نام ATF مرسوم بوده، امروزه به انواع مختلف تقسیم و طبقه‌بندی می‌شوند. در زیر به شرح مختصری از انواع سیستم‌ها و سیالات انتقال قدرت پرداخته می‌شود.



حمید رضا اسکندری
مدیر کنترل کیفیت و پژوهش



۴۸

مقالات
تخصصی

کرده و این نیرو را به چرخ‌ها منتقل می‌کند. در این سیستم از مکث بین تعویض دودنده خبری نیست.

قبل از پرداختن به انواع سیالات و تمایز آنها با یکدیگر، ابتدا به ارائه توضیح مختصری درباره سیستم‌های CVT، DCT و AT پرداخته می‌شود.

گیربکس‌های AT چیست؟

این نوع گیربکس متشکل از یک مبدل گشتاور به جای کلاچ (جهت تعویض نرم دنده‌ها)، یک چرخ دنده خورشیدی و چند چرخ دنده سیاره‌ای می‌باشد. انتخاب و تعویض دنده‌ها توسط کامپیوتر و متناسب با مقاومت مسیر حرکت، که به وزن، سرعت و موقعیت خودروسازی دارد، بطور خودکار صورت می‌گیرد.

مزایا

- ◀ عدم تعویض دنده
- ◀ آسیب‌رسانی کمتر به موتور
- ◀ کاهش مصرف سوخت به سبب یکنواختی حرکت
- ◀ کاهش مصرف روانکار به سبب عدم وجود چرخ دنده
- ◀ عملکرد روانکار در مدت زمان بالاتر با ماندمان بیشتر، به سبب کاهش صفحات اصطکاکی

سیستم انتقال قدرت CVT چیست؟

CVT به معنای سیستم انتقال قدرت با قابلیت تغییر پیوسته که نوعی از سیستم‌های انتقال قدرت اتوماتیک بوده، می‌باشد. با این تفاوت که در این سیستم جعبه دنده‌ای با تعداد مشخص چرخ دنده وجود ندارد و می‌تواند تغییر بی‌نهایت دنده (بین بالاترین و پایینترین دنده) را بدون مکث فراهم کند. تنها اجزای سازنده این سیستم، دو پولی و یک تسمه می‌باشد که نیروی موتور توسط یکی از پولی‌ها به نام محرک ورودی دریافت شده و توسط تسمه به پولی دیگر انتقال می‌یابد. پولی دوم در نقش متحرک خروجی عمل

معایب

- ◀ وجود صدای یکنواخت به سبب دور ثابت موتور
- ◀ گران بودن روانکار
- ◀ عدم انتقال گشتاور بالا در ماشین‌های سنگین
- ◀ ایجاد لغزش بین تسمه و غلتک به دلیل عدم اتصال مکانیکی (در مدل‌های اولیه)

ویژگی روغن دنده های اتوماتیک (ATF)

این روغن ها سیالاتی هستند که برای تأمین نیاز های سیستم های انتقال نیروی اتوماتیک یا همان گیربکس های اتوماتیک استفاده می شوند. این روغن ها نیاز هایی نظیر روانکاری، انتقال قدرت و یا حتی افزایش اصطکاک را در این گیربکس ها تأمین می کنند و بسته به نوع گیربکس و سازنده آن، استانداردهای متفاوتی دارند. این سیستم ها امروزه در بیشتر ماشین های سواری و برخی از کامیون ها به کار گرفته می شود. روغن دنده های اتوماتیک نسبت به روغن دنده های معمولی پیچیدگی های بیشتری دارند و گاهی مواد افزودنی موجود در آن به چندین نوع می رسد. روغن پایه ی به کار رفته در ساختار روغن دنده های اتوماتیک بسیار سبک بوده که موجب می شود دنده ها به راحتی جابه جاشوند.

- ◀ مهمترین خواص روغن دنده های اتوماتیک عبارتند از:
- ◀ انتقال حرارت
- ◀ مقاومت در برابر اکسید شدن و گرما
- ◀ قابلیت سازی با کاسه نمدها و دیسک ها
- ◀ جلوگیری از سایش (جهت محافظت از دنده ها)
- ◀ خواص اصطکاک مناسب و پایدار
- ◀ مقاومت در برابر کف کردن
- ◀ شاخص گرانی و بالا
- ◀ خاصیت ضد خوردگی و زنگ زدگی

در مورد روغن دنده های اتوماتیک طبقه بندی خاصی وجود ندارد و شرکت های سازنده ی خودرو، خود استانداردهای خاصی را برای روغن های مورد استفاده تعریف کرده اند. برخی از این استانداردها عبارتند از:

- انواع طبقه بندی DEXRON: استاندارد تعریف شده توسط شرکت جنرال موتورز (GM)
- ◀ DEXRON IID
- ◀ DEXRON IIID
- ◀ DEXRON IIIF
- ◀ DEXRON IIIG
- ◀ DEXRON IIHH
- ◀ DEXRON VI

انواع طبقه بندی MERCON: سطح کیفیت تعریف شده توسط شرکت فورد

گیربکس های DCT چیست؟

طراحی این گیربکس ها مشابه دو گیربکس دستی همزمان می باشد. در این گیربکس ها، اگر دو کلاچ در یک محفظه روغنی قرار گیرد، اصطلاحاً به آن کلاچ مرطوب (یا کلاچ تر) می گویند (برخلاف گیربکس های دستی با یک عدد کلاچ خشک) و توسط فشار هیدرولیکی، یک جفت شفت ورودی را به کار می اندازد (برخلاف گیربکس های دستی که یک شفت ورودی دارند).

عملکرد این گیربکس ها نه به صورت دستی و نه به صورت اتومات می باشد بلکه به صورت نیمه اتومات عمل می کند و بر خلاف گیربکس های دستی، تعویض دنده بدون گسستگی و قطع جریان نیرو انجام می شود.

روانکار توصیه شده در این گیربکس ها باید وظیفه حفاظت در برابر خراشیدگی، سایش، خوردگی و سازگاری خوب با آب بندها را به خوبی ایفا کند.

مزایا

- ◀ عملکرد بدون افت گشتاور
- ◀ کاهش مصرف سوخت تا ۱۵% (به علت پیوستگی فرآیند انتقال نیرو)
- ◀ تکنولوژی ساخت مشابه گیربکس های دستی
- ◀ دارای شتاب بهتر نسبت به گیربکس های دستی
- ◀ معایب
- ◀ هزینه بالای تولید

مقایسه مصرف سوخت انواع سیستم های اتوماتیک

Fuel consumption	
CVT Continuously Variable	
DCT Dry Double Clutch	
DCT Wet Double Clutch	
AT Step-type Automatic	

توصیه شده توسط سازنده است. همچنین تأکید بر این است که از اختلاط روانکارهای مختلف برای استفاده در هر تجهیز خودداری نمایید.

MERCON <

MERCON V <

MERCON SP <

زمان تعویض روغن

بیشتر افراد بر این باورند که روغن های دنده باید همچون روغن های موتور زمان کار کرد (کیلومتر کار کرد) مشخصی داشته باشند در حالیکه این موضوع در روغن های دنده ی صنعتی به گستره وسیع تجهیزات و شرایط گوناگون کار کرد و نوع کاری که روغن در سیستم انجام می دهد بستگی دارد. از این رو نمی توان برای تمام انواع روغن ها در تمام سیستم ها زمان کار کرد یکسانی را تعریف نمود و آن را بنای کار سیستم قرار داد. از اینرو برای تعیین عمر روغن ها از جمله روغن دنده، از یکی از دو روش زیر استفاده می شود:

اغلب سازندگان دستگاه ها در کتاب راهنمای تجهیزات تولیدی خود، نوع روغن مورد نیاز و مشخصات و سطوح کیفیت آن را برای مصرف کننده مشخص می نمایند. ولی پس از تعیین روغن مناسب، نکته بسیار مهم این است که تاچه زمانی این روغن در سیستم توانایی کار کرد مناسب را دارد. چرا که در صورت استفاده از روغن در زمان طولانی تر از حد مجاز، به دلیل تخریب ساختار روغن و از دست دادن خصوصیات فیزیکی و شیمیایی خود دیگر توانایی جلوگیری از سایش و محافظت از اجزاء سیستم را نخواهد داشت و در مدت زمان کوتاهی به دلیل فشار کاری بالا، قطعات دچار آسیب جدی خواهند شد. از اینرو سازندگان معتبر در کتاب راهنمای تجهیزات خود پس از معرفی روغن مناسب، زمان کار کرد آن را نیز اعلام می کنند و بابرنامه کنترل وضعیت روغن را برای مصرف کننده تعریف می نمایند تا هر گاه روغن به زمان پایان عمر خود در سیستم رسید بر اساس نتایج آزمایش های کنترل کیفیت روغن بتوان به آن پی برد و در صدد تعویض آن برآمد.

برخی از سازندگان تجهیزات در کتاب راهنما از زمان کار کرد روغن حرفی به میان نمی آورند. در چنین شرایطی مصرف کننده با استفاده از مشاوره با سازندگان معتبر روانکار، روغن مناسب را انتخاب می کنند. سازندگان معتبر روانکار با آزمون های میدانی که بر روی تولیدات خود انجام می دهند و با در نظر گرفتن شرایط مختلف کار کرد، می توانند زمان تقریبی کار کرد روغن دنده را به مصرف کننده پیشنهاد کنند.

ALISSON: استاندارد تعریف شده توسط آلیسون

از این روغن ها به دلیل نقش مؤثرشان در انتقال قدرت و به جهت جلوگیری از افزایش تنوع غیر منطقی روغن های مورد استفاده در خودرو، به عنوان روغن هیدرولیک فرمان نیز استفاده می شود.

مقایسه سیالات انواع سیستم های انتقال قدرت

DCT	CVT	ATF
بهینه سازی کاهش اصطکاک کلاچ ها و اجزای هماهنگ ساز	حفاظت بالا در برابر اصطکاک و سازگاری با گستره وسیعی از مواد	پایداری بالا در برابر اصطکاک
محافظت بالا در برابر اصطکاک برای مدت زمان طولانی	حفاظت بالا در برابر سایش برای اجزاء سیستم (زنجیر ها، تسمه ها و پولی ها)	کاهش اصطکاک بدون لرزش و ایجاد گشتاور بالا
سازگار با مواد حاصل از اصطکاک (در کلاچ های تر)	توانایی فوق العاده خروج کف و حباب های هوا	حفاظت بالا در برابر سایش و خوردگی از دنده های سیاره ای
حفاظت بالا از دنده های حلزونی و حلقه های هماهنگ ساز		حفاظت بالا در برابر اصطکاک

بررسی علل خرابی در دنده های خودرو

بیشترین علت مراجعه افراد برای تعمیر جعبه دنده ها ایجاد صدا در این قسمت از خودرو است. یکی از دلایل تولید صدا در جعبه دنده ها استفاده از روغن نامناسب در جعبه دنده است. استفاده از روغن دنده با گرانی و پایین تر از آنچه سازنده خودرو پیشنهاد کرده و یا استفاده از روغن های دنده نامرغوب که در طول زمان کار کرد دچار افت گرانی می شوند، می تواند یکی از دلایل بروز صدا در جعبه دنده خودرو باشد. البته دلایل فنی متفاوتی وجود دارند که می توانند باعث خرابی در جعبه دنده ها و ایجاد صدا در آنها شوند.

با توجه به این موارد برخی از تعمیر کارها پس از تعمیر جعبه دنده، سعی می کنند با استفاده از یک روغن سنگین تر حداقل بصورت موقت صدای جعبه دنده را بر طرف کنند. در حالیکه این کار به شدت بر سلامت دنده ها تأثیر منفی داشته و در آینده منجر به بروز خرابی های سنگین خواهد شد. برای هر دستگاه و تجهیز، روانکار مخصوص به آن طراحی و ساخته می شود. جعبه های دنده خودروها نیز از این اصل پیروی می کنند. بهترین راه برای انتخاب روغن مناسب برای آنها مراجعه به کتاب راهنمای خودرو و انتخاب روغن دنده مناسب بر اساس سطح کیفیت



مدیر مجتمع ظرف سازی و بسته بندی ایرانول خبر داد

ساخت قالب‌های پلاستیکی و نصب و راه‌اندازی آن در ابتدای امسال



محمد طایفه

مدیر مجتمع ظرف‌سازی و بسته‌بندی

در تسهیل انتقال محصولات بالک صادراتی داشته و در نتیجه بهره‌وری و حاشیه سود بهتری به‌مراه داشته باشد. اتصال مجتمع ظرف‌سازی به خطوط ریلی راه آهن سراسری است. از همین رو با نصب بازوهای جدید بارگیری و رفع اشکالات قبلی، هم‌اینک این پروژه آمادگی کامل جهت راه‌اندازی و بهره‌برداری را دارا می‌باشد.

طایفه افزود: همچنین با ایجاد و ساخت انبار مسقف جدید به منظور افزایش فضای انبارش انواع محصولات به متر اژ ۹۵۰ متر مربع موفق شدیم در راستای تکمیل حرکت سال قبل، مجموعاً حدود ۱۵۵۰ متر مربع به فضای مسقف انبارهای مجتمع اضافه کنیم که بسیار کاربردی و قابل استفاده می‌باشد.

مدیر مجتمع ظرف‌سازی و بسته‌بندی ایرانول گفت: در زمینه افزایش امکانات رفاهی کارکنان، پروژه ساخت سرویس بهداشتی جدید و افزایش فضا و نوسازی رختکن پرسنلی را آغاز کرده که امیدواریم تا یک ماه آینده این اقدام به پایان رسیده و در دسترس همکاران قرار گیرد.

وی در ادامه گفت: تکمیل ساخت و رفع عیب از محوطه بتنی کارگاه لیفتراک که با پوشاندن سامپ بتنی و ایجاد کانال راه آب زیرزمینی و اتصال آن به شبکه فاضلاب انجام گرفت نیز بخشی از فعالیت‌های این مجموعه در راستای تکمیل پروژه‌های قبلی می‌باشد.

طایفه گفت: شستشو و لایروبی کلیه مخازن روغن و ضد یخ از جمله اقدامات مهم در بحث افزایش کیفیت محصولات بوده که به‌همت همکاران عزیز حاصل شده است.

وی گفت: ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل این مجموعه این مهم را نمایان می‌سازد که تاکنون فقط از ۴۰ درصد توان این مجموعه استفاده شده و تجربه‌های قبلی نشان داده که می‌توان با انعطاف پذیری فوق‌العاده‌ای که در زیرساخت‌ها و تجهیزآتش وجود دارد، باز هم با نوآوری و بهبود مستمر در محصولات مختلف و پر بار تر نمودن محصولات فعلی گامی در بهره‌وری بیشتر و افزایش ظرفیت‌ها برداریم.

مدیر مجتمع ظرف‌سازی و بسته‌بندی ایرانول تصریح کرد: با توجه به مطالب فوق واضح و روشن است که در سال جاری اهتمام بر آن داریم که تمامی پروژه‌های بجا مانده از سال‌های قبل را به سرانجام رسانده و فصل جدیدی از پروژه‌های رو به رشد را آغاز کنیم.

مدیر مجتمع ظرف‌سازی و بسته‌بندی ایرانول از ساخت قالب‌های پلاستیکی و نصب و راه‌اندازی آن در ابتدای امسال با موفقیت خبر داد.

محمد طایفه افزود: پروژه مهم ساخت قالب‌های پلاستیکی و نصب و راه‌اندازی آن در ابتدای امسال با موفقیت انجام شده و هم‌اینک این مجموعه قادر به ساخت درهای مربوط به ظرف یک و دو لیتری با کیفیت مناسب و استانداردهای لازم می‌باشد. وی در ادامه درباره اقدامات این واحد به نشریه ایرانول گفت: سال گذشته در مجتمع ظرف‌سازی و بسته‌بندی از یک سوم موفق به افزایش تولید و پرکنی نسبت به میانگین چند سال گذشته شدیم و از سوی دیگر شاهد آغاز حرکتی در راستای بهسازی و برورسانی امکانات و بهبود راندمان تولید بودیم.

طایفه افزود: به جرات می‌توان گفت که این مجموعه دارای یکی از قوی‌ترین خطوط کامل ساخت و پرکنی ظرف پلاستیکی در صنعت روانکاران می‌باشد که با توجه به امکانات و توانمندی‌های آن، همواره دارای ظرفیت‌هایی فراتر از نیاز واحد فروش بوده و امید است با همفکری و همکاری تمام دوستانی که در این زمینه موثرند، هر روز به افزایش تولید این مجموعه تا سقف ظرفیت‌های آن نزدیکتر شویم.

طایفه اضافه کرد: یکی از مشکلاتی که همواره دامنگیر خطوط تولید و پرکنی در کلیه صنایع بسته‌بندی می‌باشد، نوسانات وزن یا حجم پرکنی در ظروف است. از این رو با نوسازی و برورسانی نازل‌ها و تغییر مکانیسم تزریق در پرکنی، اقدامات مفید و مناسبی در جهت رفع معایب پرکن‌ها صورت گرفته است.

وی افزود: در بخش تجهیزات تولید نیز با تعویض تمام کابل‌های قدیمی خطوط پرکنی به همراه جایگزینی کابل‌ها و تابلوهای جدید برق در راستای استانداردسازی و تحقق شعار «اول ایمنی، بعد کار» گام موثری در بهبود شرایط تولید و ایمنی برداشته شده است.

طایفه همچنین گفت: در زمینه تامین انرژی با تجهیز نمودن پست برق ورودی، تعویض و نوسازی تابلوهای قدیمی، کابل‌کشی فشارقوی و اقدام برای نصب دو ترانس ۱۲۵۰ ولتی، زمینه‌سازی جهت اخذ انشعاب برق شهری به‌طور کامل فراهم شده است.

وی ادامه داد: از جمله ظرفیت‌های بالقوه‌ای که می‌تواند نقش بسزایی



روغن های پایه استری و تنوع کاربرد آنها در روانکارها



نازلی نیک سیرت
کارشناس واحد پژوهش

انتخاب تکنولوژی صحیح در روغن پایه ها و مواد افزودنی مناسب نقطه شروعی برای هر فرمولاتور روغن است زیرا در واقع این سیال روغن پایه و مواد افزودنی است که عمدتاً خواص نهایی روغن را تعیین می کند. اگر چه مواد افزودنی بخش بنیادی یک روغن با طراحی مناسب هستند اما حتی بهترین مواد افزودنی هم نمی توانند یک سیال پایه نامناسب را به یک سیال پایه فوق العاده تبدیل کنند. از این رو انتخاب هوشیارانه سیال پایه بسیار مهم تلقی می گردد. این که چه سیال پایه یا ترکیبی از سیالات پایه توسط فرمولاتور مورد استفاده قرار می گیرد، یک پارامتر تعیین کننده در بسیاری از فاکتورهای زیر خواهد بود:

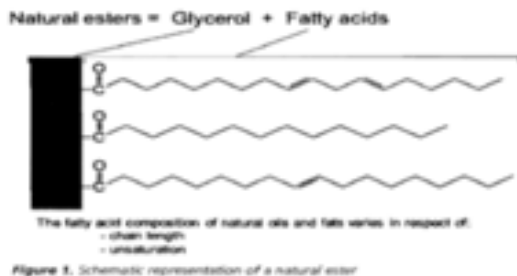
- موارد کاربرد
- گراندروی در دمای ۴۰ °C
- گراندروی در دمای ۱۰۰ °C
- شاخص گراندروی (VI)
- پایداری اکسیداسیون / حرارتی
- فراریت
- نقطه ریزش
- نقطه اشتعال
- سازگاری با گازها (از جمله گازهای هیدروکربنی، آمونیاک و ...)
- پایداری در برابر هیدرولیز
- سازگاری با فلزات
- سازگاری با آب بندهای الاستومر
- توانایی انحلال
- زیست تخریب پذیری
- قابلیت تجدیدپذیری
- انحلال پذیری در آب
- ثبات قیمتی و ...

استرها به عنوان سیالات پایه سینتتیکی گروه (۵):
اساساً سه نوع از استرها موجود برای فرمولاتورهای روغن در دسترس می باشد:

۱. استرهای طبیعی (Natural Esters)
 ۲. استرهای سنتزی التوشیمیایی (Synthetic Oleochemical Esters)
 ۳. استرهای پتروشیمیایی (Petrochemical Esters)
- استرهای طبیعی به عنوان اولین منابع روانکارها مورد استفاده قرار می گرفتند. آنها همچنان در کاربردهایی از جمله سیالات فلز کاری، سیالات هیدرولیکی، گریس ها، روانکارهای آره برقی و سیالات Metal Rolling بسیار با ارزش هستند. استرهای طبیعی حاصل از دانه های گیاهی شامل Rapeseed، روغن کانولا، روغن زیتون، روغن نارگیل، روغن پالم و چربی های حیوانی مانند بیه نهنگ و خوک می باشند. از بین انواع مختلف روغن های معدنی و سیالات سینتتیکی که برای فرمولاتور در دسترس هستند استرهای سنتزی التوشیمی و استرهای پتروشیمیایی به مراتب متنوع ترین بوده و دارای کاربردهای چند منظوره می باشند.

