

راز صنعت

نشریه داخلی هلدینگ ریزکو

دوره جدید - شماره ۳ - اسفند ماه ۱۴۰۰



RISE FOR TOMORROW

risecoholding @riseco_holding

WWW.RISECO.CO

اهدای تندیس اجلاس سراسری یکصد مدیر پیشرو به مدیر عامل هلدینگ رایز کو





صاحب امتیاز: شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه راهبردی راز (رایزکو)
مدیر مسئول: میلاد شیران
مدیر پروژه: مهدی اسدی
گروه تحریریه: حسام الدین قاموس مقدم، مرصده امیر پناهی، فهمیه صاحبی، علی کریمی
مدیر اجرایی: سارا برمخشداد
گروه عکس: مهدی فرهمند، محدحسین بختیاری، احسان زینلی
طراح گرافیک و صفحه آرا: نرگس پاینده، رضا محبی، شیما جلالی
نظارت و اجرا: مژگان پاینده
ناظر چاپ: واحد تبلیغات و روابط عمومی رایزکو
نشانی: تهران، بلوار نلسون ماندلا، خیابان طاهری، پلاک ۸، دفتر مرکزی شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه راهبردی راز (رایزکو)

راز صنعت

نشریه داخلی هلدینگ رایزکو

دوره جدید - شماره ۳ - اسفند ماه ۱۴۰۰

فهرست

تزریق ساینرژي به سبک «رایزکو» ۳۲
 اوج هیجان در دوشنبه‌های ورزش و کار رایزکو ۳۴
 نوبرانه‌های ۲۰۲۱ ۳۶
 نکات ضروری برای یک مسافرت بهاری در نوروز ۳۸
 نفرات برتر آدیت فرآیند سازه گستر ۴۴

سرمقاله ۳
 این‌گونه «هوا»ی هوا را داشتیم ۱۳
 مگر می‌شود از خانه دل کند ۱۶
 مدیریت توسعه سرمایه‌های انسانی ۲۶
 بهره‌برداری موثر از تجهیزات با استفاده از شاخص (TEEP) ۲۸

اهم رویدادهای هلدینگ
رایزکو در سال ۱۴۰۰



توسعه صادرات، مهم‌ترین
دلیل حضور رایزکو در
«ایران پلاست»



این‌رود محصول جدید
بهمن موتور معرفی شد



درخشش رایزکویی‌ها در
مسابقات برون‌سازمانی



پیام نروزی مدیرعامل
هلدینگ رایزکو



زندگی‌هایی که با «مهر» و
«آب»، «بهشت» می‌شوند

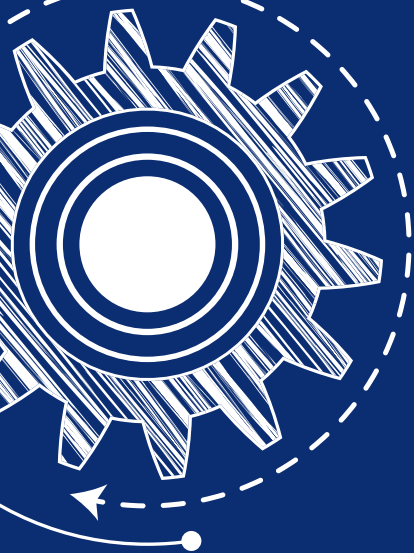


نخبگان در رایزکو دور هم
جمع شده‌اند



«آمپر» در «آینده» متولد
شد





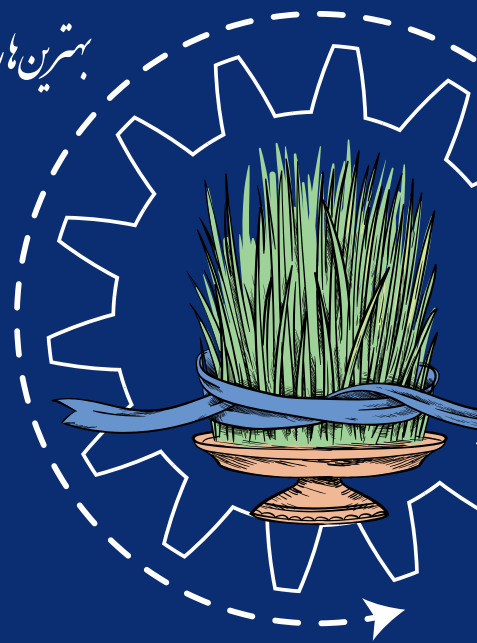
سبزمی پوشده اندام زمین
این هنرمندی دستانِ خداست
بهار زندگی نومی شویم
نوشدن، «راز» توانایی ماست
خانواده عزیزم

از طبیعت آموخته‌ایم که زمستانِ سرد، با تمام سختی‌هایش، نویدبخش بهاری سبز و زیباست.
مایه‌ی غرور و افتخار است که در مسیر سخت و پرتلاطم سالی که گذشت، همچنان در کنار شما،
عضو خانواده‌ی عزیزم «رایزکو»، روبه‌فرومای روشن قدم بر میداریم.
و امروز، بیش از هر زمان دیگری، امیدواریم و پرتلاش.

امید آن دارم که سال جدید، برای شما و هر آنچه در اندیشه دارید، سال «رسیدن» باشد.
بهترین‌ها را، برای شایانی که در کنار هم، ناممکن‌ها را به واقعیت تبدیل نموده‌اید، آرزو مندیم

احمد رضا صمدی

بهار ۱۴۰۱



همراه با افتخاراتی ارزشمند را ارائه نماید.

هم خانواده‌ی ارجمندم، رایزکویی نازنین سومین شماره مجله راز صنعت در پایان سال ۱۴۰۰ چون آئینه‌ای در تلاش برای بازتاب تفاخر حضور شما در این خانواده معظم، پیش رویتان قرار گرفته است اما می دانم بضاعتان قاصر است از روایت همه همدلی و شیرینی حضورتان در این خانواده بزرگ

قطعا راز این برخاستن و تجربه فردایی بهتر از بطن دلی است که ضمانت عمل عالمانه اش تنومندی درختی است که ریشه هایش قریب به سی سال پیش به تدبیر جناب دکتر حمیدرضا صمدی در آغوش خاک، استوار گردیده است. کارآفرین بزرگی که نهالی به نام رایزکو را بنا نهاد. و امروز، در سایه‌ی پهنه‌ای سبز، بزرگ و مشجر که آغازش را مدیون دستان توانا و ذهن بی بدیل ایشان است، درختان فراوانی به بار نشستند و خانواده‌ای بزرگ با دلی آسمانی تشکیل شده است. باشد که اتفاق ناب دیگری با همت و اراده‌ی همهی همراهان رایزکو در راه باشد که ضمانت ادامه آن رویشی است پایدار که با تلاش مضاعف جناب مهندس احمدرضا صمدی، فرزند ارشد خانواده‌ی رایزکو و نماد استمرار کارآفرینی، درایت، تلاش و انسان دوستی در این خانواده به بار نشست است. به امید فرداهایی که در سایه‌ی درختان بنا نهاده به دست ایشان، نوید دنیایی زیباتر را به قلب هایمان می دهد.

سال ۱۴۰۰ با همه‌ی فراز و فرودها به منزل آخر رسیده و طلوع قرن جدید با طنین خوش قدم‌های بهار، دلبرانه دلربایی می کند تا شوق سبزی و روشنی به وصال فردایی بهتر، بیش از پیش معشوق جان شود.

بهار نگارانه‌ی دوباره عاشقی و زندگی است و رویشی نو بر بستر تدبری گل‌رو که به قول و غزل رهی:

با نگاری چو گل تازه، روان شو به چمن
که چمن شد ز گل تازه، چو رخسار نگار

و این معجزه ناب خلقت است که مقلب القلوب در استمرار تدبیر لیل و النهار گردش سال و حال را مبنای تغییر قرار داده تا تمنای حول حالنالی احسن الحال از آستان حضرتش تلالو زرین آفتاب مهر و مهربانی باشد.

در این سال خانواده‌ی بزرگ رایزکو، مهر در مهر به همدلی روز و شب را گذرانند تا در مسیر آبادی و آبادانی و اعتلای ایران سهمی درخشان تر از قبل داشته باشد و همچنان نامی پر افتخار.

این مسیر پر بود از رویدادها و اتفاقاتی که فقط تعبیر و حس خوش در کنار هم بودن، معنابخش مهر افروزی این خانواده بزرگ شد.

و اکنون با دستانی پر و قامت و قدم‌هایی استوار با باور و اعتقادی راسخ، در طلیعه‌ی سال ۱۴۰۱ وارد مسیر جدیدی می شود تا در تلاشی مضاعف گامی بلند برای اعتلای این سرزمین اهورایی برداشته و تفاوتی شگرف محصول خرد، اندیشه و تیزبینی

سال نو بر شما مبارک و فرخنده که:

با پیام دلکش "نوروزتان پیروز باد"

با سرود تازه "هر روزتان نوروز باد"

شهر سرشار است از لبخند، از گل، از امید

تا جهان باقی است این آئین جهان افروز باد...

میلاد شیران

مدیر روابط عمومی

تبلیغات هلدینگ رایزکو





زندگی‌هایی که با «مهر» و «آب»، «بهشت» می‌شوند

سرچشمه وقتی پاک باشد، آتش هرز نمی‌رود. از دل کوه زاده می‌شود، راهش را پیدا می‌کند، می‌رود تا آخرین زمین‌های خشک و تشنه، جوانه می‌زند، سبز می‌شود، ساقه می‌شود، شاخه می‌شود، درخت می‌شود، سایه می‌دهد، بار می‌دهد و این زیباترین عاقبت برای قطره‌هاست؛ قطره‌هایی که راهشان را یک آدم راه‌بلد می‌سازد و می‌کشاندشان به سمت جاری شدن و باغ شدن و بار شدن. وقتی چترهای رنگی کوچک را بالای سر قطره‌ها می‌گذاری، خیالشان راحت می‌شود که دیگر هرز نمی‌روند و قرار است زندگی ببخشند.

این قصه کوتاه، سرگذشت هر روزه قطره‌هایی است که از دل کوه‌های سبلان زاده می‌شوند و دستی توانا به نام «مهرآب بهشت» می‌بردشان به سمت سرنوشتی زیبا. همین روزها سالگرد تولد کودکی است که نام با مسمای «مهرآب» را با پسوند «بهشت» بر آن گذاشتند تا زندگی‌های زیادی را با «مهر» و «آب»، «بهشت» کند. خواندن سرگذشت «مهرآب بهشت» از زبان کسانی که روزگاری کمر همت بستند تا این کودک نوپا به امروز پرافتخارش برسد، شنیدنی و لذت‌بخش است. اما ابتدا می‌خواهیم از برنامه‌های آتی بگوییم سپس گپ‌های خواندنی داریم با نخستین نیروی‌های «مهرآب بهشت»





© برنامه‌های بلندمدت مهرآب بهشت تا ۱۴۰۳ محقق می‌شود

مواردی که باید آن را از زبان رامین الفک مدیرعامل کنونی «مهرآب بهشت» شنید: «آذرماه سال ۹۶ کار به نقطه‌ای رسیده بود که خانم میررضایی بنده را به مجموعه معرفی کردند. ذات کار مهرآب بهشت تولید انبوه کالایی است که باید با سرعت بالا از فروشگاه‌ها خارج شود. کار مهرآب بهشت بسیار متفاوت است. دکتر صمدی و دکتر خسرو خاور ارتباطی تجاری داشتند اما در این بخش فعالیت بسیار متفاوت بود. صنعت مواد غذایی دائماً در حال تغییر است و همین موضوع باعث شد در آن دوره تغییراتی در حوزه فروش ایجاد شود. در واقع بنده به عنوان مدیر فروش به مجموعه اضافه شدم. البته در سال ۹۷ بنده از مجموعه جدا و دوباره در سال ۹۹ بازگشتم.»

او معتقد است «مهرآب بهشت این توانایی را دارد که یکی از بهترین‌ها در ایران باشد؛ بهترینی که هیچ وابستگی خارجی نداشته باشد. ما در صنعت آب معدنی ایران بهترین‌های زیادی داریم اما از بین تمامی آنها مهرآب بهشت این قدرت را دارد که بدون وابستگی به هیچ برند خارجی، به عنوان یک برند ایرانی کل کشور را پوشش دهد. در نتیجه زمانی که به تیم اضافه شدم تغییراتی را آغاز کردیم که براساس آنها به نتیجه مطلوب دست پیدا کنیم. کارهای امروز هم بر مبنای تغییراتی است که در گذشته پایه‌گذاری کرده‌ایم.»

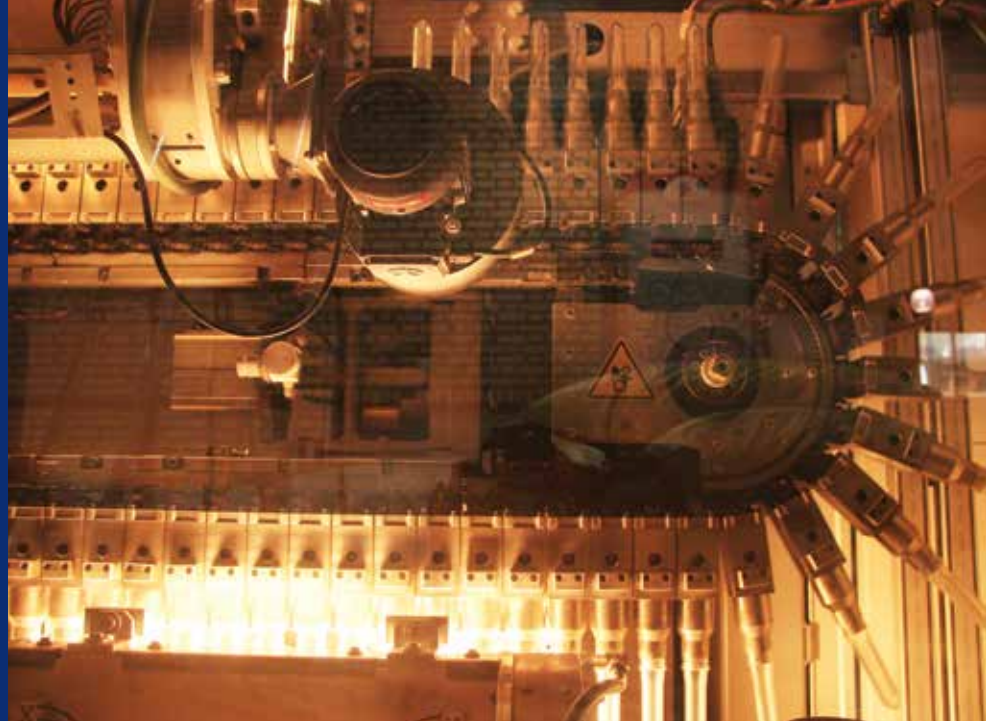
او ادامه می‌دهد: «ما تنها به عنوان اینکه تولیدکننده آب باشیم به آینده فکر نمی‌کنیم. چند نکته در تولید آب را در نظر داریم؛ اول آنکه چه چیزی

را به دست مصرف‌کننده بدهیم که از مصرف آن سود کند. به عنوان مثال کسی پت نیم لیتری را خریداری می‌کند که تشنه است اما می‌خواهیم کاری انجام دهیم که تنها تشنگی را رفع نکنیم بلکه مواد دیگری را هم به بدن برسانیم، به همین دلیل به دنبال برنامه‌ریزی هستیم که از نظر فروش برای همه مردم ایران قابل دسترسی باشد. البته در آب معدنی این کار بسیار بزرگی است. پس نکته مهم دیگر برای ما این است که آب تولیدی، سلامت‌محور باشد. در صورتی که این دو موضوع را اجرایی کنیم کار بسیار بزرگی در صنعت آب معدنی ایران انجام داده‌ایم.»

تا سال ۱۴۰۳ برای مهرآب بهشت هدف‌گذاری شده است: «این هدف‌گذاری به سهامداران نیز ارائه شده و خوشبختانه در سال جاری درست طبق برنامه در حرکتیم.» اکنون ۸۳ نفر در مهرآب بهشت مشغول به کارند که ۳۱ نفرشان در واحد تولیدی و مابقی در بخش توزیع و ستاد فعالیت دارند: «ما در تهران و مازندران دو سایت داریم. جالب است بدانید مازندران ویتترین برندهای ایران است و هر محصولی بخواهد قوی فعالیت داشته باشد در این استان حضور دارد و ما خوشبختانه لیدر توزیع و سهم بازار آب معدنی در مازندران هستیم.»

هدف مهرآب بهشت برای فروش. تحقق فروش مطلوب و مورد نظر و از سوی دیگر از نظر تعداد نفرات با طرح توسعه باید حدود ۵۰۰ نفر تا سال ۱۴۰۳ در مجموعه مشغول بکار شوند.

در حال حاضر مازندران و تهران را در اختیار داریم. البته تهران با توجه به وسعت باید به دو بخش تقسیم شود و باید شرق تهران فعال شود. همچنین اصفهان، شیراز و اردبیل نیز باید فعال شوند.



می‌کند: «زمین‌های مهرآب بهشت سال ۱۳۹۱ در اردبیل خریداری شد. در واقع داستان از جایی آغاز شد که دکتر صمدی و دکتر خسرو خاور دوست داشتند یک فعالیت تجاری تولیدی را راه‌اندازی کنند. درواقع به دنبال ایجاد خیریه‌ای بودند که چرخ آن به واسطه یک کار صنعتی بچرخد. در نتیجه تصمیم می‌گیرند در اردبیل یک کارخانه تأسیس کنند. اردبیل شهر پدری دکتر خسرو خاور است و دوست دارند استان اردبیل را آباد کنند. به همین دلیل زمین‌ها در اردبیل خریداری شد.»

او ادامه می‌دهد: «برای شروع کار هم با شرکتی به اسم فراسیس قرارداد بسته می‌شود تا تجهیزات و امکانات لازم برای یک کارخانه آب معدنی را ایجاد کنند. ساخت سوله آغاز می‌شود و خانم احمدی در آن زمان بعنوان مدیر به اردبیل فرستاده می‌شود. من در سال ۹۲ به تیم اضافه شدم البته من در تهران بودم و در آن زمان فقط ساخت کارخانه

در اردبیل بود و تمام کارهای دی‌دی واتر در تهران انجام می‌شد.» مهرآب، میررضایی را در ایران نگه داشته و او را پایبند «دی‌دی» کرده است: «من آن سال قرار بود از ایران بروم. دکتر خسرو خاور و دکتر صمدی انجمنی به نام مهندسی شیمی و پلیمر ایران داشتند و من هم دبیر انجمن علمی کل دانشگاه امیرکبیر بودم. دوستی داشتم که با دکتر خسرو خاور کار می‌کرد و از من خواست تا قبل از رفتن، در کارهای اجرایی انجمن به آنها کمک کنم. زمانی که برای مصاحبه رفتم، دکتر خسرو خاور تصمیم گرفت در کنار کارهای انجمن کارهای دیگری را هم انجام دهم. تا هفته بعد از آن یک پروژه به من دادند درباره اینکه برای یک آب معدنی چه نامی انتخاب می‌کنید و طراحی شما برای آن چیست. من تحقیقی انجام داده بودم و اسم آب معدنی را «ب» پیشنهاد داده بودم. به من گفتند چرا این اسم را انتخاب کردی و من

البتّه در استان اردبیل نماینده داریم اما باید به شعبه تبدیل شود. با توجه به میزان شرایط و امکانات در دسترس می‌توان گفت فعالیت ما با رقبا برابری می‌کند.»

او از مقوله‌ای به اسم «وفاداری برند» هم می‌گوید: «در ۱/۵ لیتری ۵۰ درصد وفاداری برند دیده می‌شود اما در بطری شیشه‌ای این موضوع وجود ندارد. تعریف ما این است که کسی که شیشه را می‌خرد تشنه نیست اما کسی که پت را می‌خرد برای رفع تشنگی خرید می‌کند. برندسازی آب کار بسیار دشواری است. شما اول باید با قدرت توزیع را انجام داده باشید سپس به سراغ برندسازی بروید. فراموش نکنیم در صنایع غذایی نیازمند تغییرات هر ساله هستیم.»

آیا برنامه‌های صادراتی هم پیش‌بینی شده است؟ رامین الفک این پاسخ را می‌دهد: «در حال حاضر این موضوع در حد فکر و ایده است.»

البتّه یکی از کشورهای پرمصرف عراق است اما اجازه ورود آب نمی‌دهد زیرا پت زیاد است. در امارات نیز صرفه اقتصادی ندارد. در واقع باید سهامداران مهرآب بهشت درباره این موضوع تصمیم‌گیری کنند. همیشه مهم‌ترین قسمت کار، بازاریابی و فروش است و در صادرات هم این نکته وجود دارد. ما در صادرات یا می‌توانیم آب را منتقل کنیم یا برند را. ما باید یک تصمیم بزرگ اتخاذ کنیم. اگر می‌خواهیم برند دی‌دی را به خاورمیانه ببریم کارخانه‌هایی وجود دارند و فقط موضوع فروش و بازاریابی است که باید انجام شود.»

حال زمان آن رسیده است که برویم به سراغ گذشته مهرآب و نیروهای قدیمی و ابتدایی آن؛ یکی از آنان، «نجمه میررضایی» است؛ دختری جوان که تا امروز در «دی‌دی واتر» مسئولیت‌های مهمی داشته است. میررضایی، تولد «مهرآب بهشت» را اینگونه روایت



البته من تنها کسی بودم که در اردبیل اسکان داشتم. در اواخر بهمن دیگر به سرما عادت کرده بودم. قرار شد ۱۴ اسفند مصادف با روز نیکوکاری کارخانه افتتاح شود؛ در حالی که خیلی از کارها انجام نشده بود. به همین دلیل دو تا سه تیم ضربت در نظر گرفته شد. تیم افتتاحیه هم کار خود را شروع کرد.

لیبل ما بسیار باریک بود و خیلی توانایی برای برش آن وجود نداشت اما یک شرکت آن را عهده دار شد؛ در حالی که در ایران کاتینگ آن وجود نداشت. البته تا ۱۰ اسفند لیبل را به ما تحویل نداده بود و من استرس شدیدی داشتم. تازه متوجه شده بودند که نمی‌توانند برش را انجام دهند. ۱۲ اسفند به ما گفتند چند رول قابل تحمل‌تر است و می‌تواند کار را راه بیندازد. این در حالی بود که تیمی ۱۵۰ نفری شامل مقامات را دعوت کرده بودیم اما ۱۲ شب ۱۲ اسفند به ما کار را تحویل دادند. جالب است که از پرواز جا ماندم و با اتوبوس راهی شدم. تا ساعت ۱۰ صبح که برسم اردبیل بیش از ۷ الی ۸ بار دکتر با من تماس می‌گرفتند و جویای حال من می‌شدند.»

