

معاون فروش و بازاریابی شرکت تشریح کرد؛

عرضه ۲.۵ میلیون تن محصول فولاد مبارکه پس از حملات



معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه، با اشاره به تداوم تأمین بازار پس از حملات، گفت: فولاد مبارکه تنها یک ماه پس از اصابت، تولید و عرضه محصولات را از سر گرفت و تاکنون بیش از ۲.۵ میلیون تن محصول به بازار عرضه کرده‌است؛ رویکردی که تداوم تأمین حداکثری بازار داخل را به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های این شرکت تبدیل کرده‌است.

رضا حیدری، معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه، در جمع دبیر و اعضای انجمن تولیدکنندگان لوله‌های فولادی و پوشش خطوط انتقال که امروز دوشنبه ۶ مهرماه از خطوط تولید این شرکت بازدید کردند، اظهار کرد: مایه خرسندی است که انجمن تولیدکنندگان لوله‌های فولادی و پوشش خطوط انتقال را به‌عنوان نخستین میهمانان معاونت فروش و بازاریابی فولاد مبارکه پس از بازسازی میزبانی می‌کنیم و امیدواریم در نشست‌ها و جلسات کاری مشترک، برای تأمین حداکثری نیاز مصرف‌کنندگان واقعی انواع ورق‌های فولادی کشور، گام‌های جدی‌تر و هدفمندتری برداریم.

دو سناریو برای تأمین بازار پس از حمله

وی با تأکید بر اینکه پس از حمله به فولاد مبارکه، مدیریت شرکت و به‌طور مشخص معاونت فروش و بازاریابی، برای جلوگیری از ایجاد هر گونه التهاب در بازار، جاسلست مشترکی با مسئولان کشور بر گزار کرد، اظهار داشت: در آن مقطع با دو سناریوی جدی مواجه بودیم.

حیدری افزود: در شرایط عادی، فولاد مبارکه ما هاله‌ای علاوه بر انواع محصولات پوشش‌دار، شامل گالوانیزه، رنگی و قلع‌اندود، حدود ۳۵ تا ۳۶ هزار تن ورق

گزارش

حضور جمعی از مدیران ارشد رسانه‌ای در فولاد مبارکه اصفهان و ارزیابی آنچه پس از آسیب‌های اخیر بر این مجموعه گذشت، ابعاد تازه‌ای از بازگشت ۴۵ روزه‌ای پیش‌ران بزرگ صنعتی را آشکار می‌کند. این گزارش با آواکوی دیدگاه پنج صاحب‌نظر برجسته از تباطات در این بازدید، کالبدشکافی می‌کند که چگونه پیوند راهبردی میان چابکی فنی در خطوط تولید و روایتگری شفاف و بدون تأخیر، تهدید فیلچ‌کننده یک تکلنه سنگین صنعتی را به فرصتی برای تثبیت سرمایه اجتماعی بنگاه و بازتولید اعتماد در اقتصاد ملی بدل ساخت.

برای اقتصاددانان و تحلیل‌گران صنعتی، تصویر شرکت‌های بزرگ تولیدی اغلب در متغیرهایی چون ظرفیت اسمی، حاشیه سود ناخالص یا سهم بازار خلاصه می‌شود. اما در بزنگاه‌های سخت اقتصادی و رخداد‌های غیر متعربه، متغیر دیگری اهمیت می‌یابد که در ترازنامه‌های مالی بنگاه‌ها درج نمی‌شود: «مان بازایی» یا شاخص بازگشت به نقطه تعادل.

پس از آسیب‌های سنگین ناشی از جنگ اخیر به خطوط تولید شرکت فولاد مبارکه برآوردهای متعارف فنی حاکی از توقفی چندماهه و شاید چندساله برای بخش‌های آسیب‌دیده بود. با این حال، بازگشت ۴۵ روزه‌این مجتمع به چرخه تولید یک مورد کلوی ملموس از مدیریت بحران را در اقتصاد ایران رقم زد.

در حاشیه رویداد «محکم‌تر از فولاد» و هفتمین نشست تخصصی «روایت فولاد مبارکه»، مدیران ارشد و چهره‌های کلیدی حکمرانی رسانه، فضای مجازی و اکوسیستم نوآوری کشور، از نواحی بازسازی شده فولاد مبارکه بازدید کردند. اهمیت این حضور، صرف‌فاد تماشای خطوط احیاشده نبود؛ بلکه در رمزگشایی استراتژیک این مدیران حرفه‌ای از هندسه بازسازی هوشمند و تغییر موازنه در جنگ روایت‌ها نهفته‌است. در این میان، ابتکار و توانمندی ممتاز مدیریت از تباطات