استرهای طبیعی تحت عنوان تری گلیسیریدها طبقه بندی می شوند. می توانند طبق زیر به صورت شماتیک نمایش داده شوند:

اسیدهای چرب + گلیسرول = استرهای



شکل (۱): شمایی از یک استر طبیعی

ساختار اسید چرب در روغن های طبیعی و چربی های مختلف با توجه به طول زنجیره و درجه غیر اشباعیت تعیین می گردد. از آنجائیکه اسید چرب بخشی از ساختار تری گلیسیرید بوده که بسیاری از ویژگی های بنیادی استر را تعیین می کند، از این رو ساختار اسیدهای چرب بسیار حائز اهمیت می باشند. استرهای گیاهی به صورت عمومی دارای گراندروی کینماتیک (در دمای ۴۰ درجه سانتی گراد) در حدود (۳۲-۴۶ mm²/S) می باشند. این استرها می توانند از لحاظ پایداری اکسیداسیونی متفاوت بوده و شامل پایداری اکسیداسیونی خوب یا پایداری اکسیداسیونی ضعیف باشند، که این امر به میزان درجه غیر اشباعیت در گروه های اسید چرب بستگی دارد. بخش اسید چرب روغن های گیاهی و حیوانی یک ماده ی اولیه بسیار مهم در ساخت استرهای التوشیمی سنتزی می باشد. اسیدهای چرب به وسیله شکست یا واکنش شیمیایی روغن های گیاهی و حیوانی به بخش های سازنده شان از جمله گلیسرول و اسید چرب، به دست

بسیاری از خواصی که به عنوان خواص حیاتی و ضروری در محصول نهایی معرفی می شوند، گستره سیالات پایه که برای کاربردهای ارائه شده مناسب هستند را محدود خواهند کرد. API به منظور تمایز بین انواع مختلف از روغن پایه های معدنی، آنها را بر اساس محتوی گوگرد، مقدار مواد اشباع و اندیس گراندروی (VI) طبقه بندی کرده و دو گروه دیگر اضافه نمود. یک گروه برای پلی آلفا الفین ها (گروه ۴) و دیگری برای سایر مواردی که در ۴ گروه اول قرار نمی گیرند. استرها به همراه سایر سیالات پایه سینتتیکی مهم از جمله پلی آلکیلن گلیکول ها، پلی ایزوبوتیلن ها، روغن های سیلیکونی، استرهای فسفات، آلکیل نفتالین ها و ... در گروه ۵ طبقه بندی قرار می گیرند.

جدول (۱): طبقه بندی API برای روغن پایه ها

Group	Sulphur (% w/w)	Saturates	Viscosity Index
I	≥ 0.03	≤ 90	80 - 119
II	≤ 0.03	≥ 90	80 - 119
III	≤ 0.03	≥ 90	≥ 120
IV		polyalphaolefins	
V		All other stocks not included in Groups I, II, III and IV	

Table 1. API classification of base stocks

شده است. این جدول شامل روغن های معدنی از جمله روغن های نفتتیک و گزیده ای از سیالات پایه سنتزی از جمله پلی آلفا الفین ها (PAO)، پلی آلکیلن گلیکول ها (PAG) و استرها می باشد.

هر نوع سیال پایه مجموعه ای از ویژگی های منحصر به فرد خودش را دارا می باشد که آن را به یک انتخاب مناسب تر در کاربردهای خاص مبدل می سازد. در سال های اخیر امکان دسترسی به روغن پایه های گروه (I) دارای یک روند کاهشی بوده است، که این امر موجب افزایش تولید روغن پایه های گروه (II) و (III) شده است. از این رو تقاضا برای روغن های موتور با ویسکوزیته کم تر نیز افزایش یافته است. روغن های نفتتیک جهت استفاده در گریس ها، سیالات فلز کاری، روغن های ترانسفورمر و روغن های فرآیند مطلوب می باشند.

PAO ها در محدوده وسیعی از روغن هایی با عملکرد بالا مورد استفاده قرار می گیرند و صرفاً به سیالات دنده، روغن های موتور، روغن های دنده صنعتی و روانکارهایی که به صورت تصادفی با مواد غذایی در تماس هستند محدود نمی شوند. پلی آلکیلن گلیکول ها جایگاه مناسبی را در بین سیالات هیدرولیک ضد آتش، سیالات فلز کاری، روغن های دنده صنعتی، روغن هایی که به صورت تصادفی با مواد غذایی در تماس هستند، **Metal Quenching** و نیز در سایر کاربردهای صنعتی با عملکرد بالا پیدا کرده اند. استرها در کاربردهای فراوانی از جمله روغن های موتور، سیالات دنده، روانکارهای سیستم های سرمایشی، روانکارهای صنایع هواپیمایی، کمپرسورهای هوا، روغن زنجیر، سیالات مورد استفاده در تماس با مواد غذایی، سیالات فلز کاری، گریس ها، سیالات هیدرولیکی، سیالات ترانسفورمر و سایر موارد دیگر مورد استفاده قرار می گیرند.

لازم به ذکر است که جدول شماره (۲)، در واقع برای توضیح انواع سیالات با پایه استری در موارد استفاده تجاری امروزه عادلانه نیست و همچنین این که چگونه خصوصیات و ویژگی های نهایی می توانند از طریق تغییرات نه چندان زیاد در شیمی استرها کنترل شوند را نیز به خوبی توضیح نمی دهد از این رو به دلیل اهمیت، برخی از آنها را ادامه در نسخه های بعدی فصل نامه شرکت نفت ایرانول ارائه خواهند شد...

مرجع:

Lube-Tech (Published By Lube: The European Lubricants Industry Magazine)

می آیند. سپس این اسیدها از گلیسرول و آب جداسازی شده، تصفیه می شوند و به منظور تولید مواد اولیه ای که می توانند در ساخت مونو استرها، دی استرها، پلی ال استرها و استرهای پلیمری استفاده شوند، به طریقه شیمیایی فرآوری می شوند. اسیدهای چربی که می توانند از طریق شکست، تصفیه و نیز فرآیندهای شیمیایی (واکنش های افزایشی)، تولید شوند شامل زنجیره کربنی ۸ تا ۲۲ کربن (مونواسیدها)، زنجیره ۳۲ کربنی (دی اسیدها) و زنجیره ۵۴ کربنی (تری اسیدها) هستند، اینها همگی جزء بسیار مهمی در ساخت استرهای سنتزی التوشیمیایی به شمار می روند.

استرهای سنتزی التوشیمیایی بر اساس ویژگی های سیال پایه مورد نیاز، عمدتاً به وسیله واکنش الکل های یک یا چند عامله با یک یا چند اسید چرب ساخته می شوند. الکل های تک عامله به صورت عمومی شامل الکل های ۱۸ کربنه (متانول) تا الکل های ۱۸ کربنه خواهند شد. (منظور از الکل های ۱۸ کربنه الکل های استریل یا ایزواستریل بوده که معمولاً تحت عنوان ۱-اکتانول دکانول شناخته می شوند). مثال هایی از الکل های چند عامله **(Poly Alcohols)**، شامل مشتقات پتروشیمیایی نتوپنتیل گلیکول، تری متیل پروپان، پنتا اریتریتول، دی پنتا اریتریتول و گلیسرول های طبیعی می باشند. از طریق انتخاب مواد اولیه مناسب، ساخت استرهای با ویسکوزیته کینماتیک (در دمای ۴۰ درجه سانتی گراد) از حدود ۲ تا بیش از $50000 \text{ (mm}^2/\text{S)}$ و ویسکوزیته کینماتیک (در دمای ۱۰۰ درجه سانتی گراد) از حدود ۱ تا بیش از $2000 \text{ (mm}^2/\text{S)}$ امکان پذیر می باشد. استرهای پتروشیمیایی عمدتاً از اسیدها و الکل های تولید شده پتروشیمی مشتق شده اند. معمولاً به صورت عمومی استرهای پتروشیمیایی در نظر گرفته می شوند که درصد کربن تجدیدپذیر در آنها ۵۰٪ باشد. استرهای پتروشیمیایی به صورت وسیع موجود بوده و مورد استفاده قرار می گیرند اما آنها گستره ویسکوزیته کم تری از استرهای التوشیمیایی سنتزی دارند. که معمولاً حدود ویسکوزیته (در دمای ۴۰ درجه سانتی گراد) در این استرها از ۵ تا $460 \text{ (mm}^2/\text{S)}$ می باشد.

ویژگی های کلیدی و حائز اهمیت استرها در مقایسه با سایر سیالات پایه:

در جدول (۲)، برخی از خصوصیات پایه ای مربوط به یک سری از روغن پایه های مطلوب به همراه مقایسه آنها با انواع دیگر روغن پایه هالیست

	Group I	Group II	Group III	Group IV	Naphthenic	PAGs	Vegetable Esters	Petrochemical Esters	Synthetic Oleo Esters
Viscosity Range @40 °C (mm ² /s)	10 - 460	22 - 100	22 - 46	5 - 10000	10 - 400	10 - 160000	30 - 50	5 - 460	2 - 50,000
Viscosity index	+	++	++	+++	---	++++	++++	++++	++++
Noack Volatility	+	++	+++	++++	++	++	++++	++++	++++
Low Temp Performance	++	++	+++	++++	+	++++	+	++++	++++
Oxidation Stability	++	++	+++	++++	++	+++	---	++++	++ to +++
Solvency / Additive Compatibility	++++	++	---	---	++++	---	++++	++++	++++
Biodegradability	---	---	---	---	---	---	++++	++++	++++
Renewability	---	---	---	---	---	---	++++	---	----

Table 2. Basic properties of a select range of base stocks

جدول (۲): خواص کلیدی و مهم برخی از روغن پایه ها

بررسی و آشنایی با شیوه های حمل و نقل دریایی مواد افزودنی روغن



سعید صمدی
کارشناس سفارشات خارجی

بسته بندی اصلی مواد افزودنی می پردازیم.

کشتی های کانتینر بر :

این کشتی ها برای حمل انواع محمولات با بسته بندی کانتینر ساخته شده اند، سهولت بارگیری و حمل کانتینر ها امتیاز مهمی به حساب می آید. امروزه کانتینر توانسته است هم به جهت سهولت حمل و نقل و هم از لحاظ نظم بارگیری و استفاده از فضای انبارش کشتی ها، انقلابی در روش های حمل و نقل کالا ایجاد نماید. از امتیازات دیگر کانتینر آن است که می توان آن را با هر یک از وسایل نقلیه اعم از کشتی، کامیون یا راه آهن و حتی هواپیما حمل نمود. در حمل بار به طریق سنتی، محموله به دفعات دست به دست می شود و در هر یک از این مراحل امکان معطلی، تأخیر و خسارت اجتناب ناپذیر بود. در حالی که در حمل یکسره با کانتینر این عوارض بسیار تقلیل یافته و ناچیز است. کانتینر هادر دو اندازه استاندارد شده اند. دسته اول کانتینر های ۲۰ فوتی هستند که واحد آنها به اصطلاح **Twenty Equivalent Unit (TEU)** نامیده می شود و دسته دوم کانتینر های ۴۰ فوتی که واحد آنها **Forty Equivalent Unit (FEU)** است. کانتینر ها از لحاظ کاربرد نیز انواع مختلف دارد که اهم آنها کانتینر مخصوص حمل کالاهای بسته بندی شده سبک و سنگین، کانتینر یخچالی برای محمولات فاسدشدنی، کانتینر روباز که از سقف نیز قابلیت بارگیری و تخلیه دارد و کانتینر ویژه کالاهای فله می باشد.

بررسی مزیت حمل کانتینری و استانداردهای کانتینر

اصولاً کانتینر به اتاقک فلزی اطلاق می شود که از لحاظ ابعاد به صورت یکسان تولید و برای حمل محموله های مختلف مشخصاتی به آن اضافه یا کاسته می شود. امروزه در محبوبیت و گسترش استفاده از کانتینر حفظ ابعاد استاندارد در انواع مختلف آن است که این امر در بارگیری، انبارش و تخلیه کانتینر هادر کشتی نقش اصلی را بازی می کند. پیش از پیدایش کانتینر کشتی ها بیش از ۱۰ روز در بنادر مشغول بارگیری بودند و این زمان عیناً برای تخلیه محموله ها نیز صرف می شد ولی هم اکنون تمامی محموله ها پیش از پهلو گرفتن کشتی هادر کانتینر ها بارگیری شده است و طی ۲۴ ساعت یک کشتی چند هزار کانتینری بارگیری می شود. اگر تمامی مزایا کانتینر را نادیده بگیریم همین صرفه جویی تقریباً ۲۰ روزه در بارگیری و تخلیه محموله ها تحول شگرفی در صنعت حمل و نقل دریایی بوجود آورده است. حال که اهمیت وجود کانتینر هادر تسریع بارگیری و تخلیه در کشتی ها را در یافتید کافیتست به این نکته عنایت داشته باشید که ظرفیت یک تریلی جاده ای و یک واگن قطار شامل دو کانتینر ۲۰

حمل و نقل دریایی شاخه ای از حمل و نقل است که در توسعه تجارت خارجی نقش مهمی ایفا می کند. این شاخه از حمل و نقل به واسطه داشتن مزیت هایی از جمله هزینه پایین حمل کالا، پرداخت وجه در مقابل اسناد معتبر و سرعت عمل در حمل حجم بالایی از کالا، از مناسب ترین روش های حمل و نقل به شمار می آید. زمانی که از حمل و نقل دریایی صحبت می شود اولین چیزی که به ذهن می رسد کشتی های باری هستند که برای حمل کالاهای مختلف با ویژگی های خاصی تجهیز شده اند. کالاهایی که از طریق دریا حمل می شوند معمولاً دارای حجم زیادی بوده و به گونه ای هستند که طولانی بودن زمان تأثیر چندانی بر کیفیت آنها ندارد، از همین رو شرکت نفت ایرانول قریب به یقین کلیه مواد افزودنی وارداتی خود را به صورت دریایی و از گمرک شهید رجایی بندرعباس وارد می نماید. لذا شناخت و آشنایی ضمنی با این صنعت راهبردی می تواند مفید فایده باشد.

پیش از هر چیز کشتی های تجاری از منظر نوع کالایی که حمل می کنند به انواع مختلف تقسیم بندی می شوند که این دسته بندی شامل ۵ گروه کلی از کشتی های می گردد.

۱. کشتی های فله بر
۲. کشتی های نفتکش
۳. کشتی های رورو (مخصوص حمل خودرو)
۴. کشتی های LNG (مخصوص حمل گاز طبیعی مایع)
۵. کشتی های کانتینر بر

با عنایت به اینکه تمامی محموله های وارداتی به شرکت نفت ایرانول بوسیله کانتینر از اقصی نقاط دنیا به گمرکات کشور وارد می شوند در ادامه به توضیح و تشریح کشتی های کانتینر بر و ملزومات آن، که شامل کانتینر و



فوت و یا یک کانتینر ۴۰ فوت است. با این وجود فروشنده کالا کافیسیت کالا مورد معامله را در مبدادر کانتینر جانمایی نماید و با حمل و نقل زمینی، ریلی و دریایی کانتینر را به مقصد و در اختیار خریدار برساند (بدون هیچگونه دخل و تصرف یا خسارت احتمالی). عموماً کانتینر ها متعلق به خطوط کشتیرانی هستند و پس از خروج از کشتی، به صورت امانت (باقید ضمانت) در اختیار صاحب کالا یا فورواردر (چارتر کننده کانتینر) قرار می گیرد که در صورت عدم عودت به موقع آنها به خطوط کشتیرانی مشمول جریمه های سنگینی می شود که در اصطلاح بازرگانی حق توقف (Detention Fee) اطلاق می گردد. هر یک از کانتینر ها با کدی یکتا و بین المللی که توسط اداره بین المللی استاندارد (ISO) تعیین می گردد، شناخته می شوند. این کد در کلیه اسناد حمل و فروش ذکر می شود و قابلیت ردیابی را به صاحب کالا می دهد.

شیوه های بسته بندی محموله های وارداتی مواد افزودنی

بشکه (Drum):

بشکه های فلزی ظرفی هستند که از لحاظ بسته بندی در تمام دنیا قابل قبول می باشند و برای حمل و نقل و بسته بندی مواد مایع و خمیری شکل به کار برده می شوند. از مزایای بشکه های فلزی می توان به موارد ذیل اشاره کرد که این برتری باعث می شود تا در مجموع حدود ۵۰ میلیون تن مواد به طور سالیانه در دنیا با بشکه های فلزی حمل و نقل و جابجا شود.

- بالاترین ضریب اطمینان برای پایداری مواد و محصولات (محافظت در برابر اشعه ماوراء بنفش خورشید)
- استحکام بالا برای نگهداری طولانی مدت مواد (مقاوم در برابر تغییرات درجه حرارت، رطوبت و فشار)
- مناسب و ایمن برای حمل و نقل مواد آتش زا (ضد آتش بودن بشکه ها)
- دارای شرایط استاندارد در تمام جهان (حجم ۲۲۰ لیتر و وزن خالص از ۱۶۰ الی ۲۴۰ کیلو گرم که با توجه به چگالی مظروف تعیین می گردد)
- سهولت جاگیری در کانتینر ها (در یک کانتینر استاندارد ۲۰ فوت، ۴ بشکه بر روی یک پالت و ۲۰ پالت در دور دیف بارگیری می شود)

مخزن IBC:

مخزن ۱۰۰۰ لیتری IBC یا بالک با استفاده از نوع خاصی از پلی اتیلن سنگین با وزن مولکولی بالا ساخته می شود و توسط اشعه فرابنفش در مقابل اکسایش حرارتی و فرسایشی مقاوم می شود. با توجه به ابعاد استاندارد مخازن IBC قابلیت جایگذاری ۲۰ عدد از این مخازن با ظرفیت مجموع ۲۰ متریک تن را در یک کانتینر ۲۰ فوت دارا می باشد. از دیگر قابلیت های بارز مخازن IBC می توان به نکات ذیل اشاره کرد:

- دیواره مدرج جهت خواندن میزان حجم مظروف
- شیر تخلیه یا Drain که قابلیت تخلیه چند مرحله ای (با حجم مشخص) و نمونه گیری را به کاربر می دهد
- وجود شیار حمل توسط لیفتراک در قسمت زیرین IBC به صورت استاندارد
- چارچوب فلزی که موجب می شود مایعات با چگالی بالا به سادگی

حمل و انبارش شود

مشک یا فلکسی تانک (FlexiTank):

کیسه ای است از جنس فیلم پلی اتیلن و پارچه WOVEN که برای حمل انواع مایعات تا وزن ۲۴ متریک تن استفاده و در کانتینر های ۲۰ فوت قالب می شوند و کانتینر را تبدیل به وسیله ای برای حمل فله ای مایعات تا حجم ۲۴ هزار لیتر می کند که پس از تخلیه مواد، اندازه مشک یا فلکسی تانک با تا کردن آن به حدود یک متر مکعب می رسد که برابر با ۲ درصد اندازه بارگیری شده آن است. فلکسی تانک دارای مزایای بسیاری به نسبت حمل در بشکه، IBC و حتی آیزو تانک می باشند که از جمله این مزایا می توان به نکات ذیل اشاره کرد:

- کاهش هزینه ها از جانب حذف ضایعات بسته بندی
- شیر تخلیه یا Drain که قابلیت نمونه گیری را به کاربر می دهد
- دارای حجم بارگیری بیشتر به نسبت بشکه (۳۵ درصد بیشتر) و IBC (۲۰ درصد بیشتر)
- سرعت در جابجایی و حمل و نقل

جدول مقایسه بین شیوه های حمل مواد افزودنی

مشخصه	فلکسی تانک (FlexiTank)	مخزن بالک یا IBC	بشکه (Drum)
تعداد واحد	۱	۲۰	۸۰
ظرفیت هر واحد	۲۴ متریک تن	۱ متریک تن	۲۲۰ کیلو گرم
مجموع ظرفیت یک کانتینر	۲۴ متریک تن	۲۰ متریک تن	۱۷,۶ متریک تن
زمان پرکنی	۱ ساعت	۳ ساعت	۴ ساعت

آیزو تانک (IsoTank):

آیزو تانک تلفیقی از مخازن تحت فشار و کانتینر ۲۰ فوت می باشد که برای حمل تمام مایعات خطرناک و غیر خطرناک شامل گازهای مایع، مواد قابل اشتعال، مواد خورنده، مواد شیمیایی و سمی استفاده می شود. از مزایای آیزو تانک ها می توان به تحت کنترل بودن مایع در حال حمل به صورت تیکه از لحاظ دما، فشار و سیستم هیتینگ تخلیه اشاره نمود و معایب آن نیز اجاره سنگین آیزو تانک ها می باشد که تخلیه و بازگشت به موقع آنها را اجتناب ناپذیر می گرداند. همچنین چارچوب استاندارد کانتینر ۲۰ فوت به آیزو تانک ها این امکان را می دهد تا در حمل دریایی، ریلی و زمینی به سهولت همانند کانتینر ها جابه جاشوند.

