

جهش ۷۲ درصدی تولید تختال در فولاد هرمزگان



مدیرعامل فولاد هرمزگان با تأکید بر تحقق رشد تولید در فولاد هرمزگان، از تولید ۲۹۵۱۹۸ تن تختال در فروردین و اردیبهشت سال جاری خبر داد و گفت: تولید تختال در شرکت فولاد هرمزگان در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، از رشد ۷۰۱ درصدی برخوردار بوده است.

معروفخانی مدیرعامل فولاد هرمزگان با تأکید بر تحقق رشد تولید در فولاد هرمزگان، از تولید ۲۹۵۱۹۸ تن تختال در فروردین و اردیبهشت سال جاری خبر داد و گفت: تولید تختال در شرکت فولاد هرمزگان در مقایسه با مدت مشابه سال قبل که ۲۷۵۵۸۵ تن بوده از رشد ۷۰۱ درصدی برخوردار بوده است. معروفخانی در ادامه بر تعهد فولاد هرمزگان به حمایت کمی و کیفی از تولید داخل تأکید کرد و گفت: فولاد هرمزگان به عنوان یک شرکت مادر برای صنایع زیرمجموعه وظیفه سنگینی را در تحقق دستور مقام معظم رهبری در خصوص افزایش تولید داخل و ارتقای کیفیت محصولات ایرانی بر عهده دارد در این راستا برنامه ریزی دقیقی صورت گرفته است.

مدیرعامل فولاد هرمزگان در ادامه اظهار داشت: هماهنگی صحیح واحدهای مختلف از طریق کمیته های هفت گانه استراتژیک، تکیه بر توان شرکت های تامین کننده داخلی، مدیریت صحیح و جهادی مدیران عالی و میانی شرکت، در کنار تهیه ماده اولیه با کیفیت، انجام پروژه های اصلاحی در خط تولید و کاهش توقفات اضطراری و کاهش پاور آن کوره های قوس الکتریک، افزایش سرعت ریخته گری و استفاده بهینه از زمان ها برای تولید و آماده به کاری تجهیزات، و همچنین پشتیبانی و نیز حمل و نقل به موقع و سریع، همگی در افزایش تولید نقش داشته اند. وی در ادامه ارتقای کیفیت تختال های تولیدی در فولاد هرمزگان را از استراتژی های اصلی این شرکت خواند و گفت در اسفند و فروردین دور کورد پیاپی در ارتقای کیفیت تختال در فولاد هرمزگان به ثبت رسید.

مدیرعامل فولاد هرمزگان با تأکید بر اینکه ارتقای کیفیت تختال باعث تولید محصول نهایی با کیفیت در صنایع پایین دستی خواهد شد و رضایت جامعه را از کالای ایرانی در پی خواهد داشت، این افزایش کیفیت را ضامن بقا در بازارهای جهانی و حفظ مشتریان خارجی و افزایش صادرات خواند. معروفخانی در پایان بر لزوم تامین انرژی تأکید کرد و گفت: تمامی این برنامه ها و پروژه ها داخل سازمانی است به نحوی که ما راه را برای افزایش تولید هموار کرده ایم لکن کفه دیگر ترازو، تامین انرژی است و خواستار یاری دستگاه های ذیربط برای تامین انرژی و جلوگیری از توقف تولید و خسارت صنایع پایین دستی هستیم.



درخشش روابط عمومی فولاد مبارکه در نخستین جشن ملی روابط عمومی



روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه در نخستین جشن ملی روابط عمومی موفق به دریافت تندیس و جایزه صنعت روابط عمومی ایران در بخش آموزش و فرهنگ سازی شد.

نخستین جشن ملی روابط عمومی با حضور فعالان روابط عمومی و اساتید این رشته در سالن وحدت تهران برگزار شد. این جشن که به مناسبت آغاز هفته روابط عمومی برگزار شد، فعالان این حوزه را بر آن داشت تا با تعاملات بیش از پیش به افزایش دانش و خودباوری روابط عمومی بپردازند. در این جشن که با حضور طلا بهاران از تباطات و روابط عمومی ایران، همچنین تعاملات ارتباطات جهان گستر و روابط عمومی های ارتباط پر داخته شد.

گفتنی است، در پایان این رویداد، از کتاب های «روابط عمومی متاورس» و «روابط عمومی مدیریت بحران» و «روابط رسانه» رونمایی و از فعالان و پیشکسوتان روابط عمومی تقدیر شد.