او در ادامه از روز اولی می‌گوید که ماشین‌ها را برای فروش آماده کردند: «هفته اول تنها ۶ یا ۷ باکس آب معدنی فروختیم. خیلی سخت بود و باورمان نمی‌شد فروش آب معدنی اینقدر سخت باشد. البته قیمت ما بالا بود و نسبت به قیمت بالا مقاومت وجود داشت. واقعا دانش فروش را نداشتیم و همه بسیج شده بودیم و بعد از ظهرها در منطقه خودمان بازاریابی می‌کردیم. البته هنوز هم در مناطق خاصی آب معدنی ما را مشاهده می‌کنید.»

در این زمان دکتر خسرو خاور و دکتر صمدی تصمیم می‌گیرند مدیریت دی‌دی جابه‌جا شود: «به ما گفتند از دفتر فاطمی به دفتر یوسف‌آباد می‌روید. پس از آن به ما گفتند به دفتر جردن می‌رویم. فردای جابه‌جایی، دکتر صمدی جلسه‌ای برگزار کردند و گفتند قرار است پسرشان این مجموعه را مدیریت کنند. دکتر به من گفتند که برخی موارد را به پسرشان انتقال دهم. در این دوره کارهای خرید دستگاه شیشه و خرید شیشه از ترکیه را انجام داده بودم و به نوعی مشغول راه‌اندازی این خط بودم که تابستان سال ۹۵ نصب و راه‌اندازی شد. اواخر تابستان بود که اعلام کردم تمایلی به همکاری در دی‌دی واتر ندارم و به مهندس اعلام کردم اما گفتند فعلا دست نگه داریم و بعد از یک هفته برگشتیم و مهندس بنده را به عنوان مشاور خرید به آرسام بردند. یعنی هم‌زمان در دی‌دی و آرسام بودم.»

گفتم اولین آوایی که به زبان بچه می‌آید این است. در اوایل بهار ۹۳ برای طراحی با آقای شهیدی همکاری را آغاز کردم. در آن زمان دکتر به هر کجا که سفر می‌کردند هر آب معدنی‌ای که می‌دیدند شیشه‌اش را برای ما به ایران می‌آوردند. من یک قفسه داشتم که حدود ۵۰۰ شیشه آب معدنی در آن بود. در آن زمان برای طراحی بطری و لیبل شروع به بنچ مارک کردیم. ما سه رنگ انتخاب کردیم و از ایده رنگی‌رنگی بودن استقبال کردیم. برای شش رنگ اسم انتخاب کردیم و به هیأت مدیره بردیم که سه مورد انتخاب شد. البته سرفصل‌های آن را خودشان انتخاب کردند. پس از این موضوع به طراحی رسیدیم که این رنگ را بتوانیم نمایش دهیم. المان‌هایی را هم انتخاب کردیم. البته دی‌دی واتر قبل از بنده انتخاب شده بود اما دی‌دی از دیدن می‌آید و معنی چشمه‌ای که ما از آن آب را دریافت می‌کنیم گر گر به معنای دیدن است.»

او می‌گوید: «بطری را طراحی و آن را به ایتالیا فرستادیم تا برای آن قالب ساخته شود. بطری‌ها را ساختند و برای ما فرستادند. آن روزی که بطری‌ها بصورت بادشده از ایتالیا ارسال شد، بطری‌ها را به اورند آوردیم تا تاییدیه مهندسان را بگیریم و این اولین باری بود که به اورند می‌آمد. اورند برای من خیلی جذاب بود.»

میررضایی از تایید بطری‌ها در تابستان همان سال می‌گوید و اضافه‌شدنش به تیم خرید و البته اجرای پردردسر گرفتن معافیت مالیاتی: «در آن یک سال تمامی ملزومات یک کارخانه را خریدیم. در آن زمان یکی از دستگاه‌ها ارسال شده بود، یکی باقی مانده بود و بنده اعزام شدم تا معافیت مالیاتی دستگاه‌ها را بگیرم. دو قطعه در دستگاه‌ها بود که نمی‌توانستیم برای آن معافیت بگیریم اما آقای دکتر صمدی گفته بودند تا معافیت نگیرم به دفتر نیایم. از ۸ صبح که کارت می‌زدیم می‌رفتم وزارت صمت و تا ساعت ۱۲ می‌نشستم آنجا. روز سوم کتاب قطوری به من دادند که مطالعه کنم و ببینم تبصره‌ای برای این قطعات پیدا می‌شود یا نه. روز چهارم در نهایت یک بندی برای این موضوع پیدا کردم و معافیت را گرفتیم. هم‌زمان با طراحی، تیم در حال تکمیل شدن بود.»

دی یا بهمن ۹۴ بود که دختر جوان «مهرآب» برای تجهیز سیستم اداری و آزمایشگاه کارخانه و دریافت استانداردهای لازم بعنوان نفر فنی معرفی شد و یک ماه در اردبیل ماند: «روز اول با کلی لباس گرم رفتم. یکی از روزها برف شدید آمده بود و مجبور شدم در کارخانه بمانم.

آنها بود.»

در حین راهاندازی شاید بزرگترین چالش، تردد و اقامت پیمانکاران بود که شامل پیمانکاران تاسیسات، ماشین‌آلات پرکن و خط اتوماسیون و سیستم‌های الکتریکال می‌شد اما یک روز همه چیز یخ زد: «یک روز صبح بیدار شدیم و دیدیم کل تاسیساتی که شب قبل نصب شده بود، یخ زده است. شاید این یکی از سخت‌ترین اتفاقاتی بود که در آن روزها رخ داد.»

کار با خط آب معدنی ۱/۵ لیتری شروع می‌شود اما با گذشت زمان و توسعه سبد محصولات، آب گازدار هم که خاص‌ترین محصول دی‌دی است به مرحله تولید می‌رسد: «گازی که وارد آب می‌شود باید به یک حجم استاندارد مشخص رسیده باشد که نه میزان تلخی آن در آب احساس شود، نه بی‌مزگی وجود گاز. تنظیم کردن این آب با توجه به ذائقه بومی مردم ایران کار بسیار سختی بود که این هماهنگی با مهندس احمد رضا صمدی انجام شد و طعمی که امروز بدون هیچ افزودنی در آب گازدار طبیعی داریم نشأت گرفته از ذائقه من و مهندس صمدی است. یعنی آنقدر از این آب تست کردیم و ترکیبات را تغییر دادیم تا به میزان استاندارد که در کشورهای خارجی استفاده می‌شود دست پیدا کردیم. کشورهای خارجی خیلی آب گازدار دوست دارند اما ذائقه مردم ایران گازغلیظ را نمی‌پذیرد. این ترکیب که بدست آمد، هم توانست تاییدیه مردم بومی را بگیرد و هم در بازار فروش و رستوران‌ها مورد توجه و استقبال قرار گرفت.»

اما شاید سخت‌ترین کار در آن دوران نبود تجهیزات در دسترس بود: «زمانی که در شهرک صنعتی تخصصی آب معدنی فعالیت دارید دور از امکانات بومی و شهری هستید و چالشی که در مقابل شرکت قرار داشت کمبود قطعات یدکی بود. یعنی روزی که من رسیدم یکی از دستگاه‌ها دچار مشکل شد که نه قطعه یدکی داشتیم، نه می‌توانستیم منتظر ارسال از تهران باشیم. زمانی که سیستم را روی برد تغییر مدار دادیم، خود شرکتی که تحت لیسانس آن کار می‌کردیم فکر نمی‌کرد بتوانیم دستگاه را تغییر مدار دهیم. یعنی انتظار نداشتند سیستم ایمنی بای‌پس شود و این امکان وجود نداشت. اما خط با تمام قدرت به کار خود ادامه داد تا زمانی که ما توانستیم قطعه معیوب را از تهران

خریداری کنیم و با اتوبوس به اردبیل برسانیم.»

اما کار در مهرآب جذابیت‌هایی هم داشته است: «به هر حال شرایط

تابستان آن سال، متناسب با قانون آن زمان بازار، فروش آب معدنی شروع می‌شود و نتیجه آن افزایش فروش است زیرا راه را پیدا کرده بودند: «با شروع این وضعیت دکتر صمدی و دکتر خسرو خاور کارهای مربوط به خیریه را شروع کردند. ابتدا از افرادی برای هیات امنا دعوت کردند. در این تیم هادی ساعی، لادن مستوفی و آقای شجریان بودند که البته بعد از مدتی رفتند و خانم قدس از محک هم حضور داشتند. در واقع سعی کردیم تیمی از سلبی‌ریتی‌ها انتخاب کنیم. یک سال گذشت و در سالگرد افتتاحیه دی‌دی اعلام کردیم که خیریه تاسیس شده است. در آن زمان یک ماه بود که از دی‌دی جدا شده بودم و به آرسام رفته بودم. در آرسام رئیس مهندسی بودم اما تابستان ۹۶ دوباره مهندس صمدی بنده را به هلدینگ بازگرداندند. این بار رئیس ارزیابی استراتژیک معاونت بهبود توسعه شدم. در مهرماه مهندس صمدی گفتند بعنوان قائم مقام به مهرآب بروم و کارها را انجام دهم. از مهر ۹۷ قائم مقام مهرآب بهشت شدم و شش ماه هم مدیرعاملی را بر عهده داشتم. در این مسیر مشکلاتی وجود داشت؛ بعنوان مثال شهرک ضد عفونی مخازن آب معدنی را کامل انجام نمی‌داد و با هزینه خودمان پاکسازی را انجام دادیم.»

میررضایی از آذر ۹۷ می‌گوید: «با آقای الفک وارد همکاری شدیم. روز اول جلسه‌ای پنج‌ساعته با ایشان داشتیم و ایشان خیلی از داستان دی‌دی خوششان آمد. درواقع دلی کار را شروع کردند و جالب است با استراتژی آقای الفک افزایش فروش داشتیم و روز بسیار خوشحال‌کننده‌ای بود وقتی متوجه شدیم برند ما را می‌خرند. پس از آن تیم فروش یک‌دست‌تر شد و قوانین بهتری وضع کردیم و در فروردین سال بعد مجبور شدیم قالب جدیدی بسازیم زیرا سفارشات افزایش پیدا کرده بود. آنقدر فروش در شمال خوب بود که یک شعبه در آنجا دایر کردیم. فروردین ۹۸ آقای گلزار را بعنوان مدیرعامل دی‌دی انتخاب کردند زیرا من باید به آرسام باز می‌گشتم. آقای الفک در تابستان آن سال رکورد فروش را ثبت کردند اما در مردادماه از مجموعه ما جدا شدند و در سال ۹۹ به مجموعه بازگشتند.»



◎ از روزهای سخت راهاندازی تا مردمانی مهربان در روزهای زمهریر

محمد گودرزی مدیر تعمیرات وقت مهرآب بهشت هم حرف‌هایی خواندنی دارد؛ از روزهای تاسیس و اوایل کار: «ما برای راهاندازی با توجه به فصلی که در آن قرار داشتیم و با توجه به موقعیت جغرافیایی استان آذربایجان و اردبیل، شرایط بسیار سختی را شاهد بودیم. یعنی یک زمستان پر برف داشتیم و منطقه‌ای هم که شرکت در آن واقع شده یعنی شهرک صنعتی تخصصی آب معدنی، مملو از برف بود که اولین چالش ما در آن شرایط رساندن نیروی انسانی و تجهیزات به منطقه و محل اقامت



محیطی و آب و هوا و مردمانی که در این منطقه برای راه اندازی کارخانه بسیار پر تلاش هستند، سرشار از جذابیت است. جالب است بدانید پس از سال‌ها دستگاه‌ها به تمیزی همان سال ۹۱ است که کارخانه راه اندازی شد و این نشان از تعهد این مردمان به کارشان دارد.»



محمد قریشی نیز از کسانی است که از اتفاقات آن سال‌ها و تولد «مهرآب بهشت» خاطراتی دارد: «من در افتتاحیه نبودم و در آن زمان مدیریت اجرایی با دکتر خسرو خاور بود. از سال ۹۴، مدیریت اجرایی مستقیم زیر نظر مهندس صمدی آمد و اواسط همان سال به دستور مهندس صمدی به جهت راه اندازی سیستم تولید و برنامه ریزی و مدیریت کیفیت و نزدیک شدن استانداردهای تولیدی بنده به این مجموعه آمدم. البته تحویل گیری خط شش هم در این زمان بود که به اتفاق مهندس گودرزی برای تحویل رفتیم. در این زمان مهندس گودرزی نقش بیشتری داشتند و پس از آن دستور دادند سیستم مدیریت کیفیت و برنامه ریزی نزدیک به شرایط موجود آن زمان را راه اندازی کنیم.»

تمامی نیروهای مهرآب بهشت به غیر از یک نفر ۱۰۰ درصد بومی بوده اند: «آن یک نفر هم مدیر پروژه احداث سوله مهرآب بهشت بود و باقی پرسنل در بهترین حالت ساکن اردبیل بودند و مابقی برای روستاهای اطراف. در نتیجه بحث آموزش پرسنل بسیار مهم بود.» محمد قریشی اولین باری که به اردبیل می‌رود، انبار را تا سقف پر از محصول می‌بیند و همانجا مهندس صمدی دستور تخلیه می‌دهد:



«دستور دادند انبار باید بطور کامل تخلیه شود و همه به تهران آورده شد. در همین زمان برنامه‌ریزی‌ها انجام و تولید براساس سفارش فروش انجام می‌شد. کم‌کم تیم فروش شکل گرفت و نمایندگی فروش کشوری ایجاد شد و خیلی سریع موجودی انبار آرسام تخلیه شد. پس از آموزش، نفرات بومی مجموعه که کار صنعتی انجام نداده بودند آماده کار با نرم‌افزار بودند. ما آموزش را با اکسل آغاز کردیم.» قریشی از خاطره یک روز خیلی سرد می‌گوید: «هوا سرد و یخبندان بود. همیشه می‌گویند به هوای اردبیل اطمینان نکنید. یک روز در کارخانه بودیم که هوا بد شد و در کارخانه ماندم. ۸۰ درصد پرسنل ساعت ۵ می‌رفتند اما دیدم ساعت نزدیک ۶:۱۵ دقیقه صبح است و همه حاضرند و کسی نرفته است. پرسیدم اتفاقی افتاده؟ گفتند بخاطر هوا تصمیم گرفتیم نیم‌ساعت دیرتر برویم تا همه در یک زمان حرکت کنیم و کسی در مسیر گیر نکند. این اتفاق خیلی برای من ارزشمند بود. یعنی ۲۰ نفر حاضر شدند برای چند نفر منتظر بمانند تا کار تمام شود و سپس همه با هم حرکت کنند. من هم آن شب با سرویس برگشتم و حال خوبی داشتم.»

مهرآب بهشت از نظر کارخانه و تجهیزات تولیدی، سطح خوبی دارد: «به قول مهندس صمدی ما انگار داریم با بنز مسافرکشی می‌کنیم. یعنی سطح تجهیزات در این حد است. در هشت ماهی که بنده مدیر فروش بودم با شرکت‌های آب معدنی بزرگ جلسه گذاشتیم و در بازدیدها مشخص شد اصلاً تجهیزات آنها با ما قابل مقایسه نیست. خوشبختانه در سال ۹۷ ظرفیت ما کامل پر شد.»

برای تولید آب معدنی باکیفیت، باید مواد اولیه باکیفیت در اختیار داشت و دی‌دی واتر از همان ابتدا به دنبال تولید آب معدنی لوکس بود: «از همان ابتدا به مواد، طرح بطری، وزن بطری و ... بشدت دقت شد. زمانی که در فروش بودم خیلی سخت بود آب معدنی تولیدی در اردبیل را در بندرعباس بفروشیم اما یکی از موارد آن بود که در زمان احداث حتی به نوع آب هم توجه می‌شود و ما اولین تولیدکننده آب معدنی با بطری شیشه‌ای هستیم. یعنی این سیاست اولیه هیأت‌مدیره بود. در سال ۹۵ بطری‌ها را از ترکیه وارد می‌کردیم که کیفیت بی‌نظیری داشت. اما پس از آن سعی کردیم بطری‌ها نیز ساخت داخل شود. در سال ۹۷ دستگاه پریفرم‌سازی به مهرآب بهشت اضافه شد و مواد اولیه این بطری‌ها با اسم پت ... از جنس گرانول است. شبیه لوله آزمایشگاه است که درب ندارد. این مواد در وزن بطری اثرگذار است. ما سال ۹۴ این گرانول را از بورس می‌خریدیم و پریفورم را هم از داخل می‌خریدیم اما از سال ۹۷ به بعد تمام کارها را خودمان انجام می‌دهیم یعنی آب را وارد خط و بسته‌بندی می‌کنیم و به بازار عرضه می‌کنیم. ما ایستگاهی به اسم باد کن داریم که پریفورم را به بطری تبدیل می‌کند. این یک فرآیند تزریق حرارت دارد. پریفورم‌ها در قالب قرار می‌گیرد و باد می‌شود. سپس وارد خط تولید می‌شود و قبل از آن شست‌وشو انجام می‌گیرد. البته فراموش نکنیم آب معدنی با آب آشامیدنی متفاوت است. اکساب هم آبی است که اکسیژن به آن اضافه شده است.»

و نتیجه همه این اتفاقات ریز و درشت، امروز در رنگ‌های سبز و صورتی و آبی خلاصه می‌شود که به زمین و آدم‌هایش جان می‌بخشد. آموزش و آگاهی در خصوص سرطان پستان بانوان، حفاظت از محیط زیست و کمک به توسعه و آموزش کودکان بی‌سرپرست و بدسرپرست، فرزندان زیبای قطرات پرمهر دی‌دی واتر هستند.



نخبگان در رایزکو دور هم جمع شده اند

سیستم های نوین جذب نیرو در رایزکو

به همین بهانه در «رازصنعت» گزارش کاملی از نمایشگاه کار دانشگاه صنعتی شریف تهیه کرده ایم.



📍 رایزکو پیشرو در سیستم های نوین

در ابتدا برویم سراغ محسن ناقدی قائم مقام اجرایی مدیرعامل هلدینگ رایزکو که به تازگی کار خود را در رایزکو آغاز کرده است. وی با اشاره به اینکه چنین نمایشگاه هایی و استفاده از ایده نخبگانی که به غرفه مراجعه می کنند می تواند به اجرایی شدن اهداف تعیین شده در سازمان ها بیش از پیش کمک کند گفت: لازم است هلدینگ رایزکو به عنوان هلدینگ پیشرو، سیستم های نوآوری و افراد توانمند را جذب کند که امیدوار هستیم این نمایشگاه به تحقق این هدف کمک کند. ناقدی درباره چنین فعالیت هایی در هلدینگ رایزکو، افزود: این یکی از توانمندی های بخش خصوصی است که با راهبری مدیریت

صنعت امروز بیش از هر زمانی نیازمند حضور نیروی متخصص است تا با استفاده از این پتانسیل بتواند نیازهای خود را تأمین کند. این در حالی است سال های اخیر با تشدید تحریم ها که صنایعی همچون خودروسازی را گرفتار کرد، تأکید بر ساخت داخل و استفاده از ظرفیت های کشور بیش از پیش در اولویت قرار گرفت؛ اما همان طور که اشاره شد تحقق این هدف نیازمند نیروی متخصص است که دانشگاه خاستگاه اصلی آن خواهد بود. این موضوع بر اهمیت همکاری صنعت و دانشگاه می افزاید و به نوعی این مهم را محقق می کند.

امروز شرکت های دانش بنیان که عمدتاً از نیروهای جوان فارغ التحصیل دانشگاه ها راهی بازار کار شده اند، در حوزه ساخت داخل موفقیت های بسیاری از خود به جای گذاشته اند. حال دانشگاه شریف با برگزاری دوازدهمین نمایشگاه کار فرصتی را ایجاد کرده تا نیروهای متخصص فرصت های فعالیت خود را بیابند و در مقابل صنایع نیز بتوانند نیاز خود را تأمین کنند. هلدینگ رایزکو نیز از این فرصت استفاده کرده تا بتواند با شناسایی نخبگان، بخشی از نیاز خود به نیروی انسانی را تأمین کند. فراموش نکنیم نیروی انسانی رکن حیاتی یک بنگاه اقتصادی است که عمده موفقیت ها وابسته به آن است. رایزکو نیز در تلاش است تا با استفاده از راهکارهای جدید و به روز نیروهای نخبه را جذب و در کنار آن برندینگ کارفرمایی خود را تقویت کند.



◎ طراحی جذاب غرفه رایزکو

قدس معاون سرمایه‌های انسانی هلدینگ رایزکو نیز در ادامه این بازدید از دیگر افرادی بود که به گفت‌وگو با وی پرداختیم. قدس با اشاره به نمایشگاه کار، بیان کرد: در بازدیدی که از نمایشگاه داشتیم مشاهده کردم افرادی که در این نمایشگاه شرکت کرده‌اند شاکله متفاوتی دارند. از شتاب‌دهنده‌های کاربایی شریف تا دیگر مراکز صنعتی قدیمی در این نمایشگاه حضور داشتند.

وی تصریح کرد: نوع جذب این مجموعه‌ها نیز متفاوت هستند و گاهی این موضوع در طراحی غرفه‌ها در نظر گرفته شده است. قدس با اشاره به غرفه هلدینگ رایزکو، بیان کرد: غرفه رایزکو فضای بسیار متفاوتی را ایجاد کرده است، یکی از مزیت‌های این غرفه دو قسمت بودن آن است. یکی جذب افراد در قسمت‌های مختلف هلدینگ رایزکو و دیگری قسمت مربوط به آمپر که مربوط به جذب افراد نخبه است.

وی افزود: خوشبختانه استقبال خوبی از غرفه رایزکو صورت گرفت و چیدمان و زاویه‌بندی غرفه به خوبی در نظر گرفته شده است.



◎ دواستراتژی مهم در دستور کار رایزکو

هومان سپهری مدیر توسعه سرمایه‌های انسانی هلدینگ رایزکو نیز درباره جایگاه نیروی انسانی در استراتژی‌های کلان این هلدینگ، اظهار کرد: بدون شک منابع انسانی از زیرساخت‌های توسعه‌ای هر سازمان و بنگاه اقتصادی محسوب می‌شود و برای توسعه آن شرکت‌ها استراتژی‌های متفاوتی اتخاذ می‌کنند. یکی از استراتژی‌هایی که کمک می‌کند شرکت‌ها تیم‌های کاری خود و بهره‌وری نیروی انسانی را افزایش دهند، آن است که در جذب دقت بیشتری داشته باشند تا نیروهای با کیفیت‌تری را بتوانند جذب کنند.

سپهری درباره برنامه‌های پیش رو در حاشیه نمایشگاه کار، اظهار کرد: برای بهبود سیستم‌های توسعه منابع انسانی دو مازول دیگر قابلیت فعال‌سازی دارد که نظام جانشین پروری و نظام مدیریت استعداد است.

به عنوان پشتیبان ایده‌های جدید و ایجاد گروهی همچون آمپر، به نخبگان کمک کرده و از مهاجرت آن‌ها جلوگیری می‌کند. وی درباره تفاوت نگاه رایزکو با مجموعه‌های دیگر بیان کرد: خیلی از شرکت‌های خصوصی در دیدگاه کلان به دنبال جذب نفرت نخبه هستند اما به نظر می‌رسد رایزکو این کار را در عمل انجام داده است. حضور فعال در این نمایشگاه حاکی از آن است که امیدوارانه به دنبال جذب نیروهای نخبه است. اتفاقی که در بخش دولتی کمتر دیده می‌شود.