جمع بندی:

با توجه به صرفه اقتصادی حمل و نقل دریایی به نسبت سایر شیوه های حمل و نقل که ناشی از حمل با حجم بالا (تا ۱۸۰ هزار تن) در یک سفر دریایی است، می توان با انتخاب شیوه های مناسب بسته بندی مواد افزودنی این صرفه اقتصادی را بیشتر نمود و در نهایت قیمت تمام شده محصولات تولیدی را از منظر کاهش قیمت خرید مواد خام، تقلیل داد. لازم به توضیح است انتخاب بسته بندی مناسب برای مواد افزودنی تحت تاثیر مولفه های متعددی از قبیل ویسکوزیته، ماهیت (جامد یا مایع)، آتش زا بودن و خوردندگی کالا می باشد.



چگونگی ورود به بازار جدید و معرفی محصول جدید به بازار

از کار کردن با تامین کنندگان فعلی خود دست بردارند و سراغ شما بیایند.

تیم مناسبی را انتخاب کنید

حتما به این موضوع توجه داشته باشید که برای ورود به بازار جدید به افرادی نیاز دارید که هیجان و شور و اشتیاق لازم برای این کار را داشته باشند. اگر نیرو انگیزه و اشتیاق لازم برای این کار را داشته باشید مشکلی نیست اما اگر نیرو به دلیل اینکه مسئولیت هایش بیشتر شده ناراضی شود، بدون شک کار قبلی خود را نیز با کیفیت بیشتری انجام خواهد داد.

توجه بیشتر همیشه بهتر است

این فرض که هر چقدر بودجه بیشتری در اختیار داشته باشیم پروژه ورود به بازار جدید راحت تر خواهد بود فرض نادرستی است. گاه زیاد بودن بودجه باعث می شود که افراد از منطقه راحتی خود بیرون نیایند و تنها متکی به هزینه کردن باشند و این باعث شود که خلق ایده مورد بی توجهی قرار گیرد. ورود به بخش جدیدی از بازار نیازمند ایده پردازی و نوآوری است زیرا اگر بخواهیم راهی را که دیگران رفته اند دقیقا به همان شکل برویم بعید است که به موفقیت های بزرگ دست یابیم.

تجربه ورود به بخش جدیدی از بازار بسیار هیجان انگیز و در عین حال خطرناک است. این مساله فارغ از رضایت مندی شخصی برای کارکنان یک سازمان، به لحاظ مالی نیز می تواند به کمک سازمان بیاید و نقدینگی قابل توجهی را وارد آن کند. برای اینکه وارد بازار جدیدی شویم باید کاملاً حساب شده و با برنامه ریزی دقیقی عمل کنیم. در اینجا به بیان نکاتی پیرامون ورود به بخش جدیدی از بازار می پردازیم.



مولود رضاپناه
سرپرست بازار یابی و
تحقیقات بازار

با «چرا» شروع کنید

برای اینکه وارد بخش جدیدی از بازار شویم در اولین گام باید از خود پرسیم که «چرا» باید این کار را انجام دهیم؟ چه کمبودی در وضعیت فعلی شرکت های فعال در این بخش از بازار مشاهده کرده اید که قصد دارید آن را برطرف کنید؟ چه برنامه های متفاوتی نسبت به سایر رقبا دارید؟ قبل از اینکه به این سئوالات پاسخ قانع کننده ای ن داده اید، از رفتن به مرحله بعد خودداری کنید زیرا وقتی خودتان نتوانید دلیل ورود به بازار جدید را تشخیص دهید بدون شک مشتریان نیز دلیلی نمی بینند که



رقبایارانادان فرض نکنید

متاسفانه در سازمان‌ها زمانی که تصمیم برای ورود به بازاری جدید یا تولید محصولی جدید گرفته می‌شود از بررسی وضعیت رقبا غفلت و تنها روی ورود به بازار به هر قیمتی تأکید می‌گردد. این نگاه به رقیب در مراحل بعدی به ضرر سازمان تمام خواهد شد. رقیب یکبار ننشسته اند تا ما خیلی ساده به بازار آنها وارد شویم و سهم بازارشان را بگیریم. بنابراین حتی برای دقیقه‌ای هم فکر نکنید که شما بی رقیب هستید. در کشور ما امروزه بجز چند محصول مانند برق و بنزین که بازار رقابتی ندارند، عمده محصولات در بازار رقابتی جای میگیرند.

استراتژی قیمتی شما چیست؟

قیمت از مواردی است که باید با دقت و وسواس زیاد در مورد آن تصمیم‌گیری کرد. بر اساس محصولی که دارید و بازاری که قرار است واردش شوید، استراتژی قیمتی شما متفاوت خواهد بود. اگر کالای شما لوکس است استراتژی قیمت متفاوت از زمانی خواهد بود که قصد دارید با یک کالای ضروری یا کالایی پست وارد بازار شوید. لازم است توجه داشته باشید که از دیدگاه کسب‌پذیری قیمتی تقاضا، کالاها به ۳ دسته لوکس، ضروری و پست تقسیم می‌شود. کالاهای لوکس، مشتریان خاص خود را دارند. عمده بازار با کالاهای ضروری و پست سروکار دارند. کالای پست کالایی است که تغییر در میزان قیمت آن، تأثیری در میزان تقاضا برای آن ندارد. برای مثال نمک یک کالای پست است. اگر قیمت نمک نصف شود شما مصرف نمک خود را ۲ برابر نمی‌کنید و یا اگر قیمت آن ۲ برابر شود شما مصرف نمک خود را قطع نمی‌کنید. میزان مصرف نمک روی هر فرد تقریباً ثابت است. راه کسب درآمد بیشتر در کالاهای پست این است که روی مزایای آن کار کنیم.

بهترین زمان برای معرفی یک محصول جدید به بازار چه زمانی است؟

اگر در حال کار بر روی یک محصول یا سرویس جدید هستید، بدانید که اجرای درست این معرفی - که خود می‌تواند یک پروژه جدید قلمداد گردد - تأثیر مهمی در موفقیت کسب و کار شما خواهد داشت.

در دنیای کسب و کارها معرفی یک محصول جدید به بازار (Launching) اگر بدون برنامه‌ریزی و دانش لازم انجام شود، کاری دشوار و دلپره‌آور برای ارائه‌کننده آن محصول خواهد بود.

بطور کلی، لانچ، دو جنبه زیر را در بر می‌گیرد:

- ◀ جنبه تبلیغاتی: اطلاع‌رسانی درباره ورود یک محصول یا سرویس جدید (یا امکانات جدید برای محصول یا سرویس موجود) از طریق کمپین‌های تبلیغاتی و راه‌اندازی موج خبری با یکبارگیری تکنیک‌های بازاریابی.
- ◀ جنبه دسترسی به محصول: در دسترس عموم (یا مشتریان هدف) قرار دادن محصولی جدید.

معرفی یک محصول جدید به بازار در واقع بیش از اینکه یک راه کار باشد، یک تاکتیک است. هر کدام از دو مورد بالا به خودی خود مزایایی دارند و اغلب، شرکت‌های بزرگ، هر دو مورد را با هم انجام می‌دهند. البته این یک قانون کلی نیست و ممکن است بسته به شرایط، تنها یکی اجرا شود و یا این دو، با تاخیر زمانی انجام شوند.

در یک استار تاپ ممکن است به دلیل فشار سرمایه‌گذاران یا بخاطر ارضای نیاز بنیانگذاران به مورد توجه قرار گرفتن، هر دو روش به صورت همزمان اجرا شوند اما در واقع لزومی برای اجرای همزمان در یک استار تاپ نیست، چرا که این کار می‌تواند بیش از آنکه مفید باشد زیانبار

باشد.

به عبارت دیگر، ممکن است برای یک استار تاپ، تنها، در دسترس عموم قرار دادن محصول کافی باشد و نیازی به انجام مورد اول (جنبه تبلیغاتی) نباشد. به این دلیل که، هدف لانچ تبلیغاتی جلب توجه تعداد زیادی از مشتریان در زمانی کوتاه است. اما این هدف، برای هر محصول تنها یکبار امکانپذیر است و اگر چه توجه تعدادی بالایی مخاطب را جلب می‌کند اما ممکن است این مخاطبان تنها یکبار مراجعه کنند و از محصول استفاده کنند و بروند و این کار تجدیدشدنی نباشد.

از طرف دیگر به دلیل اینکه استار تاپ‌ها کمبود نیرو، سرمایه و امکانات دارند، اگر تعداد زیادی از مردم جلب لانچ تبلیغاتی شوند و بخواهند از محصول یا سرویس مورد نظر استفاده کنند، امکان رسیدگی و سرویس‌دهی مناسب به همه آنان وجود نخواهد داشت و این خود یک موج نارضایتی ایجاد کرده و تبدیل به یک ضد تبلیغ خواهد شد.

چه زمانی برای لانچ مناسب است؟

مشکل یا بهتر بگوییم، ایرادی که اغلب مانع به عنوان بنیانگذاران استار تاپ داریم، وسواس بیش از اندازه است. وسواس در افزودن امکانات بیشتر و یا کار بر روی جزئیات محصول برای جلب رضایت تک تک دوستان و همکاران و مشتریان واضح است که این کار نیاز به زمان بیشتری دارد و در نتیجه مانع از ارائه محصول در زمان مناسب به بازار خواهد شد، کم‌کم کاسه صبر سرمایه‌گذاران را لبریز، تیم کاری رافرسوده و مشتریان احتمالی راسر در گم خواهد کرد.

منتظر کامل شدن محصول نمانید:

تکامل، در واقع یک نردبان است نه یک مسیر بسته و باید پله‌های آن را یکی یکی بالا رفت. پس به محض اینکه احساس کردید که محصولات امکانات و ویژگی‌های اساسی را دارد و از کیفیت قابل قبول و مناسبی برخوردار است، آن را به بازار عرضه کنید. هر چه زودتر محصول را به دست مشتریان هدف برسانید، امکان گرفتن سریعتر نظرات مشتریان را دارید. در نتیجه می‌توانید تغییرات مورد نیاز را زودتر و با هزینه کمتر در محصول یا خدمات خود اعمال کنید.

در آینده وقت برای اضافه کردن امکانات و ویژگی‌های فرعی هست و سر فرصت می‌توانید کارهای باقیمانده را انجام دهید. با توجه به اینکه پس از لانچ تعداد زیادی نظر، پیشنهاد و انتقاد خواهید گرفت، در نتیجه، انجام کارهای باقیمانده بر اساس این نظرات و توأم با بهینه‌سازی وضعیت موجود رخ خواهد داد که این، موجب انجام بهتر کارها و در نتیجه بالا رفتن کیفیت نسخه بعدی محصول خواهد شد.

برای اینکه بدانید داشتن چه ویژگی‌های اساسی برای محصولاتان در هنگام لانچ مناسب است، پیشنهاد می‌شود برای خودتان یک ضرب‌الاجل (Deadline) ده‌روزه تعیین کنید. تصور کنید اگر تنها ۱۰ روز فرصت داشته باشید که محصولاتان را عرضه کنید وگرنه همه کار و تلاش‌تان بی‌نتیجه شود.

کدام ویژگی‌ها و امکانات را ننگه می‌دارید و کدام‌ها را حذف می‌کنید؟

پس عقب‌انداختن انجام کارهایی که در حال حاضر اهمیت و ارزش خاصی برای مشتری ندارند به شما این امکان را می‌دهد که بر روی مسائل و نیازهای مهمتر تمرکز و کار کنید.

در پایان باید بر این نکته را لازم می‌دانم که نباید گذاشت کیفیت قربانی سرعت در لانچ شود. اینکه یک محصول در هنگام لانچ کمترین تعداد امکانات را داشته باشد اشکالی ندارد. اما اگر امکانات و ویژگی‌هایش بی‌کیفیت باشد، به اعتبار سازندگان به شدت لطمه خواهد زد و موفقیت آن را به شدت تحت تأثیر منفی قرار خواهد داد.

Packaging



صنعت بسته بندی

تلفیق شوند. بسته بندی همچنین باید با تبلیغات، قیمت و توزیع کالا نیز سازگاری کامل داشته باشد.

تاریخچه بسته بندی

بسته بندی ها با توجه به نوع کالای بکار رفته در آن (کاغذ، شیشه، فلز، پلاستیک) دارای تاریخچه متفاوتی هستند ولی بطور کلی از نحوه بسته بندی کالاها تا ۸۰۰۰ سال پیش اطلاعات درستی در اختیار ما نیست اما تحقیقات نشانگر آن است که از ۸ قرن پیش از میلاد مسیح، کالاها با استفاده از بسته بندی حمل و جابجایی شدند. در اواخر قرن ۱۸ میلادی ساخت جعبه های مقوایی و کارتن های چاپ شده رواج یافت. توسعه صنعت پلاستیک نیز به سال ۱۸۴۳ میلادی بر می گردد و استفاده از پلاستیک تجاری از سال ۱۹۰۹ میلادی آغاز گردید. نخستین بسته بندی ساخته شده از فویل آلومینیوم در سال ۱۹۵۰ میلادی به بازار آمد و ۸ سال بعد قوطی آلومینیومی نیز طراحی و به علت داشتن مزایایی از قبیل حمل و نقل آسان و مقاومت در برابر تغییرات شیمیایی به سرعت رواج یافت.

از آنجائیکه بسته بندی از ابزارهای مهم تولید کنندگان برای تقویت قدرت رقابت خود در بازارهای داخلی و خارجی است، سالهاست که به این موضوع توجه دارند و از به کار بردن بسته بندی مناسب برای افزایش سهم بازار خود در مقایسه با رقبای بهره می گیرند زیرا قادر است به عنوان یک فروشنده خاموش نقش خود را ایفا کند. بسته بندی خوب برای یک کالای جدید، مستلزم تصمیم گیری در موارد زیادی است.

اولین کار در جهت انجام این مهم، ایجاد یک تصور از بسته بندی است. منظور از تصور بسته بندی این است که بینیم بسته بندی چگونه باید باشد یا برای کالا چه کاری را انجام دهد.

تصمیم در باره سایر عناصر نظیر اندازه، شکل، مواد اولیه در آن، رنگ و نام تجاری دومین کاری است که باید انجام شود. این عناصر برای حمایت از جایگاه و خط مشی بازاریابی کالا باید با یکدیگر به نحو مناسبی



مریم زاهدی
کارشناس مهندسی
محصول

تاریخچه بسته بندی در ایران

صنعت بسته بندی در ایران کمتر از نیم قرن سابقه دارد در حالی که در اروپا این صنعت دو قرن پیش راه اندازی شده و امروزه درآمدهای قابل توجهی را برای تولید کنندگان کالاهای صنعتی تامین می کند. صنعت بسته بندی در ایران با ساخت قوطی فلزی در سال ۱۳۰۹ هجری شمسی آغاز گردید. اساس صنعت کاغذ سازی در کشور نیز بر اساس تولید خمیر و کاغذ شکل گرفت و سپس روز به روز کاملتر شد.

در سال ۱۳۳۰ اولین قوطی فلزی جهت بسته بندی روغن نباتی جامد بوسیله دستگاه های مدرن ساخته شد و در سال ۱۳۴۴ سیستم لاک زنی اتوماتیک در ایران نصب و مورد بهره برداری قرار گرفت. در حال حاضر صنایع داخلی قادر به ساخت لایه بیرونی کارتن، کاغذ های مورد استفاده در جعبه و کاغذ های حفاظت شده، لایه های پلیمری برای محصولات پاستوریزه و استرلیزه می باشد. اولین کارخانه مدرن ایران در سال ۱۳۴۹ در هفت تپه خوزستان برای تولید کاغذ های تحریر با استفاده از تفاله نیشکر احداث شد. متعاقب آن کارخانه چوب و کاغذ ایران (چو کا) با استفاده از خمیر های وارداتی و خمیر های داخلی، کاغذ های کرافت و بسته بندی را تولید نمود.

تعریف بسته بندی

بسته بندی عبارت است از ساخت محفظی که سلامت کالای محتوی خود را از هر حله بعد از تولید تا مرحله مصرف حفظ کرده و به فروش کمک می نماید. همچنین پیام تولید کننده را به خریدار رسانده و اطلاع رسانی می نماید. بسته بندی را می توان پوششی از یک سیستم دانست که کالا نامیده می شود.

اهمیت بسته بندی

گاهی بسته بندی وظیفه فروشنده را بهتر از آدم زنده انجام می دهد چرا که انسانها در موقعیت های متفاوت دارای خصوصیات عاطفی، رفتاری و روانی متفاوتی هستند. گاه افسرده، بی تجربه، خسته و بی حوصله اند. اما بسته بندی مناسب همیشه اطلاعات کاملی را در مورد محصول به

مصرف کننده منتقل می نماید. از طرفی خریدار بدون صرف وقت بسیار، بر اساس تجربه، ذوق، سلیقه و گاه آزمایش از بین صدها محصول مشابه انتخاب می نماید. به هر حال اهمیت نگهداری و بسته بندی کالا، کمتر از تولید آنها نمی باشد و در انتهای تولید هر کالایی، بسته بندی عامل تعیین کننده حفظ و نگهداری آن تا رسیدن به دست مصرف کننده و از طرفی بهترین و بزرگترین مروج تبلیغ محصولات یک شرکت می باشد.

مزایای بسته بندی

- ۱- امکان نگهداری و حفاظت کالا در برابر عوامل شیمیایی، فیزیکی، مکانیکی به مدت طولانی.
- ۲- شکل مهندسی بهتر، در نتیجه چیدمان و نظم بیشتر.
- ۳- کارایی بهتر و سهولت در مصرف.
- ۴- حمل و نقل آسان و کاهش احتمال آسیب دیدگی برای حفاظت از عوامل مختلف محیطی
- ۵- کاهش احتمال سرقت و دستبرد، چرا که امکان شمارش بسیار سریع و دقیق بصورت اتوماتیک انجام خواهد شد و با توجه به تشابه که مخصوص هر محصول است از جعل و سرقت محصول جلوگیری می کند.
- ۶- توزیع راحتتر و فروش بیشتر.
- ۷- تقلیل ضایعات: زیرا که با ارائه محصولات در یک سیستم بسته بندی مناسب و توزیع به موقع تا حدودی از ضایعات ناشی از محصولات مختلف جلوگیری می شود.
- ۸- کمک به خرید آگاهانه توسط مصرف کننده: چرا که بسته بندی مناسب از طریق ارائه اطلاعات کافی و دقیق توسط برچسب های بسته بندی می تواند به خریدار در انتخاب محصول کمک نماید.
- ۹- کمک به افزایش سطح درآمد و اشتغال صنعت بسته بندی از آنجایی که در کشور ما دارای سابقه طولانی نمی باشد پس به عنوان یک صنعت نوپا بایستی در جذب نیروی انسانی و افزایش اشتغال جایگاه واقعی را بیابد و از طرفی می تواند با خرید کالاهای مختلف بصورت فله انجام بسته بندی های

۵۹

مقالات
تخصصی



نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶

مناسب، شرایط فرهنگی، اجتماعی، فردی و سلیقه مشتریان به ارزش افزوده قابل توجه و در نتیجه افزایش درآمد در جامعه دست یابد.

۱۰- حفظ محیط زیست: با کمک بسته بندی مناسب و استفاده از مواد اولیه تجزیه پذیر در بسته بندی می توان از حجم زباله های اضافی جلوگیری نموده و با امکان بازیافت مجدد از طریق تکنولوژی پیشرفته به حفظ و نگهداری محیط زیست کمک کرد.

خصوصیات یک بسته بندی مناسب

- ۱- جلب توجه نموده و چشمگیر باشد.
- ۲- اطلاعات مندرج روی بسته بندی باید واضح و روشن باشد. اطلاعات شامل نام سازنده، ترکیبات محصول، قیمت، وزن، نحوه استفاده و از همه مهم تر نقطه قوت و ویژگی محصول را نشان دهد.
- ۳- ایجاد تصورات ذهنی و بصری مناسب برای مصرف کننده.
- ۴- برقراری ارتباط مناسب با محتوای داخل بسته بندی
- ۵- بسته باید مقرون به صرفه باشد.
- ۶- بسته باید به فروش کمک نماید (عملکرد تبلیغاتی)
- ۷- بسته باید بر طبق قوانین دولت و محیط زیست ساخته شود.
- ۸- بسته باید بادوام بوده تا در برابر شرایط ناهنجار حمل و نقل مقاوم باشد.

۹- بسته بندی محصولات هر کشور باید با توجه به هنجارهای فرهنگی آن جامعه طراحی و ارائه گردد.

۱۰- ایجاز گویی و پرهیز از طرحها و نقوش شلوغ خسته کننده است.

انواع بسته بندی

در اینجا به بررسی مجمل ۲ نوع از بسته بندی هایی که بیشترین استفاده

را در صنعت تولید روغن دارند، می پردازیم:

الف: بسته بندی فلزی

در شناخت بسته های فلزی عموماً از دو دسته مواد استفاده می شود.