در اولین همایش «تجلیل از برترین های بورس کالا» شرکت فولاد مبارکه، با کسب رتبه اول از نظر حجم و ارزش عرضه محصولات در بورس کالا طی سال ۱۴۰۰، تندیس شرکت برتر از لحاظ ارزش در بورس کالا را دریافت کرد و مورد تقدیر قرار گرفت. خانم زوی وزیر امور اقتصادی و دارایی، تندیس «شرکت برتر از لحاظ ارزش در بورس کالا» را به محمدیاسر طیب نیا مدیرعامل فولاد مبارکه اهدا کرد. ثبت بالاترین فروش اعتباری به منظور حمایت از صنایع پایین دست به خصوص خودروسازان و تولیدکنندگان لوازم خانگی و همچنین حضور به عنوان بزرگترین عرضه کننده تلفیقی به منظور تأمین نیاز بازار داخل از محل واردات ورق، از جمله دلایل این انتخاب اعلام شد. طیب نیا، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه، در این همایش اظهار کرد: به دنبال سیاست های دولت مبنی بر کنترل قیمت هادر بازار و در بورس کالا، سیاست فولاد مبارکه افزایش ارائه محصولات فولادی در بورس

در اولین همایش تجلیل از برترین های بورس کالا صورت گرفت؛

انتخاب فولاد مبارکه به عنوان شرکت برتر از لحاظ ارزش در بورس کالا



کالا، پوشش کل ترازها و کنترل قیمت هاست. وی افزود: از ابتدای شکل گیری دولت جدید، علی رغم اینکه ورق فولادی کالایی بوده که با کمبود آن در بازار مواجهیم، قیمت های آن تغییر نکرده است. مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه

با اشاره به بازدهی سهام شرکت هادر بورس کالا گفت: شرکت فولاد مبارکه ارزشی نزدیک به ۳۶۰ هزار میلیارد تومان دارد و اگر بازدهی سهام فولاد و

وی اذعان داشت: عوامل مختلفی در اقتصاد و صنعت دخیل هستند و فولاد مبارکه به عنوان صنعتی بزرگ، از مسئولان و دولت محترم انتظاراتی دارد. عوامل مختلفی بر عملکرد ما دخیل است، اما تصمیمات مسئولان و قانون گذاران دغدغه ماست و بر ثبات اقتصادی تأثیر می گذارد؛ بنابراین انتظار ما به عنوان سربازان خط مقدم جبهه صنعت این است که مسئولان به عنوان فرماندهان این جبهه، هدایت گری و تنظیم گری را متقبل شوند.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه خواستار رعایت حقوق مردم در اقتصاد شد و گفت: انتظار می رود تصمیم گیران به سمتی حرکت کنند که صناعی همچون فولاد مبارکه با تعارض در تصمیمات مواجه نشوند و تصمیماتی که عملکرد این صنایع و بازار سهام را مورد حمله قرار می دهد اصلاح شود، چرا که تصمیماتی که بعضا در وزارتخانه های صمت، نیرو، راه و... اتخاذ می شوند، عملکرد شرکت های بزرگ را تحت الشعاع قرار می دهند.

مختلف زحمات زیادی در حوزه روابط عمومی شرکت صورت گرفته است، اما تحولات سریع در حوزه ارتباطات و اقتضات سال های اخیر فولاد مبارکه را بر آن داشته تا با طراحی یک مدل جدید و عملیاتی گام دوم و نوین روابط عمومی این شرکت را در آینده نزدیک کلید بزند و با نگاه به تجربیات گذشته و ظرفیت های موجود گام های جدیدی برای روابط عمومی شرکت برداشته شود.

روابط عمومی باید پاسخگوی مخاطبان خود باشد

طالبی، مدیر روابط عمومی شرکت صنعتی معدنی چادرملو نیز در این گردهمایی اظهار کرد: شرکت هایی در برندسازی و کسب اعتبار در افکار عمومی موفق هستند که یک طرح و برنامه استراتژیک دارند. به اعتقاد من امروزه روابط عمومی در تمام سازمان ها باید به عنوان یک واحد استراتژیک مطرح شود. وی افزود: ما چه بخواهیم و چه نخواهیم، در یک محیط تعاملی زندگی می کنیم و بنابراین باید پاسخگوی مخاطبان خاص و عام خود باشیم. اکنون روایتگری در روابط عمومی مغفول مانده و لازم است به آن توجه شود. ما باید برای خود داستان داشته باشیم، سناریو تدوین کنیم و بدانییم از کجابه کجا حرکت می کنیم. مدیر روابط عمومی شرکت صنعتی معدنی چادرملو گفت: اگر بخواهیم به صورت انفعالی عمل کنیم و صرفاً در مواقع بحران واکنش نشان دهیم، بدترین شیوه عملکرد در روابط عمومی را استفاده کرده ایم. مدیر ارشد روابط عمومی باید بتواند از مجموع رخ دادهایی که در جامعه رخ می دهد، آینده را پیش بینی کند و بداند که بحران در کجا اتفاق می افتد. مدیر روابط عمومی شرکت صنعتی معدنی چادرملو گفت: رفتار مردم باید در فضای مجازی رصد شود نه در رسانه های رسمی و حکومتی. باید از فضای مجازی به منظور جلوگیری از بحران های آینده استفاده کرد.