ناقدی با اشاره به نگاه مدیر هلدینگ در پیشبرد این هدف، اضافه کرد: حضور در این نمایشگاه و ایجاد گروه آمپر حاکی از اجرایی شدن اهداف از سوی ایشان است. حضور در این نمایشگاه نشان‌دهنده میزان پشتیبانی از ایده جدید هلدینگ رایزکو است.



◎ نمایشگاه فرصتی برای تأمین نیازها

در ادامه به سراغ غرفه آمپر رفتیم و حال و هوای آن را از مهندس اکبرشاهی مدیرعامل مرکز نوآوری آمپر جویا شدیم. وی درباره حضور در نمایشگاه اظهار کرد: یکی از موضوعات اصلی در مجموعه‌هایی که در حوزه نوآوری در کشور فعال هستند، صورت مسئله منابع انسانی و به کار گرفتن نیروی نخبه است. برای حل این چالش راهکارهایی از جمله برگزاری مسابقات، ایجاد چالش که بستر آن در معاونت علمی و فناوری ما وجود دارد و همچنین شرکت در چنین نمایشگاه‌هایی برای ارتباط مستقیم با دانشجویان نخبه از دیگر راهکارهایی است که ما آن را در برنامه داریم.

اکبرشاهی تصریح کرد: با حضور در این نمایشگاه‌ها فرصتی برای معرفی بهتر خود داریم و از سوی دیگر ساختارهای ایجاد شده را به نمایش می‌گذاریم که محل مناسبی برای ارائه توانمندی‌های دانشی است. از سوی دیگر فرصتی است تا نیازهای خود را اعلام کنیم.

به گفته وی، خوشبختانه سرمایه‌گذاری خوبی در این زمینه از سوی هلدینگ رایزکو صورت گرفته تا فضایی باشد برای افرادی که می‌خواهند در مرکز ما مشغول به کار شوند و افرادی که می‌خواهند ایده‌های خود را اجرایی کرده و به نتیجه نهایی برسانند.

اکبرشاهی افزود: با توجه به هزینه‌ای که برای ایجاد این زیرساخت صرف شده و امکان استفاده از زیرساخت‌های موجود در هلدینگ رایزکو هم فراهم است، این محیط را برای حضور نفرت نخبه مناسب می‌کند. درواقع به جای مهاجرت ما راهکارهای مناسبی را به آن‌ها ارائه می‌دهیم. امیدواریم این محیط به اندازه‌ای جذاب باشد که بتوانیم نیازهای کشور را پوشش دهیم.

بیان کرد: نمایشگاه‌های کار چندین سال است که در کشور مطرح و توسط نهادهای مختلف و سایت‌های کاریابی برگزار می‌شوند که محلی برای جذب نیروهای دانشگاهی و محک زدن قدرت شرکت‌ها در جذب نیروهای متخصص است.

وی افزود: زمانی که نمایشگاه کار برای هلدینگ رایزکو مطرح شد، بررسی کردیم و دیدیم که تابه‌حال در این نمایشگاه شرکت نکرده‌ایم و این اولین باری است که در چنین رویدادی حضور داریم.

به گفته میر حسینی، این نمایشگاه کمک می‌کند تا جایگاه هلدینگ از نظر کارفرمایی را شناسایی کنیم.

وی با اشاره به موضوعات مطرح در بحث استخدام، تصریح کرد: شاید امروز تکنیک‌های متداول کهنه شده باشد زیرا مخاطبان سازمان‌ها تغییر کرده و ویژگی‌های خاص خود را دارند. امروز ما با نسل Z (نسل اینترنت) در بازار کار مواجه هستیم که دقیقاً در این نمایشگاه‌ها شرکت می‌کنند.

میرحسینی بیان کرد: امروز سازمان‌ها باید به دنبال ایجاد زنجیره تأمین منابع انسانی باشند که هلدینگ رایزکو در حوزه‌های مختلف با سیاست‌های متفاوت این موضوع را اجرایی کرده و به دنبال بهبود آن است اما نکته مهم ایجاد برند کارفرمایی است تا سازمان را بهتر معرفی و نسلی جوان و کارآمد را به هلدینگ رایزکو اضافه کنیم.

وی افزود: در برنامه‌های مدیریت توسعه این دو موضوع را جزء برنامه‌های آتی در نظر گرفته‌ایم. برای این موضوع نیازمند برخی ورودی‌ها هستیم که هنوز مهیا نیست اما در دستور کار واحدهایی که باید آن‌ها را ارائه دهند قرار داده شده است. یکی از موارد بحث تحلیل مشاغل و رده‌های سازمانی و تهیه شناسنامه مشاغل و شرح وظایف است. این موارد ورودی‌های سیستم‌های جانشین پروری و نظام مدیریت استعداد است. در این موضوع کانون ارزیابی هم به کمک ما خواهد آمد.

به گفته سپهری، برآیند این اقدامات کمک خواهد کرد تا نفرات موجود را بتوانند کنیم و سیستم‌ها دارای پایداری، ثبات و ریسک کمتری باشند.



تقویت برند کارفرمایی رایزکو

میرحسینی مدیر امور اداری هلدینگ رایزکو نیز درباره این رویداد،



سالروز تأسیس پرتو فرازان آویژه؛

این گونه «هوا»ی هوا را داشتیم



پرتو فرازان آویژه کیمیا
PARTO Farazan Avizheh Kimiya

برای مرور خاطرات آن روزها، بی تردید احداث این شرکت با اتفاقاتی همراه بوده که در گفت‌وگو با برخی از مدیران جدید و قدیم شرکت به آن‌ها می‌پردازیم.

ابتدا به سراغ مهندس پیام فرهنگندی مدیر امور داخلی این روزهای هلدینگ اما از قدیمی‌ترین نیروهای پرتو فرازان آویژه رفتیم.

◎ لطفاً از ایده تأسیس شرکت و روزهای ابتدایی آن برایمان بگویید.

از شروع کار شرکت چیزی نزدیک ۲ سال می‌گذشت که در خرداد یا تیر به بنده زنگ زدند برای حضور در شرکتی که زمینه فعالیت آن کاتالیست بود. برنامه‌هایی برای آن داشتند و پیشنهاد مدیرعاملی آن را به من دادند. بنده در تیر ۹۸ مستقر شدم. در آن زمان شرکت وسیله‌ای نداشت و تنها یک کوره و یک خط داشت که کل تولید آن در دو الی سه سال ۵۰۰۰ قطعه بود. کم تعداد بودیم در عمل تولید بسیار کمی داشتیم.

کار را با تجهیز بخش اداری آغاز کردیم و سیستم اداری را راه انداختیم. خط را درست کردیم، کوره دیگری ایجاد کردیم و سفارش گذاری صورت گرفت. برای کار بودجه تعریف شد و با حضور نیروهای تعریف شده تولید را آغاز کردیم. همکاری را با مگاموتور استارت زدیم. کار خیلی سختی بود زیرا از نظر مهندسی کسی در سازمان تجربه نداشت و نیروهای حاضر هم تخصص عمیقی نداشتند. آزمایشگاه هم مجهز نبود و برخی مواد در کشور نبود و ما مواد را وارد و ترکیب می‌کردیم.

به صورت موازی تجهیز کارخانه، اقدامات بازرگانی، مشتری یابی و... در دستور کار قرار گرفت. متأسفانه ذهنیت خوبی هم درباره کیفیت، قیمت و... وجود نداشت و این موضوع کار را سخت می‌کرد. خط شروع به کار کرد و تا مواد وارد شود ارتباط خوبی با مشتریان و رقبا ایجاد شد؛ به نحوی که بنده عضو انجمن کاتالیست شدم و با دانشگاه کاتالیست جلساتی برگزار شد تا همکاری مشترک شکل بگیرد.

توسعه پایدار نیازمند ثبات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. یکی از مواردی که غالباً از سوی کارشناسان به عنوان مؤلفه تأثیرگذار جدی بر آلودگی هوا و محیط‌زیست از آن یاد می‌شود، آلودگی‌هایی است که از سوی خودروهای با سوخت فسیلی ایجاد می‌شود، این آلودگی منشأ زیادی دارد، مواردی مانند، کیفیت سوخت، کیفیت خودروها و... اما در این میان خروجی‌های آگروز همیشه متهم اصلی است.

اما این متهم در دادگاه آلودگی هوا، قاضی مهمی دارد به نام کاتالیست؛ کاتالیست خودرو، قطعه تأثیرگذاری در کاهش میزان آلودگی هوا به خصوص در فصل زمستان است که با هدف فیلتر آلایندگی‌ها، روی آگروز قرار می‌گیرد.

کاتالیست قطعه‌ای متشکل از فلزات گران و بدنه اسفنجی شکل در داخل خودرو است. این قطعه، گازهای سمی ناشی از احتراق سوخت همچون مونوکسید کربن، اکسید نیتروژن، هیدروکربن و اکسید ازت را در یک فرایند شیمیایی، فیلتر می‌کند تا گاز نهایی خروجی از آگروز، پاک و بی‌خطر شود.

البته نمی‌توان گفت که کاتالیست خودرو، صد درصد آلایندگی‌ها را به خود جذب می‌کند؛ اما بخش زیادی از آن را در حدود ۹۰ درصد، فیلتر می‌کند. به عبارتی وجود این قطعه کوچک، تأثیر بسیار زیادی در کاهش آلودگی هوا دارد که این روزها، شهرهای بزرگ و شلوغ ایران را درگیر کرده است.

اما حالا که اندکی درباره کاتالیست گفتیم و با این عضو که نقش غیرقابل انکاری در کاهش آلودگی هوا دارد آشنا شدیم باید یادآوری کنیم که هلدینگ ریزکو از ابتدای تأسیس تلاش کرده سهم خود را در کاهش آلودگی هوا ایفا کند و در این راه قدم‌های زیادی برداشته است، یکی از قدم‌های مهم ریزکو تأسیس و راه‌اندازی شرکت پرتو فرازان آویژه بود، شرکتی که هم‌اکنون یکی از مهم‌ترین شرکت‌های تولیدکننده کاتالیست؛ قاضی بررسی میزان آلودگی‌های خروجی از آگروز خودروها است.

بیستم اسفندماه سالگرد افتتاح پرتو فرازان آویژه است و فرصتی



جامعه. در نتیجه اکثر افراد ترجیح می‌دهند کاتالیست را اجاره کنند و پس از معاینه فنی تحویل دهند.

◎ آیا محصولات پرتو فرازان از نظر کیفیت قابل رقابت با برندهای خارجی است؟

آن زمان که یکی از خودروسازان این قطعه را از خارج وارد می‌کرد به اسم پی جی ام ۴۰، واقعاً عددش ۴۰ نبود بلکه ۱۸ یا ۱۹ بود. چون دستگاه تست نبود قطعه با این عدد را به خودروساز می‌دادند. پس از آن ایران دلکو بود که آزمایش کرد و مشخص کرد ۴۰ گرم نیست. کیفیت محصولات ایرانی بهتر از خارجی بود اما در حال حاضر محصولات ما از کیفیت بالایی برخوردار است و از سوی دیگر امروز بحث فرآیند مهم است یعنی کارایی کاتالیست بیشتر شده است.

◎ هیچ‌گاه صادرات در دستور کار قرار نگرفت؟

موضوع صادرات برای عراق مطرح بود و حتی می‌توانستیم کاتالیست خودروهای هیوندای و سانتافه را هم تولید کنیم اما نیازمند سرمایه‌گذاری خاص خود بود و هنوز در ایران کسی این کار را انجام نداده است. البته ما امروز با استفاده از مهندسی معکوس برای فیدبکتی کاتالیست تولید می‌کنیم.

◎ جهش یک سال اخیر بی‌سابقه بوده است

همان‌گونه که گفته شد، شرکت پرتو فرازان آویژه در یک سال اخیر با تمرکز بر تولید کاتالیست سهم زیادی از بازار را در اختیار گرفته تا با تولید محصول کیفی علاوه بر افزایش رضایت مشتری در کاهش آلودگی هوانیز نقش‌آفرین باشد.

به همین بهانه سعید رازفر مدیر کاتالیست و لوله‌های فلزی و قائم مقام معاونت تحقیق و توسعه در ادامه این گزارش کمی بیشتر درباره کاتالیست برایمان می‌گوید

◎ ابتدا از حضورتان در پرتو فرازان آویژه بگویید

به‌طور تقریبی نزدیک به دو سال است که در پرتو فرازان آویژه مشغول

در زمینه قیمت و دانش فنی هم با رقبا جلسات زیادی داشتیم و به‌نوعی در شش الی هفت ماه کارهای اساسی انجام گرفت و باعث شد فروش عجیبی شکل بگیرد.

◎ این فروش به چه صورت بود؟

ما در سال نخست توانستیم ۸۵ درصد از میزان فروش را به صورت نقدی از خودروسازان دریافت کنیم؛ موضوعی که تقریباً بی‌سابقه بود. در واقع قیمت‌ها به‌صورتی بود که مبالغ را ماه به‌ماه دریافت می‌کردیم. ما در بهمن همان سال با تغییرات اعمال‌شده در کوره‌ها تست یک‌روزه برای تولید ۲۰۰۰ دست کامل را انجام دادیم البته تکنیک‌ها امروز تغییر کرده است. این تولید یک رکورد بود که ثبت کردیم و روتین نگه‌داشتن آن سخت است.

◎ به‌طور کلی پرتو فرازان چه اقداماتی انجام داد؟

تشکیل کارخانه و تغییر خط، افزایش سهم بازار و دستیابی به سهم ۴۰ درصدی و همچنین اخذ تأییدیه‌های کیفی از اتفاقاتی بود که رخ داد و ارتباط خوبی نیز با مشتریان برقرار کردیم.

◎ در آن زمان چند شرکت این محصول را تولید می‌کردند؟

در آن زمان حدود پنج شرکت فعال بود اما تنها شرکتی که خود واشکوت را تولید می‌کرد، ایران دلکو بود اما شرکت‌های دیگر قطعه سرامیک مونولیت را به‌صورت کت شده وارد می‌کردند. در حال حاضر نیز سه شرکت دیگر اضافه‌شده‌اند.

◎ چرا وارد بازار افترمارکت نشدید؟

کمی وارد شدیم اما این بازار کشش چندانی نداشت آن هم به دلیل قیمت بالای کاتالیست، چرا که این قطعه به دلیل تکنولوژی بالا و ارز بری زیاد قطعه‌ای گران محسوب می‌شود. به عنوان مثال برای خودروهایی مثل پراید و پژو امروز کاتالیست نزدیک به ۷ میلیون تومان قیمت دارد و این عدد کمی برای خودرویی که اکنون ارزان‌ترین خودرو بازار محسوب می‌شود نیست؛ آن هم برای قشر متوسط

به کارشده‌ام. در این مجموعه در گروه کاتالیست فعالیت خود را شروع کردم. پیش‌تر در گروه قطعات دیگر فعالیت داشتم اما در این مدت تمرکز من را روی کاتالیست گذاشتم.

◎ پرتو فرازان آویژه چه سهمی در بازار کاتالیست دارد؟

طی یک سال و نیم گذشته در حوزه کاتالیست جایگاهمان در بازار و در بخش قطعه‌سازی ارتقا پیدا کرده و این در حالی است که شرکت‌های رقیب نیز در این حوزه فعال اند و یکی از معتبرترین آن‌ها حضوری ۱۴ ساله در بازار دارد و به صورت تک‌محصول فعالیت می‌کند. درواقع ما توانستیم در این مدت کوتاه رقیب جدی این شرکت باشیم و این موضوع زمانی بیشتر احساس می‌شود که می‌بینیم شرکت رقیب در حال جنب و جوش برای رقابت بیشتر است تا سهم بازار خود را باز پس گیرد.

به جرأت می‌توان گفت از زمانی که پرتو فرازان فعالیت خود را آغاز کرد و به طور کامل جزء زیرمجموعه هلدینگ رایزکو شد، این جهش یک‌ساله بی‌سابقه بوده است. این جهش مدیون حمایت‌های دکتر صمدی و مدیران ارشد مجموعه است تا بتوانند جایگاهی که در قطعات دیگر داریم را برای کاتالیست هم ایجاد کنیم.

ما در بخش قطعات، تیمی را در مهندسی خود تعریف کردیم که به جرأت می‌توانیم ادعا کنیم شرکت‌های دیگر نمی‌توانند در برخی موارد با ما رقابت کنند. در حوزه کاتالیست نیز نگاه مدیران ارشد سازمان بر همین اساس است و طبق آن کار را پیش می‌بریم.

ما جهش خوبی در این بخش داشتیم که خودروساز هم به آن اذعان دارد. در مگاموتور خیلی کم‌فروغ بودیم و نتوانسته بودیم بهبود خوبی در کاتالیست ایجاد کنیم اما در این یک‌ساله جهش‌های خوبی داشته‌ایم. مهندس پاکدامن زحمات زیادی را صرف کردند و ما همیشه می‌گوییم ایشان و بنده کارشناس کاتالیست هستیم.

◎ آیا در بازار قطعات یدکی هم فعالیت دارید؟

در حال حاضر خیر اما هدف گذاری برای بحث صادرات داشتیم و با تیم فروش مذاکراتی داشتیم تا در زمینه صادرات و افترمارکت فضای خوبی را ایجاد کنیم. پایه گذاری‌های اول صورت گرفته و امیدواریم با این کیفیت قطعات به راحتی به این موضوع وارد شویم و هدف مجموعه در توسعه سبد کاتالیست را محقق کنیم.

◎ کاتالیست یک قطعه تکنولوژیک محسوب می‌شود.

استفاده از برند معتبر تا چه اندازه در کاهش آلودگی هوا تأثیر دارد؟

بدون شک برای کاهش آلودگی راهی جز کاهش آلاینده‌های خودروها نداریم. هر چند مطرح می‌شود سیستم‌های صنعتی هم اثرگذارند اما مثال ساده این است که شنگ‌های در چین یک آلاینده‌ی شدید داشت که سطوح استاندارد چاینا ۵ را مقرر کرد و با استفاده از آن به سطح کاهش آلاینده‌ی موردنظر خود رسید. امروز پکن یکی از شاخص‌ها در اپلیکیشن‌های آلاینده‌ی است. پکن ۱۰ سال پیش با پکن امسال بسیار متفاوت است زیرا استاندارد آلاینده‌ی‌های خود را تغییر داد. خودروها سهم بزرگی در آلاینده‌ی دارند و کنترل آن بسیار مهم است؛ یعنی بعد از بالا رفتن سن خودرو افزایش آگزاست

از حدی بالاتر رفت باید کاتالیست را عوض کنیم. معاینه فنی تا حدودی این کار را انجام می‌دهد اما می‌دانیم که خیلی جامع و کامل نیست. متأسفانه برای معاینه فنی کاتالیست اجاره می‌کنند و ... که شاید با کنترل و نظارت روی آن‌ها بتوان جلوی این کار را گرفت. اگر این اتفاق رخ دهد بدون شک تأثیر زیادی بر آلاینده‌ی خواهد داشت و آن را کنترل می‌کند. به اعتقاد بنده می‌توان شاهد کاهش ۵۰ تا ۶۰ درصدی آلودگی با این تغییرات بود. کیفیت کاتالیست‌ها باید بالا باشد و ما تمام توان خود را در این راستا متمرکز کرده‌ایم.

◎ استفاده از کاتالیست استاندارد اهمیت بالایی دارد

اما در ادامه این گزارش گفتگویی داشتیم با علیرضا نورعلی، مدیر اجرایی سایت کاتالیست در هلدینگ رایزکو.

◎ کاتالیست به چه میزان در کاهش آلودگی هوا تأثیر دارد؟

کاتالیست یکی از قطعاتی است که در کنار سایر قطعاتی که در هلدینگ تولید می‌شود تأثیر بالایی در کاهش آلودگی هوا دارد.

کاتالیست در خودرو وظیفه دارد گازهای آلاینده‌ای که حاصل از احتراق بنزین است را طی یک فرآیند شیمیایی به گازهای غیر سمی مانند CO₂، ازت و آب تبدیل کند و به همین دلیل کاتالیست نقش مستقیم در کاهش تولید آلودگی دارد.

◎ چرا کاتالیست های اجاره‌ای برای معاینه فنی استفاده می‌شود؟

ببینید کاتالیست عمر مشخصی دارد که بعد از ۸۰ تا ۱۰۰ هزار کیلومتر یا ۴ تا ۵ سال باید تعویض شود که البته با توجه به شرایط و کیفیت بنزین می‌تواند کوتاه‌تر هم باشد و بسیار مهم است که به صورت مستمر از سلامت آن مطمئن شویم

اما در طی سال‌های اخیر برخی به دلیل قیمت بالای کاتالیست اقدام به دور زدن قانون می‌کنند اما توجه نمی‌کنند که این کار در درجه نخست باعث آسیب به خودشان و خانواده‌شان می‌شود.

◎ با این شرایط استفاده از کاتالیست معتبر بسیار با اهمیت است، چگونه می‌توان از استاندارد بودن کاتالیست اطمینان داشت؟

متأسفانه از ظاهر این قطعه استاندارد بودن یا نبودنش مشخص نیست و پیشنهاد ما این است که از برندهای معتبر استفاده شود تا بتوانیم از استاندارد بودن آن اطمینان داشته باشیم.

ما در رایزکو محصول باکیفیتی تولید می‌کنیم، چراکه تمامی زنجیره طراحی و ساخت در شرکت وجود دارد، از سوی دیگر تولید این قطعه بسیار هزینه‌بر و نیازمند دانش بالایی است؛ مواردی که هر دو در هلدینگ رایزکو وجود دارد و طی این سال‌ها توانسته‌ایم قطعه‌ای بسیار باکیفیت را در پرتو فرازان آویژه با توجه اهمیت بالایی که این بخش برای مدیریت ارشد شرکت دارد و همچنین وجود پشتیبانی همیشگی از تولید قطعات باکیفیت، تولید کنیم.



مگر می شود از خانه دل کند

محل کار آدم‌ها گاهی به عنوان خانه دومشان شناخته می‌شود اما به مرور، کویی همان خانه اول و آخر یا به زبانی دیگر، تنها خانه‌شان است. این شرایط، زمانی اتفاق می‌افتد که آدم‌ها کارشان را بخشی از زندگی‌شان ببینند و با وجود همه چالش‌ها و سختی‌ها، به هیجان‌ها و پیچیدگی‌های شغلی که انتخاب کرده‌اند یا به هر طریقی در مسیر آن قرار گرفته‌اند، خو بگیرند. اینجور وقت‌ها، آدم‌ها شبیه محیط‌شان می‌شوند. دست‌هایشان بوی میز کار و خودکار و کاغذ و ابزار کارشان را می‌گیرد. لباس‌های کارشان می‌شود دنیای امن و آرامشان. انکار آن محیط کار، سرزمینی است که لحن و لهجه آدم‌هایش منحصر به آن سرزمین است و همه در آنجا حرف هم را خوب می‌فهمند. از چنین محیطی، نمی‌توان فاصله گرفت یا حتی اگر روزی فاصله بگیرد انکار بخشی از دلتان را در آن، جا گذاشته‌اید.