- ۱- مواد اولیه ای که ساختمان اصلی ظروف را تشکیل می دهند.
- ۲- موادی که نقش کمکی دارند بدین معنی که برای مقاوم نمودن بسته در برابر خوردگی و غیره از آنها استفاده می شود.

برای تولید و ساخت بسته های فلزی بر حسب نوع کاربرد از مواد اولیه مختلفی استفاده می شود زیرا بسته ها در کاربرد های متنوع دارای خواص متفاوت هستند. از فولاد برای تهیه ظروف و بشکه استفاده می شود.

مزایای استفاده از قوطی فلزی در بسته بندی:

- ◀ اغلب آنها در مقابل ضربه های خارجی مقاوم هستند.
- ◀ قوطی های فلزی در مقابل درجه حرارت بالا (استریلیزاسیون) از مقاومت بالایی برخوردار هستند.
- ◀ مواد اولیه بسته بندی از مقاومت فوق العاده ای نسبت به نفوذ آب، رطوبت، نور و اکسیژن برخوردار است.
- ◀ خاصیت مسموم کننده گی آن بسیار پائین است.

معایب استفاده از قوطی های فلزی در بسته بندی:

- ◀ در آنها پدیده خوردگی در مقایسه با مواد اولیه بسته بندی دیگر سریعتر ایجاد می شود. در اثر خوردگی تغییراتی در سطح و داخل قوطی ایجاد می شود بخصوص هیدروژن آزاد شده در داخل قوطی منجر به باد کردگی قوطی فلزی و در نتیجه سوراخ شدن آن می شود.
- ◀ خوردگی حاصل در قوطی فلزی می تواند باعث تغییر رنگ ظاهر آن گردد.





ب: بسته بندی پلاستیکی

پلاستیک ترکیباتی هستند با زنجیره طولانی و بوسیله پلیمریزاسیون ترکیبات ساده که منومر نام دارند شکل گرفته اند که به دو دسته تقسیم می شوند.

۱- ترموپلاست ها

موادی هستند که با گرم شدن و در اثر کاهش حرارت سخت می شوند. این مواد به علت داشتن خواصی از قبیل مقاومت در برابر ضربه، کشش، سایش و خراش در بسته بندی های مختلف استفاده می شوند و در ساخت جعبه های شفاف، جواهرات، لوازم آرایش، بطری های بادی، جعبه ها و بشکه هایی برای بسته بندی محصولات غذایی، روغن ها، چربی ها، نوشابه ها، شامپوها و گازوئیل به کار می رود.

۲- ترموستها

پلاستیک هایی هستند که در اثر گرم شدن ذوب و پس از سرد شدن مجدداً تحت تاثیر گرمای قرار نمی گیرند تا زمانی که در دمای بسیار بالا بسوزند. این مواد از آنجایی که مقاومت خوبی در برابر روغن ها، اکسیداسیون و چربی ها دارند و از طرفی بی بو و شفاف هستند لذا در کلیه صنایع برای بسته بندی کوتاه مدت نظیر آب آشامیدنی و در مصارف بهداشتی و دارویی به کار می روند و همچنین از انواع مختلف ترموستها به صورت آستر و لاک جهت پوشش داخلی قوطی های بسته بندی مواد غذایی استفاده می شود.

مزایای بسته بندی پلاستیکی:

- ◀ دارای وزن کم و قیمت نازلند.
- ◀ از قابلیت شکل پذیری بالایی در دستگاههای اتوماتیک بسته بندی

برخوردارند.

- ◀ در برابر تعداد زیادی از کالاهای بسته بندی شده که خاصیت اسیدی و یا قلیایی دارند مقاومتند.
- ◀ پلاستیک ها به انرژی کمتری در تولید و شکل دهی نسبت به قوطی فلزی و بطری شیشه ای نیاز دارند.
- ◀ با اضافه نمودن افزودنی های مجاز میتوان خصوصیات پلاستیک را بهبود بخشید.
- ◀ پایداری شیمیایی بالایی دارند.
- ◀ محدودیت کمتری در احتمال نشست و اثر مایعات وجود دارد.
- ◀ سرعت تولید بالا دارند.
- ◀ قابلیت بازیافت و استفاده مجدد در موارد خاص دارند.
- ◀ قابلیت چاپ، تزئین و جلوه بسیار مطلوبی دارند.

منابع:

- اصول بازاریابی، انتشارات آتر و پات، چاپ چهارم، ۱۳۸۱، ص ۳۶۴، ترجمه بهمن فروزنده، کاتلر، فلیپ
- ویژه نامه بسته بندی، ناشر: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۵، ش ۱۱۱، ص ۳۶
- ماهنامه چاپ و بسته بندی، تاریخچه بسته بندی، ش ۳۰، ص ۶
- اصول بسته بندی مواد غذایی، انتشارات سمت، چاپ سوم، ۱۳۷۸، ص ۱۸، تألیف: سید حسین میر نظامی ضیابری
- Mosberg, Stewart, Design in Motion, PBC International, - (pages ۱۹۲). ۱۹۸۹, New York
- Metals Science & Engineering - Giles F. Carter Anel Donald - ۱۹۹۲-۱۹۹۱



بازاریابی چریکی در عصر حاضر



محسن قلی زاده
کارشناس روابط عمومی و تبلیغات

امروزه در بازارهای گوناگون کسب و کار، تمرکز زیادی بر بهبود کارایی و اثربخشی تلاش‌های بازاریابی وجود دارد. شرکت‌ها در جستجوی روش‌هایی نوین برای انجام بهینه این وظایف خطیر در راستای کاهش هزینه‌ها و افزودن ارزش به محصولات و خدمات خویش هستند. حتی در بازارهایی که با فشارها و مسائل در آمد و هزینه در مراحل گوناگون چرخه عمر محصول نهایی مواجه نیستند، تحولات سریع مسائل تکنولوژیک، مسائل و اقدامات تجاری شرایط اقتصادی، جستجوی روش‌های جدیدی را برای بیان مشکلات قدیمی می‌طلبند. ضمن آنکه با توجه به تحولات مذکور، امروزه دیگر رویکرد بازاریابی سنتی پاسخگوی شرایط متغیر کنونی در حوزه‌های تجاری گوناگون نیست و شناسایی رویکردهای جدیدی برای مواجهه با این تحولات لازم و ضروری است.

بازاریابی چریکی، اصطلاحی است که اولین بار توسط جی کنراد لوینسون در کتابی با عنوان بازاریابی چریکی در سال ۱۹۸۲ تشریح شد؛ وی بازاریابی را از منظر چریکی فرصتی می‌داند برای بازاریابان تا به مشتریان حال و آینده خود کمک کنند که در راه رسیدن به هدفشان موفق شوند.

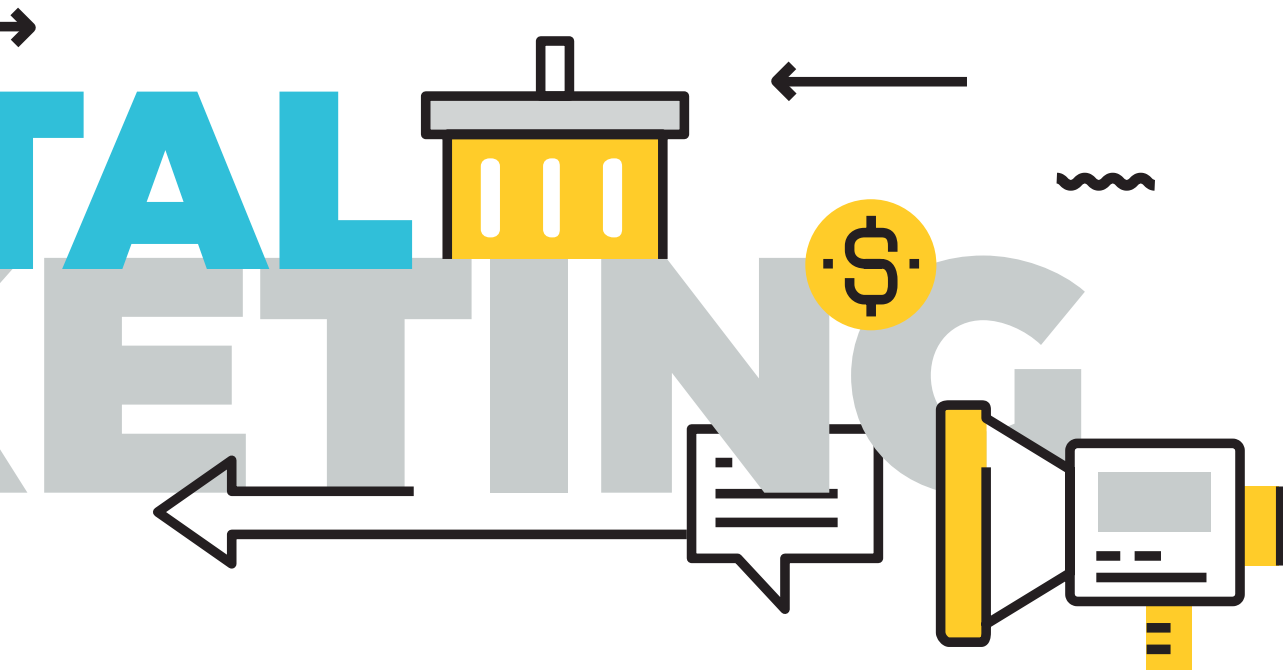
بازاریابی چریکی روشی غیرمعمول برای اندازه‌گیری و پیش‌بینی رفتار، تحت تأثیر قرار دادن افراد و آزمایش و تعیین کمیت و کیفیت تجارت بر مبنای یک بودجه کم در بنگاه است. در واقع بازاریابی چریکی نوعی بازاریابی نامنظم جهت کسب حداکثر نتایج با به کارگیری حداقل منابع است و درگیر ابتکارات، نوآوری، شکستن قوانین و جستجوی راهکارهای بدیل برای روش‌های بازاریابی سنتی است.

کلید موفقیت بازاریابی چریکی، هنر توجه کردن است و باید به طور دائمی و آگاهانه در جریان همه نوع اطلاعات از جمله روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، رقبا، مشتریان، حوادث کنونی و وقایع جاری قرار گرفت.

اصول اساسی بازاریابی چریکی

بازاریاب چریکی باید خلاق باشد و روش‌های نامنظم و غیرمعمول ارتقا و پیشبرد را طراحی و تدبیر کند. او باید کلیه ارتباطات و تماس‌های خود را، چه حرفه‌ای و چه شخصی به کار گیرد و نیز شرکت و محصول آن را آزمون کند و به دنبال منابع تبلیغاتی باشد. بسیاری از اشکال تبلیغ، می‌توانند بسیار ارزان و آزاد باشند. لوینسون، اصول زیر را به‌عنوان زیربنای بازاریابی چریکی شناسایی می‌کند:

۱. بازاریابی چریکی به‌طور ویژه در کسب و کارهای کوچک کاربرد دارد.
 ۲. بازاریابی چریکی باید بر مبنای روانشناسی انسانی باشد تا تجربه، قضاوت و حدس یا گمان.
 ۳. سرمایه‌گذاری‌های اولیه در بازاریابی به‌جای پول باید زمان، انرژی و قوه تخیل یا تصویرسازی ذهنی باشد.
 ۴. آمار و ارقام اولیه برای اندازه‌گیری کسب و کار، میزان سود است نه فروش.
 ۵. بازاریاب نیز باید بر تعداد روابط جدید ایجادشده در هر ماه تمرکز کند.
 ۶. به‌جای سعی در راستای تنوع بخشی از طریق ارائه محصولات و خدمات مربوطه، استاندارد را برای تعالی با تمرکز دقیق ایجاد کند.
 ۷. به‌جای تمرکز بر کسب مشتریان جدید، مشتریان فعلی و داشتن معاملات بیشتر و بزرگ‌تر با آن‌ها را هدف قرار می‌دهد.
 ۸. فراموش کردن رقابت و تمرکز بیشتر بر همکاری با کسب و کارهای دیگر.
 ۹. بازاریابان چریکی باید همواره ترکیبی از متدها و روش‌های بازاریابی را در یک رشته اقدامات و عملیات به کار گیرند.
 ۱۰. به کارگیری تکنولوژی روز به‌عنوان ابزاری برای توانمندسازی بازاریابی.
- باوجود آنکه امروزه این موارد امکان‌پذیر هستند، لیکن بازاریابی چریکی



یک روند کلی شده است. دیگر هیچ حربه ساده‌ای در کسب و کار کوچک وجود ندارد. جنرال الکتریک، یاهو، سیتی گروپ، سونی اریکسون و نایک همگی اصول و اقدامات بازاریابی چریکی را به مرحله اجرا گذاشته‌اند. بازاریابی چریکی یک واژه و مفهوم تعریف شده به شکلی مبهم است که اخیراً به عنوان توصیف گر بسیاری از انواع روش‌های سنتی به کار رفته شده است. این روش‌ها عبارت‌اند از: بازاریابی ویروسی از طریق شبکه‌های اجتماعی، بازاریابی محیطی، بازاریابی حضوری، بازاریابی ریشه‌ای، بازاریابی گزینشی، بازاریابی کلامی، بازاریابی پنهان یا سری، بازاریابی تجربی.

تفاوت‌های بازاریابی سنتی و چریکی

لویسنون، دوازده مورد را به عنوان تفاوت‌های میان بازاریابی سنتی و چریکی مطرح کرده است که به شرح ذیل می‌باشند:

۱ بازاریابی سنتی نیازمند آن است که شما پول یا سرمایه خود را در فرایند بازاریابی سرمایه‌گذاری کنید. بازاریابی چریکی می‌گوید سرمایه‌گذاری اولیه شما باید زمان، انرژی و تصویرسازی ذهنی باشد.

۲ بازاریابی سنتی ابزار برای کسب و کارهای بزرگ و پیشنهاددهنده تاکتیک‌هایی در ارتباط با شرکت‌های عظیم و بودجه‌های کلان آن‌ها است. بازاریابی چریکی، در کسب و کارهای کوچک به کار می‌رود.

۳ بازاریابی سنتی چگونگی انجام بهینه کسب و کار را از طریق فروش اندازه‌گیری می‌کند. سنجش اولیه در بازاریابی چریکی مربوط به سود است.

۴ بازاریابی سنتی بر مبنای تجربه و قضاوت هست که در گیر حدس و گمان است. بازاریابی چریکی بر مبنای علم روانشناسی، قوانین رفتار انسانی است. یقین‌ها و اطمینان‌هایی وجود دارد که فرد آن‌ها را در رابطه با الگوهای خرید لحاظ می‌کند و بازاریابان چریکی بر این یقین‌ها و اطمینان‌ها تمرکز می‌کنند.

۵ بازاریابی سنتی، افزایش نسبت‌ها یا نرخ‌های تولید کسب و کار و سپس تنوع بخشی از طریق ارائه محصولات را پیشنهاد می‌کند.

۶ بازاریابی سنتی شمارا ترغیب می‌کند تا کسب و کار خود را به طور خطی از طریق افزودن مشتریان جدید رشد دهید. بازاریابی چریکی شمارا ترغیب می‌کند تا کسب و کار خود را به شکل هندسی رشد دهید. هدف بیشتر معاملات با مشتریان موجود، معاملات وسیع‌تر و معاملات مرتبط با

به کارگیری تعقیب مشتری و خدمات اصلی یا کلیدی است. **۷** بازاریابی سنتی از شما می‌خواهد تا در جستجوی فرصت‌هایی برای از میان بردن رقابت باشید. بازاریابی چریکی از شما می‌خواهد تا رقابت را برای مدتی فراموش کنید و در جستجوی فرصت‌هایی برای همکاری با کسب و کارهای دیگر و حمایت یکدیگر در یک تلاش در جهت کسب سود باشید.

۸ بازاریابی سنتی این باور را در شما ایجاد می‌کند که به عنوان مثال، تبلیغات یا پست مستقیم یا داشتن وب‌سایت اهمیت دارد. بازاریابی چریکی می‌گوید که هیچ‌یک از این مفاهیم به تنهایی در بازاریابی عامل موفقیت نیست، بلکه ترکیب بازاریابی است که عامل کامیابی است. اگر شما تبلیغات را با پست مستقیم ترکیب کنید، هر یک به دیگری جهت انجام کار به شکل بهتر کمک خواهد کرد.

۹ بازاریابی سنتی تأکید دارد که شما در یافتن‌های خود راه‌ها را جهت مشاهده میزان فروش خود محاسبه کنید، در حالی که بازاریابی چریکی بر تمرکز شما بر این امر اشاره دارد که شناخت بسیاری از روابطی که هر ماه برقرار ساخته‌اید چگونه می‌تواند منجر به کثرت سود و مزایا شود.

۱۰ بازاریابی سنتی کمتر به بحث تکنولوژی می‌پردازد، زیرا تکنولوژی دیروز بسیار پیچیده، گران و بسیار محدود بود. بازاریابی چریکی تأکید دارد که شما تکنولوژی امروز را غنیمت شمارید. زیرا کاربرد آن ساده است، خرید آن ارزان است و محدودیت در قابلیت آن جهت توانمندسازی کسب و کار شما در آغاز بازاریابی وجود ندارد.

۱۱ بازاریابی سنتی مجموعه‌ای از حربه‌هایی را که ممکن است برای ارتقای کسب و کار شما به کار رود، شناسایی می‌کند؛ که همه آن‌ها نسبتاً هزینه‌بر هستند. بازاریابی چریکی، هزاران حربه‌ای را که شما می‌توانید از طریق به کارگیری رایگان آن‌ها سود خود را افزایش دهید، شناسایی می‌کند.

۱۲ بازاریابی سنتی بسیاری از مالکان کسب و کار را می‌ترساند، زیرا سرشار از ابهت و پیچیدگی است. بازاریابی چریکی ابهت و عظمت آن را از میان می‌برد و نشان می‌دهد که دقیقاً بازاریابی چیست و چه عواملی کارآفرین را تحت کنترل قرار می‌دهند.

این نکات تفاوت فلسفی آشکار میان این دو رویکرد بازاریابی را نشان می‌دهند و مشخص می‌سازند. با شناخت مزیت‌های مدیریت



یک کسب و کار کوچک، درمی یابید که اندازه کوچک کسب و کار جزء مزیت‌های آن است. کسب و کار می‌تواند همچون یک چریک در جنگ، ماهرانه در بازار نفوذ کند. راه‌های خلاقانه که کسب و کارهای بزرگ قادر به به کارگیری آن‌ها نیستند را به کار بندد.

نگاه راهبردی به بازاریابی چریکی

در تعریف سنتی؛ بازاریابی استراتژیک، سیستمی جامع از تعادل میان فعالیت‌های سودآور در کسب و کار، طراحی شده برای برنامه‌ریزی، قیمت، ترفیع و توزیع کالای رضایت‌بخش و خدمات مشتریان در یک محیط رقابتی است. این تعریف در تعامل با مؤسساتی است که برای به دست آوردن اهدافی مانند محافظت از رشد بازار فعلی و پیشتاز بودن در بازارهای جدید با محصولاتی که مشکلات مشتریان را حل و رضایت آنان را جلب می‌کند، به طور جدی هم سواست.

سازمانی که پیگیری استراتژی بازاریابی چریکی را انتخاب می‌کند. به این مسئله آگاه است که بازاریابی یک فرایند و نه یک رویداد است. لوینسون، یک حمله بازاریابی گام به گام را مطرح می‌سازد که به چریک کمک می‌کند تا در جنگ‌های واقعی، برای تولید سود برنده شود.

بازار را جستجو کنید. این امر در گرو جستجوی بازار، محصول، خدمت، گزینه‌های رسانه‌ای، رقابت، مشتریان، تکنولوژی و مزیت‌های است که این عوامل می‌توانند حاصل سازد.

فهرستی از سودها و مزیت‌ها بنویسید. با این فهرست شرکت مزیت‌های رقابتی خود را تعریف می‌کند. این ویژگی منجر به اتخاذ تصمیمات در مورد سیاست اصلی برنامه بازاریابی می‌شود.

حربه‌های بازاریابی را که شرکت در حملات خود به کار خواهد گرفت، انتخاب کنید.

برنامه بازاریابی طراحی کنید. بر اهداف بازاریابی شرکت جهت دستیابی تمرکز کنید. مشتمل بر «استراتژی‌های خلاقانه» که به طور اجمالی برای ارسال پیام به بازارهای هدف به کار گرفته می‌شوند.

یک تقویم بازاریابی چریکی ایجاد کنید و بر آن متعهد بمانید.

اصلاحات و تنظیماتی را با شرکت‌های بازاریابی به شکل ترکیبی اعمال کنید.

حمله بازاریابی را با اجرای حره‌ها آغاز کنید.

حمله را حفظ و پشتیبانی کنید تا آنجا که با کسب اطمینان کاملی که مورد نیاز بهار خواب‌ها جهت پیروزی است به نتیجه برسید.