طالبی افزود: باید با افزایش پیوسته دانش و اطلاعات خود، اعتبار و حیثیت سازمان را حفظ کنیم. روایتگری در روابط عمومی این نیست که یک سناریو تدوین و آن را به مخاطبان القا کنیم؛ روایتگری با تبلیغات متفاوت است. در این شیوه تلاش می شود مخاطب به اندیشه واداشته شود تا خود بتواند نتیجه گیری کند. وی با اشاره به موضوع «ضرب القبال» در عرصه روابط عمومی گفت: محور ما امیدآفرینی در جامعه است. انتشار اخبار دروغ باعث می شود جامعه دچار تنوری مارپیچ سکوت شود. از آنجاکه امیدآفرینی باید درونی و باور پذیر باشد، انتشار اخباری مثل اشتغال زایی ها یا فعالیت هایی نظیر اقدامات حوزه معیشت مردم و به طور کلی مسئولیت های اجتماعی می تواند مؤثر باشد. مدیر روابط عمومی شرکت صنعتی معدنی چادرملو در پایان یادآور شد: در شرایطی که با بحران ارزی در کشور مواجهیم، بسیاری از شرکت ها صادرات دارند و به کشور ارز وارد می کنند؛ مشکلات باید با افراد تصمیم گیر مطرح شود. برای مثال، در شرایطی که کشور نیاز به ارز دارد، ناگاهن تصمیمی گرفته می شود که از صادرات، عوارض اخذ شود.



و هموار کردن مسیر پیش روی آن دارند و نقشی که در دهه های گذشته حداقلی و کم فروغ بود، در دنیای ارتباطات و گسترش فناوری های نوین ارتباطی به نقشی استراتژیک و اثرگذار تبدیل شده است. مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه گفت: شرکت فولاد مبارکه که نیز با عنایت به مختصات ویژه و ویژگی های منحصر به فرد خود طبیعتاً نیازمند یک روابط عمومی پویا، به روز و اثربخش است تا بتواند از جایگاه ویژه این شرکت به خوبی صیانت کند و افکار عمومی را از دستاوردهای غرورآفرین این مجموعه معظم به خوبی مطلع نماید. وی تصریح کرد: فولاد مبارکه شرکتی به وسعت ایران است و تأثیرگذاری گسترده ای در صنعت و اقتصاد کشورمان دارد و طبیعتاً چنین شرکتی با خصوصیتی که ذکر شد در زمان های مختلف و به فراخور مسائل مختلف با سؤالات، شبهات و انتقادات از جانب ذی نفعان و شرکت های کسب و کار خود، از سهام داران میلیونی، کارکنان، بازنشستگان و مردم منطقه و کشور مواجه می شود که چالاک و به هنگام بودن روابط عمومی و استفاده درست و علمی از ابزارهای نوین در عرصه ارتباطات به تنویر شایسته افکار عمومی دستاوردهای گروه فولاد مبارکه، نقش ویژه ای در امیدآفرینی به جامعه ایفا کنیم.

برای تأکید کرد: افزایش چشمگیر تولیدات تصویری، برگزاری رویدادهای متعدد با حضور خانواده بزرگ فولاد مبارکه به مناسبت های ملی و مذهبی و نیز حضور مؤثر در همایش ها و نمایشگاه های مختلف در اقصی نقاط کشور و بعضاً کشورهای دیگر در کنار فعالیت هایی که بر اساس یک باور و اعتقاد قلبی در حوزه مسئولیت های اجتماعی، توسعه و تکامل منطقه ای در روابط عمومی شرکت انجام می پذیرد همه و همه اقداماتی هستند که به نوعی جریان افتخارآمیز تولید را در این مجموعه بزرگ پشتیبانی می کنند. وی عنوان داشت: امیدواریم بتوانیم با عمل به وظیفه خود انعکاس دهنده دستاوردهای کارکنان تلاشگر گروه فولاد مبارکه باشیم و امید به آینده را بیش از پیش در جامعه اشاعه دهیم. در دوره های