گزارش

مدیر ارتباطات و توسعه برند سازمانی گروه تشریح کرد؛

رسانه و هنر، کانال اصلی ارتباط فولاد مبارکه با جامعه است

در هفتمین نشست «روایت فولاد مبارکه» با عنوان «رسانه، روایت و بازنمایی» که در سلسله رویدادهای «محکم‌تر از فولاد» و با حضور مدیران ارشد رسانه‌ای برگزار شد، هادی نباتی‌نژاد، مدیر ارتباطات و توسعه برند فولاد مبارکه، بر ضرورت بهره‌گیری از هنر و رسانه برای تبیین ظرفیت‌های این مجموعه تأکید کرد. وی تصریح کرد: پس از حوادث فروردین‌ماه، تبیین توانمندی‌ها به رسالتی جدی بدل شده و این مجموعه با هدف خلق روایت‌های نوین و تعامل با ناخبگان، در پی بازتعریف پیوند میان صنعت فولاد و افکار عمومی است.

هادی نباتی‌نژاد، مدیر ارتباطات و توسعه برند سازمانی گروه فولاد مبارکه، در هفتمین نشست «روایت فولاد مبارکه» با محوریت «رسانه، روایت و بازنمایی» گفت: برگزاری این سلسله‌نشست‌ها در راستای رویکردی است که از زمان مدیریت جدید فولاد مبارکه آغاز شد. بر ضرورت گفت‌وگوی شفاف و مؤثر با جامعه دربار دستاوردها و ظرفیت‌های این مجموعه تأکید دارد.

وی افزود: بر همین اساس، حوزه هنر و رسانه را به عنوان یکی از نیمه‌دوم سال برای صنایع باالاست فولاد کشور با مجموعه‌ای از متغیرهای بی‌رون‌زا و پیچیدگی‌های ساختاری همراه شده‌است؛ شرایطی که در آن معادلات سنتی سودآوری صرفاً با تکیه بر افزایش حجم تولید یا رشد قیمت‌های فروش، دیگر پاسخگوی نیازهای مالی بنگاه‌ها نیست.

شرکت صنایع معدنی فولاد سنگان به‌عنوان قطب کلیدی تأمین خوراک زنجیره آهن و فولاد در شرق کشور، در مواجهه با تغییرات پیش‌امده در بازار و وضعیت خرداران عمده، مدلی نواز مدیریت، پرسبک بازرگانی و فروش را به‌مرحله اجرا درآورده‌است. این مجموعه به حفظ تعهدات نسبت به مشتریان راهبردی، به‌سوی متنوع‌سازی مقاصد فروش و بازآفرینی سازوکارهای عملیاتی حرکت کرده تا پایداری زنجیره

نوع ایرانی

حملات

فولاد مبارکه با وجود اینکه در هفتم فروردین‌ماه سال ۱۴۰۵ مورد اصابت قرار گرفت، توانست تنها یک ماه بعد، در هفتم اردیبهشت‌ماه، نخستین محصولات خود را در بورس کالا عرضه کند.
وی ادامه داد: از زمان بمباران فولاد مبارکه، با لطف خداوند و با همت همه همکاران و دست‌اندرکاران، بیش از ۲.۵ میلیون تن از محصولات شرکت به بازار عرضه شده‌است.

حیدری با بیان اینکه در حال حاضر بازار به‌خوبی تأمین و از نظر قیمت کنترل شده است، گفت: این در حالی است که در سایر صنایعی که در جنگ‌های اخیر مورد تهاجم قرار گرفتند، شرایط متفاوتی را شاهد هستیم.

همدلی زنجیره فولاد برای تأمین بازار

وی عرضه به‌موقع و منصفانه محصولات فولادی به بازار داخل در شرایط جنگی را دستاوردی بزرگ دانست و تصریح کرد: این اتفاق بدون همدلی و حمایت‌های همه‌جانبه دستگاه‌های دولتی و تولیدکنندگان داخلی محقق نمی‌شد.

معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه افزود: بلافاصله پس از مورد اصابت قرار گرفتن فولاد مبارکه، بسیاری از سازمان‌ها و انجمن‌های کشور، از جمله انجمن تولیدکنندگان لوله‌های فولادی و پوشش خطوط انتقال، با فولاد مبارکه تماس گرفتند و اعلام کردند که در کنار این شرکت هستند.

تداوم عرضه باهمان حجم سال گذشته

حیدری با تأکید بر اینکه جلوگیری

از ایجاد هر گونه التهاب در بازار و فراهم شدن زمینه سودجویی برای سودگران، عزم فولاد مبارکه را برای تولید و تأمین حداکثری محصولات مورد نیاز مصرف‌کنندگان واقعی کشور جدی‌تر کرد، گفت: فولاد مبارکه طی سه‌ماه اخیر، تمام عرضه‌های عمومی و اختصاصی خود را با همان حجم سال گذشته ادامه داده است.