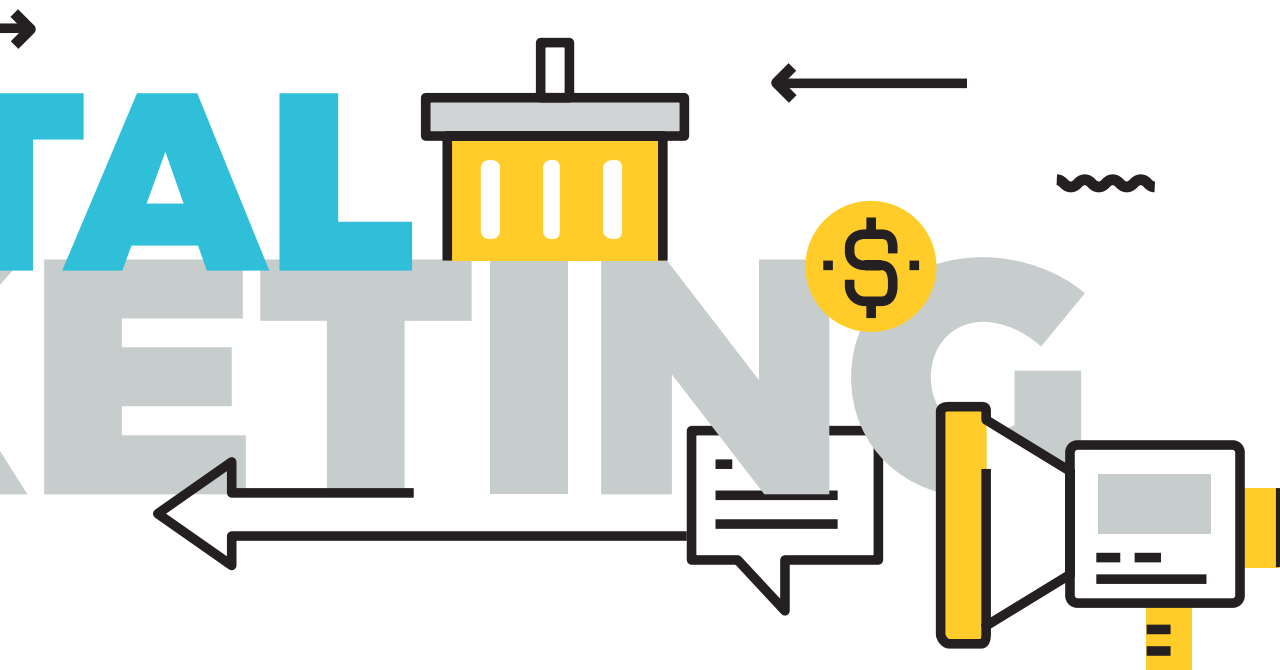
حمله را ارزیابی و سنجش کنید. سنجش اثربخشی بازاریابی امری حیاتی است و اگر سازمانی آمار و ارقام را به اطلاعات بدل کند، می‌تواند اثربخشی بودجه بازاریابی را چند برابر کند.

حمله را در کلیه حوزه‌ها و زمینه‌ها بهبود بخشید. هرگز تغییر و تحول ایجاد نکنید، در عوض بهبودهایی را صورت دهید.

باوجود ریشه‌دار بودن سیاست بازاریابی سنتی، مراحل یا گام‌های بازاریابی چریکی، دستورالعمل‌ها و راهنمایی‌هایی ارائه می‌کنند که می‌توانند معمای بازاریابی و ابهامات بازاریابی را برای کارآفرین حذف کنند. بازاریاب می‌تواند به آسانی این مراحل را شخصاً مدیریت و اداره کند. اصولی از بازاریابی چریکی وجود دارند که سبک یک برنامه بازاریابی موفق را تعیین می‌کنند. آن‌ها شرکت را متمرکز بر وظیفه نگاه می‌دارند. شرکت باید پیرامون یک ایده محوری حرکت کند. این ایده محوری بازاریاب چریکی را از طریق ساده‌سازی پیچیدگی‌ها، حذف ابهت و بزرگی و آرایش دادن گروهی از حره‌های بازاریابی که یک شرکت باید آن‌ها را به منظور دست‌یابی به حداکثر سود با استفاده از حداقل سرمایه‌گذاری به کار گیرد، هدایت می‌کند.

آیا این امر متفاوت از بازاریابی سنتی است؟ بله در آن دسته شرکت‌هایی که بیشتر دارای کسب و کار سنتی هستند، واحدها و مشاورهای مختلفی برای وظایف گوناگون آن‌ها وجود دارد. روابط عمومی، تبلیغات، بست مستقیم و سایر عناصر بازاریابی به اعضای مختلف ستادهایی نامربوط محول می‌شوند. در بسیاری از موارد، پیام‌های مختلفی منتشر می‌شوند که هویت شرکت را به جهات مختلفی می‌کشاند. خوشبختانه، چریک این ویژگی افراطی را ندارد. ایده محوری، گامی را برای برنامه‌ای جامع تعیین می‌کند. با مجوز بودن به حره‌های بازاریابی، چریک حملاتی مستقیم را در راستای کسب سود طراحی می‌کند.

تفاوت دیگر میان بازاریابی سنتی و چریکی، در تفاوت میان تصویر ذهنی و هویت نهفته است. تصویر ذهنی، بر چیزهایی ساختگی یا مصنوعی و نه



واقعی اشاره دارد. هویت، تعریف می کند که اساساً فلسفه وجودی شرکت چیست. اگر مالک یک کسب و کار تصویری ذهنی را توسعه دهد که در آن مشتریان در یابند که کسب و کار شرکت، چیزی کاملاً آن گونه که آن ها انتظار دارند نیست، پس مشتری نسبت به شرکت احساس بدبینی می کند. این امر یکی از مسائلی است که اغلب در شرکت های بزرگ رخ می دهد و پیام های بازاریابی به منظور دستیابی به موقعیت قوی تر بازار، درون بازارهای هدف مختلف تغییر می کنند.

زمانی که مالک یک کسب و کار هویت شرکت را شناسایی می کند، او باید آن را بر مبنای حقیقت مطرح سازد. زمانی که بازاریابی خلاق این هویت را منعکس می سازد، در حقیقت هدیه ای کارا و قدرتمند به مشتریان داده می شود. کسب و کار، انتظارات خود را هماهنگ می سازد و مشتریان در ارتباطات خود با شرکت احساس آرامش و اعتماد می کنند. کسب و کار کوچکی که مجهز به ایده ای، محوری است، با منحصر به فرد بودن خود، هویت درست و صادقانه، تضمین و ایمن شده و از طریق انسجامی پیشرفته بر مبنای قابلیت های فرد به فرد و به واسطه تمرکز بر جزئیات هدایت می شود. کسب و کار کوچک می تواند با مشتریان خود ارتباط شخصی داشته باشد.

برنامه بازاریابی بازار را شناسایی می کند، رسانه مورد استفاده را مشخص می سازد و هزینه های اجرای برنامه را بیان می کند. این برنامه مشخص می کند که کسب و کار شرکت چیست و به کجا می رود و تعریف می کند که کسب و کار چگونه به مقصد می رسد. لوینسون، معتقد است که کل یک برنامه بازاریابی می تواند در قالب هفت عبارت طراحی شود:

- عبارتی که هدف استراتژی را تشریح می کند.
- عبارت دوم که چگونگی دستیابی به این هدف را تشریح می کند و مزیت های رقابتی و سودهای شرکت را توصیف می کند.
- عبارت سوم، بازار یا بازارهای هدف را تشریح می کند.
- عبارت چهارم حربه های بازاریابی را که به کار رفته خواهند شد، فهرست می کند.
- عبارت پنجم گوشه های دنج را تشریح می کند.
- عبارت ششم هویت کسب و کار را آشکار می سازد.
- عبارت هفتم بودجه را به عنوان درصدی از درآمد ناخالص طرح ریزی شده است، بیان می کند.

دلایل استفاده از بازاریابی چریکی در عصر حاضر

I امروز بیشتر از هر زمان دیگر در دنیا، این کسب و کارهای کوچک هستند که راه اندازی می شوند. چرا که تمرکز در کسب و کارهای کوچک بسیار راحت تر است. از همین رو است که شرکت های بزرگ تمایل به کوچک سازی دارند.

P این شرکت های کوچک هستند که اغلب با شکست مواجه می شوند و آن هم به این دلیل است که از مفاهیم بازاریابی کمتر اطلاع دارند. اگر کمی دقت کنید شرکت های کوچک که در ایران تأسیس می شوند خیلی به استفاده از متخصص بازاریابی اهمیت نمی دهند و این مسئله را مربوط به شرکت های بزرگ می دانند. آن ها فکر می کنند که به خدمت گرفتن مشاوران زبده در بازاریابی کاری بسیار هزینه بر است.

W بازاریابی چریکی در عمل ثابت شده است که برای کسب و کارهای کوچک بسیار مؤثر است، به این دلیل که درک آن بسیار ساده است، اجرای آن بسیار آسان است و معمولاً هزینه های این نوع بازاریابی بسیار پایین است. البته باید گفت که این بدان معنا نیست که کسب و کارهای بزرگ نمی توانند از بازاریابی چریکی استفاده کنند.

نتیجه گیری

فرآیند بازاریابی در هزاره سوم، هیچ گونه شباهتی به گذشته ندارد؛ به طوری که تغییرها و تحولات بنیادین و اساسی در درون آن ایجاد شده است. اکنون برای تأمین هر نیازی، محصول و روش خاصی وجود دارد. نیازها و خواسته های مشتریان، بیش از حد بر آورده شده است. همچنین بازار با بان با چالش های بسیار زیاد و سختی مواجه شده اند. چگونه در محیط پیچیده و رقابتی و غیر قابل پیش بینی و بازارهایی که بسیار بخش بندی شده، به ارائه محصول و خدمات بپردازند؟ چگونه بتوانند در این بازار و محیط، اقدام به نوآوری کنند؟ بازاریابی چریکی در عمل فرصتی مناسب و ارزشمند است تا بتوان بسیاری از چالش های پیش رو را به بهترین نحو ممکن، بر طرف نمود. با اجرای صحیح مراحل و تکنیک های بازاریابی چریکی می توان در بازار پر تلاطم و رقابتی کنونی، هدف ها و طرح های تعیین شده سازمان را با صرف کمترین هزینه و البته با بیشترین میزان کارایی و اثربخشی تحقق بخشید.





چگونه می توان گفت ارتباط با یک سایت امن است؟

کلیک بر روی دکمه **More Information** در پنل باز شدنی جزئیات بیشتری در مورد حریم خصوصی و تنظیمات امنیتی از آن سایت، مانند اطلاعات گواهی نامه، کوکی ها و تاریخچه کلمه های رمز ذخیره شده را نمایش خواهد داد.

- ◀ کره زمین خاکستری
- ◀ مثلث هشدار خاکستری رنگ
- ◀ مثلث هشدار نارنجی
- ◀ قفل خاکستری
- ◀ قفل سبز

کره زمین خاکستری

کره زمین خاکستری نشان می دهد:

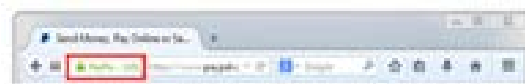
- ◀ وب سایت اطلاعات هویتی را فراهم نکرده است.
- ◀ ارتباط بین فایرفاکس و وب سایت رمزنگاری نشده یا فقط بخشی از آن رمزنگاری شده و نباید در برابر استراق سمع امن در نظر گرفته شود.



دکمه شناسایی سایت یک قابلیت امنیتی فایرفاکس است که اطلاعات بیشتری در مورد سایتی که بازدید می کنید به شما می دهد. شما به سرعت می توانید بفهمید که آیا سایتی که در حال نمایش است رمزنگاری شده است یا نه، آیا تایید شده است، چه کسی مالک سایت است و چه کسی آن را تایید کرده است. این قابلیت به شما کمک می کند تا از سایت هایی که سعی دارند اطلاعات شخصی

شما را بگیرند اجتناب کنید.

دکمه شناسایی سایت در نوار مکان سمت چپ آدرس وب سایت قرار دارد.



وقتی یک وب سایت بازدید میشود، دکمه شناسایی سایت یکی از این پنج آیکن خواهد بود - یک کره زمین خاکستری، یک مثلث هشدار خاکستری، یک مثلث هشدار نارنجی، یک قفل خاکستری، یا یک قفل سبز. با کلیک بر روی این شمایل ها هویت و اطلاعات امنیتی در مورد وب سایت نمایش داده خواهد شد.



شهرام مظهر
مدیر فناوری اطلاعات و
توسعه سیستم ها

۶۶

مقاله

رمز نگاری شده است.



وقتی یک دامین تایید شده است، به این معنی است که افرادی که سایت را راه اندازی کرده اند گواهی نامه اثبات شده، خریداری کرده اند که آن ها مالک دامین هستند و آن سایت جعلی نیست. برای مثال، Facebook این نوع گواهی نامه می‌دارد که تایید می‌دهد. شده را دارد، بنابراین این دامنه شناسایی سایت قفل خاستری رنگ را نشان می‌دهد. وقتی که شما روی قفل کلیک می‌کنید، به شما گفته خواهد شد که شما در واقع به **facebook.com** متصل شده‌اید که به عنوان **VeriSign Inc** تایید شده است. این کار همچنین به شما اطمینان می‌دهد که ارتباطی که شما برقرار کرده‌اید هیچ کس نمی‌تواند ارتباط را استراق سمع کند و اطلاعات ورودی **Facebook** شما را از این طریق به سرقت ببرد. در هر چند، در واقع تایید نشده است که چه کسی مالک دامین است. هیچ تضمینی نیست که **facebook.com** در واقع توسط شرکت **Facebook** تحت مالکیت باشد. تنها چیزی که تضمین شده است این است که دامین معتبر است و ارتباط رمز نگاری شده است.

قفل سبز

قفل سبز شامل:

- آدرس وب سایت با استفاده از یک گواهی نامه اعتبار اضافه ای (EV) تایید شده است.
- ارتباط بین فایرفاکس و وب سایت جهت جلوگیری از استراق سمع رمز نگاری شده است.



قفل سبز به اضافه نام شرکت یا سازمان به رنگ سبز به این معنی است که وب سایت از یک **Extended Validation (EV) certificate** استفاده می‌کند. یک گواهی نامه **EV** یک نوع خاص از گواهی نامه است که به یک فرآیند مهم تایید هویت سخت بیشتر از دیگر انواع گواهی نامه نیاز دارد. وقتی که قفل خاستری مشخص کرد که یک سایت از ارتباط امن استفاده می‌کند، قفل سبز مشخص می‌کند که ارتباط امن است و مالک دامین همان شخصی است که شما انتظار دارید.

با گواهی نامه **EV**، دامنه شناسایی سایت به شما این اطمینان را می‌دهد که سایت **Google.com** برای مثال، توسط **Google** تحت مالکیت است. نه فقط قفل برای سایت **Google** به رنگ سبز در می‌آید، بلکه همچنین گسترش می‌یابد و نام مالک را در دامنه خود نمایش می‌دهد.

منبع: سایت support.mozilla.org

اغلب وب سایت ها که زمین خاستری خواهند داشت، به خاطر این که آن ها شامل آر سال و دریافت اطلاعات حساس نمی باشند و احتیاج به هویت تایید شده و ارتباط های رمز نگاری شده ندارند. که زمین خاستری به وب سایت هایی که بر روی (HTTP) رمز نشده (یا HTTPS) قسمتی رمز شده ارایه شده اند اعمال می شود. توجه: اگر شما هر نوع اطلاعات حساس را از ارسال می کنید (اطلاعات بانکی، داده های کارت اعتباری، شماره امنیت اجتماعی، و غیره)، دامنه هویت سایت نباید شامل زمین خاستری باشد.

مثلث هشدار خاستری رنگ

یک مثلث هشدار خاستری شامل:

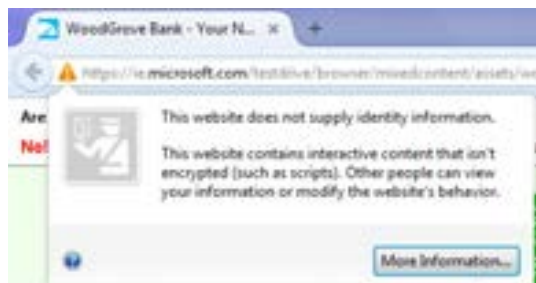
- وب سایت اطلاعات هویتی فراهم نکرده است.
- ارتباط با این وب سایت به طور کامل امن نیست به دلیل این که آن سایت شامل المان های رمز نگاری نشده است (مانند عکس ها).



مثلث هشدار نارنجی

یک مثلث هشدار نارنجی شامل:

- وب سایت اطلاعات هویتی فراهم نکرده است.
- فقط بخشی از ارتباط بین فایرفاکس و وب سایت رمز نگاری شده است و از استراق سمع جلوگیری نمی کند.



این نشان می‌دهد که شما قبلاً اجازه داده‌اید که محتوی فعال تر کیب شده از طریق **HTTPS** برای وب سایت که مخالف **despitetherisks** است ارایه و نمایش داده شود. باز یابی مجدد وب سایت در خواست های خاص **HTTP** را جهت کاهش تهدید بلاک خواهد کرد، شما این را به حالت قبلی تغییر می‌دهد (که زمین خاستری برای محتوی غیر فعال تر کیبی و در غیر این صورت قفل خاستری) و شما این سبب محتوی تر کیبی نمایش داده می‌شود. توجه: اگر شما هر نوع اطلاعات حساس (اطلاعات بانکی، داده های کارت اعتباری، شماره امنیت اجتماعی، و غیره)، دامنه هویت سایت نباید شامل مثلث هشدار نارنجی باشد.

قفل خاستری

قفل خاستری شامل:

- آدرس وب سایت تایید شده است.
- ارتباط بین فایرفاکس و وب سایت جهت جلوگیری از استراق سمع



شیوه صحیح استفاده از تلفن همراه و هوشمند

◀ بیرون زدگی دیسک کمر
◀ سر درد بامش‌اگر دنی
علاوه بر آسیب‌های ناشی از استفاده زیاد و شیوه نگهداری (Postural) خطر صدمات بسیار حاد ناشی از موقعیت بکارگیری تلفن همراه (در موقعیت‌هایی که شما نیاز به حداکثر توجه را دارید) نظیر زمان رانندگی یا راه رفتن بر سطوح ناهموار نیز تهدید بسیار بزرگی محسوب می‌شود.

راهکارهایی برای افزایش امنیت و آراگونومی بهتر در بکارگیری تلفن هوشمند:

اصلاح وضعیت و نکات آراگونومیک:

وضعیت پیش فرض در غالب موارد بکارگیری تلفن هوشمند (نظیر خم شدن بر روی یک صفحه کوچک و بکارگیری شست برای تایپ) یک وضعیت غیر طبیعی است که می‌تواند منجر به درد و ناراحتی‌های ناشی از مصرف زیاد و وضعیت نامناسب گردد. ستون مهره‌ها طوری طراحی

به تناسب افزایش روزافزون استفاده از گوشی‌های هوشمند و صرف زمان زیادی برای نوشتن، ارسال ایمیل، خواندن و جستجو در شبکه، فیزیوتراپیست‌ها با افزایش محسوس آسیب‌های مرتبط با استفاده از تلفن همراه و شیوه نگهداری آن در دست، بین مردم مواجه شده‌اند. برخی از رایج‌ترین آسیب‌های وابسته به استفاده بیش از حد موبایل و آراگونومی ضعیف آن عبارتند از:

- ◀ سندرم تاندون انگشت شست
- ◀ سندرم کارپال تونل
- ◀ تاندونیت مچ دست
- ◀ سندرم وضعیت استقرار گردن (Cervical Postural Syndrome)
- ◀ سندرم وضعیت استقرار پشت (Thoracic Postural Syndrome)
- ◀ سندرم وضعیت کمر (Lumbar Postural Syndrome)
- ◀ بیرون زدگی دیسک گردن
- ◀ بیرون زدگی دیسک پشت





- ◀ در صورت امکان از کلمات پیشنهادی صفحه کلید برای کوتاه کردن میزان تایپ استفاده نمایید.
- ◀ در زمان استفاده از صفحه کلید از حالت عمودی گوشی استفاده نمایید تا مقدار حرکت برای رسیدن به یک کلید کمتر شود.
- ◀ هنگام خرید تلفن نوعی را تهیه کنید که صفحه کلید کامل داشته باشد، زیرا برخی انواع آن برای تایپ یک حرف نیاز به چندین کلیک دارند و این منجر به افزایش حرکات تکرار شونده و آسیب بیشتر می شود.
- ◀ با امکانات میانبر (Shortcuts) در برنامه ها آشنا شده و تا حد امکان از آن استفاده نمایید.