«مریم استاجی» مدیریت حسابداری و فروش هلدینگ یکی از همان‌هایی است که هم خودش در رایزکو مانده، هم دلش را در اینجا به امانت گذاشته است.

در ادامه، گفت‌وگوی ما با این چهره راینکویی را می‌خوانید:

◎ از چه زمانی وارد مجموعه راینکو شدید؟

من از ۷ آبان سال ۸۴ وارد شرکت اورند پلاستیک شدم. در ابتدای کار، واحد بازرگانی وجود داشت که به بخش‌های بازرگانی داخلی و خارجی تقسیم می‌شد. در واحد بازرگانی داخلی خانم موسوی عهده‌دار مسئولیت بودند و دو کارشناس بودند که بنده هم به عنوان کارشناس فروش کار را شروع کردم. البته با توجه به اینکه من از نقطه صفر کار را شروع کردم چندان دوستان روی ماندگاری بنده حساب نکرده بودند اما پس از یک ماه خانم موسوی گفتند که من وارد سیستم بشوم و استخدام رسمی بنده از ماه آذر صورت گرفت. حجم کار کم‌کم رو به افزایش بود و در حال کار روی گرید A ساپکو بودیم و مشتری دائم در محیط حضور داشت.

بطور کلی روزهای سختی را زیر سایه دکتر صمدی سپری کردیم. به خاطر دارم یک بار پنجشنبه به علتی تعطیل بودم که بیرون رفتم و نور آفتاب من را اذیت کرد زیرا هر روز زود به مجموعه می‌آمدیم و شب می‌رفتیم. این روزهای پرچالش را دوشادوش همکاران سپری کردیم.

آن زمان هر طبقه سه واحد داشت و که ما سه واحد را در اختیار داشتیم اما بعدها با رشد شرکت سیستم‌ها یکپارچه و ما سیستم بازرگانی را ایجاد کردیم. متأسفانه در داستان آتش‌سوزی پژوهش‌های خیلی سختی را طی کردیم. در کنار آن، پروژه طراحی اینتلتانک شدن پمپ را در دستور کار داشتیم که فشار آن هم روی تیم زیاد بود.

◎ امروز که سازمان بزرگ شده و تعداد زیادی زیرمجموعه دارید کار شما به چه صورت است؟

امروز نیز همچنان کار سخت و سنگین است و آن روزهایی که دکتر می‌گفتند می‌گذرد هنوز باقی مانده است و هر روز شرکت بزرگ و بزرگ‌تر می‌شود و راه‌های زیادی متصور است.

◎ وظایف مادری و همسری را چطور در کنار کار، مدیریت کردید؟

شاید در یک جمله بتوان گفت که حمایت سیستم باعث این مدیریت شد یعنی زمانی که در بحران سنگین تحریم‌ها کار را شروع کردیم من خبر مادر شدنم را به آقای دکتر دادم و خودم از میزان گستردگی حجم کار ترسیده بودم. نگران بودم در آن شرایط نتوانم به مجموعه کمک کنم اما حمایت‌های دکتر من را آرام کرد و به نوعی آب روی آتش بود. به خاطر دارم دکتر گفتند خبر بسیار قشنگی است و گفتند تا مدتی کار را از خانه انجام بدهم. همسر هم بسیار همراهی داشت و اگر نبودند نمی‌توانستم این قدم‌ها را بردارم.

◎ آموزش‌های ضمن خدمت تعریف نشده بود؟

کم‌وبیش برگزار می‌شد اما آنقدر سرعت توسعه بالا بود که مافرصتی برای حضور در این کلاس‌ها نداشتیم. در عرض دو سال کلی قطعه اضافه شد و همراه شدن با این سرعت کمی سخت است.

◎ تابا زنبشستگی در مجموعه می‌مانید؟

اگر خدا بخواهد، بله حتما. البته شاید بیشتر از بازنشستگی هم

ماندم. تقریباً این مجموعه را خانه آخر می‌دانم. براساس تجربه همکاران فکر می‌کنم بیشتر از بازنشستگی در مجموعه خواهم ماند. ریشه ما در این مجموعه بسیار عمیق است و منشاء تک‌تک قوانین وضع‌شده را می‌دانیم.

◎ دوست دارید روزهای پایانی کار خود را به اورند پیشرو بروید؟

خیر، خیلی کار سخت بود و من امروز آن توان را ندارم. بزرگ‌ترین شرکت، اورند پیشرو است که سیستم‌های سوخت‌رسانی را در اختیار دارد.

◎ فرزند شما دختر است یا پسر؟

یک دختر دارم و دوست دارم خودش راه خودش را پیدا کند و اگر دوست داشت می‌تواند بیاید اینجا اما دوست دارم خودش به سراغ علایق خود برود.

◎ احساس نمی‌کنید با توجه به مشغله کاری، گاهی برایش کم وقت می‌گذارید؟

بسیار زیاد. گاهی حرف‌هایی می‌زند که قلبم دردمی گیرد. می‌فهمم که در برخی موارد برایش کم می‌گذارم اما پس از کار سعی می‌کنم زمان بیشتری را برای او صرف کنم.

◎ دیدگاه دکتر صمدی نسبت به خانم‌ها در مجموعه چگونه است؟

در ابتدای کار حدود ۷۰ درصد نیروهای مجموعه خانم بودند. خانم‌ها در خط تولید، حضور ۶۰ تا ۷۰ درصدی داشتند. این تراز را در دفتر هم شاهد بودیم. دکتر صمدی اعتقاد داشتند خانم‌ها دلسوزانه‌تر کار می‌کنند و نگاه ریزی‌ناهنه‌تری دارند. خانم‌ها خیلی مادرانه کار می‌کنند.

◎ یک خاطره شیرین از این سال‌ها برایمان بگویید.

یک روز صبح دکتر آمدند و برای جلسه نیازمند استیکر بودند و به من خیلی سریع گفتند یک استیکر بیاورم. من با زحمت به زیر میز رفتم و تمام لباس‌هایم خاکی شد و خیلی پرقدرت به دکتر گفتم بفرمایید آماده است اما به جای استیکر برایشان اسپیکر کامپیوتر را آورده بودم.

◎ اگر به ۱۶ سال پیش برگردیم، دوباره می‌خواهید شما را به دکتر صمدی معرفی کنید؟

صد در صد و همین راه را دوباره خواهم آمد زیرا در این مجموعه از نظر تجربه کار و سختی‌ها آدم بزرگ می‌شود. بارها به این موضوع فکر کردم اما عرقی که به دکتر صمدی و خانواده‌ای داشتم که ۱۶ سال در آن حضور داشتم باعث می‌شد سختی‌ها را تحمل کنم.

◎ بهترین همکار شما در طی این سال‌ها چه کسی بود؟

آقای ابیان بودند که امروز در شرکت نیستند. در واقع خیلی زود از مجموعه خدا حافظی کردند و رفتن ایشان برای ما یک شوک بود.



«آمپر» در «آینده» متولد شد

کودکی را فرض کنید که می‌خواهد راه بیفتد. نیم‌خیز می‌شود، بلند می‌شود، چند ثانیه می‌ایستد، می‌افتد، باز بلند می‌شود، یک قدم برمی‌دارد، می‌افتد و این چرخه آنقدر تکرار می‌شود تا بالاخره یک روز بلند می‌شود، راه می‌رود و دیگر تا همیشه راه می‌رود. در میان این افت و خیزها، همیشه دست‌هایی است که به او کمک می‌کنند؛ دست‌هایی که دستان کوچک کودک را می‌گیرند، تلاش می‌کنند قدم برداشتنش را اصلاح کنند، حوصله به خرج می‌دهند و این پشتیبانی به کودک جسارت راه رفتن می‌دهد.

ماجرای کسب و کارهای نوپا دقیقاً ماجرای همان کودکی است که می‌خواهد خودش مستقل راه برود؛ تازه آن هم در فضای سنگلاخ پر از مشکلات و موانع که همه از آن باخبریم. در چنین فضایی، آن دست‌هایی که به این کسب و کارها کمک می‌کنند تا شتاب راه‌افتادندشان بیشتر شود، شتاب‌دهنده‌ها هستند و یکی از خوشنام‌ترین و آینده‌نگرترین‌هایشان همین حوالی خودمان نفس می‌کشد. اما این دست‌ها فقط برای شتاب‌دادن به حرکت نوپاها نیست بلکه مجهز است به چشمانی بینا برای رصد آینده تا علاوه بر کمک به نوپاها، فعالیت‌های یک مجموعه اقتصادی عظیم و دیرینه را نیز همیشه روز آمد و رو به بهبود نگه دارد.

آریا مادپارت راز یا همان آمپر، از مجموعه‌های هلدینگ رایزکو است که فعالیت خود را متمرکز بر آینده‌پژوهی و شتابدهی کرده است. در ادامه به گفت‌وگو با **مهدی اکبر شاهی** مدیر مرکز نوآوری آمپر و **بهروز کشاورز** مدیر روابط بین‌الملل هلدینگ رایزکو نشستیم تا از شکل‌گیری آمپر و فعالیت‌های آن برایمان بگویند. در ادامه، گفت‌وگو با مهدی اکبر شاهی را می‌خوانید:

◀ از شروع کار در آمپر برایمان بگویید.

ایده اولیه تشکیل آمپر به سال ۹۷ بازمی‌گردد. در آن سال من در شرکت اورند پیشرو در حوزه مهندسی فعالیت داشتم و مسئولیت مهندسی پروژه‌ها با بنده بود. واقعیت آن است که احساس کردیم هلدینگ برای توسعه خود نیازمند مرکزی است که دغدغه آن آینده باشد یعنی مسیر آینده را ترسیم، چالش‌ها را مشخص و تجارت‌های جدید را ایجاد کند. این ایده را در آن سال به اتفاق آقای پاکدامن مطرح و پیشنهادی را آماده کردیم و خدمت دکتر صمدی ارائه دادیم. در واقع پیشنهاد دادیم مجموعه‌ای در هلدینگ رایزکو برای آینده‌پژوهی محصولات جاری و آینده ایجاد شود. در جلسه با آقای دکتر همه معاونت‌ها حضور داشتند و ارائه‌ای از فعالیت مجموعه‌های مشابه در دنیا داشتیم. برای آن فایل شاید بنده به تنهایی بیش از ۱۲۰ اسلاید را درست کردم. در واقع حساسیت زیادی برای آن داشتم. اطلاعات زیاد بود اما اینکه کدام برای پوزنت اول جذاب است کار سختی بود.

نهایتاً در همان سال ۹۷ آقای دکتر با ایجاد این مجموعه موافقت کردند و گفتند که باید در حوزه قطعات غیر خودروبی هم وارد شویم.

حتی گروهی هم به عنوان گروه راهبری موضوع انتخاب شدند و در این تیم سه نفر از هلدینگ رایزکو و دو نفر از خارج هلدینگ حضور داشتند. بنده جزء آن سه نفر حاضر در هلدینگ بودم.

با تشکیل این تیم چند جلسه‌ای برای هماهنگی برگزار و یکی از دوستان برای طرح پایلوت و آموزش به خود تیم معرفی شد. هدف ما آن بود که چارت شرکت جدید و اهداف آن را مشخص کنیم. در واقع با این هدف کار شروع شد تا بتواند نیازمندی‌ها برای کار شرکت جدید را مشخص کند.

در آن زمان مهندس اصلانی هنوز در ایران بودند و رهبری این ماجرا را به عهده داشتند. این جلسات تا آبان یا آذر سال ۹۸ برگزار و شرکت رسماً تشکیل و مدیرعامل مشخص شد. البته قبل از این کار، ما تیم خود را ساخته بودیم. ما به دنبال افراد نخبه‌ای بودیم که از دانشگاه آمده بودند و ایده‌های جدیدی داشتند تا از آنها در نوآوری‌ها استفاده کنیم.

مدل مصاحبه‌های ما در آن زمان، خاص و چندمرحله‌ای بود. در انتها خود آقای دکتر نیز با آنها مصاحبه داشتند زیرا این موضوع بسیار حائز اهمیت بود.



◀ پس از تشکیل این تیم چه اتفاقی افتاد؟

در ماه‌های آبان و آذر سال ۹۸ به دنبال دفتری بودیم تا تیم مستقر شود. در آن زمان دفتری در پونک برای مادپارت بود که آن را به ما اختصاص دادند و آقای کشاورز را بعنوان مدیرعامل معرفی کردند. آن دفتر خیلی سریع آماده شد. البته آن زمان من همچنان در اورند بودم و نهایت یک روز در آن دفتر حضور داشتم. به هر حال به یک تغییرات ساختاری در مجموعه رسیدیم و در جریان این تغییرات بنده مدیرعامل شدم.

در آن زمان مکان ما دوباره تغییر کرد. ما مدتی دفتر پونک بودیم و پس از آن مکانی در نزدیکی دفتر برای یک سال اجاره کردیم. پس از این تغییر ساختار در سال ۹۹، کارهای اجرایی به بنده منتقل شد و کار را ادامه دادیم. در واقع چند ماه قبل از این تغییرات در دفتر بودیم اما پس از آن به این محل آمدیم. اوایل مهر که به اینجا آمدیم تقریباً تکمیل نبود اما برای طراحی و ساختار آن برنامه‌ریزی کردیم و نسبتاً اتفاقات خوبی افتاد. در حال حاضر ۲۰ نفر در این مجموعه مشغول به کار هستند.

◀ اسم مجموعه را چطور انتخاب کردید؟

در زمان مدیرعاملی آقای کشاورز برنامه‌ای برای انتخاب اسم گذاشتیم و پیشنهادهای مختلفی مطرح شد. البته قوانینی در مجموعه وجود داشت که باید از برخی عبارات استفاده می‌شد. آریا مادپارت راز اسمی بود که انتخاب کردیم و مخفف آن آمپر بود که به خیلی از موضوعات همچون جریان، خودروی برقی و... برمی‌گشت.

◀ آیا آمپر تنها برای هلدینگ کار می‌کند یا جزئی از مسئولیت‌های اجتماعی است؟

بخش عمده‌ای از فعالیت‌های ما مسئولیت‌های اجتماعی است. یک اعتقادی در مدیریت ارشد وجود دارد که فضایی شکل بگیرد تا دانشجویان نخبه امکان کار داشته باشند. شاید این مهم‌ترین مسئولیت آمپر است. سعی ما بر این بود که این حوزه را فعال‌تر کنیم و ارتباط بیشتری با دانشگاه داشته باشیم تا از مهاجرت بسیاری از دانشجویان جلوگیری کنیم. اما موضوعات دیگری را هم پیگیری می‌کنیم که در آن بخش‌ها نیاز صنعت را تامین کنیم.



◀ سرفصل‌های کاری شما به چه صورت است؟

ما حوزه‌ای به نام اینترنتال ریسرچ داریم که بیزینس ما در هلدینگ را شامل می‌شود. یعنی تحقیقات علمی برای موضوعات فنی شرکت‌های زیرمجموعه را ما انجام می‌دهیم. موضوع دیگر درباره مسائل شتابدهی است که اگر تیم‌های خارج از مجموعه به ما ایده بدهند با آنها وارد همکاری می‌شویم. در واقع این فرصت برای ایده‌پردازان فراهم است که خود این کار، طیف بزرگی از مسئولیت‌های اجتماعی است. موضوع دیگر در بحث سرمایه‌گذاری است که ما در این زیست‌بوم بررسی می‌کنیم اگر فرصت‌هایی برای سرمایه‌گذاری باشد آن را به هلدینگ معرفی کنیم. درواقع تنها ارزیابی فنی و جذابیت بازار را بررسی می‌کنیم. ما در اینترنتال ریسرچ مدل خاص اوپن اینووییشن را جلو می‌بریم یعنی تیم ما به درگاه‌های بزرگ وصل است تا فعالیت‌های پژوهشی خود را با دامنه بیشتری تعریف کنیم. با این موضوعات دامنه فعالیت‌های پژوهشی ما گسترده می‌شود.

◀ «آمپر» بالغ شده است

اما همه چیز واقعا به همین سادگی هم نبوده و سختی‌های تولد آمپر و دوران نوزادی‌اش جزئیات شنیدنی‌تری هم دارد؛ جزئیاتی که بهروز کشاورز نخستین مدیرعامل آمپر آن را روایت می‌کند و روایت او این امید را می‌دهد که تقریباً انجام هیچ کاری اگر پشتوانه‌ای قوی از اراده و انگیزه و اشتیاق داشته باشد، ناممکن نیست. روایت کشاورز، فقط روایت تاسیس یک مجموعه نیست بلکه ترکیبی از تجربه‌های واقعی تلخ و شیرینی است که می‌تواند بسیار راهگشا باشد:

◀ از حضورتان در آمپر بفرمایید.

ایده نوآوری و فعالیت‌های نوآورانه سال‌ها در ذهن دکتر صمدی بود و برای آن برنامه داشت. من با توجه به اینکه سال‌های زیادی در حوزه‌های مختلف از جمله صادرات، امور شرکت‌ها و ... با ایشان همکاری داشتم، همیشه یک مرزبندی بین نوآوری و تحقیق و توسعه برایم وجود داشت. علت اصلی شکل‌گیری آمپر مشخص کردن این مرز در مجموعه بود. به جرات می‌توان گفت قبل از مطرح شدن اکوسیستم استارت‌آپی در کشور، ایده نوآوری برای ما در ریزکو مطرح بود. هیات‌مدیره‌ای در آن زمان شکل گرفت که مهندس اکبرشاهی، مهندس پاکدامن، دکتر کامل‌نیا و مهندس اصلانی که بعدها مهاجرت کردند، در آن حضور داشتند.

شکل‌گیری آمپر ابتدا روی کاغذ بود و سپس بحث عملی‌شدن آن مطرح شد. اولین سختی کار ما در این نقطه قابل رویت بود زیرا در آمپر مشکلاتی را داشتیم که در بخش‌های دیگر شرکت این مشکل کمتر بود. تنوع حوزه‌های فعالیت آمپر و شکل فعالیت آن، اولین چالشی بود که با آن مواجه بودیم.

چالش بعدی ما معرفی و هویت بخشی به آمپر در داخل مجموعه بود. اولین سوال این بود که چه تفاوتی بین واحدهای تحقیق و توسعه سازمان با آمپر وجود داشت و چرا باید چنین فرآیندی در سازمان وجود داشته باشد؟ آمپر در مرحله اول نیازمند یک هم‌افزایی در داخل گروه بود. هسته اصلی شکل گرفت و من نیز به تیم اضافه شدم.

◀ چطور اسم آمپر انتخاب شد؟

داستان کوتاه این است که نام رسمی این شرکت، آریامادپارت راز است و مخفف آن آمپر می‌شود اما داستان بلند آن برای انتخاب اسم این بود که به دنبال اسمی خلاقانه بودیم تا به نوعی بخشی از فعالیت حرفه‌ای ما را نشان دهد و با شتاب‌دهی و سرعت‌بخشیدن به امور اجرایی هماهنگ باشد. اسم‌های زیادی مطرح شد. به طور مثال برخی دوستان به دنبال کلمات هم‌خانواده با «پیشرو» بودند که به «اورند پیشرو» نزدیک باشد و در کنار آن با توجه به اینکه ریزکو برای هلدینگ راز است از این کلمه هم استفاده شود. ایده‌ها مختلف بود و در جلسه‌ای تصمیمی جمعی اتخاذ شد و پیشنهاد را به مدیریت ارشد سازمان دادیم که استقبال شد.





◀ کمی از شروع کار برایمان بگویید.

به دلیل اینکه هنوز آمپیر یک شرکت رسمی در بین شرکت‌های گروه نبود، کار تازه شروع شده بود و به نوعی هنوز هویتی نداشت. در واقع من هویت آمپیر بودم یعنی به اعتبار خودم می‌توانستم برخی کارها را در سازمان انجام دهم. چالش اول ما محل استقرار شرکت بود. جالب است بدانید قبل از ورود به مرحله اصلی، آمپیر را سه بار جمع و پهن کردم. ما اول در دفتری در منطقه پونک بودیم، بعد از یک سال در محله جردن و نهایتاً برای مدتی هم به ساختمان دفتر مرکزی هلدینگ منتقل شدیم.

در حال حاضر آمپیری‌ها در محل اصلی خود هستند؛ همان سوله‌ای که برای استقرار دائمی این مجموعه طراحی شده است. در پونک دفتری داشتیم بدون هیچ‌گونه امکاناتی. آنجا را با همراهی خانم ایمانی طراحی کردیم و قرار شد بصورت موقت برای آمپیر استفاده کنیم و در نتیجه تلاش کردیم فضای راحتی برای بچه‌ها طراحی کنیم.

ما حتی در آن فضای کوچک، یک اتاق استراحت برای اعضای آمپیر طراحی کردیم اما امکاناتی که در ذهن داشتیم را نتوانستیم در آن مرحله پیاده کنیم. البته امروز آمپیر بالغ شده است و تقریباً تمامی امکانات لازم را در اختیار دارد.

◀ جذب اولین نیروها به چه صورت انجام شد؟

ما یک ساختاری را پیش از جذب نیرو طراحی کردیم. یک

کارگروهی با حضور دوستانی که نام بردم شکل گرفت. این تیم اول ساختار را با بررسی الگوهای جهانی تعریف کرد و دیدگاه اولیه ما، خروجی آن طراحی بود. ما آمپیر را در دو بخش پژوهش و نوآوری طراحی کردیم. بخش اول پروژه‌های بلندمدت هلدینگ را در مسیر آینده‌پژوهی دنبال می‌کرد. در واقع یا در جهت بهبود یا در جهت توسعه در این بخش فعالیت می‌شد. در این بخش به نفعی نیاز داشتیم که کار آینده پژوهی انجام داده باشند. اما بخش دوم آمپیر، شتابدهی است. هدف از ایجاد این بخش آن است که به فعالیت‌ها سرعت بدهیم و ایده‌های ورودی را به مرحله اجرا و بهره‌وری برسانیم.

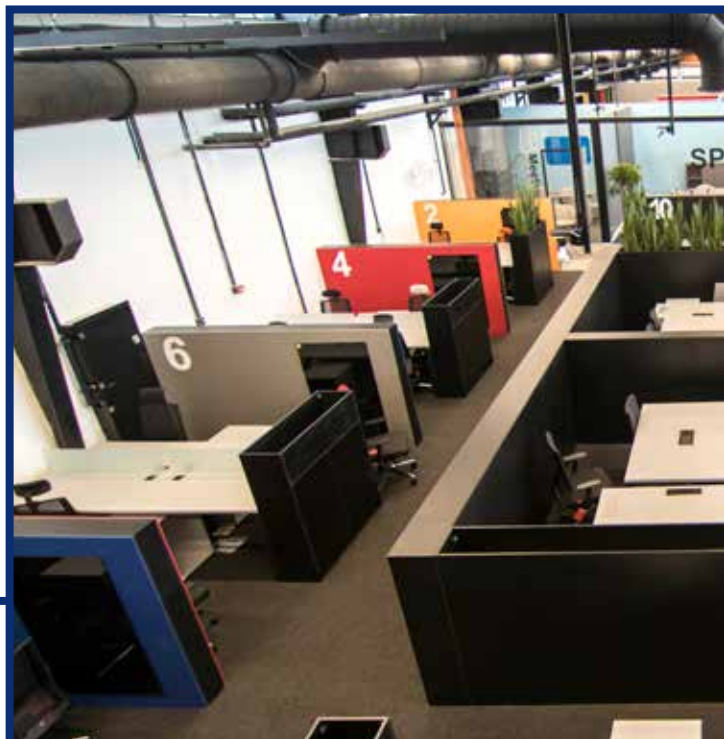
البته ایده‌های ورودی به خوبی ارزیابی می‌شود و مواردی که امکان شتابدهی برای آنها وجود داشته باشد، انتخاب می‌شوند و بر مبنای ارزش‌گذاری و بهره‌وری اقتصادی آن بررسی می‌شود. سپس موارد تکمیلی نظیر لیست نیازمندی‌ها و درصد سهامداری‌ها و... مشخص می‌شود. در نهایت قراردادی به نام شتابدهی منعقد می‌شود.