وی ادامه داد: به‌ویژه در حوزه تأمین حداکثری ورق مورد نیاز خودروسازان که می‌توانست شرایط سختی ایجاد کند، فولاد مبارکه عملکرد مناسبی داشته‌است.

تأمین ورق پرزوه‌های بزرگ انتقال آب، نفت و گاز

معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه با اشاره به اهمیت و نقش اعضای انجمن تولیدکنندگان لوله‌های فولادی و پوشش خطوط انتقال در کشور اظهار داشت: با تأمین ورق مورد نیاز این عزیزان توسط فولاد مبارکه و تلاش آنها، خوشبختانه تاکنون حداقل دو پروژه انتقال آب فعال شده‌است و در حوزه نفت و گاز نیز اقدامات پیوسته و خوبی در حال انجام است.

وی افزود: فولاد مبارکه از دو ماه پیش تأمین ورق مورد نیاز پروژه‌های بزرگ را در دستور کار قرار داده است. حیدری تأکید کرد: امروز مهم‌ترین دغدغه فولاد مبارکه، تداوم تأمین حداکثری بازار داخل و تداوم حضور در بازارهای صادراتی است.

فولاد مبارکه در کوران جنگ و بازسازی آبدیده‌تر شد

وی در پایان گفت: فولاد مبارکه طی شش‌ماه اخیر آبدیده‌تر شده‌است. در این جنگ سختی‌های زیادی را پشت سر گذاشتیم و به‌طور قطع مدیران و کارکنان فولاد مبارکه در سال ۱۴۰۵ به هیچ‌عنوان یا سال‌های قبل قابل مقایسه نیستند؛ چراکه همان‌طور که تأکید شد، در کوران جنگ و بازسازی، بسیار مجرب‌تر و آبدیده‌تر شده‌ایم.

اخبار فولاد

معماری تاب‌آوری در فولاد مبارکه: چگونه یک بحران به الگوی مدیریت استراتژیک بدل شد؟



در روزهای آغازین سال، تأسیسات کلیدی فولاد مبارکه هدف حملات قرار گرفت؛ شو‌ک‌این حادثه تنها محدود به سازهای فلزی نبود، بلکه ضرب‌های سهمگین به‌شرایق انجمن صنعتی کشور وارد کرد. در آن لحظات، بسیاری از تحلیل‌گران با نگاه به ابعاد تخریب، پیش‌بینی توقف طولانی مدت و فلج شدن کامل این غول فولادی را مطرح کردند. اما آنچه در شش ماه گذشته رخ داد، نه تنها یک بازسازی ساده، بلکه روایتی از یک هاپرگشت غافلگیرکننده و مهندسی دقیق بحران است که فراتر از تعمیرات فنی، ابعاد مدیریت بحران در صنایع استراتژیک را بازتعریف کرد. در همین راستا، بازسازی توانست اعتماد سهامداران و بازار را نیز به‌طور کامل جلب کند.

جهش ۵۱ درصدی: فراتر از یک رکورد آماری
گزارش عملکرد شش‌ماهه فولاد مبارکه، پرده از حقیقتی برمی‌دارد که شاید ابتدا باور کردنی نبود. جهش ۵۱ درصدی در تولید محصولات گرم‌طی شهر یوما، تنها یک عدد روی کاغذ نیست؛ بلکه بازتاب‌دهنده یک «معماری نجات» در زنجیره ارزش است. افزایش حجم تولید از ۱۸۴ هزار تن در مردادماه ۲۷۹ هزار تن در شهریور، برای مجموعه‌ای که درگیر پیامدهای شو‌ک ویرانگر و محدودیت‌های انرژی است، یک مانور عملیاتی خیره‌کننده به‌شمار می‌رود. این اعداد نشان می‌دهند که مدیریت شرکت با استراتژی دقیق در تخصیص ظرفیت، سهم محصولات گرم را به ۳۰٫۶ درصد کل تولید ترجمه رسانده‌است. در کنار آن، ثبت تولید ۱۲۸ هزار تن محصول سرد و ۲۲ هزار تن محصول پوشش‌دار، حاکی از ثبات ساختاری در سیدارزش افزود: است، ثباتی که اجازه نداد تعهدات در صنایع پایین‌دست، از خودروسازی تا لوازم خانگی، با خلل مواجه شود.