از وقفه های منظم غافل نباشید:

- ◀ زمان تایپ خود را به جلسات حداکثر ۱۰ تا ۱۵ دقیقه ای محدود نمایید.
- ◀ حداقل ۲ تا ۳ دقیقه استراحت بعد از ۱۵ دقیقه کار به خود بدهید. (در این فواصل گوشی را در حالت سکوت قرار دهید!)
- ◀ اگر در شست خود احساس درد و کوفتگی داشتید از کمپرس سرد بعد از تایپ استفاده نمایید. (به مدت ۲۰ دقیقه در فواصل ۲ ساعت)

حرکات کششی:

- ◀ ستون مهره ها، شانه ها، مچ، دستان، انگشتان و شست خود را اغلب کشش دهید.

تجهیزات:

- ◀ یک پوشش محافظ مناسب برای گوشی تهیه نمایید تا از نیاز به نگهداری محکم آن کاسته شود.
- ◀ استفاده از ست هندز فری و میکروفن و نگهدار می تواند از وضعیت نامطلوب بکاهد.
- ◀ در صورت نیاز به تایپ طولانی از یک صفحه کلید جانبی برای وصل به گوشی استفاده نمایید.

منابع:

بر گرفته از اینترنت

واحد HSE

نشده که برای مدت طولانی بتواند در وضعیت نامطلوب بماند، شست ما برای انجام این حجم از کارهای تکرار شونده در یک دامنه محدود مکانی ساخته نشده است.

◀ برای تایپ سعی کنید از دیگر انگشتان هم استفاده نمایید، برای این منظور تلفن را در یک دست گرفته و با انگشتان دست دیگر تایپ نمایید. برای تایپ متن طولانی سعی کنید گوشی را بر روی یک سطح ثابت قرار دهید. در یک تحقیق که سال ۲۰۱۳ انجام شد ۳ حالت رایج برای تایپ بر روی موبایل با درصد کاربرد هر یک مطابق شکل زیر استخراج شد.

◀ اگر از شست خود برای تایپ استفاده می کنید از سطح انگشت به جای نوک آن استفاده نمایید چرا که برای بکارگیری نوک انگشت ناچار به خم کردن آن می شوید و این منجر به آسیب می شود.

◀ مچ خود را در وضعیت راحت و حتی الامکان صاف قرار دهید. فشار بر مچ و انگشتان راهنگام در دست گرفتن گوشی به حداقل برسانید. این حالت هنگامی اتفاق می افتد که مچ خود را به هیچ سمتی خم نکنید. اگر مچ خود را خم کنید انگشتان شما فشار بیشتری را تحمل خواهند کرد.

◀ هنگام تایپ ستون فقرات خود را در وضعیت راست نگاه دارید. از نگاه کردن به پایین خودداری نمایید زیرا این کار باعث خم شدن گردن و تمایل به چرخاندن شانه ها می شود. این وضعیت در نهایت منجر به درد گردن، شانه و پشت شما می شود. تلفن را پایین تر از قفسه سینه نگاه ندرید. سعی کنید آن را در ارتفاع قفسه سینه، چانه یا حتی چشمان خود نگاه دارید تا از این طریق حداقل خم در گردن را ایجاد نمایید. اگر تلفن در پایین تر از سطح چشمان است با پایین آوردن چشمان به جای گردن آنرا نظاره کنید.

◀ از نگاه داشتن گوشی در یک سمت بدن و چرخاندن گردن پرهیز کنید.

زمان صرف شده برای کار با تلفن را کاهش دهید

این نکات می توانند زمان صرف شده برای کار با تلفن را کاهش داده و از میزان آسیب بکاهند:

◀ با کوتاه نمودن متن مورد نظر، از حجم تایپ و در نتیجه میزان آسیب کم نمایید. از عبارات اختصاری استفاده نمایید و یا از نرم افزار تشخیص گفتار برای تایپ متن استفاده نمایید.



کار و استرس، شما را هم از زندگی انداخته؟

در مورد همکارانی که با آنها مشکل دارید زیاد فکر می کنیم
این خیلی طبیعی است که در مواجهه با افرادی که ناراحت مان می کنند به دنبال حمایت عاطفی از عزیزان خود باشیم. اما تمرکز و توجه بیش از حد به استرس هایی که همکاران مان ایجاد می کنند یعنی بیش از حد وقت گذاشتن برای همین آدم ها و در نتیجه محروم کردن خودمان و اعضای خانواده مان از اوقات خوش و آرامش بخش در کنار هم بودن. اگر شما هم جزو افرادی هستید که زیاد به مسائل بین خود و همکاران می پردازید و می بینید استرسی که او برای تان ایجاد کرده، به محیط خانه تان هم رخنه کرده پس بهتر است برای توقف این حالت، یک تصمیم کارآمد بگیرید.

به جای ریلکس کردن، مدام نگران کار مان هستیم

اگر در محل کار، با استرس های شدیدی روبرو هستید یا شغلی دارید که در دسرساز و مسئله آفرین است، به سختی می توانید هنگام ترک محل کار، این بخش شلوغ را از مغز تان دور کنید، ولی باید سعی کنید برای زمان تفکر خود، حد و مرزهایی قائل شوید؛ نگران نباشید، این مشکلات جایی نمی روند! همین جا در محل کار تان می مانند تا شما مجدداً فر داسر کار تان برگردید و به آنها پیردازید!

خودمان را مغلوب فرض می کنیم

اگر شما هم تمام این مسائل را دارید، اجازه ندهید این موضوع هم استرس های شما را تضعیف کند. این نسبتاً طبیعی است که وقتی در محل کار تان نیستید هم استرس آن را داشته باشید، پس خودتان را سرزنش نکنید. در عوض به این دقت کنید که چگونه می توانید حد و حدود استرس تان را تعیین کرده و وقتی در محل کار حضور ندارید، از زندگی تان لذت ببرید.

چطور استرس مان را در محل کار جا بگذاریم

قبل از ترک محل کار، کشتی استرس های تان را به لنگر گاه ببندید
یکی از ابتدایی ترین و بهترین راه های جا گذاشتن استرس در محل کار، آماده شدن قبل از ترک آنجاست. برای خودتان یک لیست از کارهایی که باید انجام دهید تهیه کنید تا وقتی برگشتید، بدانید چه باید بکنید و آشفته نشوید. این کار قبل از ترک محل کار، این اطمینان و خاطر جمعی را به شما می دهد که تا فردا، لازم نیست نگران چیزی باشید، چون وقتی وارد محل کار تان شوید دقیقاً می دانید چه باید بکنید.

اگر این احتمال وجود دارد که در مورد مسائل حل نشده ی کاری تان بعد

خیلی از ما بدون آنکه بدانیم، شغل مان را با خود به خانه می آوریم. کار، استرس برانگیز است، اما وقتی که قرار است استراحت کنیم، از لحظه ای که پاراز محل کار مان به بیرون می گذاریم تا صبح روز بعد که دوباره به آن بر می گردیم، معمولاً اجازه می دهیم استرس کاری همراه ما وارد محیط خانه شود.

دلایل زیادی وجود دارد که چنین می کنیم، اما برای اینکه چرا باید آن را متوقف کنیم، دلایل بسیار مهم تری وجود دارد. برای تان می گوئیم چگونه می توانید آگاهانه استرس کاری تان را در محل کار خود جا گذاشته و بدون آن پایه محیط آرامش بخش خانه بگذارید تا هم از میزان استرس شما و سایر اعضای خانواده کم شود و هم شادتر و راضی تر باشید.

چطور کار مان را با خود به خانه می بریم؟

در مسیر برگشت، به آن فکر می کنیم؛ مسیر محل کار به منزل می تواند زمانی برای لذت بردن از شروع تایم استراحت باشد یا زمانی برای فکر کردن در مورد استرس های روزی که پشت سر گذاشته ایم؛ مرور ذهنی اشکالات و مسائل ریز و درشت و اندیشیدن به هر چیزی که در چالش های کاری روی دوش ما سنگینی می کند، این انتخاب خود ماست. واقعیت این است که در بیشتر موارد افراد، دومی را انتخاب می کنند در حالیکه اولی، یعنی لذت بردن از تمام شدن تایم کاری، بسیار مفید تر است.

مشکل اینجاست که اگر اجازه دهیم استرس همراه ما باشد، می تواند بیشتر و بزرگ تر هم بشود. اگر این جملات برای تان آشناست پس وقت آن است که از مسیر برگشتن به خانه تان جهت رها شدن از استرس استفاده کنید.

در مورد مشکلات کاری مان با همسر مان حرف می زنیم

شکایت از کار و مسائل مربوط به آن پیش همسر مان، یکی از مشغولیات افرادی است که شغل های پر استرس دارند. شاید در لحظه ی اول خوب به نظر برسد اما به مرور زمان اثرات مخربی خواهد گذاشت. هر چند سرکوب احساسات هم راه درستی نیست اما اگر زمانی را که می توانیم در کنار عزیزان مان به خوشی سپری کنیم، با پرداختن به تمام استرس ها و دغدغه های کاری، از دست خواهد رفت. طبیعتاً هر چه زمان کمتری را به شکایت و آه و ناله کردن اختصاص دهیم، زمان بیشتری برای پرداختن به چیزهایی خواهیم داشت که ما را شاد و راضی می کنند. خودتان بررسی کنید و ببینید در هفته چقدر برای شکایت و انتقال استرس خود وقت می گذارید و چقدر برای سایر کارها وقت باقی می ماند...

را منظم و به دور از آشفتگی نگه داریم. یکی از موثرترین شیوه‌های همیشه مرتب نگه داشتن محیط منزل این است که هر چیزی را بعد از استفاده، فوراً سر جای خود بگذاریم. سایر تکنیک‌ها را خودتان با توجه به شرایطی که دارید بهتر می‌توانید پیدا کنید. اولین ویژگی یک خانه امن و آرام، نظم و ترتیب آن است.

با خودتان مهربان باشید

به چیزهای کوچکی فکر کنید که می‌توانند لبخند به لب‌های شما بنشانند. این شادای‌های کوچک که روانشناسان به آن «دلخوشی» می‌گویند می‌توانند به میزان چشمگیری روحیه‌ی ما را تقویت کنند و از استرس ما بکاهند. این دلخوشی می‌تواند یک فنجان چای باشد، یا تماشای یک برنامه‌ی کمدی مورد علاقه‌تان و یا یک پیاده‌روی با یک دوست، یا یک دوش آب گرم و یا هر چیزی که کمی لذت به شما بدهد. سعی کنید دلخوشی‌های متنوعی داشته باشید تا دلزده نشوید. شما لایق این خوشی‌ها هستید.

تمرکز فکری را تمرین کنید

تحقیقات علمی نشان داده‌اند آنهایی که به سطح ایده‌آلی از تفکر و خودشناسی رسیده‌اند بهتر می‌توانند در لحظه متمرکز بمانند و حواس‌شان را از استرس‌ها و اضطراب‌های گذشته پرت کنند. در نتیجه توانایی‌شان برای رها کردن استرس‌های شغلی و لذت بردن از زمانی که در آن هستند بیشتر است و به راحتی با هر چیز کوچکی، شاد می‌شوند.

تمرین‌های تمرکز را انجام دهید تا شما هم بتوانید با تمرکز در زمان حال، شرایط مطلوب‌تری برای خود و خانواده‌تان ایجاد کنید و مقاومت‌تان را هم در برابر تمام مسائل استرس برانگیز زندگی افزایش دهید. یوگا و مدیتیشن نمونه‌های موثری از این دست تمرین‌ها هستند.

حامی پیدا کنید

اگر نیاز دارید در مورد دغدغه‌های‌تان حرف بزنید خوب است یک فرد حامی که بتواند در این شرایط پشتیبان شما باشد و به حرف‌های شما گوش بدهد و این امکان را برای‌تان فراهم کند تا از استرس رها شوید، پیدا کنید. کسی که به احساسات شما احترام بگذارد، به شما کمک کند تمرکز از دست رفته‌تان را به دست آورید و خستگی‌ها و ناامیدی‌های شما را به خنده‌ها و امیدها تبدیل کند. گاهی یک دوست واقعی می‌تواند تمام این کارها را بکند. اگر باز هم آنقدر آشفتگی و ناآرام بودید که همراهی یک دوست هم کاری از پیش نبرد می‌توانید به یک درمانگر یا روانشناس مراجعه کنید تا کمک‌تان کند استراتژی‌های غلبه بر استرس را یاد گرفته و از این حالت رها شوید.

برای اوقات غیر کاری‌تان ارزش قائل شوید

در پایان یکی از مفرح‌ترین و موثرترین راه‌های رها کردن استرس شغلی در محل کار این است که روی ارزشمند کردن ساعات غیر کاری، واقعا متمرکز شده و به آن توجه کنیم. یعنی تعادل کافی و مناسب را در زندگی داشته باشیم، زمانی برای تفریح و سرگرمی مورد علاقه‌مان در نظر بگیریم و داشتن روابط سالم و انرژی بخش را در برنامه بگنجانیم، عادات سالمی ایجاد کنیم که استرس را از ما دور کرده و هدف‌هایی برای خود در نظر بگیریم که ما به هیجان و انگیزه بدهد و برایش تلاش کنیم. بعضی وقت‌ها ما شاید لازم باشد واقعا هیچ کاری نکنیم و فقط بنشینیم و از زمان حال لذت ببریم، از هر آن چیزی که در لحظه روی می‌دهد، بلکه گاهی «هیچ کاری نکردن» تمام آن کاری است که باید انجام دهیم!

از ورود به خانه هم فکر نکنید و استرس بگیرید، می‌توانید پیش دستی کنید و لیستی از راه‌حل‌های ممکن را که قرار است تا خانه با شما بیایند تهیه کرده و در دفتر کارتان بگذارید تا به خودتان یادآوری کنید که به اندازه‌ی کافی روی‌شان فکر کرده‌اید و حالا دیگر وقت رها کردن و استراحت کردن است. فردا که به محل کارتان برگردید، شرایط برای‌تان واضح‌تر و بهتر خواهد بود.

برای بعد از تایم کاری‌تان، برنامه داشته باشید

درست مانند بچه‌ها که اگر ساعت خواب مشخص داشته باشند، بهتر و با کیفیت‌تر می‌خوابند، شما هم اگر روتین مشخصی برای بعد از پایان کارتان داشته باشید، خیلی بهتر می‌توانید بعد از یک روز سخت کاری، ذهن‌تان را استراحت دهید. حتی این کار باعث می‌شود یک عادت ذهنی برای ریلکسیشن روحی داشته‌و از استرس رها شوید.

روتین شما می‌تواند شامل چیزهای ساده‌ای چون یک تنفس عمیق و با تمرکز، هنگام خروج از محل کار باشد تا آگاهانه به خود یادآوری کنید که اکنون هم از نظر جسمی محل کارتان را ترک می‌کنید و هم از نظر ذهنی. یکی از خیره‌های مسائل زناشویی توصیه می‌کند، یک تنفس عمیق، تکان دادن دست‌ها و پاها به عنوان رها کردن‌شان از استرس و کار و... و گذاشتن تمام مسئولیت‌ها و استرس‌ها در پشت در، کمک زیادی در این زمینه می‌کند.

می‌توانید اگر وقت دارید به یک تفریح کوچک مورد علاقه‌تان بپردازید یا اینکه با یک دوست یا همسرتان به پیاده‌روی بروید. به هر حال این شما هستید که باید طبق سلیقه و روحیه‌ی خودتان، راهی پیدا کنید، آن را تبدیل به یک عادت کرده و ادامه دهید.

از مسیر برگشت به خانه و زمانی که برایش صرف می‌کنید لذت

ببرید

چه با اتومبیل خودتان به خانه برگردید، چه پیاده و چه با وسیله‌ی نقلیه‌ی عمومی، اگر استرس‌های کارتان را در ذهن داشته باشید یا اجازه دهید ترافیک و... روی شما اثر بگذراند، استرس‌تان بیشتر خواهد شد. اگر یک برنامه ریزی خوب داشته باشید می‌توانید از این زمان هم بهره ببرید نه اینکه مانعی دیگر برای خود بتراشید. یکی از راه‌ها این است که به کتاب‌های صوتی گوش دهید، با سوژه‌های تخیلی، طنز و یا هر چیز دیگری که فکر می‌کنید برای بهتر کردن حال‌تان مفید است.

گوش دادن به موسیقی هم یک تکنیک متداول برای کاهش استرس است. حتی می‌توانید هیچکدام از این کارها را نکنید و فقط با چشم‌های بسته بنشینید و در ذهن‌تان داشته‌ها و نعمت‌های خود را بشمارید، تمام آن چیزهایی را که می‌توانید بابت‌شان از خداوند سپاسگزار بوده و شاد باشید. با این کار نه تنها زمان‌تان می‌گذرد بلکه می‌توانید به یک چارچوب فکری مثبت‌تر دست پیدا کنید و برای وارد شدن به خانه و دیدار با عزیزان‌تان آماده شوید. مطمئن باشید تاثیر این رویکرد مثبت را آنها نیز به محض ورود شما خواهند دید.

وقتی به خانه رسیدیم چه بکنیم

برای خودتان یک محیط آرامش بخش ایجاد کنید

مساءعات غیر کاری زیادی را در خانه سپری می‌کنیم و به همین دلیل، باید محیط خانه‌مان جوری باشد که استرس‌های‌مان را آرام کند نه اینکه با ایجاد استرس، خسته‌ترمان کند. بهم ریختگی و بی‌نظمی، تاثیر واقعی و عمیق بر میزان استرس دارد پس خیلی مهم است که تا حد ممکن خانه



عادات‌هایی که سلامت شما را تهدید می‌کند

مراجعه متعدد به شبکه‌های اجتماعی بر روی اینترنت و تلفن همراه:

نتایج بررسی‌های محققان آمریکای جنوبی نشان می‌دهد، احتمال به وجود آمدن مشکلات خانوادگی منجر به طلاق در افرادی که به طور منظم از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، ۲ برابر است. سرزدن مدام به فیس بوک می‌تواند زمینه‌ی اعتمادی همسران را ایجاد کند.

چشم‌های خود را ماساژ می‌دهید

مالیدن چشم با بیماری به نام کراتو کونوس (Keratoconus) یا قوز قرینه ارتباط دارد که طی آن قرینه چشم ضعیف و نازک می‌شود. این امر به از دست دادن بینایی منجر می‌شود. از طرفی مالیدن چشمی که لنز دارد می‌تواند باعث گیر کردن لنز در پلک شود.

میز کار خود را شلوغ می‌کنید

وضعیت میز کار می‌تواند روی سلامت فرد تأثیر بگذارد. محققان مطالعه‌ای انجام دادند که طی آن به افراد منظم و بی‌نظم در محیط کار پس از گذشت ۱۰ دقیقه شکلات یا سیب تعارف شد. ۶۷ درصد از افرادی که در دفتر کار منظم مشغول به کار بودند، سیب را انتخاب کردند در حالی که ۸۰ درصد از افرادی که در دفتر نامنظم کار می‌کردند، شکلات را انتخاب کردند. محیط منظم در گرفتن تصمیمات درست موثر است.

در زمان نیاز رفتن به دستشویی را فراموش می‌کنید

اگر این فراموشی تکرار شود می‌تواند مشکلات جدی مانند عفونت مجاری ادراری و مثانه را ایجاد کند. ضعیف شدن عضلات مربوط به کنترل مثانه می‌تواند به بی‌اختیاری ادرار یا مدفوع منجر شود.

پژوهشگران علوم پزشکی می‌گویند اکثر افراد بدون آنکه متوجه باشند سلامت خود را به خطر می‌اندازید، خطراتی که شاید هرگز متوجه آن نمی‌شوند.

بادست‌های آلوده به صورت خود دست می‌زنید

برخی افراد مدام به صورت خود دست می‌زنند نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد، مردم در هر ساعت، حدود ۴ بار صورت خود را دست می‌زنند.

تحقیقات نشان داده است که میز کار هر فردی در مقایسه با محیط سرویس بهداشتی دارای باکتری بیشتری است. زمانی که به سطح میز پر میکروب دست می‌زنید، سپس پیشانی خود را لمس می‌کنید، احتمال بروز جوش در صورت افزایش پیدا می‌کند. اصطکاک‌ها که هنگام دست زدن به صورت ایجاد می‌شود، باعث انسداد منافذ پوست شده و حدود ۲ هفته صورت شما دچار جوش می‌شود.

مدت‌های بسیار زیادی در یک جامی نشینید و از روی صندلی خود حرکت نمی‌کنید

عمر افرادی که به مدت طولانی پشت میز یا مقابل تلویزیون می‌نشینند، در مقایسه با دیگر افرادی که مدت زمان کمتری در حالت نشسته هستند، کوتاه‌تر است. نشستن طولانی مدت برای سلامت مضر است و علاوه بر خطر چاقی مفرط، احتمال بیماری قلبی، دیابت و سکته را نیز افزایش می‌دهد. هر یک ساعت اضافه نشستن در روز، توانایی جسمی را تا ۵۰ درصد کاهش می‌دهد. نشستن طولانی مدت حتی اگر به طور منظم به ورزش بپردازید می‌تواند به سلامت شما آسیب برساند. بنابراین حداقل هر نیم ساعت از جایتان بلند شوید و کاری انجام دهید.