روابط عمومی ها در خط مقدم جهاد تبیین هستند

برای مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه نیز در این گردهمایی اظهار کرد: لباس روابط عمومی، لباس جهاد اقتصادی برای عمل به وظیفه تبیین در عرصه جهاد تبیین است. وی افزود: سرعت و دقت در روابط عمومی و استفاده صحیح و علمی از ابزارهای نوین در عرصه ارتباطات به تنویر شایسته افکار عمومی کمک شایانی می کند و قدر و قیمت شرکت های بزرگی همچون فولاد مبارکه به شکل بهتری حفظ خواهد شد. مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه گفت: این گردهمایی برای آشنایی بیشتر و نزدیک تر مدیران روابط عمومی شرکت های حوزه معدنی و صنایع معدنی کشور بود که تجربه ای متفاوت در این حوزه بود و امیدواریم این نشست ها تداوم داشته تا بتوانیم در عرصه روابط عمومی شرکت های صنعتی گام های مؤثرتری را برداریم. وی با تأکید بر ضرورت انعکاس فعالیت های شبانه روزی صنعت کشور بیان کرد: امیدوارم بتوانیم با عمل به رسالت خطیر خود در انعکاس دستاوردهای گروه فولاد مبارکه، نقش ویژه ای در امیدآفرینی به جامعه ایفا کنیم.

وی خاطر نشان کرد: امروزه نقش و جایگاه روابط عمومی ها به مراتب بیشتر از گذشته بر همگان روشن شده است و مدیران سازمان های پیشرو به خوبی می دانند عملکرد روابط عمومی سازمان نقشی بسزا در پیشبرد اهداف سازمان

شرکت های حوزه معدن و صنایع معدنی ایران بود که به همین خاطر از روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه که کمال تشکر و قدردانی را دارم. وی افزود: پس از اعمال تحریک ها، باززبانی بر روی دوش شرکت های حوزه معدنی و صنایع معدنی قرار گرفت و در عین حال این شرکت ها نیز بار زیادی را از دوش کشور برداشتند؛ پس از تأکیدات مقام معظم رهبری در خصوص اهمیت جهاد تبیین، رسالت روابط عمومی ها نسبت به قبل دوچندان شده است.

مدیر روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران با بیان اینکه امروز روابط عمومی به عنوان هنر هشتم شناخته شده و صرفاً یک شغل نیست، اظهار کرد: در روابط عمومی علم توأمان با هنر است و باید در تمدن سازی نقش ویژه ای داشته باشد. وی با بیان اینکه امروز روابط عمومی ها در عصر ارتباطات یکی از ارکان سازمان های بزرگ و توسعه سرمایه های انسانی هستند، افزود: رمز موفقیت برندهای جهانی، فرهنگ کار و تولید است که در آن ها نهادینه شده است.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه خاطر نشان کرد: اطلاع رسانی تنها یکی از رسالت های روابط عمومی هاست و کار روابط عمومی ها فراتر از جهاد تبیین و فرهنگ سازی در جامعه است؛ برای اینکه از قابلیت های جهانی حذف نشویم باید جهان تراز فکر کنیم.

وی در پایان اذعان داشت: سرنوشت صنایع ما به نوع نگاه جامعه به می گردد و اگر نتوانیم با اصلاح نگاه جامعه به صنایع، در این زمینه فرهنگ سازی کنیم، صنایع رو به اضمحلال خواهند رفت.

نوع و شیوه فعالیت روابط عمومی ها باید منجر به توسعه و اشتغال در کشور شود
جعفری معاون وزیر و رئیس هیئت عامل ایمیدرو نیز در این گردهمایی اظهار کرد: نگاه شرکت های بزرگ صنعتی و معدنی کشور نباید صرفاً نگاه درون سازمانی باشد.

وی با بیان اینکه روابط عمومی های حوزه صنعت و معدن کشور نقش مؤثری در اطلاع رسانی و امیدآفرینی به جامعه دارند، افزود: نوع و شیوه فعالیت روابط عمومی ها باید منجر به توسعه و اشتغال در کشور شود، در غیر این صورت به بی راهه رفته ایم. معاون وزیر و رئیس هیئت عامل ایمیدرو خاطر نشان کرد: ارتباط و تعامل میان روابط عمومی های حوزه صنعت و معدن کشور ضروری است. این امر باید منجر به افزایش رفاه مردم شود، روابط عمومی ها باید نقش خود را در آرمش بخشی به جامعه به خوبی ایفا کنند.

رسالت روابط عمومی ها نسبت به قبل دوچندان شده است

علی آبادیان مدیر روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران نیز در این گردهمایی اظهار کرد: میزبانی شرکت فولاد مبارکه از اولین گردهمایی مدیران روابط عمومی حوزه معدن و صنایع معدنی کشور گام بلندی در عرصه یکپارچه سازی اقدامات روابط عمومی