◀ چطور ظرفیت‌های آمپیر را افزایش دادید؟

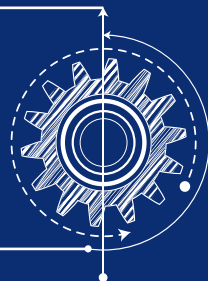
ما با زیرساخت‌های فیزیکی مثل ساختمانی که برای آمپیر آماده شده، قراردادهایی که با مراکز علمی و تحقیقاتی منعقد شده و هماهنگی با مدیران مهندسی، این ظرفیت‌ها را افزایش داده‌ایم. از سوی دیگر همکاران حوزه شتابدهی آمپیر نیز نقش مهمی داشتند. در بخش شتابدهی دوستان جذب‌شده تأثیر زیادی در توسعه آمپیر داشتند. به عنوان مثال خانم چراغی در حوزه ارتباط‌های خارج سازمانی و بخش‌های مربوط به حوزه روابط عمومی به عنوان تسهیل‌گر، بسیار فوق‌العاده عمل کردند. ما در حوزه پژوهش با توجه به نوع فعالیت، عملکردمان مشخص و قابل ارزیابی بود اما در حوزه شتابدهی نیازمند ایجاد زیرساخت‌هایی بودیم که دوستان زحمات زیادی برای آن کشیدند. امروز آمپیر یک شتاب‌دهنده واقعی و قدرتمند است.

◀ یعنی آمپیر به آن اهدافی که پیش‌بینی شده بود، دست پیدا کرده است؟

من فکر می‌کنم اهداف آمپیر بلندمدت است در نتیجه بسیار زود است که درباره تحقق آنها صحبت کنیم. امروز آمپیر مسیر درستی را طی می‌کند که به شرط ثبات مسیر، روزهای خوبی را در پیش خواهد داشت.



اهم رویدادهای هلدینگ



آذر
برگزاری
م
جاء

معاینه و غربالگری سلامت بانوان در طرح
سه‌شنبه‌های صوفی



آبان ۱۴۰۰:

کسب عنوان واحد نمونه
استاندارد ۱۴۰۰ توسط
اورد پیشرو



پرداخت پاداش مدیریتی در دوره‌های مختلف



شهریور ۱۴۰۰:

واکسیناسیون سراسری
کارکنان شرکت‌های
منطقه صنعتی
صفادشت



تقویت برندینگ
سازمانی



تیر ۱۴۰۰:

پروژه آبرسانی
به سیستان و
بلوچستان توسط
موسسه خیریه
نیکوکاران راز



برگزاری دوره‌های آموزشی در سطوح مختلف



مرداد ۱۴۰۰:

برگزاری نشست‌های
هم‌افزایی مدیران و روسا



آبان ۱۴۰۰:

اهدای لوازم تحریر و بسته
سلامت به دانش‌آموزان
شهرستان‌های صفادشت،
کلیبر، نیشابور و نیر



معاینات و
آزمایش‌های
دوره‌ای پرسنل



آذر ۱۴۰۰:

برگزاری همایش آموزش، آگاهی و
سلامت پستان در شهرستان اهر



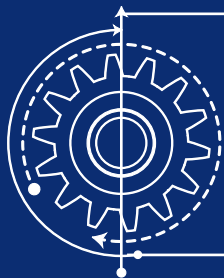
آذر ۱۴۰۰:

برگزاری نخستین
جشنواره انتخاب
معلم و جوان برتر
صفادشت در قالب
اولین گام طرح
صفادشت،
شهر سالم

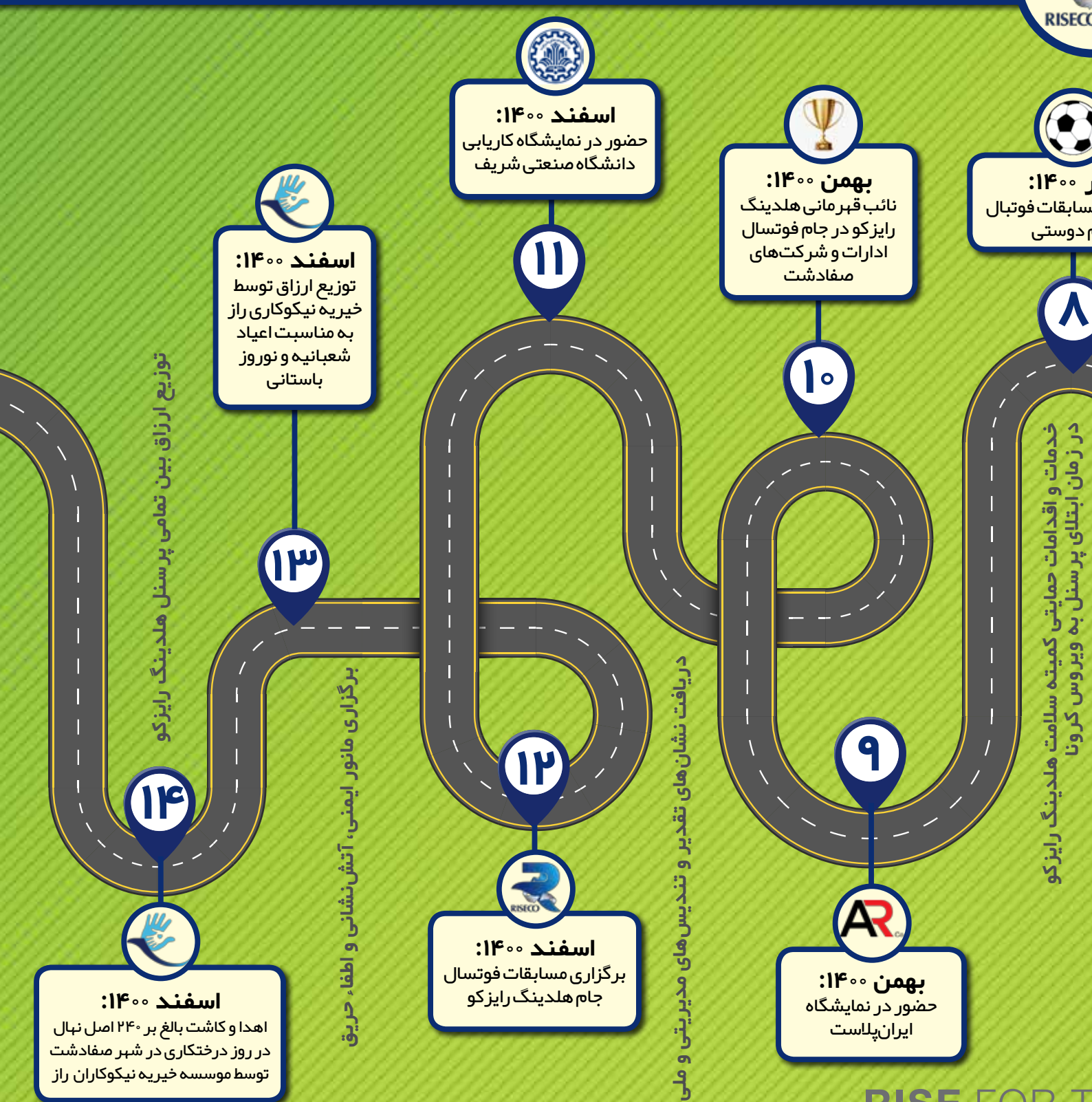


TOMORROW





گرایش ریزکو در سال ۱۴۰۰



RISE FOR T



توسعه صادرات، مهم‌ترین دلیل حضور رایزکو در «ایران پلاست»

شرکت‌های مختلف ایرانی و خارجی برگزار شد که هلدینگ راز نیز با حضور در آن تلاش کرد از این فرصت در جهت افزایش همکاری‌های خارجی بهره‌برداری کند. آرسام پلاست یکی از مجموعه‌های هلدینگ رایزکو است که با هدف بازاریابی صادراتی و جذب مشتری و همچنین در راستای تقویت برند مجموعه در ایران پلاست حضور پیدا کرده است.

در بازدید از غرفه ایران پلاست گفت‌وگویی با برخی از مدیران آن داشتیم که تمامی آن‌ها حضور در نمایشگاه را فرصتی در جهت بازاریابی‌های جدید می‌دانستند. از سوی دیگر معتقد بودند استقبال از این غرفه از سوی بازدیدکنندگان ایرانی و خارجی می‌تواند بر میزان فروش نیز اثرگذار باشد.

عضو هیأت مدیره آرسام پلاست: هدف از حضور پررنگ در نمایشگاه، جذب مشتریان داخلی و بازار صادراتی است
نجمه میررضایی - عضو هیئت‌مدیره آرسام پلاست و مدیر بازاریابی هلدینگ رایزکو - در حاشیه نمایشگاه ایران پلاست درباره هدف از حضور در این نمایشگاه گفت: دو هدف اصلی از حضور پررنگ ما در نمایشگاه، جذب مشتریان داخلی و توسعه بازار صادراتی بود. در بحث افزایش صادرات نیز طبق دستور مدیریت، دو خط جدید در حال اضافه شدن به مجموعه است در نتیجه یکی از دلایل حضور ما در ایران پلاست، بازاریابی در حوزه صادراتی است.

وی ادامه داد: ما به دلیل اینکه در منطقه از مزیت رقابتی بالا در مواد پلیمری برخورداریم، تمام کشورهای اطراف در این نمایشگاه حضور دارند تا در این بخش منابع اصلی خود را پیدا کنند.

نمایشگاه‌های معرفی محصولات و خدمات در هر حوزه‌ای که باشد در دنیای کسب‌وکار امروز تأثیر غیرقابل‌انکاری بر رشد شرکت‌ها از جوانب مختلف دارد. انجمن تحلیل‌کننده شرایط صنایع مختلف در تحقیقی اعلام کرده است آمار قبل و بعد حضور صنایع در نمایشگاه‌های تجاری با توجه به ارائه مستقیم محصول یا خدمات به شرکت‌کنندگان، اعم از رسانه، مشتری و صنایع رقیب و تست کیفیت آن‌ها، به گونه حیرت‌انگیزی بر راندمان فروش و در نتیجه رشد شرکت‌ها تأثیر دارد.

از سوی دیگر شرکت‌ها همیشه به دنبال راه‌هایی برای رشد نام تجاری خود و ایجاد آگاهی از نام تجاری نسبت به مشتریان خود هستند. این یکی از دلایلی است که نشان می‌دهد نمایشگاه‌ها از اهمیت بالایی برخوردارند، آن‌ها به شرکت‌ها راه‌هایی را می‌دهند تا برند خود را در مقابل مشتری‌های جدید بیابند.

نمایشگاه تجاری اما کمک می‌کند تا همه جنبه‌های مختلف یک صنعت اعم از مصرف‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، تأمین‌کنندگان و تولیدکنندگان، در یک مکان به هم متصل شوند. با چنین مخاطب گسترده‌ای در یک مکان، کسب‌وکارها قادر به برنامه‌ریزی جلسات، مذاکره با سفارش‌دهندگان و فرصت‌های دیگر مانند همکاری در سایر پروژه‌ها خواهند بود. اما صنعت نمایشگاه در کشور ما هنوز فاصله زیادی با کشورها و شرکت‌های پیشرو در این صنعت دارد، با این وجود نمی‌توان از اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های داخلی کشور که گاه پسوند بین‌المللی را نیز به دوش می‌کشند چشم‌پوشی کرد.

یکی از این نمایشگاه‌ها که توانسته در طی سال‌های اخیر موفق باشد و تعداد زیادی از فعالان بازار را به خود جذب کند، نمایشگاه ایران پلاست است. پانزدهمین نمایشگاه ایران پلاست با حضور



مدیر اجرایی آرسام پلاست: به دنبال ارائه توانمندی‌ها در نمایشگاه هستیم

همچنین محمد گودرزی - مدیر اجرایی آرسام پلاست - اظهار کرد: حضور در نمایشگاه بحث توسعه بازار، جذب مشتریان و ارائه توانمندی‌ها را به دنبال دارد و به نوعی از اهداف ماست. وی افزود: با توجه به توسعه صادرات و اهداف مجموعه در این بخش، حضور خوبی در نمایشگاه داشتیم.

رئیس صادرات هلدینگ رایزکو: نمایشگاه ابزاری برای مذاکره و فروش است

در ادامه، فرزاد آقایی - رئیس صادرات هلدینگ رایزکو - درباره تأثیر حضور در این نمایشگاه اظهار کرد: با توجه به BYB (ارتباط بیزینس با بیزینس) بودن صنعت ما و در نتیجه نبود ارتباط دائمی با فعالان این حوزه نمایشگاه یکی از ابزارهای مذاکره و فروش با مشتریان است. وی گفت: ایران پلاست می‌تواند با توجه به اهمیت در داخل و خاورمیانه در این موضوع مؤثر باشد.

آقایی افزود: خوشبختانه مراجعه‌کنندگان زیادی از داخل کشور، ترکیه، عراق و... داشتیم. در سال ۱۴۰۰ به شش کشور افغانستان، ترکیه، عمان، عراق، ازبکستان و آذربایجان صادرات داشتیم. اصلی‌ترین هدف ما افزایش تولید است تا مشتریان بیشتری داشته باشیم.

محمدرضا قرقچیان - رئیس فروش مواد هلدینگ رایزکو - نیز در حاشیه این نمایشگاه، اظهار کرد: از سال ۹۴ در شرکت آرسام پلاست و هلدینگ رایزکو فعالیت دارم. ابتدا در واحد مهندسی مشغول به کار بودم اما پس از آن به واحد فروش ملحق شدم. وی افزود: در حال حاضر شاهد برگزاری نمایشگاه ایران پلاست

هستیم. این نمایشگاه بزرگ‌ترین رویداد پلیمری ایران است و البته در دنیا نیز نمونه‌هایی از آن مثل عرب پلاست، ترک پلاست را داریم. ایران پلاست نیز نمایشگاهی معتبر است که به واسطه پتانسیل موجود در کشور بازدیدکننده خارجی داشته و برخی شرکت‌های خارجی هم در آن حضور پیدا می‌کنند.

قرقچیان در ادامه تصریح کرد: محصولات تولیدی آرسام پلاست بر پایه پلی اتیلن، پلی آمید، پلی پروپیلن و... و مستروچ‌های شست‌وشو و چسب‌های بین لایه‌ای است. البته در سال جاری یک محصول مهم را تولید کرده‌ایم که در کنفرانس مستروچ و کامپند آن را ارائه کردند؛ محصولی است بر پایه مواد TPO که برای تولید کاورهای ایربگ روی داشبورد استفاده می‌شود. این محصول تا قبل از این، وارداتی بود.

وی درباره حضور این مجموعه در نمایشگاه ایران پلاست نیز گفت: ما از سال ۹۵ تا ۹۷ در این نمایشگاه حضور داشتیم و امروز پنجمین دوره از حضور ما در ایران پلاست است.

رئیس فروش مواد هلدینگ رایزکو گفت: حضور در نمایشگاه با هدف تقویت برندینگ و توسعه بازار صورت می‌گیرد. در نتیجه موضوع مهمی است، زیرا تعداد شرکت‌های تولیدکننده کامپند در ایران بسیار است و تنها برخی برندها هستند که از نظر کیفی و عملکرد حرفی برای گفتن دارند. به اعتقاد بنده با توجه به اینکه ایران پلاست بزرگ‌ترین رویداد پلیمری در ایران است، حضور در آن مهم و تأثیرگذار خواهد بود.



مدیریت توسعه سرمایه‌های انسانی

مقدمه:

در دنیای امروز و شرایط اجتماعی حاضر یکی از مهمترین دغدغه‌های کارفرمایان جذب نیروی با کیفیت نگهداشت و ایجاد تعلق و دلبستگی سازمانی در ایشان است. از سوی دیگر نیروهای آماده به کار مانند قبل دیگر تنها به حقوق و مزایای پرداختی نمی‌اندیشند و بیشتر بدنبال اشتغال در فضایی مهیا برای رشد و ترقی و کسب شادی و رضایت از شغل خود هستند.

در چنین اتمسفری ضرورت ایجاد و تقویت واحد توسعه منابع و سرمایه‌های انسانی در سازمانها بیش از پیش حس می‌شود و مسئولیت سنگین تری بر دوش این واحد خواهد بود، تا ضمن تحلیل توانمندی‌های افراد و تشخیص نیازهای آموزشی، امکانات لازم را برای انتقال مفاهیم و مهارت‌های شغلی به کارکنان فراهم کند و با ایجاد فضای ارتباطی موثر و جمع‌آوری و تحلیل نظرات و پیشنهادات و تعریف اقدامات اصلاحی موثر مراتب رضایت خاطر و همچنین مشارکت و کارآمدی نیروی انسانی سازمان را فراهم آورد.



هومان سپهری
مدیر توسعه سرمایه‌های انسانی

◎ واحد توسعه منابع انسانی هلدینگ رایزکو

واحد توسعه منابع انسانی هلدینگ رایزکو عهده دار دو مسئولیت عمده در سازمان است: ۱- توسعه و آموزش سرمایه‌های انسانی،

۲- بهبود رضایت و ارتباط کارکنان

۱. توسعه و آموزش سرمایه‌های انسانی با سه رویکرد اصلی

انجام می‌پذیرد: ۱- آموزش ۲- کانون ارزیابی ۳- جانشین

پروری و مدیریت استعداد

امروزه با توجه به عدم تطابق کامل نیازهای مهارتی با آموزه‌های آکادمیک دریافت شده در مراکز آموزش عالی در کلیه سطوح کاردانی، کارشناسی و مدیریتی نیازهای آموزشی بسیاری وجود دارند که با انجام نیازسنجی و تنظیم تقویم آموزشی سالیانه و شش ماهه برنامه ریزی و اجرا می‌شود خوشبختانه با تجهیز و سازماندهی واحد آموزش توانسته ایم در نیمه دو سال ۱۴۰۰ تغییرات چشمگیری در اجرای برنامه‌های آموزشی معوقه و افزایش سرانه آموزش کارکنان ایجاد کنیم.

بدیهی است که کار با تمرکز بر ارزیابی دوره‌ها و اثر بخشی ادامه

خواهد یافت تا فرایند آموزش بتواند در مسیر بهبود و افزایش کارآمدی قرار گیرد:



ضمناً در خصوص معاونین، مدیران و روسا دوره مدیر در نقش کوچ در حال اجرا است تا زین پس علاوه بر اقدامات مدیریت توسعه منابع انسانی فرایند توسعه در حوزه‌های مدیریتی نیز شکل گرفته و جاری شود.

در خصوص ارتقا هم موارد باز جمع بندی و تصمیم گیری شده اند که با توجه به اقدامات انجام شده امید است دیگر موارد معوق نداشته باشیم.

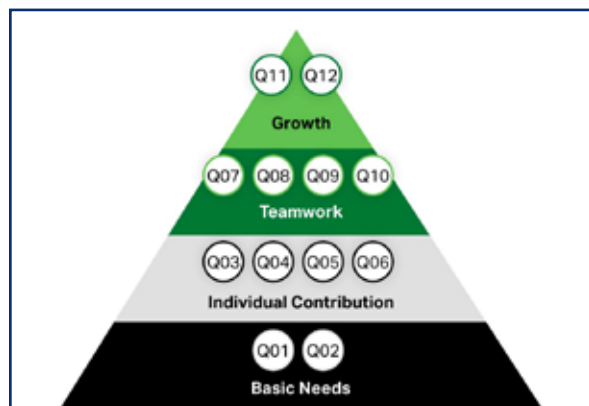
در خصوص نظر سنجی با توجه به ناکارآمدی پرسشنامه و روشهای تحلیل قبلی نسبت به بازنگری رویه نظر سنجی و تعویض روشها و پرسشنامه ها اقدام شد و مقرر است نظر سنجی های دوره ای در سه زمینه بصورت مجزا انجام گیرند:

ردیف	حوزه رضایت سنجی	بازه زمانی	زمان توزیع	مسئول اقدامات
۱	سنجش رضایت کارکنان سازمان مطابق پرسشنامه سنجش رضایت کارکنان از سازمان	شش ماهه	خرداد و دی ماه	رئیس /مدیر توسعه سرمایه های انسانی
۲	سنجش رضایت، تعلق و دبستگی کارکنان بر اساس مدل Gallup	سالانه	بهمن الی اسفندماه	رئیس /مدیر توسعه سرمایه های انسانی
۳	رضایت از امکانات رفاهی و پشتیبانی (غذا - سرویس های ایاب و ذهاب - بیمه تکمیلی - آرزای اهدایی)	ماهانه	انتهای هر ماه	رئیس /مدیر توسعه سرمایه های انسانی

نظر سنجی رضایت کارکنان: از این دوره با ارسال پرسشنامه جدید و جمع آوری و تحلیل داده ها، بجای اعلام امتیاز کلی تک تک سوالات بصورت مجزا تحلیل و پس از اولویت سنجی با روش پارتو، اقدامات اصلاحی تعریف و اجرا خواهد شد که با این روش امید است به تدریج شاهد افزایش میزان رضایت و تعلق کارکنان باشیم:



نظر سنجی رضایت از امکانات رفاهی و پشتیبانی در حال اجرا و جمع بندی است و نظر سنجی تعلق سازمانی با مدل استاندارد گالوپ که یکی از متداول ترین روشها است با رویکرد تحلیلی تک تک سوالات و تعریف اقدام بزودی انجام خواهد شد.



در راستای شایسته گزینی و افزایش کارایی کارکنان در کلیه سطوح و حوزه ها اجرای کانون ارزیابی در دستور کار قرار گرفته است که در این خصوص، مشاور مورد نظر طی یک فرایند ارزیابی آزمایشی و بررسی نتایج انتخاب شده و دوره تربیت ارزیاب داخلی برای آشنایی و آمادگی تیم منتخب مدیریت ارشد از معاونین، مدیران و روسای سازمان انجام پذیرفته است. ضمناً مدل شایستگی سازمان تهیه و به تصویب رسیده است و در سال آتی بر اساس آن کانون ارزیابی فعال خواهد شد.