تقویت ایده‌پردازی در کودکان

روش‌های غیر مستقیم تلقین و تقویت ایده‌پردازی در کودکان

در این روش پدر و مادر پیوسته در حضور کودک‌شان در باره ایده‌های خود حرف می‌زنند. به این صورت که آنها هنگام اوقات فراغت خود با اندیشیدن درباره زوایای زندگی، به ایده‌هایی دست می‌یابند و آن را برای زندگی خود سودمند می‌دانند؛ آنگاه می‌توانند ایده‌های خود را در حضور فرزندان با همسرشان در میان بگذارند و درباره آن گفتگو کنند.

خواندن کتاب‌هایی درباره ایده‌پردازی

پیوسته کتاب‌هایی در باره روش‌های ایده‌پردازی و ایده‌های نو تهیه کنند و آنها را به خانه ببرند و در حضور فرزندان بخوانند و یا برخی نکات قابل هضم برای کودکان را برایشان بخوانند؛ اینکه کتاب را به هنگام خواندن یا پس از مطالعه در دیدرس و دسترس کودک بگذارند تا دست کم آنها با چنین عنوان‌هایی آشنا شوند و این مفاهیم در ذهن‌شان شکل بگیرد.

روش‌های مستقیم تلقین و تقویت ایده‌پردازی در کودکان

پدر و مادر می‌توانند با طرح مسائل جدی، چه مسائل مربوط به آینده امور شخصی فرزندشان و چه امور مربوط به خانواده و مدرسه و دوستان و جامعه رانزد او مطرح کنند و از خود او بخواهند برایش راهکار ارائه کند یا نگاه خود را در باره آن موضوع بیان کنند. اما برای اینکه کودک را به ایده‌پردازی راهنمایی کنند، می‌توانند به او بگویند این موضوع نیاز به فکر و مطالعه جدی دارد و او باید در باره آن موضوع به تفکر و مطالعه بپردازد و پس از آن اظهار نظر کند. این روش باید بارها در زندگی تکرار شود تا در ذهن کودک جا بیفتد که درباره مسائل زندگی اول باید تفکر کرد، سپس ایده‌پردازی.

دید و بازدیدها را دست کم نگیرید

خانواده‌ها می‌توانند دید و بازدیدهای خانوادگی را میان کودکان‌شان به زمانی برای ارائه ایده‌ها و بررسی آن اختصاص دهند. در این صورت همچنان که این دیدارها باعث نشاط روحی می‌شود به پرورش اندیشه و بهره‌گیری از توانایی‌های یکدیگر هم می‌انجامد.

منبع: ninishite.com

دور خود نیز ایده‌پردازی می‌کنند. ایده‌پردازی درباره آینده در پژوهش‌های بزرگی به نام مراکز «آینده‌شناسی» انجام می‌گیرد. این موضوع نشان می‌دهد ایده‌پردازی باید در زندگی و تصمیم‌گیری‌های جزئی و کلی همه شهروندان جهان جدید به‌ویژه کودکان وارد شود.

اولین راه آشنایی با ایده‌پردازی، آشنایی خانواده‌ها با آن و وارد کردن آن در ساختار آموزش و تربیت خانوادگی است تا فرزندان همچنان که مراتب رشد جسمی را طی می‌کنند، مراتب رشد فکری و ایده‌پردازی برای زندگی خود را نیز بیاموزند.

خانواده‌ها می‌توانند این موضوع را با به کارگیری روش‌ها و ابزارهایی دنبال کنند.

خیلی از پدر و مادرها دل‌شان می‌خواهد فرزندشان درباره بازی‌ها و کارهایی که انجام می‌دهد و حتی آینده‌اش ایده‌ای داشته باشد و آنها را به انجام برساند. رفتن به مدرسه، کلاس‌های آموزشی و آموزش مربیان و معلمان، در ایده دادن به بچه‌ها درباره برنامه‌های‌شان نقش دارند، اما پدر و مادر نقش مهم‌تری در این جریان دارند.

ایده‌پردازی یکی از ویژگی‌های رفتارهای انسان و جهان امروز است. برنامه‌های اصلی انسان و اجتماع - چه در قالب کارهای شخصی و خانوادگی و چه در قالب کارهای اجتماعی - انتخابی از ایده‌های نخبگان و اندیشکده‌ها و اتاق فکرها است. امروز جامعه‌های پیشرفته برای آینده‌های نزدیک و آینده‌های نه چندان



خلق و خوی کودک خودتان را بشناسید

سعی کنید خلق و خوی کودک خودتان را بشناسید.

مواردی که در پایین ذکر شده است هیچ کدام به معنای بد یا خوب بودن نیست و هدف ما این است که با توجه به این نوشته کودکتون رو بهتر بشناسید و انتظارات واقع بینانه تری ازش داشته باشید.

هیچ گاه سعی نکنید کودکتان را کاملاً عوض کنید به طور مثال کودکی که پر انرژی است، این یک ویژگی ذاتی اوست و شما باید به این تفاوت فردی کودکتان احترام بگذارید و دائم او را با خواهر و برادرهایش و با فلان فامیل و... مقایسه نکنید که تو چرا انقدر پر جنب و جوشی؟! به دقیقه آرام بگیر بچه!

و در ضمن این مساله رو هم بگم که اگر خودتون یا معلم فرزندتون حس کردید فرزندتون ویژگی های غیر عادی داره به طور مثال عدم تمرکز حواس، جنب و جوش بیش از حد و... بدون هیچگونه برچسب زدن کودکتون رو نزدیک روانشناس و مشاور کودک ببرین تا آن با توجه به مصاحبه و ارزیابی بالینی تشخیص بده و برنامه ی درمانی برایش اجرا کند.

۹ بعد خلق و خوی کودک کان:

۱- میزان فعالیت:

میزان انرژی جسمانی مشخص و آشکار در رفتار و فعالیت های روزانه.

کم انرژی → پر انرژی

در مدرسه کودک پر جنب و جوش است و هنگامی که باید مدت طولانی بی حرکت باقی بماند، بسیار تلاش می کند تا آن وضعیت را تحمل کند. ناآرامی و بیقراری او ممکن است فعالیت کلاس را مختل کند یا باعث شود که او در انجام دادن تکالیف با مشکل روبه رو شود. این انرژی می تواند بسیار مفید واقع شود، اگر بتوانیم آن را در جهت مثبت به کار بگیریم.

بر خلاف کودک پر جنب و جوش، کودکی هستند که میزان فعالیت پائینی دارند با آن که خود را با فعالیتهای مدرسه وفق می دهند، ممکن است نسبت به فعالیت هایی انگیزه باشند. کودکی با فعالیت کمتر، آهسته تر حرکت می کنند و ترجیح می دهند وقتشان را با کارهای غیر فعالی چون رنگ آمیزی، بازی بی سروصدا با اسباب بازی و تماشای تلویزیون و بازیهای رایانه ای بگذرانند.

۲- حساسیت یا آستانه حسی:

کودک از تغییرات محیط چقدر احساس نگرانی می کند. (میزان حساسیت لامسه، چشایی، بویایی، شنوایی و بینایی کودک).

حساسیت کم ↔ حساسیت زیاد

کودکان حساس به محیط اطراف آگاهی دارند و امکان دارد به شیوه های گوناگون ارتباط خود را با فعالیت قطع کنند. لباس ممکن است ایجاد خارش کند، صدا ممکن است باعث حواسپرتی شود یا صدایی ممکن است سفت و زمخت باشد. اغلب این کودکان نسبت به دیگر احساسات و افکار، هوشیاری بالاتری نسبت به دیگران دارند. کودکی با آستانه حساسیت کم ممکن است به آسانی حواس شان پرت نشود و بر روی عملکرد تحصیلی آنها تأثیر بگذارد. این کودکان نسبت به حساسیت های محیطی صبورتر هستند، ولی ممکن است به علائم هشدار دهنده، همچون زنگ مدرسه یا آژیر اعلام حریق دیرتر پاسخ دهند.

۳- قانونمندی (نظم پذیری):

قابل پیش بینی بودن اعمال کودک به سبب فعالیتهای عادی (مانند بیداری، گرسنگی و خسته شدن) روزانه.

پیش بینی پذیری کم → پیش بینی پذیری زیاد

کودکان قانونمند از کلاس ساختارمند لذت می برند، ولی ممکن است به دلیل تغییر در برنامه روزانه کلاس، مانند برنامه بازدید دچار مشکل شوند. از طرف دیگر، کودکی با نظم پذیری کم ممکن است با برنامه های مدرسه مشکل داشته باشند و باعث اختلال در کلاس شوند. با این حال، اگر برنامه مطابق روال عادی نباشد، آنها کمتر در درس ساز خواهند بود.

۴- تمایل نشان دادن (کناره گیری) و واکنش اولیه نسبت به

وضعیت جدید:

تمایل (نزدیکی) → کناره گیری

کودکان جسور تجربیات جدید را جذاب می دانند و بی درنگ مایل به تجربه کردن هستند. ولی کودکی هم هستند که پیش از درگیری با شخص یا فعالیت جدید، بیشتر مردد هستند و ترجیح می دهند بی میلی نشان دهند و تنها مراقب اوضاع باشند. البته با این کار ممکن است



کودکی که واکنش شدید دارد، با صدای بلند میخندد و گریه می کند. اشیاء را دوست دارد یا از آنها متنفر است و نسبت به آنها هیجانی شدید نشان می دهد. بنابراین آسان است که بدانند اشیاء در چه موقعیتی هستند. ولی کودکی که واکنش شدید ندارد، در زمان ابراز هیجانات خود، انرژی والدین یا معلمش را به شدت میخسکاند. کودکی هستند که واکنش ملایمی دارند و واکنش احساسی خود را نسبت به هیجانات آن چنان شدید یا ضعیف ابراز نمی کنند. سر و کار داشتن با کودکی که واکنش ضعیفی دارند آسانتر است، ولی والدین و معلمها باید ماهرانه علائم مربوط به مشکلات این کودک را شناسایی کنند.

۸- پایداری ↔ تداوم :

توانایی انجام دادن تکالیف بدون حواسپرتی، با وجود وقفه ها یا ناکامیهای درسی. (پایداری در انجام دادن یک کار یا نداشتن پشتکار) پایداری کم ↔ پایداری زیاد. پایداری زیاد مستقیماً با پیشرفت در تحصیلات آکادمیک مرتبط است. کودکی که پایداری زیادی دارد، هر چند امکان دارد به حد کمال برسد، ولی نمیتواند خود را قانع کند تا بپذیرد که کارش را به پایان رسانده است. او مایل نیست تکلیفش را به معلم تحویل دهد، چرا که احساس میکند آن را به اندازه کافی خوب انجام نداده است. کودک با پایداری کم ممکن است در مدرسه با مشکل روبه رو شود، چرا که انگیزه کافی برای ادامه کار ندارد، به خصوص هنگامی که تکلیف سختی داشته باشد، به آسانی دست از کار میکشد یا تقاضای کمک میکند، بدون اینکه مستقلاً سعی کند یا بتواند خود را به تمرکز و انجام دادن تکالیف ناتمام وادار کند.

۹- حواس پرتی :

گرایش به منحرف شدن توسط صدای بیرون یا وقفه های ایجاد شده حواسپرتی کم ↔ حواسپرتی شدید. حواسپرتی، مخالف پایداری نیست. ممکن است کودک به آسانی حواسش پرت شود و بعد از آن به سرعت به موضوع مورد بحث برگردد. کودک حواسپرت میتواند به همه چیز توجه داشته باشد، به هر چیزی که پیرامون او میگردد، حتی به افکار و رؤیاهای عادی خودش. در نقطه مقابل این رفتار، کودکی میتواند با وجود وقفه ایجاد شده متمرکز شود و به محرک های خارجی پاسخ ندهد. هر قدر این درجه بندی هادر دو انتها قرار داشته باشد، بزرگ کردن کودک چالش برانگیزتر خواهد بود.

منبع: دنیای روانشناسی

تجربیات جدید را از دست بدهند. به هر حال، میزان هوشیاری طبیعی باعث کاهش خطر پذیری در رفتارهای خطرناک می شود.

۵- انطباق پذیری (سازگاری) :

تطبیق با موقعیت های جدید. زمان مورد نیاز برای پذیرفتن تغییرات در برنامه یا جریان عادی. مدت زمانی که کودک برای سازگاری با افراد یا موقعیت جدید نیاز دارد. این صفت بر خلاف نزدیکی - اجتناب، به معنی سازگاری، پس از واکنش اولیه به تغییرات است.

دیر انطباق پذیر ↔ زود انطباق پذیر

کودکان انطباق پذیر معمولاً اوقات آسوده و راحتی را سپری می کنند، آنها تمایل دارند مطابق اوضاع پیش بروند. در مدرسه آنها آماده پذیرفتن تغییرات هستند. در عین حال، این کودکان آماده گرایش به رفتارها و ارزشهای نامطلوب همسالان خود نیز دارند. کودکان جدی که انطباق پذیری کمتری دارند، شاید کمتر آماده پذیرش جریانات منفی باشند، هر چند ممکن است خود را درگیر موقعیت های پر دغدغه و دشوار کنند. مشکلاتی بالقوه در کلاسی که تغییرات مکرری در آنجا صورت می گیرد، که البته تعداد این تغییرات در پایه های بالاتر افزایش پیدا می کنند.

۶- وضع روانی / حالت روحی :

گرایش کلی به سوی خرسند بودن یا ناکام ماندن. (دیدگاه کودک به جهان)

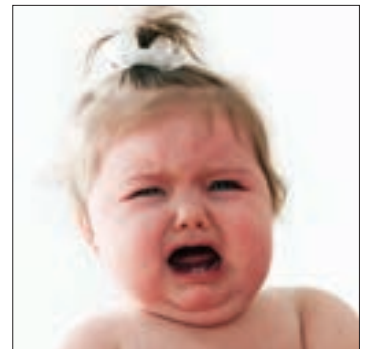
منفی ↔ مثبت

هنگامی که کودکان انواع هیجانات و واکنشها از قبیل خوشرویی تا افسرده بودن، خونگرمی تا بد خلقی را به نمایش میگذارند، زمینه بروز یک حالت کلی مثبت یا منفی در آنها مهیا می شود. کودک منفی ممکن است به سختی توسط اعضای خانواده، معلمان و همسالانش پذیرفته شود و این میتواند برای مراقبان او مشکل ایجاد کند، چرا که باید اختلال واقعی را از حالت روحی او تمیز و تشخیص دهند. کودکی که همواره در حالت روانی خوبی به نظر میرسد، به راحتی تطابق پیدا میکند، ولی ممکن است با تجربیات زندگی خود برخورد درستی نداشته باشد.

۷- شدت واکنش :

میزان انرژی که کودک در واکنشها نشان می دهد یا میزان انرژی و قدرتی که برای بیان احساساتش صرف می کند.

واکنش ضعیف به محرک ↔ واکنش شدید به محرک





▲ مهدیه شمس



▲ امیر حسین نسیمی



▲ رویا سلیمانی فر



▲ سپهر جعفری



▲ ابوالفضل سوخته‌زار



▲ مانده درویشی



▲ مهشید رحمانی اسکندری



▲ هلیا استرکی



▲ زهرا صبوری



▲ احسان عیدان



▲ محمد صدرا مختاری دوست



▲ علیرضا کتی



▲ پرینسا تقوی



▲ نگار کریمی



▲ بهینا صرامی



▲ امیر محمد شیخ طاهری



▲ حنانه رضایی



▲ سینا قربانی



▲ سارینا علیجانی



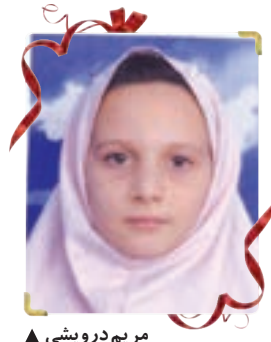
▲ الینا نعمت الهیان



کیان غیائیان



تینا عباسی ▲



مریم درویشی ▲



هلنا مرادی ▲



رضا نجفی ▲



ابوالفضل نصیری ▲



سید امیر طاهرا فراهانی ▲



عرفان زنده کار ▲



محمد متین اسلامی ▲



کیانادهنوی ▲



زینب نجف آبادی ▲



زهرا علینواز ▲



نگار گودرزی سرخی ▲



سید پارسا آزور ▲



امیر ماندگاری ▲



روژان مظفری ▲



آیدالامی نژاد ▲



کیمیا عسگری زاده ▲



محمد مسیح عظیمی ▲



حسین جانه ▲

۷۷

برترین‌ها

نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶

اسامی دانش‌آموزان و دانش‌جویان ممتاز ایرانول



امیر مهدی حسینی ▲



امیر علی محمدیان ▲



گلستا اسحاقی ▲



یکتا اسحاقی ▲



وانیا قلی‌نیا ▲



سحر محمدی ▲



آرین پیدنی ▲



عرشیا احمدی ▲



نارینا والیان ▲



سمیرا جلیوند ▲



آدرینا پیدنی ▲



زهرا اسفندی ▲



فاطمه حاجی‌پور ▲



آتنا زاله فرد ▲



حسین اسحاقی محب سراج ▲



سارا نازکی ▲



رضاری‌هاوی ▲



بنیامین سلیمانی ▲



دانیال جاسم بچاری ▲



محدثه اسحاقی محب سراج ▲



▲ محمدامین باقری پور



▲ زینب حاجی پور



▲ فاطمه صداتی اوغانی



▲ پرنیان بهرامزاده



▲ زهرا صدایی



▲ علیرضا یعقوبزاده



▲ عباس نصاری



▲ بردیا غانمی



▲ بیتا صارمی



▲ امیرعباس تفکری



▲ آیلین عنداله



▲ ابوالفضل رحیمی



▲ ستایش الماسی



▲ متین محمدی



▲ ایلین نورانی



▲ امیر مهدی طریقت رام



▲ بهار جهانی ایبانه



▲ نگار برتوی خواه



▲ آیناز زبیدی



▲ مهدی سماتی

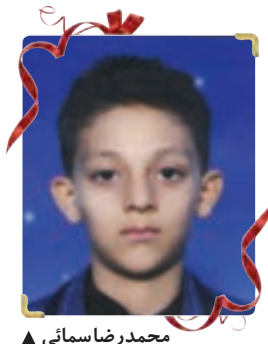
اسامی دانش‌آموزان و دانش‌جویان ممتاز ایرانول