تغییر پارادایم: از تأمین خطی به شبکه توزیع شده
خلق این دستاورد در دل بحران، نیازمند چیزی فراتر از آواربرداری بود. مهندسی مجدود پویای «زنجیره ارزش» کلید اصلی این موفقیت بود. مدیرزندی، مدیرعامل گروه فولاد مبارکه، با کالبدشکافی مسیر طی شده، از راهبردهایی سخن می‌گوید که هدف اصلی آن‌ها، حفظ جریان متصل تولید بود. زرداری برای تبیین ابعاد این جابجایی عظیم لجستیکی در دوران محدودیت‌ها، به یک اقدام بی‌سابقه اشاره می‌کند. مدیریت شرکت با درک این موضوع که «خطوط داخلی آسیب‌دیده، گلوگاه اصلی است»، ساختار تأمین را تغییر داد. اومی گوید: «تلاش کردیم با استفاده از ظرفیت‌های موجود در زنجیره فولاد، بخشی از نیاز بازار را تأمین کنیم. برای نمونه، بررسی کردیم که چگونه می‌توان گندله را از خراسان به سیرجان منتقل کرد؛ طر فیر سیرجان را به آهن اسفنجی تبدیل کرد، سپس به خوزستان انتقال داد و به شمش تبدیل کرد و در نهایت شمش را به اصفهان رساند.» این جابجایی در امتداد محور شرق، مرکز و جنوب، کالبدشکافی دقیق یک معماری نجات است. ز زمانی که خطوط ذوب و ریخته‌گری در چار فلج موفق‌شدند، مدیریت شرکت با چرخشی سریع، ساختار خطی تأمین را به یک شبکه توزیع شده ملی تبدیل کرد تا شو‌ک‌های سنگین در طول زنجیره تأمین مستهلک شود.



زمان خرید برای بازسازی: نبرد با ساعت

بازگرداندن اسلب از جنوب کشور به خطوط نورد مبارکه، زمان لازم برای سرعت بخشیدن به روند بازسازی خطوط آسیب‌دیده را خرید و اجازه نداد پنجره‌های صادراتی سودمند شوند؛ زرداری در این باره می‌گوید: «برخی رسانه‌های خارجی زمان سه تا پنج سال را برای بازسازی مطرح کردند و تیم‌های مهندسی داخلی نیز یک تا دو سال را برآورد می‌کردند. هدف گذاری ما این بود که تا پایان سال حدود ۷۰ درصد ظرفیت را بازگردانیم.»

برای این هدف، مدیریت پروژه دگرگون شد. جلسات بازسازی روزانه برگزار و برای هر بخش زمان‌بندی‌های فشرده تعریف‌شد. در یک بخش کلیدی که زمان اولیه ۱۲۰ روز برآورد شده بود، تیم مدیریت با افزایش جبهه‌های کاری و پیاده‌سازی مدیریت موازی، توانست زمان اجرا را به طرز چشم‌گیری کاهش دهد. این نگاه «توسعه گرایانه» در زمان بحران، نشان داد که چگونه می‌توان از دل ویرانه‌ها، سرعت و قدرت را بیرون کشید؛ رویکردی که در آن نیروی انسانی با انگیزه‌ای مضاعف عمل کرد.

درس‌هایی از تاب‌آوری برای صنعت سنگین
این مانور عملیاتی، یک پیام مهم برای فعالان حوزه صنایع سنگین دارد: تاب‌آوری، تنها به ضامت زور که هوا بستگی ندارد، بلکه در انعطاف‌پذیری ساختار مدیریتی و قدرت تغییر سریع در زنجیره ارزش نهفته‌است. اگر فولاد مبارکه در ساختار قدیمی و متمرکز خود بافشاری می‌کرد، امروز شاهد توقف تولید بودیم. اما با ایجاد این «شبکه نجات ملی»، شرکت نه تنها خود را از مرگ نجات داد، بلکه به الگوی برای واکنش سریع در برابر بحران تبدیل شد. امروز، فولاد مبارکه نه تنها به مسیر تولید بازگشته، بلکه با درس آموخته‌های این دوره، ساختاری بنا کرده که در آینده نیز می‌تواند در برابر شو‌ک‌های مشابه، چابک‌تر و واکنش‌نشان دهد. این موفقیت حاصل تغییر نگرش از «مدیریت حفظ» به «مدیریت توسعه در بحران» بود. جهش شهر یوما، پیروزی فکری بر محدودیت است؛ جایی که مدیران با نگاهی استراتژیک، از «بحران» برای بازآرایی زیرساخت‌های خود استفاده کردند تا ثابت کنند نبض صنعت ایران، حتی در سخت‌ترین شرایط، از تپش باز نمی‌ایستد و این یعنی پیروزی اراده بر هر گونه انسداد صنعتی.