برای اجرای جانشین پروری و مدیریت استعداد ابتدا مراحل تحلیل مشاغل و تدوین شناسنامه های شغلی باید انجام پذیرد که در دستور کار مدیریت اداری قرار گرفته است.

۲. بهبود رضایت و ارتباط کارکنان شامل سه سرفصل : ۱- نظام پیشنهادات ۲- نظر سنجی و افکار سنجی ۳- ارتقای سازمانی است.

در خصوص نظام پیشنهادات با تشکیل تیم رابطین پیشنهادات در کلیه مراکز و انجام آموزش و دوره های هماهنگی با اعضای تیم و بکارگیری تمهیداتی از جمله اهدای هدایای تشویقی و جلسات گروهی با کارکنان تغییرات چشمگیری در روند پیشنهادات ایجاد شده که امید است با ادامه روند به اهداف فرایندی دست یابیم:



بهره‌برداری موثر از تجهیزات با استفاده از شاخص (TEEP)

Total Effective Equipment Productivity (TEEP)

«بخش دوم»

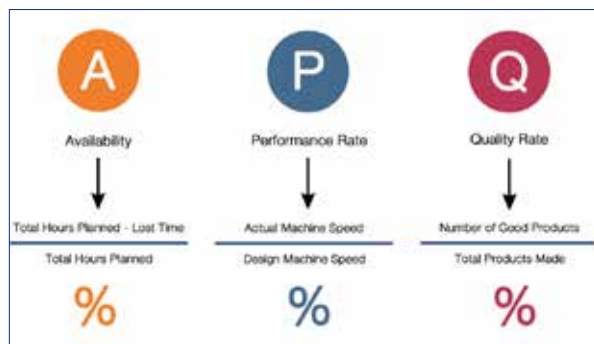
■ افشین افشارزاده (مدیر واحد مهندسی صنایع هلدینگ رایزکو)

■ افسانه شایان (کارشناس مهندسی صنایع)

۳. کیفیت (Quality)

فاکتور کیفیت نسبت محصول سالم به کل تولید (سالم + ضایعات + دوباره کاری) است. بدیهی است اگر ضایعات و دوباره کاری‌ها در سازمان زیاد باشد زمان و منابع سازمان را هدر داده‌ایم، ممکن است زمان قابل توجهی صرف تولید محصولات بدون کیفیت شود که علاوه بر هزینه‌های اشاره شده در بخش‌های قبلی هزینه محصول ضایع شده و غیر قابل استفاده را نیز باید اضافه کرد. در محاسبه فاکتور کیفیت تمامی محصولات نامرغوب به هر دلیل اعم از مشکلات ماشین، اشتباه اپراتور، حتی بازکاری‌ها، مواد نامرغوب اولیه، ضایعات حاصل در ابتدای راه اندازی دستگاه یا مراحل اولیه تولید و... در محاسبه کیفیت در OEE باید مد نظر باشد. چون OEE اثر بخشی کلی (جامع) تجهیزات است و هر آن چیزی که می‌تواند به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر میزان بازدهی و کارایی تجهیزات ما می‌تواند تاثیر بگذارد، باید مد نظر باشد.

$$\text{Quantity} = (\text{Actual Output} - \text{Rework} - \text{Reject}) / \text{Actual Output}$$



روش‌های محاسبه انواع اثربخشی

۱. عملکرد کلی موثر تجهیزات TEEP

((Total Effective Equipment Productivity

در این روش محاسبه دسترسی بر اساس تقویم صورت می‌گیرد، زمان کل همان ۲۴ ساعت است و برای یک سال ۳۶۵ روز در نظر گرفته می‌شود. این روش می‌تواند اطلاعات جامع‌تری نسبت به ظرفیت به کار گرفته نشده تجهیزات ارائه دهد و پیشنهاد می‌شود برای شناسایی تمامی ظرفیتهای و پتانسیل‌های موجود از روش محاسبه بر مبنای تقویم (۲۴ ساعت در شبانه روز) استفاده شود.

در بخش نخست مقاله «بهره‌برداری موثر از تجهیزات با استفاده از شاخص TEEP» به معرفی ۶ ضرر بزرگ و پارامترهای OEE پرداختیم، و اکنون به ادامه مباحث مطرح‌شده می‌پردازیم.

۲. عملکرد (Performance)

فاکتور عملکرد عبارت است از مقدار محصولی که بر اساس سرعت ایده آل ماشین باید در مدت زمان تولید و فعالیت تولید شود به مقدار محصولی که عملاً ماشین در مدت زمان ذکر شده تولید می‌کند.

$$\text{Performance} = \text{Actual Output} / \text{Theoretical Output}$$

- محصول مورد انتظار (Theoretical Output) عبارت است از مقدار محصولی که انتظار می‌رفت در طول مدت زمان تولید و فعالیت (Running time) تولید شود. تولید ناخالص (Actual Output) مقدار تولیدی است که در واقعیت تولید شده است.

$$\text{Theoretical Output} = \text{Running Time} / \text{Ideal Cycle Time}$$

یکی از اتلاف‌های فاکتور عملکرد کار کردن با سرعت پایین است، ماشینی را فرض کنید که در اطلاعات شناسنامه‌ای آن سرعت ایده آل ذکر شده است ولی در حال حاضر در خط تولید با سرعت استاندارد کار می‌کند به اختلاف بین این دو سرعت که باعث به وجود آمدن اتلاف زمان است توقف از نوع "سرعت کاهش یافته" گفته می‌شود. چند مورد از دلایل کار با سرعت پایین: روش‌های اشتباه تولید، عدم آموزش، توانایی و مهارت کافی اپراتورها، عدم شناخت توانایی ماشین، عدم وجود روش‌های و دستورالعمل‌های مناسب و... هستند.

$$\text{Reduced Speed} = \text{Actual Output (Standard Time - Ideal Cycle Time)}$$

توقفات کوچک و غیرقابل ثبت نوع دیگری از اتلاف زمان در فاکتور عملکرد است که شامل تمام زمانهایی است که فعالیتی در آن ثبت نشده است.

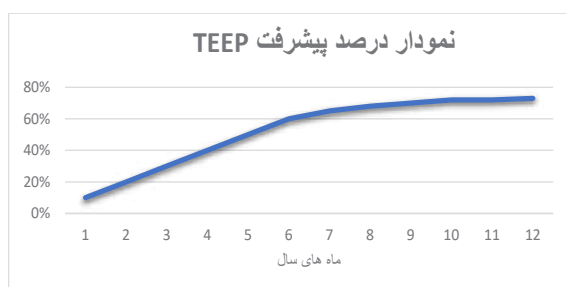
$$\text{Minor Stoppage} = \text{Running Time} - [(\text{Actual Output} * \text{Standard Time}) + \text{Reduced Speed}]$$



البته، هیچ دستگاهی هرگز با برنامه ۲۴ ساعته، ۳۶۵ روز سال کار نمی کند. به همین دلیل است که TEEP در مقایسه با سایر معیارهای هم خانواده خود (مانند OEE) مفید است.

$$TEEP = (A=Running\ time/Total\ time) * P / Q$$

در نظر داشته باشید که عموماً نمودار درصد پیشرفت TEEP به صورت زیر است.



بدین معنی که بهبود TEEP زمانی که عدد آن کوچک است بسیار آسان است و با انجام اقداماتی نه چندان سخت و پیچیده در مدت زمان کوتاه بهبودهایی با درصد بالا قابل انجام است ولی بهبود بخشیدن در اعداد بالا نیازمند اقداماتی در سطح کلان است و نیازمند مدت زمان طولانی تری است.

TEEP را می توان با بهبود عملکرد، در دسترس بودن یا کیفیت بهبود بخشید، و احتمالاً زمانی مفید است که ایده ای در مورد نحوه بهبود OEE خود با توجه به برنامه تولید فعلی ندارید.

۲. اثربخشی کلی تجهیزات OEE (Overall Equipment Effectiveness)

در محاسبه دسترسی این شاخص تمامی توقفات شامل شکست ها و خرابی ها، بیکاری و انتظار و زمانهای محدودیت خط لحاظ خواهند شد. و از طریق نسبت کل زمان امکان تولید و فعالیت به زمان بارکنش به دست خواهد آمد.

البته، هیچ دستگاهی هرگز با برنامه ۲۴ ساعته، ۳۶۵ روز سال کار نمی کند. به همین دلیل است که TEEP در مقایسه با سایر معیارهای هم خانواده خود (مانند OEE) مفید است.

مقایسه OEE و TEEP :

OEE درصد زمان تولید برنامه ریزی شده را که کاملاً بهره ور باشد اندازه گیری می کند.

TEEP درصد زمان کل را که کاملاً بهره ور باشد اندازه گیری می کند.

اگر امتیاز TEEP شما ۱۰۰ درصد باشد، یعنی شما تنها در حال تولید قطعات بی نقص، با حداکثر سرعت ممکن، بدون هیچ توقف، در تمام ساعات شبانه روز و در طول تمام ۳۶۵ روز سال هستید و هیچ اتلافی ندارید.

برای مثال اگر روزهای جمعه کارخانه تعطیل باشد و هیچ برنامه ای صادر نشود با توجه به اینکه سال ۱۴۰۰ شامل ۵۲ جمعه است، میزان دسترسی از ۱۰۰ درصد به ۸۳ درصد کاهش خواهد یافت.

و اگر تعطیلات رسمی نیز همراه جمعه ها غیرکاری در نظر گرفته شود با توجه به اینکه در سال جاری ۲۷ روز تعطیلات رسمی (به جز تعطیلات رسمی مصادف با جمعه) وجود دارد، میزان دسترسی به ۷۸ درصد کاهش خواهد یافت.

با توجه به اینکه در طول سال با در نظر گرفتن جمعه ها و تعطیلات و تعطیلات مربوط به گروه خودروسازان ۲۶۲ روز کاری وجود دارد، میزان دسترسی به ۷۲ درصد کاهش خواهد یافت.

TEEP نشان می دهد چه مقدار ظرفیت برای آزاد شدن در کارخانه شما وجود دارد. به عبارت دیگر، نشان می دهد شما با در دست داشتن تجهیزات حال حاضر خود، چقدر پتانسیل برای افزایش بازده دارید. در بسیاری از موارد احیای زمان در قالب توانایی پنهان کارخانه، بهتر و ارزان تر از خرید تجهیزات جدید تمام می شود.

ادامه در شماره بعد



اینرودز

محصول جدید بهمن موتور معرفی شد

ون اینرودز جدیدترین محصول بهمن موتور در کلاس خودروهای تجاری - شهری به حساب می‌آید که در روز سه‌شنبه سوم اسفند ۱۴۰۰ به طور رسمی رونمایی شد. در این مطلب اطلاعات کاملی درباره مشخصات ون اینرودز ارائه می‌شود.

© معرفی ون اینرودز

شرکت دانگ فنگ میکرو ون‌های تجاری خود را با نام سری C به بازار چین و سایر کشورها روانه کرده است. این دسته از ون‌های کوچک شامل تیپ‌های مختلفی می‌شود که جهت حمل مسافر یا بار مورد استفاده قرار می‌گیرند. مدلی که فعلاً توسط بهمن موتور وارد بازار ایران شده است، از نوع دو صندلی بوده و صرفاً جهت حمل و نقل بارهای شهری مورد استفاده قرار خواهد گرفت. این خودرو با نام دانگ فنگ C35 در فهرست محصولات کمپانی چینی حضور دارد و از این به بعد تحت عنوان ون اینرودز به سبد تولیدات گروه خودروسازی بهمن نیز اضافه خواهد شد.

© مشخصات فنی ون اینرودز

تنها موتور ارائه شده برای ون جدید بهمن موتور، یک پیش‌ران ۱.۵ لیتری تنفس طبیعی است که حداکثر قدرت آن معادل ۱۰۵ اسب بخار بوده و نهایت گشتاور ۱۴۰ نیوتن متر از دل آن بیرون کشیده خواهد شد. گیربکس ۵ دنده دستی با این پیش‌ران همراه شده تا قدرت موتور را به سوی محور چرخ‌های عقب انتقال دهد. جالب است بدانید که زیر کاپوت این خودرو موتوری دیده نمی‌شود و جهت دسترسی به پیش‌ران و باتری و سایر متعلقات باید از زیر صندلی‌ها اقدام کرد.

ون اینرودز حدود ۱۲۸۵ کیلوگرم وزن دارد و می‌تواند ۷۲۵ کیلوگرم بار را نیز جابجا کند. همچنین حداکثر سرعت این خودرو معادل ۱۴۰ کیلومتر بر ساعت بوده و میانگین مصرف سوخت آن در حالت بدون بار احتمالاً زیر هفت لیتر در ۱۰۰ کیلومتر است. اطلاعات فنی اینرودز در قالب

جدول زیر به اطلاع شما رسیده است:

خودرو	ون اینرودز
موتور	چهار سیلندر تنفس طبیعی - ۱/۵ لیتری
توان	۱۰۵ اسب بخار - ۱۴۰ نیوتن متر
گیربکس	۵MT - پنج دنده دستی
وزن	۱۲۸۵ کیلوگرم
ظرفیت حمل بار	۷۲۵ کیلوگرم - ۵/۱ متر مکعب
ابعاد (میلی متر)	۲۰۰۰-۱۶۸۰-۴۵۰۰
فاصله محوری (میلی متر)	۳۰۵۰

© امکانات

امکانات این ون نسبتاً محدود است و البته انتظاری بیشتر از این هم از یک خودروی تجاری اقتصادی نمی‌رود. با این حال تجهیزات اینرودز برای بازار ایران قابل قبول هستند و می‌توانند مورد رضایت نسبی کاربران این خودرو قرار بگیرند.

۲ عدد ایربگ جلو، تهویه مطبوع دستی، دوربین دید عقب، چراغ روشنایی روز یا دی لایت، سیستم پایش فشار باد تایرها، نمایشگر مالٹی مدیای ۹ اینچی، سیستم ترمز ضد قفل، سامانه‌های کنترل کشش و پایداری، کاور محافظ بار آلومینیومی و...



در این میان وجود سیستم‌های کنترل کشش، کنترل پایداری، حسگر فشار باد تایرها و دوربین عقب می‌تواند کاملاً کاربردی باشد.

◎ قیمت ون اینرودز

قیمت این خودرو از سوی شرکت بهمن معادل ۴۸۹ میلیون تومان اعلام شده است که در بازار کنونی ایران رقمی نسبتاً منطقی به حساب می‌آید. با چنین قیمتی اینرودز تقریباً در بازار کشورمان بی‌رقیب است؛ چراکه سایر ون‌های تولیدی توسط شرکت‌های دیگر نظیر: ون وانا ایران خودرو دیزل، جک سانتری و...، چه از لحاظ ابعاد بدنه و چه از نظر قیمت، فرسنگ‌ها با محصول بهمن موتور فاصله دارند و به هیچ عنوان نمی‌توان آنها را رقیب بهمن اینرودز دانست. اینرودز با توجه به مشخصات فنی آن و همچنین ابعاد مناسب قسمت بار، جهت حمل و نقل مرسولات درون یا بین شهری، کاملاً کاربردی به نظر می‌رسد و در صورتی که با شرایط مناسب در اختیار متقاضیان قرار بگیرد، فروش مناسبی را تجربه می‌کند و به یکی از ون‌های نسبتاً پرفروش در ایران تبدیل می‌شود. گفتنی است گروه بهمن و شرکت‌های زیر مجموعه در سال ۱۴۰۰ بسیار پرکار بودند و محصولات جدیدی چون کامیونت فورس، کامیون امپاور را به بازار عرضه کردند. همچنین این شرکت توانست عرضه انبوه دیگنیتی، فیدلیتی، کامیونت شیلر، موتور سیکلت جیران و موتور سیکلت TPK را به سرانجام برساند.

«جنرال کب» قهرمان مسابقات فوتسال داخلی در هلدینگ رایزکو

تزریق سینرژی به سبک «رایزکو»

اما در ادامه این گفت‌وگو به سراغ شهرام ندایی کاپیتان تیم منتخبین تزریق رفتیم تا جویای حال و احوال تیم نائب قهرمان شویم.

ندایی با اشاره به اینکه تیمش موفق به کسب مقام نائب قهرمانی شده است، گفت: امسال شاهد یک فینال جذاب بودیم که حتی سایر همکاران هم رضایت داشتند.

وی افزود: در ۲ سال اخیر توجه دکتر صمدی به ورزش بسیار زیاد شده است و برگزاری چنین مسابقاتی بسیار لذت‌بخش است. از سال ۹۰ که بنده در شرکت حضور دارم هر ساله به‌غیر از سال گذشته، شاهد برگزاری این مسابقات بوده‌ایم.

علی آقاجانی کاپیتان تیم سایت یک که در جایگاه سوم قرار گرفته است نیز در ادامه با اشاره به اینکه با توجه به زحماتی که از سوی دوستان کشیده شد مسابقات در سطح بالایی قرار داشت گفت: شاید بتوان گفت این دوره از دوره‌های قبل بسیار بهتر بود.

وی درباره برنامه‌های آینده تیم نیز اظهار کرد: در تلاش هستیم با اجرای چندین تغییر در تیم در دوره بعدی بتوانیم در جایگاه قهرمانی قرار بگیریم. ما در این دوره در جایگاه سوم در کل هلدینگ قرار گرفتیم و دور بعد برای قهرمانی به میدان خواهیم آمد.

بر اساس این گزارش موضوعی که نباید از آن گذشت برنامه‌ریزی هلدینگ رایزکو و دستور مستقیم مهندس صمدی برای برگزاری مسابقات مختلف تیمی و فردی است، مدیریت ارشد هلدینگ رایزکو ورزش را به‌عنوان یکی از برنامه‌های اصلی برای کارکنان هلدینگ تعیین کرده است تا بتواند در کنار افزایش سلامت کارکنان به رشد روحیه تیمی و همکاری بین کارمندان بیافزاید.

اگر چشم می‌بستید از صدای تشویق و سوت هواداران تصور می‌کردید به تماشای مسابقات تیم‌های لیگ برتری رفته‌اید، کارمندان هر شرکت برای رفقای خود سنگ تمام می‌گذاشتند و تلاش می‌کردند بیشترین انرژی را به تیم شرکتشان تزریق کنند؛ آن قدر که احتمالاً فردای مسابقه فینال با صدای گرفته به محل کار خود رفته‌اند.

به گفته بازیکنان و تماشاچیان حاضر در مسابقه فینال، هیجان بسیار زیادی در بازی حکم‌فرما بود و این هیجان انرژی بازیکنان را چند برابر کرده بود و موجب شد این مسابقات با حساسیت بیشتری برگزار شود و تیم‌ها تمام تلاش خود را برای ارائه بازی بهتر به کار ببندند؛ در ادامه گفت‌وگو با کاپیتان‌های سه تیم برتر حاضر در این مسابقات را می‌خوانید: گفتنی است در این مسابقات تیم جنرال کب قهرمان شد و تیم‌های منتخبین تزریق و سایت یک به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند.

مهدی صائبیان کاپیتان تیم جنرال کب که موفق به کسب مقام قهرمانی شده است، معتقد است: بازی فینال از حساسیت‌های بسیاری برخوردار بود و به‌نوعی می‌توان گفت حواشی زیادی به همراه داشت. ما در دور قبلی موفق به شکست این تیم شده بودیم در نتیجه حساسیت بازی بیش از آن چیزی بود که فکر می‌کردیم. البته ما آمده بودیم تا از قهرمانی خود دفاع کنیم.

به گفته کاپیتان این تیم، جنرال کب فینال را یک بر صفر برد و بار دیگر قهرمانی را از آن خود کرد.





با کسب عنوان نائب قهرمانی صورت گرفت:

درخشش رایزکویی ها در مسابقات برون سازمانی

برگزار مسابقات ورزشی برون سازمانی و درون سازمانی در هلدینگ رایزکو توانسته از یک سو به رشد جسمی کارکنان بی انجامد و از سوی دیگر موجب رشد روحیه کار تیمی در هلدینگ شده است، این موضوع آن قدر واضح بوده است که کارکنان در سال های اخیر استقبال بیشتری از برگزاری مسابقات داشته و به نوعی برای شروع آن لحظه شماری کنند، چرا که خودشان نیز تأثیر ورزش را در زندگی کاری و شخصی خود حس کرده اند و می دانند و از سوی دیگر می دانند سلامت روحی و جسمی شان برای مدیریت ارشد هلدینگ اهمیت دارد، چنین اقداماتی دستاوردهای مهمی در ارتقای سطح اقتصادی و فرهنگی جامعه خواهد داشت و رایزکو از این نقش آفرینی غافل نمانده است و این مسئله در هلدینگ رایزکو بسیار مهم است.

از سویی دیگر توجه هلدینگ رایزکو به ورزش می تواند منجر به تشکیل تیم های قوی شود که در صورت حمایت هر چه بیشتر در سطح بالاتری از مسابقات قرار گرفته و قهرمانی های دیگری را به همراه داشته باشد، همان طور که در مسابقات چهار جانبه جام دوستی حمید استیلی و ادموند بزیک به عنوان مربیان تیم فوتبال رایزکو تأکید داشتند با برگزاری مسابقات بیشتر و برنامه ریزی دقیق شاهد افتخار آفرینی از سوی کارمندان هلدینگ رایزکو خواهیم بود. این بار اما هلدینگ رایزکو با حضور در مسابقات فوتسال بین ۱۰ تیم از شرکت های فعال صفا داشت توانست با کسب مقام دومی، نایب قهرمان شود

سعید راسخی یکی از بازیکنان تیم رایزکو با اشاره به این مسابقات و حضور در مقام دوم بیان کرد: مسابقات تحت عنوان مسابقات دهه فجر در قالب شرکت ها و اداره ها چند سالی است در صفا داشت

برگزار می شود. در این مسابقات هر ساله تیم های شهرداری و شورای شهر، بخشدار صفا داشت و شرکت های حاضر در شهرک صنعتی حضور دارند که امسال برای اولین بار تیم ما با عنوان رایزکو در این مسابقات حضور پیدا کرد، این در حالی است که در سال های گذشته تیم ما با عنوان اورند پلاستیک در مسابقات شرکت می کرد

راسخی درباره قدرت تیم رایزکو نیز گفت: تیم ما خیلی خوب مسابقات را پشت سر گذاشت و با اختلاف خوبی بالا آمد اما در فینال ابتدا ۳-۳ و سپس نتیجه ۵-۵ مساوی شد که بازی به ضربات پنالتی کشید و متأسفانه در این بخش ۲ توپ را از دست دادیم و بازی را به حریف واگذار کردیم.

بازیکن تیم رایزکو همچنین اضافه کرد: خوشبختانه حمایت های هلدینگ امسال بسیار خوب بود و دکتر قدس و مهندس جواهری زاده حامیان خوبی بودند. البته لازم به ذکر است که دکتر قدس (معاون سرمایه های انسانی رایزکو) خودشان به عنوان کاپیتان در تیم حضور داشتند.

وی درباره روحیه بازیکنان نیز گفت: روحیه تیم نسبت به سال های گذشته بالا رفته است. جالب است که وقتی مهندس صمدی در فینال حضور پیدا کردند، روحیه بچه ها بسیار بالا رفت به طوری که به نوعی جام را برای خودمان می دانستیم اما به هر حال موفق به کسب مقام قهرمانی نشدیم.