سما نه محمدی ▲



محمد حسین آبشاری ▲



محمد رضا سمائی ▲



محمد حسین عسکری زاده ▲



زهرا سلطانی ▲



ابوالفضل شیرینی ▲



ابوالفضل نجف آبادی ▲



نرگس محمدیان ▲



پارمیس جعفری تفرشی ▲



مهسا آب نیکی ▲



امیر حسام گر شاسبی ▲



سجاد پاداشی ▲



سینا محمدی ▲



علی روحی کریمی ▲



پارسادشتی ▲



ال میرا امینی پویا ▲



زهرا صداتی اوغانی ▲



امیر محمد رحمانی ▲



مهدیار ابراهیمی ▲



حنانه احمدی ▲



ایلیا قربانلو ▲



تینا عباسی ▲



عرفان استاد آجانی ▲



علی قاسمی سهی ▲



زهرا محمودی ▲



فاطمه مؤمنی ▲



روناک مظفری ▲



عرشیا شعبانی ▲



فاطمه افرا ▲



مهدی عسکری زاده ▲



عسل رباط جزئی ▲



فائزه احمدی ▲



مسعود سامنی ▲



محمد حسین نامری ▲



ریحانه توکلی ▲



شایان برزگر ▲



حسین ولی زاده شهر آبادی ▲



متینا محمد کاشی ▲



هستی لایقی ▲



کهر بادستردی ▲



▲ مهسا فریدپورس



▲ زهرا فجر یهزاده



▲ هستی دشتی



▲ آراد بابائی



▲ سیده سرور موسویان



▲ الهه آشوبیان



▲ سیده مانده صدوقی



▲ امیر علی بهرامی



▲ ستاره نجف آبادی



▲ عبدالحسین ربی هاوی



▲ مهشاد رهبری



▲ رها نیکونام



▲ زهرا آقایی



▲ مبینا شکر الله زاده



▲ ستایش گودرزی



▲ فرشته صحرانورد



▲ رادین کریمی



▲ فاطمه جلالوند



▲ زهرا نجف آبادی



▲ تینا محمدی



▲ علی رضا محمودی



▲ امیر مسعود براتی زاینالی



▲ محمد حسین نامری



▲ دیانا احمد نژاد



▲ فاطمه صدایی



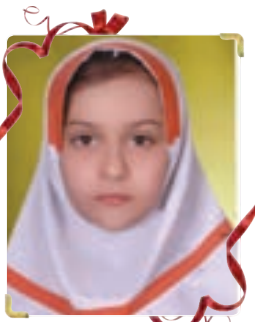
▲ حسن بقرائی



▲ زهرانراقی پور



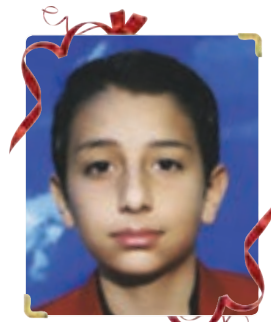
▲ علیرضا ترشده



▲ لیلا حمیدی



▲ علی عارف زاده



▲ مهدی بینایی



▲ پارسا خراسانی



▲ هانیه رضایی



▲ زهرا مهدوی



▲ مارال سلمان مرادی نعمتی



▲ امیر حسین گرشاسبی



▲ علی بهبودی



▲ رویا غانمی



▲ زهرا شعبانی



▲ امیر حسین براتی زاینالی

اسامی دانش‌آموزان و دانش‌جویان ممتاز ایرانول



پارسا خدری ▲



امیر مهدی حمیدپور ▲



عباس عبادی ▲



ملیکا طابان ▲



نگار فرامرزی ماجلان ▲



آنیسا زمانی ▲



امیر مهدی دادخواه ▲



فاطمه احمدی ▲



فهام فولادگر ▲



زهرا اکیانی ▲



زینب شکری قشلاقی ▲



سارا اخلاق دوست ▲



سید علی شوشتر بها ▲



محمد رضا بقلانی ▲



امیر محمد حسینی ▲



فاطمه حمیدی ▲



نازنین زهرا ازالی ▲



متین صدرنژاد ▲



پرستش بهرام زاده ▲



نازنین زهرا نازکی ▲



▲ مبینا محبوب نسب



▲ هستی مرادی



▲ حیدر عارف زاده



▲ رامتین رجب بلوکات



▲ مبینا صادقی



▲ آذین بیات



▲ محدثه نصیری



▲ امیر حسین غلامی



▲ علی لامی نژاد



▲ آتنا مظاهری



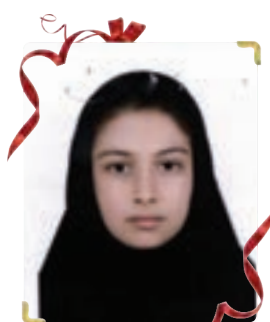
▲ محمود کریمی



▲ یونس مهدی پور



▲ هستی نژاد خراسانی



▲ سارا محمودی



▲ محمد امین پور طاهر زاده



▲ علی دهدار



▲ علی نواسری



▲ علیرضا لطفی



▲ فوآد نراقی پور



▲ مهدی عفتی



▲ نازنین زهرا باقری پور



▲ پارسا کشاورز



▲ نگین رضایی جم



▲ غزل روستانی زانیانی



▲ مهشید رحمانی



▲ مبینا جعبی



▲ غزل ضیعی



▲ ملیکا صالحی



▲ طاهما محمودی



▲ محمد پارسا حیدری



▲ آواسادات اردهالی



▲ ریحانه ایرانمنش



▲ عاطفه عبادی



▲ امیر حسین عبادی



▲ ریحانه سادات هاشمی



▲ ساغر غفاری



▲ امین احمدزاده



▲ آیدابیات جوزانی



▲ امیر محمد عزیزی



▲ امیر علی حیدری



▲ امیر علی فضلعلی



▲ محمد صدرا کاظمی



▲ علیرضارحیمی اردبیلی



▲ امیر حسین حیدری



▲ امیر عباس تفکری



▲ محمد مهدی مختاری



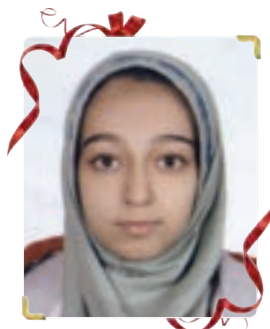
▲ نرگس محمدیان



▲ آیدا علویان



▲ زهرا اغلامی



▲ زهرا عابدی



▲ سمانه محمدی ثمرین



▲ علی محمدی امین



▲ علیرضا اشتاد



▲ علی قدیمی



▲ صبا نسیمی



▲ زهرا علینواز



▲ مهدد باپیران



▲ مرزیه محمدی امین



▲ زهرا جباری



▲ علی عابدی

اسامی دانش‌آموزان و دانش‌جویان ممتاز ایرانول



▲ عرفان علویان



▲ یلدا علویان



▲ زهرا شعبانی



▲ شروین مظهر



▲ پدرام قهریه



▲ نازنین زهرا صابر



▲ سینا گودرزی



▲ ستایش رضایی



▲ متین صدرنژاد



▲ پرینسا تقوی



▲ آویسا لطفی



▲ پوریا لطفی



▲ ریحانه انارکی



▲ پدرام شکراله‌زاده



▲ سید طاها طایفه



▲ محمد مهدی مقتصدی



▲ نگار کریمی



▲ ملیکا شیرزادی



▲ هلپیا رضاپور



▲ مریم رحمانی اسکندری



برترین‌ها

نشریه داخلی
شرکت نفت ایرانول

شماره ۷۶



نیوشا طاهریان ▲



بردیا حریری ▲



ملیکا اسلامی خطیر ▲



محمد متین اسلامی خطیر ▲



الناقناد ▲



رضا جلالوند ▲



فاطمه جلالوند ▲



عسل انصاری فرد ▲



حدیث بغلانی ▲



ساجده سلطانی ▲



سحر بغلانی ▲



فریبا هلالات ▲



پویا گلدار ▲



روزان رهبری طرقی ▲



مبینا نامری ▲



فاطمه مظفری ▲



مهنا تیز تک ▲



محمد رضا وثوقی ▲



سید محمد رضا موسوی ▲



سیده فاطمه موسوی ▲



▲ ابوالفضل نجف آبادی



▲ امیر رضا صمدی



▲ حسنا اشجعی



▲ یسنا اشجعی



▲ مهلا مومنی نژاد



▲ نارینا والیان



▲ مهران قاسمی فرد



▲ ابوالفضل رحیمی



▲ علیرضا اسماعیلی



▲ محمد بغلانی



▲ امیر مسعود براتی



▲ امیر حسین براتی



▲ آدرینا پیدنی



▲ علی قلی‌نیا



▲ محمد صالح ساجدی زاده



▲ هانیبه رضا پور



▲ مرضیه نظاری سده



▲ امیر علی نوروزی



▲ زهرا بغلانی



▲ الهه قلیزاده



▲ فاطمه غلامی



▲ ریحانه شریفی



▲ غزل روستایی



▲ مهسا فریادرس



▲ مهرسازار



▲ ایلیا حبیبی



▲ الینا حبیبی



▲ دینا جاسم بچاری



▲ آریانا لطیفی



▲ سمانه شکرالله زاده



▲ دانیال ترکچین



▲ امیرحسین رضایی



انتصابات شرکت نفت ایرانول در شش ماهه نخست سال جاری



علی کاظمی
سرپرست واحد
فروش و صادرات



پروانه علی محمدی
مدیر حسابرسی
داخلی



عابدین بهر مند
سرپرست واحد
مخازن و بلندیگ
پالایشگاه تهران



محمد رضا موسوی گورابی
سرپرست معاونت
تعمیرات و نگهداری
پالایشگاه تهران

مهندس عیسی اسحاقی مدیرعامل شرکت نفت ایرانول در احکامی جداگانه آقایان سیاوش افضلی را به عنوان قائم مقام خود در امور بازرگانی و معاون تولید و بهره‌برداری، علی کاظمی را به عنوان سرپرست واحد فروش و صادرات، شهاب عظیمی پور را به عنوان سرپرست شرکت احیاء روانکاران سپاهان، مرتضی حیدری را به عنوان سرپرست واحد HSE شرکت نفت ایرانول، علی بهروزی به سمت معاون اجرایی و سرکار خانم «پروانه علی محمدی» را به سمت مدیر حسابرسی داخلی شرکت نفت ایرانول منصوب کرد.

همچنین مهندس اسحاقی براساس پیشنهاد مدیر پالایشگاه روغن سازی تهران در احکام جداگانه‌ای آقایان عابدین بهر مند را به سمت سرپرست واحد مخازن و بلندیگ پالایشگاه تهران و محمدرضا موسوی گورابی را به سمت سرپرست معاونت تعمیرات و نگهداری پالایشگاه تهران منصوب کرد. موفقیت این عزیزان را از درگاه خداوند متعال در سمت‌های جدید خواستاریم.



سیاوش افضلی
قائم مقام مدیرعامل
در امور بازرگانی
و معاون تولید
و بهره‌برداری



علی بهروزی
معاون اجرایی



شهاب عظیمی پور
سرپرست شرکت
احیاء روانکاران
سپاهان



مرتضی حیدری
سرپرست واحد
HSE











































تسلیت

متأسفانه همکاران محترم پالایشگاه تهران و آبادان و دفتر مرکزی آقایان محسن ژاله، منصور نصاری، هادی کشتکار و یداله خورشیدی در غم از دست دادن پدر گرامیشان و همکاران عزیزمان آقایان مرتضی رحیمی، منوچهر رحیمی و ناصر نصرتی در غم از دست دادن مادر محترم مشان و جناب آقای جعفر پادمهر در غم از دست دادن پسر عزیزشان به سوگ نشستند.

فصلنامه ایرانول به نمایندگی از طرف تمامی همکاران مجموعه بزرگ ایرانول این ضایعه را به خانواده‌های این عزیزان تسلیت عرض کرده و از درگاه ایزد متعال برای درگذشتگان مغفرت و برای بازماندگان شکیبایی مسالت دارد.

ج د و ل

۱۵ ۱۴ ۱۳ ۱۲ ۱۱ ۱۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱

																	۱
																	۲
																	۳
																	۴
																	۵
																	۶
																	۷
																	۸
																	۹
																	۱۰
																	۱۱
																	۱۲
																	۱۳
																	۱۴
																	۱۵

۹۳

جدول

عمودی

۱. شوخی- اثری از جلال آل احمد- اهلی
۲. خدای طوفان و آسمان هندوان- جستجو و تفحص
۳. نجات دهنده- گفتگو- صنم- حکم حاکم شرع
۴. پوستین- رمان چخوف- مایع حیات
۵. اصطلاحی در ورزش کشتی- نژاد مردم ارمنستان- بیماری
۶. لقب کشور تبت- جانیشینی
۷. داد و فریاد مردم- نخستین سوره قرآن- فراش
۸. پوشش روی خانه- ثروتمند- از رودهای مهم ایران- تصدیق فارسی
۹. اسپد- کشور خوشبخت- پایتخت فیلیپین
۱۰. از شهرهای فارس- جوهر نشادر-
۱۱. اثر پا- جایزه سینمایی- رود آرام
۱۲. لنگه در- کار نسنجیده- حرف نگفتنی
۱۳. آماده و فراهم- آب روستایی- اندک- بی ریش
۱۴. سرانگشتان- رفیق ترکی
۱۵. یار رامین- بام فلزی- بام دنیا

افقی

۱. دشت و صحرا- وجود دارد- حوزه فرمانروایی
۲. آرایش وزیر- ولنگار- آخر چیزی
۳. نوعی قایق- کفش- دارای خلق و خوی جدی و غیر صمیمی
۴. چای قند پهلو- از شهرهای یزد
۵. ذهب- آش ماست- با
۶. سرزده و بی خبر- نوعی لباس زمستانی
۷. از خطاطان مشهور ایرانی- صندلی سنگی
۸. آب بسته- سخن چین- شهری در چرخ خیاطی- از رودهای اروپا
۹. تن- کشور اروپایی
۱۰. نظریه، اندیشه، فکر- شهر خربزه-
۱۱. حرف آخر- از گل‌های خوشبو- او
۱۲. پایبند به عهد- آرزوی عالی
۱۳. شهر باران- از شهرهای ایلام- زمان معین
۱۴. حرف تعجب- داج- از شهرهای آذربایجان شرقی
۱۵. همسان- شب عرب- از شهرهای آذربایجان غربی

روغن موتور مناسب برای انواع خودروهای بنزینی

<p>ایرانول RONIA پورشه، لکسوس، مرسدس بنز، ب ام و و سایر خودروهای ۲۰۱۰ به بالا</p>		<p>API SN SAE 5W40 SAE 10W40</p>	
<p>ایرانول ROYAL پژو ۴۰۷، هیوندای i30، ix35، ix55 و راکروز، جنسیس، آژرا، سوناتا، کیا سراتو، کارنیوال، اسپورتیج، موهای، ایتیمارنو کولیوس، توپوتا پرادو، لندکروز (بعد از سال ۲۰۰۹)، نیسان تینا، موراتو، فشقایی</p>		<p>API SM/CF SAE 5W40 SAE 10W40 SAE 10W50</p>	
<p>ایرانول RACING سیترون زانتیا، تندر ۹۰، مگان، سوزوکی گرند ویتارا، مزدا ۳، هیوندای ورنه، دنا، پژو (۴۰۵ و پارس)، انواع خودروهای سمند (سورن، سرپر، ELX)، فیات سی ینا، جیمرن، MVM (530, X33, 315)</p>		<p>API SL/CF SAE 10W40</p>	
<p>ایرانول TETRA سیترون زانتیا، تندر ۹۰، مگان، سوزوکی گرند ویتارا، مزدا ۳، هیوندای ورنه، دنا، پژو (۴۰۵ و پارس)، انواع خودروهای سمند (سورن، سرپر، ELX)، فیات سی ینا، جیمرن، MVM (530, X33, 315)</p>		<p>API SL/CF SAE 10W40</p>	
<p>ایرانول 206 پژو ۲۰۶، پژو ۲۰۷، رانا</p>		<p>API SL/CF SAE 10W40</p>	
<p>ایرانول 16000 مزدا ۳۲۳، توپوتا پرادو، لندکروز (قبل از سال ۲۰۰۹)، هیوندای آواتنه، JAC J5، پارس ELX، چری، Geely</p>		<p>API SL/CF SAE 20W50</p>	
<p>ایرانول 12000 نیسان ماکسیم، زامیاد، وانت باردو، تیبیا، رونیز، سرانزا، پیکاپ، پروتون (جنتو، ایمپیان)، وانت کاپرا، پاژن، انواع لیفان</p>		<p>API SJ/CF/CF-4 SAE 10W40 SAE 15W40 SAE 20W50</p>	
<p>ایرانول صبا انواع خودروهای پراید (نسیم، صبا، ۱۱۱، ۱۴۱، ۱۳۱، ۱۳۲)</p>		<p>API SG/CD SAE 20W50</p>	
<p>ایرانول 8000 پژو رُوا، پژو آردی، ریو (اتوماتیک، معمولی)، رنو بی کی، نیسان پاترول، پروتون ویرا، لندرور و MVM 110</p>		<p>API SG/CD SAE 20W50</p>	
<p>ایرانول 6000 وانت پیکان، وانت نیسان جونیور، وانت مزدا ۱۶۰۰، کاروان</p>		<p>API SF/CC SAE 20W50</p>	



تلفن واحد فروش: ۸۸۲۱۲۹۹۹
www.iranol.ir

برای آگاهی از روغن موتور مناسب اتومبیل خود نام آن را
به پیامک ۱۰۰۱۳۸۱ کنید

روغن موتور مناسب برای انواع خودروهای دیزلی

<p>ایرانول POWER</p> <p>اتوبوس ها و کامیون های نسل جدید ولوو، بنز و مان طراحی شده از سال ۲۰۱۰ به بالا</p>		<p>API CJ-4 SAE 15W-40</p>	
<p>ایرانول TOP ENGINE</p> <p>اتوبوس ها و کامیون های مان، ولوو، بنز، اسکاتیا و KING LONG طراحی شده از سال ۲۰۰۷ به بالا دارای تاییدیه ولوو</p>		<p>API CI-4/CF/SL SAE 10W-40 SAE 15W-40 SAE 20W-50</p>	
<p>ایرانول D-40,000 E III</p> <p>اتوبوس ها و کامیون های MAN و موتورهای دیزلی MTU دارای تاییدیه مان</p>		<p>API CI-4 SAE 10W-40 MAN M3277 MTU OIL3</p>	
<p>ایرانول D-17000 Plus</p> <p>انواع اتوبوس، مینی بوس و کامیون های بنز، اکتروس و اسکور، اتوبوس های شهاب، ولوو FM, NH, FH، کامیونت های ایسوزو، اتوبوس های 1312B, OM457LA، مگاترانس، HOWO انواع کمپرسی و کشنده، ماشین های کشاورزی، عملیات راهسازی و حفاری نظیر بیل هیدرولیکی، بلدوزر و گریدر و ...</p>		<p>API CH-4 SAE 15W-40 SAE 20W-50</p>	
<p>ایرانول D-9000 Plus</p> <p>اتوبوس های 137R, 457، ولوو F12, NL، کامیونت های سایبا دیزل، مینی بوس IVECO، ماشین های راهسازی نظیر بلدوزر و گریدر و ... که مجاز به استفاده از این روغن هستند.</p>		<p>API CF-4/CF/SJ SAE 10W SAE 15W-40 SAE 20W-50</p>	
<p>ایرانول D-7000</p> <p>خاور، کمپرسورهای قدیمی ولوو، ماک، داف، اتوبوس 302، ماشین های راهسازی و حفاری نظیر بیل هیدرولیکی، بلدوزر و گریدر و ... که مجاز به استفاده از این روغن هستند.</p>		<p>API CD/SE SAE 10W SAE 30 SAE 40 SAE 50 SAE 20W-50</p>	



تلفن واحد فروش: ۸۸۳۱۳۹۹۹
www.iranol.ir

برای آگاهی از روغن موتور مناسب اتومبیل خود نام آن را
به ۱۰۰۱۳۸۱ پیامک کنید

پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتری



لطفاً با توجه به ارزیابی خود از شرکت نفت ایرانول به موارد زیر امتیاز دهید و پاسخ‌های خود را به واحد روابط عمومی و تبلیغات ارسال نمایید. به شرکت کنندگان در نظر سنجی به قید قرعه جوایزی اهدا خواهد شد.

امتیاز					
بسیار ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	بسیار خوب	
					۱ میزان تطابق مشخصات فنی محصولات با معیار پذیرش شما
					۲ قابلیت اطمینان به کیفیت محصولات شرکت نفت ایرانول
					۳ علاقه مندی پرسنل شرکت نفت ایرانول در ارائه خدمات فروش
					۴ نظم و دقت پرسنل شرکت نفت ایرانول در ارائه خدمات فروش
					۵ سعی پرسنل واحد فروش در درک صحیح و سریع از نیازهای مشتریان
					۶ با ارزش بودن محصولات در مقابل وجه پرداختی
					۷ انعطاف پذیری شرکت نفت ایرانول در دریافت وجوه
					۸ تمایل به خرید مجدد محصولات شرکت نفت ایرانول
					۹ تمایل به خرید محصولات جدید شرکت نفت ایرانول
					۱۰ تمایل به معرفی محصولات شرکت نفت ایرانول به دیگران
					۱۱ راههای ارتباط مشتری با شرکت نفت ایرانول (فاکس، تلفن، وب سایت و...)
					۱۲ شهرت و اعتبار نام تجاری (Brand) شرکت نفت ایرانول
					۱۳ توجه و تمرکز شرکت نفت ایرانول بر اصل مشتری مداری
					۱۴ قابلیت اطمینان و اعتماد به شرکت نفت ایرانول
					۱۵ کیفیت بسته بندی ظروف فلزی (چیلیک، چهار لیتری، یک لیتری و...)
					۱۶ کیفیت بسته بندی ظروف پلاستیکی (چیلیک، چهار لیتری، یک لیتری و...)
					۱۷ رعایت جنبه های زیست محیطی در کیفیت بسته بندی محصولات شرکت نفت ایرانول
					۱۸ کیفیت کلی محصولات شرکت نفت ایرانول در مقایسه با محصولات رقبا
					۱۹ تحویل به موقع محصول
					۲۰ سهولت در برقراری ارتباط با پرسنل واحد فروش و در دسترس بودن آنها
					۲۱ نحوه برخورد پرسنل واحد فروش
					۲۲ در اختیار قرار دادن به موقع اطلاعات و سیاست های فروش مورد نیاز به مشتریان
					۲۳ پاسخگویی سریع به نیاز مشتریان
					۲۴ تسلط پرسنل واحد فروش بر مهارت های فنی و ارتباطی
					۲۵ کیفیت اطلاعات ارائه شده در مورد محصول و ویژگی های آن
					۲۶ کیفیت نحوه ارائه خدمات بعد از فروش
					۲۷ کیفیت کلی ارائه خدمات شرکت نفت ایرانول در مقایسه با رقبا
					۲۸ قیمت محصولات شرکت نفت ایرانول در مقایسه با رقبا
					۲۹ پاسخگویی به موقع به شکایات
					۳۰ کیفیت پاسخ های ارائه شده و اقدامات اصلاحی جهت رفع شکایات
					۳۱ برخورداری شرکت نفت ایرانول از تجهیزات و فن آوری های جدید
					۳۲ وضعیت ظاهری و آراستگی پرسنل واحد فروش

نام و نام خانوادگی:
آدرس:
تلفن:



شرکت نفت ایرانول



کیفیت را با روغن موتورهای ایرانول تجربه کنید

تلفن واحد فروش: ۸۸۲۱۲۹۹۹
www.iranol.ir



www.iranol.ir