ایمانی اضافه کرد: حمایت های دکتر صمدی از تیم یکی از مهم ترین دلایل در روحیه بالای بچه های تیم بود. البته بنده معتقدم تیم رایزکو توانایی حضور در مسابقات بالاتر از این سطح را هم دارد زیرا سطح بازیکنان بالا است.

اوج هیجان در دوشنبه



تیمی مانند طناب‌کشی، هفت‌سنگ و... پرداختند و بعضی نیز ترجیح به حضور در بازی‌های انفرادی داشتند.

همچنین در بخش دیگری از این مراسم چکشیان معاون فرهنگی اجتماعی وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی با اشاره به همکاری کامل مدیران ارشد رایزکو در برگزاری هر چه بهتر مراسم دوشنبه‌های ورزش و کار در این شرکت گفت: اقدامات انجام‌شده در هلدینگ رایزکونشان می‌دهد مدیران این شرکت اهمیت زیادی برای شادابی همکاران و پرسنل قائل هستند که جا دارد تشکر ویژه از آن‌ها انجام شود.

معاون فرهنگی اجتماعی وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی همچنین در این مراسم درباره موضوع ورزش کارگری نیز گفت: نگاه حاکم بر ورزش کارگری، باید تغییر کند و به سمت گسترش ورزش همگانی حرکت کنیم.

وی همچنین تأکید کرد: ورزش عامل رشد، سلامت و ارتقاء سرمایه انسانی جامعه کارگری است و وزارت مردم، نگاه ویژه‌ای به ورزش و سلامت جامعه کار و تولید دارد.

موسیقی، سوت، کف و انرژی دوشنبه نهم اسفندماه در مجتمع صنعتی رایزکو موج می‌زد، گروهی طناب‌کشی می‌کردند، برخی تلاش داشتند در مسابقه مچ اندازی مچ حریف را بخوابانند، در گوشه‌ای دیگر کارکنان روی حلقه‌های رنگی می‌پریدند و تلاش داشتند توپ را به هم تیمیشان برسانند. تعدادی ترجیح داده بودند بازیکنان هفت‌سنگ را تشویق کنند یا ببینید پای همکارشان در بازی لی لی روی خط می‌رود یا نه و تعدادی نیز به یاد قدیم‌ها عمو زنجیر باف بازی می‌کردند.

همه این اتفاقات در مراسمی با عنوان دوشنبه‌های ورزش و کار در مجتمع صنعتی رایزکو افتاد که به همت هلدینگ رایزکو و با حضور محمد چکشیان معاون فرهنگی اجتماعی وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، رئیس و مدیران ارشد فدراسیون ورزش‌های همگانی و کارگری و همچنین تعدادی از ورزشکاران صاحب‌نام کشور مانند «کوروش باقری» سرمربی سابق تیم ولی‌وزنه برداری برگزار شد.

این مراسم ابتدا با ورزش همگانی و موسیقی با انرژی بالا آغاز شد و سپس کارکنان با توجه به علایق خود شروع به بازی‌های

های ورزش و کار رایزکو



نگاهی به تعدادی از مهم ترین خودروهای معرفی شده در سال ۲۰۲۱

نوبرانه های ۲۰۲۱

در سال ۲۰۲۱ خودروسازان اگرچه تا حدودی از شر پاندمی کرونا و در دسره های ناشی از آن (قرنطینه های طولانی مدت و ...) خلاصی یافتند اما بحران تامین ریز تراشه ها ضربه سخت و مهلک دیگری بر پیکره آنان وارد و روند تولید و عرضه محصولات را با اختلال هایی جدی مواجه ساخت. علی ایحال همه این موانع تاثیر چندانی روی معرفی و رونمایی از محصولات جدید نداشتند؛ رونمایی هایی که در ادامه به مرور اجمالی مهم ترین هایشان خواهیم پرداخت و خودروهایی که صدا البته با مدل ۲۰۲۲ یا ۲۰۲۳ معرفی و روانه بازار می شوند.

۵، پکیجینگ استثنایی و مهندسی ابعاد و فضا سازی های محشر در کابین آنهاست؛ چرا که اندازه ۳۰۰۰ میلی متری فاصله بین دو محور آیونیک ۵ رقمی که حتی از اندازه فاصله بین دو محور شاسی بلند سایز بزرگ و پرچمدار هیوندای یعنی پالسید هم ۱۰۰ میلی متر بیشتر است! آیونیک ۵ اولین عضو از خانواده خودروهای تمام الکتریکی هیوندای است و در آینده ای نزدیک قرار است یک سدان و شاسی بلند تمام الکتریکی نیز به ترتیب با نام های آیونیک ۶ و آیونیک ۷ توسط هیوندای معرفی و عرضه شوند.



پژو ۳۰۸، اوایل آسترا و DS۴ کر اس یک

هر سه این خودروها روی پلتفرم EMP2 گروه پژو-سیتروئن توسعه یافته اند و عرضه آنها را می توان بهوضوح اقدامی جسورانه از سوی PSA برای حمله به سهم بازار نمایندگان پرفروش و محبوب گروه فولکس واگن در این بخش از بازار

(فولکس گلف، سئات لئون و آئودی A۳) به حساب آورد. در این بین پژو ۳۰۸ با طراحی ظاهری و داخلی شیک، با هویت و بسیار مدرن خود توانسته توجه بیشتری را جلب کند. علاوه بر اینها نسخه استیشن واگن ۳۰۸ و آسترا نیز با فاصله کمی از معرفی مدلهای هاج یک در سال ۲۰۲۱ معرفی شدند.



تویوتا لندکروز و لکسس LX

پس از گذشت حدوداً ۱۴ سال از معرفی سری ۲۰۰، شاسی بلند محبوب و پرآوازه تویوتا بالاخره پوست انداخت و تغییراتی اساسی را تجربه کرد. در لندکروز جدید (که با نام سری ۳۰۰ شناخته می شود) خلاف نسل قبلی خبری از پیشران ۸

سیلندر نخواهد بود و همچنین دیگر قرار نیست این خودرو در بازار ایالات متحده عرضه شود؛ اگرچه همزاد لوکس و پریمیوم آن یعنی نسل جدید لکسس LX همچنان به حضور خود در ینگه دنیا ادامه خواهد داد.



لامبورگینی کونتاش

قطعا یکی از هیجان انگیزترین اخبار خودرویی سال ۲۰۲۱، معرفی غافلگیرکننده لامبورگینی کونتاش جدید بود. البته کونتاش جدید از پایه و اساس خودرویی جدید نیست بلکه پلتفرم و متعلقات فنی، تزئیناتی و ظاهری خود را با دیگر ساخته های لامبورگینی نظیر اونتادور و سیان شریک است اما تلاش طراحان برای بازآفرینی و دمیدن روح و حال و هوای نسخه اصلی

استارتاپ چینی NIO که بعنوان یکی از جدی ترین و اصلی ترین رقبای تسلا نام برده می شود، در سال ۲۰۲۱ از دو سدان جدیدش رونمایی کرد که یکی از آنها (ETV) در برابر تسلا مدل S و دیگری (ET۵) در برابر تسلا مدل ۳



نیو ETV و ET۵

صاف آرایی خواهند کرد. نیو برای این دو محصول وعده حداکثر برد پیمایش ۱۰۰۰ کیلومتری را داده است.

کمتر کسی فکرش را می کرد که آئودی کانسپت E-Tron جی تی (که در سال ۲۰۱۸ و در اتوشو لس آنجلس رونمایی شده بود) را با کمترین تغییرات ممکن روانه خط تولید کند اما خوشبختانه این اتفاق افتاد تا نسخه تولیدی و نهایی ای-ترون جی تی به لطف بهره گیری از تناسبات کم نقص و حجم پردازی های استاندارد و شمایی جدی، متشخص و تهاجمی، یکی از خوش چهره ترین و جذاب ترین سدان های الکتریکی حال حاضر بازار لقب بگیرد.



آئودی E-Tron جی تی

بنظر می رسد با قرار گرفتن تحت تملک و زیر چتر حمایتی اتحاد رنو-نيسان، میتسوئیشی بتواند دوباره در مسیر رشد و پیشرفت گام بردارد. اوتلندر جدید که پلتفرم و متعلقات فنی یکسان (و حتی بعضاً یکسری اشتراکات در قطعات بکار گرفته شده در کابین) با نسل جدید نيسان ایکس-تریل دارد، اما آمده تا بازی را برای میتسوئیشی عوض کند و چهره به روز و قابل قبول تری را از این خودروساز ژاپنی به نمایش بگذارد.



میتسوئیشی اوتلندر

آغازگر ورود جدی و رسمی گروه هیوندای به عصر خودروهای الکتریکی، سه خودروی هیوندای آیونیک ۵، کیا EV۶ و جنسیس GV۶۰ در کلاس کر اس اوور هستند که هر سه بر روی پلتفرمی مشترک (E-GMP) توسعه پیدا کرده اند. در این بین یکی از موارد جالب توجه درباره این خودروها و خصوصاً آیونیک



هیوندای آیونیک ۵، کیا EV۶ و جنسیس GV۶۰



لندروور رنجرورور

دگرگونی ها در فضای کابین، امکانات، تکنولوژی ها و البته زیر کاپوت آن روی داده است.



کیا اسپورتیج

ایمنی و توانمندی های فنی، نسل پنجم و جدید اسپورتیج را در دو مدل عرضه کند که یکی (نسخه با فاصله بین دو محور کمتر) مخصوص بازار اروپا خواهد بود و نسخه دیگر (با فاصله بین دو محور بیشتر) در سایر بازارهای بین المللی از جمله شرق و جنوب شرق آسیا، خاورمیانه و آمریکای شمالی عرضه خواهد شد.



فورد ماوریک و هیوندای سانتاکروز

کلرادو و فورد رنجر، جمع و جورترین پیکاپ هایی بودند که در دسترس مشتریان آمریکایی قرار داشتند اما حالا و با وجود سانتاکروز و ماوریک ما بطور رسمی با پدیده ای تحت عنوان "پیکاپ کامپکت" مواجه هستیم.



مرسدس EQ و EQE

سدان های EQ و EQS اما مدلهایی کاملاً متمایز و جدید هستند که آغازگر تقابل جدی و مستقیم خودروساز اشتوتگارتی با اصلی ترین هماورش یعنی تسلا خواهند بود؛ بخصوص EQS که رسماً از سوی مرسدس با عنوان "S-Class" خودروهای الکتریکی "مورد توصیف قرار گرفته است.



هامر EV و کدیلاک Lyriq

تراک/پیکاپ هامر EV رونمایی شد و در سال ۲۰۲۱ نوبت به معرفی نسخه شاسی بلند رسیده است.

در پیکره ای مدرن و امروزی در کنار تیراژ محدود این خودرو (تنها ۱۱۲ دستگاه)، خروجی قدرت ۸۰۳ اسب بخاری پیشرا ۷۱۲ و هایبریدی آن و شتاب صفر تا صد زیر ۳ ثانیه ای، چیزی است که بسیاری از ثروتمندان را تسلیم بر چسب قیمتی حداقل ۲/۵ میلیون دلاری خودرو کرده است!

برای آنهایی که سودای سواری گرفتن از یک خودروی اسپرت ژاپنی، با هویت و اصیل را در سر می پروراند و حاضر به فراموشی لذت تعویض دنده دستی و جایگزینی آن با گیربکس های خودکار نیستند، نیشان Z یکی از معدود گزینه های پیش روست که خوشبختانه هنوز تحت تاثیر رشد سهم بازار شاسی بلندها و استراتژیهای مالی کمپانی ها قرار نگرفته و ضمن پابندی به ریشه ها همچنان به حیات خود ادامه می دهد. ضمناً خلاف نسل های پیشین، قرار نیست هیچ عدد و رقمی در نام خودرو مورداستفاده قرار بگیرد و این خودرو تنها نیشان Z خطاب می شود.



نیشان Z

رنو مجاب شده تا برای اولین بار در تاریخ مدل مگان، نسل جدید این خودرو را در قامت یک کراس اوور کامپکت را معرفی و روانه بازار کند و همچنین برخلاف نسل های پیشین، دیگر هیچ پیشرا ۷۱۲ درونسوزی برای مگان قابل انتخاب نخواهد بود. در بازار اروپا مگان را به نوعی می توان نخستین رقیب اروپایی مستقیم فولکس واگن ID.۳ به حساب آورد؛ هر چند ID.۳ و اضحاچ بکی کامپکت است و ادعای کراس اوور بودن هم ندارد!



رنو مگان E-Tech

سری ۲ به نوعی میراث دار یکی از مدلهای تاریخی و موفق ب ام و یعنی ۲۰۰۲ محسوب می شود و اولین نسل از آن در سال ۲۰۱۳ معرفی شده بود. معرفی نسل دوم و جدید سری ۲ اما تبدیل به یکی از جنجالی ترین و بحث برانگیزترین اتفاقات خودرویی در سال ۲۰۲۱ شد. در بخش فنی و عملکردی سری ۲ جدید همچنان حرف های زیادی برای گفتن دارد اما متأسفانه (و خلاف نسل قبل) دیگر امکان انتخاب جعبه دنده دستی برای آن وجود ندارد. قدرتمندترین نسخه سری ۲ کوبه (M۲۴۰i xDrive) به یک پیشرا ۶ سیلندر و ۳ لیتری توین توربو با قدرت ۳۸۲ اسب بخار مجهز است.



ب ام و سری ۲ کوبه

تویوتا لشکری از کانسپت های الکتریکی را آماده کرده است تا از یک سو منتقدان را سر جای شان بنشانند و از سویی دیگر به سهامدارانش اطمینان خاطر دهد که اوضاع تحت کنترل است! در این بین تویوتا BZ۴X که کراس اوور کامپکت در ابعاد و اندازه های رافور است، اولین خودروی تمام الکتریکی و تولید انبوه تاریخ تویوتا لقب می گیرد و آغازگر فصلی تازه در تاریخ این خودروساز ژاپنی خواهد بود.



تویوتا BZ۴X

صحت از خودرویی است که با عرضه اولین نسلش در سال ۱۹۷۰، غالباً بعنوان آغازگر داستان شاسی بلندهای مدرن و لوکس در تاریخ صنعت

نکات ضروری برای یک مسافرت بهاری در نوروز

نوشته: علیرضا داودی

مسافرت در تعطیلات نوروزی، یکی از رایج ترین تفریحات مردم کشورمان است. جدا از وجود تعطیلات که امکان مسافرت های چند روزه را به اکثر مردم می دهد، بحث دید و بازدید نوروزی نیز یکی از مهم ترین دلایل راهی شدن مردم به نقاط مختلف کشور است. اما برای هر مسافرتی خصوصا در زمان های این چنینی که حجم بالایی از مسافران در جاده ها حضور دارند و از طرفی چون در فصل نسبتا سرد و بارانی سال است، تمهیدات ابتدایی و ضروری لازم است تا با کمترین مشکل بتوان سفر را به خوبی به پایان رساند.

۱. سلامت ظاهری



در ابتدای هر مسافرت، بهتر است تا ظاهر خودرو را دقیقا مورد بازدید قرار دهیم. قسمت هایی مثل شل گیرهای داخل گلگیرها، اتصال سپرها و چراغ های خودرو، شیشه های خودرو خصوصا شیشه عقب و جلو، آینه های جانبی را بررسی کنیم تا در صورتی که از این نظر مشکلی وجود دارد، آنها را سریعاً برطرف کنیم.

۲. مایعات خودرو



در هر خودرو، از سیالاتی استفاده می شود که هر کدام نقش مهمی را در سلامت خودرو بازی می کنند. باید هر چند وقت یکبار و مخصوصا قبل از رفتن به مسافرت، سیالات و مایعات خودرو را از نظر کیفی و کمی، بازدید کنیم تا سلامت آنها بررسی شود. همچنین اگر نشتی در قسمتی وجود دارد، آن را برطرف کنیم.

۳. شیشه شور خودرو



در فصل سرد و خصوصا در بهار که بارش های بهاری نیز آغاز می شوند، یکی از مهم ترین قسمت های خودرو، شیشه شوی است. عبور خودروها از کنار یکدیگر در زمان بارندگی، حجم زیادی از آب جاده را به روی شیشه خواهد پاشید که در صورت خرابی شیشه شوی، دید راننده را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد. بهتر است در مخزن شیشه شوی به جای آب معمولی از مایعات شوینده با کیفیت استفاده کرد تا هم تمیزی بیشتری حاصل شود و هم رسوبی در مجاری آن ایجاد نشود. کیفیت و سلامت برف پاک کن ها نیز باید به دقت بررسی شود.

۴. تهویه مطبوع



بخاری و کولر خودرو را مورد بازدید قرار دهیم تا از سلامت کاری آن مطمئن شویم. همچنین بهتر است تا سیستم یخ زدای شیشه ها را نیز بررسی کنیم و در صورت عدم کارکرد صحیح، عیب آن را برطرف کنیم.

۵. فیلتر هوا و بنزین



دو فاکتور مهم در سلامت کاری پیشرانه، فیلتر هوا و سوخت است. کثیفی فیلتر هوا، جدا از کاهش توان موتور، مصرف سوخت را افزایش می دهد. کثیفی فیلتر بنزین نیز در کارکرد پیشرانه اثر منفی دارد و می تواند با افزایش فشار به پمپ بنزین، عمر آن را نیز کاهش دهد.

۶. لاستیک ها



بهترین خودروها بدون داشتن لاستیک مناسب، عملاً کارایی ندارند. باید فشار هوای لاستیک ها را همیشه کنترل کرد و این نکته را در نظر گرفت که کاهش این فشار می تواند به طور محسوسی در افزایش مصرف سوخت اثر داشته باشد. بهتر است اگر قبلاً، تایرها را جابجا نکرده ایم، آنها را عقب و جلو کنیم. این کار باید هر شش ماه یکبار انجام شود. در صورتی که تایرها آج کمی دارند، بهتر است تا آنها را تعویض کنیم.

۷. زنجیر یخ



همان طور که گفته شد، نوروز در بسیاری از مناطق کشورمان همراه با بارندگی است. از این رو بهتر است تا اگر تصمیم به سفر به مناطق کوهستانی و سرد را داریم، زنجیر چرخ نیز به همراه داشته باشیم.



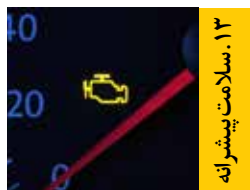
مقداری سیم برق، چراغ قوه، دستکش، طناب، کبریت، چسب و لنت و... در یک جعبه آچار، لازم و ضروری است. یکی از مهم‌ترین موارد این بخش، کپسول آتش‌نشانی است.

سلامت قسمت برق و جرقه پیشراانه، هم در مصرف سوخت اثر دارد و هم در توان خودرو. از این‌رو اگر قصد سفر داریم، باید این بخش را چک و بررسی کنیم. تمام قسمت‌های مصرفی خودرو، دارای عمر مشخصی هستند که با سر رسیدن این عمر، در صورت نیاز باید تعویض شوند.



۱۲. شمع وایر

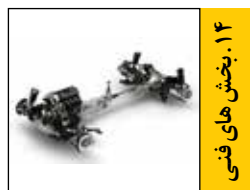
پیشراانه خودروهای امروزی دارای انواع سنسور و حسگرهایی هست که کارکرد موتور را در بهترین حالت نگه می‌دارند. خرابی هر کدام از این قطعات، باعث بروز ایراد در پیشراانه شده و در نتیجه، کاهش قدرت و توان تولیدی موتور، افزایش مصرف سوخت و آلایندگی‌ها را در پی خواهد داشت. بهتر است اگر نشانه‌هایی از کارکرد نادرست پیشراانه را مشاهده می‌کنیم، اقدام به چک کردن و تنظیم پیشراانه کنیم.



۱۳. سلامت پیشراانه

هر خودرو دارای قسمت‌های فنی مختلفی است که سلامت هر کدام از آنها در حین حرکت، ضروری و الزامی است.

از این‌رو قبل از رفتن به یک مسافرت، با مراجعه به افراد ماهر و کلی و همه جانبه از بخش‌های فنی خودرو داشته باشیم.



۱۴. بخش‌های فنی

باتری ماشین معمولاً در فصل زمستان کمی تنبل می‌شود. به این علت که در هوای سرد، گرانشی روغن موتور کاهش می‌یابد و چرخش قطعات متحرک آن سخت‌تر می‌شود. بنابراین استارت به نیروی بیشتری نیاز دارد که می‌تواند به سرعت توان باتری را کاهش دهد. همیشه از سلامت و محکم بودن اتصال سرب‌های باتری‌ها و هم‌چنین محکم بودن محل اتصال منفی باتری به بدنه و مثبت آن به سر دینام مطمئن شوید. هم‌چنین همراه داشتن یک جفت کابل اتصال باتری نیز می‌تواند در بسیاری از مواقع مفید باشد.



۸. باتری

تسمه‌ها و شیلنگ‌ها را حتماً قبل از یک سفر، به دقت بازدید کنید و در صورت وجود مشکل، هر چند کوچک، آن را به طور کامل بر طرف کنید. بهتر است از تسمه‌ها و شیلنگ‌ها، یدکی به همراه داشته باشیم.



۹. تسمه‌ها و شیلنگ‌ها

وجود یک جعبه کمک‌های اولیه، می‌تواند کمک بزرگی در مواقع مورد نیاز باشد. همراه داشتن مواردی مثل چسب زخم، قرص‌های مورد نیاز، لوازم پانسمان و... در هر خودرویی لازم است. برخی از خودروسازان، این جعبه را از ابتدا در خودروها قرار می‌دهند.



۱۰. کمک‌های اولیه

همراه داشتن یک سری لوازم در خودرو همیشه ضروری است. مجموعه‌ای از آچارها، تسمه‌ها و شیلنگ‌های مورد نیاز، کابل اتصال باتری، پمپ باد و لوازم پنچری،



۱۱. لوازم ضروری

نرم نرمک می‌رسد اینک بهار ...

«بیست و چند سال پیش، ده دوازده روزی به نوروز مانده، شبی تا صبح باران بارید و بامدادان، آفتابی درخشان، آخرین روزهای زمستان رفتنی و نخستین نشانه‌های فرارسیدن فروردین را بشارت داد. دو کبوتر سپید داشتیم که در هوای صبح، نشاط می‌کردند و چند گلدان میخک که دانه‌های باران، بر برگ‌هایشان در نور آفتاب می‌درخشید. همه چیز در حال شکفتن بود. صبح را تماشا می‌کردم، آسمان آبی را، ابرهای سپید را، برگ‌های تازه از جوانه بیرون آمده بید را و بوی بهار را. بی‌اختیار، آنچه را می‌دیدم و می‌چشیدم و حس می‌کردم، روی کاغذ آوردم:

بوی باران، بوی سبزه، بوی خاک،
شاخه‌های شسته، باران خورده پاک ...»

و اینگونه شبی در اسفند سال ۱۳۴۱، شعر زیبای «بوی باران» از ذهن و زبان فریدون مشیری گذشت و ۳۷ سال بعد، خسرو آواز ایران، آن را به زیباترین موسیقی بهاری بدل کرد:

«... آسمان آبی و ابر سپید
برگ‌های سبز بید
عطر نرگس، رقص باد
نغمه و بانگ پرستوهای شاد
خلوت گرم کبوترهای مست
نرم نرمک می‌رسد اینک بهار
خوش به حال روزگار ...»

و اما فلسفه نوروز ...

در آیین ایران باستان، اولین روز فصل بهار را «نوروز» می‌نامند، این روز را جشن می‌گرفتند و ۱۲ روز به شادمانی می‌پرداختند.

اساس «جشن» از کلمه «پسینه» یا «پسنا» به معنای پرستش، نیایش و شادی است. همچنین در اوستا آمده است: «خداوند، جهان و همه آفریدگان را در شش هنگام آفرید.»

این شش هنگام را اینگونه برشمرده‌اند:

۱. آغاز خلقت در روز چهل و پنجم سال که همزمان با ۱۵ اردیبهشت ماه است و در این روز «آسمان» آفریده شد.

۲. صد و پنجمین روز سال که ۱۵ تیر ماه است و در این روز «آب» خلق شد.

۳. روز صد و هشتادم سال که همزمان با ۳۰ شهریور است و در این روز «زمین» آفریده شد.

۴. دویست و دهمین روز سال مقارن با ۳۰ مهر که در این روز «گیاهان» آفریده شدند.

۵. دویست و نودمین روز سال مصادف با ۲۰ دیماه که در این روز «حیوانات» آفریده شدند.

۶. سیمصد و شصت و پنجمین روز سال که همان آغاز سال نو است و در این روز خداوند با آفرینش «انسان» به کار خلقت جهان پایان بخشید.

در ادامه به برخی از رسوم نوروز اشاره می‌کنیم:

یاد درگذشتگان

یکی از آداب که به نظر پسندیده هم می‌آید، زنده نگه داشتن یاد درگذشتگان در پنجشنبه آخر سال است که بر این اساس، ایرانیان در این روز به آرامستان می‌روند.

سفره هفت‌سین

یکی از جذاب‌ترین آداب و رسوم نوروز، چیدن سفره هفت‌سین است. در این سفره هفت ظرف حاوی اقلامی که با حرف «سین» شروع می‌شود، می‌چینند.

۱. سبزه: نشانه تولد دوباره، فراوانی، برکت، شادابی، سرسبزی و پیوند انسان با طبیعت است.

۲. سمنو: نشان‌دهنده مهارت آشپزی ایرانیان است و نمادی است از زایش و

باروری گیاهان.

۳. سیب: نشانه سلامتی و زیبایی و نماد باروری و زایش است.

۴. سنجد: نماد عشق و دلبستگی و از مقدمات اصلی تولد و زاینده‌گی است. عده‌ای عقیده دارند که بوی برگ و شکوفه درخت سنجد، محرک احساس عشق است.

۵. سیر: نشانه سلامتی و محرک شادی در زندگی است.

۶. سماق: به رنگ خورشید در هنگام طلوع است، نماد از بین برنده بدی‌ها و تاریکی‌هاست.

۷. سرکه: نماد صبر و بردباری است زیرا مدت‌ها طول می‌کشد تا سرکه پدید آید.

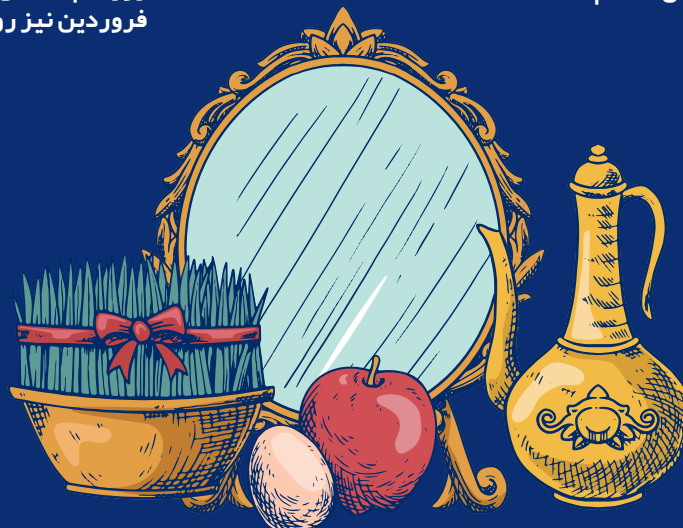
عید دیدنی و عیدی دادن

یکی از زیباترین رسوم نوروز، دیدوبازدید و ملاقات با دوستان و اقوام و همسایگان است. در بین مسلمانان ایرانی معمولاً بزرگ‌ترها در اولین بازدید نوروزی به رسم برکت و هدیه، اسکناسی نو از لای صفحات قرآن کریم به فرزندان و نوه‌های خود اهدا می‌کنند.

سیزده‌به‌در

و پایان‌بخش ایام نوروز، روز سیزدهم فروردین است که در تقویم معاصر، به‌عنوان روز طبیعت نام‌گذاری شده است. در این روز خانواده‌ها خانه خود را ترك می‌کنند و به تفرج‌گاه‌های حوالی شهرها می‌روند. عده‌ای معتقدند ۱۳ عدد نحسی است اما هیچ دلیل علمی و تاریخی برای این موضوع وجود ندارد. یکی دیگر از رسوم جالب در این روز، گره‌زدن سبزه است. در این روز پسران و دختران جوان به نیت برآورده شدن آرزوها، سبزه‌ها را گره می‌زنند.

همچنین سیزده‌به‌در روزی برای طلب باران نیز بوده است. در ایران قدیم هر روز نام مختص به خود را داشته و ۱۳ فروردین نیز روز «باران» بوده است.



موقعیت مهدی

جشنواره فیلم فجر به عنوان شاخص‌ترین جشنواره فیلم به تازگی چهل‌مین سال برگزاری خود را به پایان رسانده است. «موقعیت مهدی» در این جشنواره توانست عناوینی مانند بهترین جلوه‌های ویژه میدانی، بهترین صدابرداری، بهترین موسیقی متن، سیم‌رغ بلورین بهترین فیلم اول و سیم‌رغ بلورین بهترین فیلم را به خود اختصاص دهد. فیلم «موقعیت مهدی» فیلمی است جنگی که البته فقط جنگی نیست، یا بهتر بگوییم فقط روایتگر جنگ نیست این فیلم روایتگر حضور شهید باکری است در جبهه‌های جنگ؛ کارشناسان این حوزه معتقدند «موقعیت مهدی» گرچه فیلمی بیوگرافی در باره شخصیت مهدی باکری است اما تأکیدش بر موقعیت اوست تا فردیتش و این موضوع یکی از دلایل موفقیت «موقعیت مهدی» است. هادی حجازی‌فر کارگردان این فیلم در باره این فیلم سینمایی می‌گوید: «نزدیک به دو سال درگیر این کار بودیم. دوازده‌بار کار متوقف شد اما بچه‌ها پای کار ماندند. در ابتدا این فیلم به من در جایگاه بازیگر پیشنهاد شد. من پیشنهادی دادم که خودم کار را بسازم و از ما پذیرفتند و قرار شد که هم خودم فیلم را بسازم و هم در آن بازی کنم.»

با هم ببینیم



روایتی از آدم‌های دور از خانه

کتاب «چمدان‌های باز»، عنوان کتاب تازه سیدمحسن روحانی است که در دومین نمایشگاه مجازی کتاب مورد استقبال مخاطبان قرار گرفته و در آن ایام به چاپ سوم رسیده است. کتاب «چمدان‌های باز» روایت‌هایی از تجربیات زیسته این نویسنده درباره مهاجرت و فرازونشیب‌های آن است. روحانی در این کتاب، دیده‌های خود را بعنوان یک دانشجو و وکیل ایرانی از زندگی مهاجران در آمریکای شمالی و خصوصاً شهر نیویورک به تصویر کشیده است. روحانی درباره اثر خود می‌گوید: «روایت‌های کتاب درباره آدم‌های مختلف با تفاوت‌های بسیار است اما آنچه در میان اغلب این شخصیت‌ها مشترک است، بحث مهاجرت بودن آنهاست؛ چیزی که تا حد بسیار زیادی عامل پیوند شخصیت‌های کتاب است. من هم سعی کردم با تکیه بر این وجه، کتاب را بنویسم. در واقع کتاب «چمدان‌های باز» روایت آدم‌های دور از خانه است.»

با هم بخوانیم



تنها منشین

«تنها منشین» عنوان یکی از تازه‌ترین آلبوم‌های منتشرشده با آهنگسازی سهیل حسنی است. تنها منشین اثر علی تجویدی، «بداهه‌نوازی» با اشاره به درآمد اصفهان، «خوشه‌چین» به آهنگسازی روح الله خالقی، «بداهه‌آوازی» با اشاره به قره‌باغ و بیات راجع، «شهر شیراز» بر اساس یک ملودی محلی استان فارس، قطعات بخش اصفهان و «مرز» برگرفته از یک ملودی یمنی، «دشتستانی» برگرفته از ملودی‌های محلی شمالی، «بداهه‌آوازی» با اشاره به دیلمان و درآمد دشتی، «موسم گل» اثر موسی معروفی با مقدمه‌ای بر اساس تنظیم محمدرضا درویشی، «یاد دوست» و «ضربان خسته تکرار» اثر بهداد بابایی قطعات بخش دشتی این آلبوم را تشکیل می‌دهند. سهیل حسنی نوازنده سنتور، سیاهش کامکار میکس و مستر و سارا نیک فروز گروه اجرایی این آلبوم را تشکیل می‌دهند.

با هم بشنویم



باغ‌موزه نگارستان

باغ‌موزه نگارستان دانشگاه تهران از بناهای قدیمی تاریخی تهران است که در سال ۱۳۲۲ هجری قمری به دستور فتح‌علی‌شاه قاجار به‌عنوان اقامتگاه تابستانی ساخته شد. این بنا به سبک کلاسیک ساخته شده و دارای دو عمارت عالی به نام‌های «دلگشا» و «تالار قلمدان» است. این باغ‌موزه به این علت «نگارستان» نامیده شده است که در یکی از اتاق‌های عمارت آن تعداد زیادی تابلوی نقاشی به نمایش درآمده بود. این تابلوها به‌دست هنرمندانی چون میرزا جانی‌نقاش، میرزا بابا نقاش و عبدالله‌خان نقاش‌باشی کشیده شده است. تاج‌گذاری محمدشاه روی تخت طاووس قاجاری، قتل قائم مقام فراهانی، تأسیس نخستین مدرسه کشاورزی و تشکیل اولین فرهنگستان ایران، مهم‌ترین رویدادهای تاریخی است که در این مکان رخ داده است. این باغ‌موزه در میدان بهارستان، جنب متروی بهارستان، خیابان دانشسرا، خیابان شریعتمدار رفیع واقع شده و مجموعه موزه‌ها از ساعت ۱۰ تا ۱۸، محوطه باغ از ساعت ۹ تا ۲۰ و کافه از ساعت ۱۲ تا ۲۰ پذیرای مراجعان است.

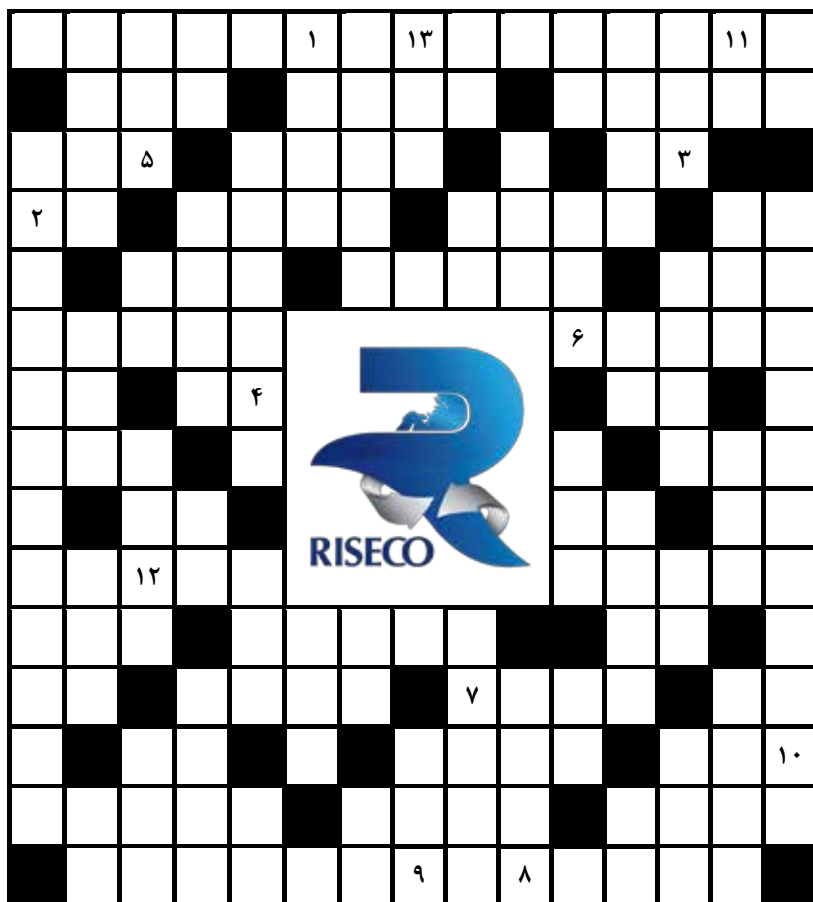
با هم بگردیم



از پشت سرهم قرار دادن حروف خانه‌های شماره دار رمز جدول بدست می‌آید.

افقی:

۱۵ ۱۴ ۱۳ ۱۲ ۱۱ ۱۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱



- ۱- شرکت زیرمجموعه هلدینگ رایزکو که هوای هوا را دارد! ۲- پدر علم اقتصاد - بزرگترین معضل اقتصادی کشورها- فلز رخسار! ۳- جای پا- نظر یا رای فقیه- توشه ۴- سیال حیات بخش- بسیار ستوده شده- انتظار و چشمداشت - دل آزار کهنه ۵- ساز تیره!- موتور سیکلت جدید ایران دو چرخ که نام یک مجموعه تلویزیونی در ژانر عاشقانه تاریخی به کارگردانی حسن فتحی است- سکه یا اسکناسی که توسط بانک مرکزی چاپ و منتشر شود ۶- داستان- شریک ۷- اثر رطوبت- دوستی- محکم کردن ۸- عضو پر کار- پول فلزی ۹- مساوی- خشکی- واحد بازی تنیس ۱۰- پادکست خانواده بزرگ رایزکو با این عنوان منتشر می شود- ویروس منحوس و کشنده ۱۱- شهر فستیوال سینمایی - هدف اصلی آن تغذیه استارت خودرو است- کشیدنی حیاتی ۱۲- شبکه اینترنتی- رودی در جمهوری آذربایجان- واحد سنجش جریان الکتریکی که یکی از شرکت‌های زیرمجموعه رایزکو به همین نام نامگذاری شده است - گرما و حرارت ۱۳- خودمانی- بازار اوراق بهادار- ویتامین جوانی ۱۴- همیشه و دایم- کتاب حضرت داود- ماهر و زبردست در هر کاری ۱۵- شرکت تولیدکننده قطعات فلزی زیرمجموعه هلدینگ رایزکو

عمودی:

طراح: رسول نادری

عصر خسرو پرویز ۸- بازیکن ایتالیایی و پیشکسوت باشگاه یوونتوس — غذای بیمار ۹- نام یکی از پادشاهان ماد به معنی پاک و مقدس- قبیله حاتم- فرمان خودرو ۱۰- مرطوب- توانایی بدنی ۱۱- کامیون جدید گروه بهمن- تنگ هم- حرف نازی ۱۲- پهلوی و کنار- شیوه راز درون کلاه- مستقیم ۱۳- از حیوانات در خطر انقراض- عضوی در صورت- پایه- گول برفها ۱۴- خشمگین- از دیده جاری شود- اقتصاد بعضی کشورها به آن وابسته است- عیب و عار ۱۵- روز تاسیس مهرآب بهشت.

۱- عضو رونده- قدیمیترین برند زیرمجموعه هلدینگ رایزکو ۲- خاک صنعتی- مخزن بنزین خودرو- غذای تزریقی- در اقتصاد به بهای پول وام گرفته شده می گویند ۳- خرمای هندی- حق ویژه اقتصادی یا سیاسی برای اشخاص- حرف پوست کنده - از حروف الفبا ۴- اسم دخترانه- دریای عرب- موسسه اقتصادی که وظیفه اش تجهیز و توزیع اعتبارات، عملیات اعتباری، مالی، خرید و فروش اوراق، نقل و انتقال وجوه و... است- رودی در کشورمان ۵- فراوان- دلیل و برهان- پول خارجی- نوعی کاغذ ۶- بی سواد- سوراخ کوچک ۷- گوشت ترکی- مروارید- موسیقی دان

رمز جدول را به روش زیر به سامانه ۳۰۰۷۲۱۶۰ ارسال کنید.

عدد ۳ ارسال بشه کد پرسنلی نام و نام خانوادگی پاسخ صحیح

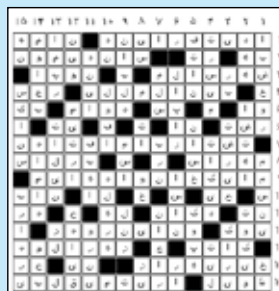
به ۱۰ نفر از شرکت کنندگان که پاسخ صحیح را ارسال کنند به قید قرعه جایزه پانصد هزار تومانی تعلق خواهد گرفت.



پاسخ جدول شماره گذشته: ما یک خانواده ایم

اسامی برندگان:

فرزاد بهمنی فراشی- ۲۷۶۹
هادی رضازاده- ۹۲۳۴
صابر عبدالملکی- ۶۷۳۰
مرتضی حیدرزاده- ۲۳۱۲۷
وحید اصغری- ۴۸۴۶
مهدی شجری- ۵۳۷۲
علی اطهری مقدم- ۴۹۰۵
احمد ملاحسنی- ۹۴۱۲
یاسرنجفی- ۳۵۳۵
سید سجاد بینوا شلمانی- ۹۴۵۷



میان وعده جذاب کنار چای ایرانی



همونطور که در شماره پیشین راز صنعت گفته بودیم تو این بخش قراره همکارها یا همسران همکاران ما در هلدینگ رایزکو از هنرهاشون بهمون بگن. حالا سرکار خانوم **زهرا اصفهانی همسر جناب آقای علیرضا چورابلو** با کد پرسنلی ۶۷۸۰ قراره بهمون یاد بدن چه طوری کیک سیب و دارچین درست کنیم.

این شما باید که برای ما دستور پخت بفرستید، ما هم تو شماره بعدی رازصنعت به اسم خودتون منتشر می‌کنیم.

چند نکته درباره ارسال عکس ها و دستور پخت:

۱: حتما نام، نام خانوادگی و کد پرسنلی خودتان را به واتس اپ روابط عمومی با شماره ۹۲۱۳۹۴۸۳۲۲ ارسال کنید (اگر همسر شما در هلدینگ شاغل است، نام خانوادگی و کد پرسنلی همسرتان فراموش نشود)
۲: در عکس گرفتن دقت کنید؛ عکس ها با کیفیت باشد و حتما به صورت فایل ارسال شود.



مواد لازم: تخم مرغ ۲ عدد
آرد: ۱/۵ پیمانه (که میشه معادل یک لیوان و نیم البته لیوان فرانسوی)
شکر: ۳/۴ پیمانه (که میشه معادل ۳/۴ لیوان فرانسوی)
روغن جامد: نیم پیمانه
ماسه پرچرب: نیم پیمانه
دارچین: یک قاشق غذاخوری
وانیل: یک قاشق غذاخوری
بکینگ پودر: ۱/۵ قاشق غذاخوری
سیب زرد: ۲ عدد متوسط
حالا بریم ببینیم با اینا باید چیکار کنیم

مرحله سوم:

ماسه به مخلوطی که در مرحله قبل درست شده اضافه می‌کنیم و باز مخلوطشون می‌کنیم



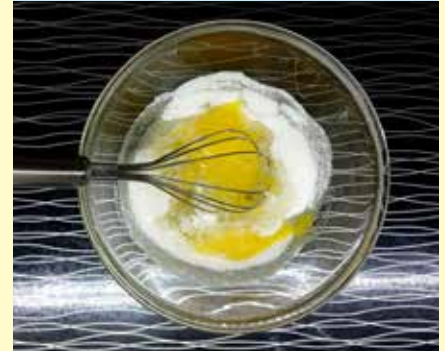
مرحله دوم:

روغن به مواد قبلی اضافه می‌کنیم و همراه وانیل مخلوط می‌کنیم



مرحله اول:

تخم مرغ ها رو به همراه شکر با همزن دستی مخلوط می‌کنیم.



مرحله ششم:

قالب رو تو فری که از قبل گرم شده به مدت ۳۰ دقیقه تو دمای ۱۸۰ درجه سانتی‌گراد می‌پزیم و در نهایت کمی پودر قند رو می‌ریزم روی کیک.



مرحله پنجم:

یک ظرف مستطیلی پیرکس به ابعاد ۱۰ در ۲۵ سانتی‌متر رو انتخاب می‌کنیم و سیب‌ها رو برش می‌زنیم. کف ظرف رو آرد و روغن می‌ریزم که مواد بهش نچسبه. تو این مرحله نصف مخلوطی که داشتیم رو می‌ریزم تو ظرف بعد سیب‌ها رو می‌چینیم، دارچین می‌زنیم و بعدش بقیه مواد رو اضافه می‌کنیم، باز سیب می‌چینیم و دوباره دارچین



مرحله چهارم:

آرد رو به همراه بکینگ پودر به ترکیب قبلی اضافه می‌کنیم



نفرات برتر آدیت فرآیند سازه گستر

مصطفی زکریایی نوری



کارشناس تضمین کیفیت سایت
موتورهای الکتریکی و سیستم‌های
وابسته

جواد حسنی



رئیس تضمین کیفیت ۳ سایت کامپاند
مواد پلیمری، کاتالیست و موتورهای
الکتریکی و سیستم‌های وابسته

شهرام غمگین زامله



کارشناس تضمین کیفیت سایت چراغ

راضیه پیروزفر



رئیس تضمین کیفیت سایت باک و
سیستم هوارسانی

سمیرا صادق زاده



کارشناس تضمین کیفیت سایت تزریق

هدیه بزرگی



کارشناس تضمین کیفیت سایت
کاتالیست

فرزانه زادپور



کارشناس تضمین کیفیت سایت
موتورهای الکتریکی و سیستم‌های
وابسته

مهدی زینلی



کارشناس تضمین کیفیت سایت
قطعات لاستیکی و نوارهای آببندی

بهاره میکائیلی



کارشناس تضمین کیفیت سایت
کامپاند و مواد پلیمری



یک
خانواده
بزرگیم

RISE FOR TOMORROW

سال نو مبارک



riseco_holding

www.riseco.co

مدیر عامل هلدینگ راز کو چهره نامی صنعت و اقتصاد کشور در سال ۱۴۰۰

