

## گفت و گو

مدیر مدیریت شهری فولاد مبارکه در آستانه هفته منابع طبیعی اعلام کرد:

### برنامه ریزی فولاد مبارکه برای توزیع ۲۶ هزار اصله نهال

فولاد مبارکه در ادامه مشارکت در طرح ملی کاشت یک میلیارد درخت و علاوه بر اجرای پروژه تولید ۳ میلیون اصله نهال و تحت پوشش دادن مقدار ۱۰۲۲ هکتار از اراضی متعلق به اداره کل منابع طبیعی استان در شهر طالخنوچه، هم‌زمان با هفته منابع طبیعی و روز درخت کاری، برای توزیع ۲۶ هزار اصله نهال بین کارکنان خود برنامه‌ریزی نموده است.

خبرنگار فولاد در آستانه فرارسیدن هفته منابع طبیعی، در دیدار با سید محمد جواد مجیدی، مدیر مدیریت شهری فولاد مبارکه اقدامات فولاد مبارکه در زمینه درخت کاری و اهتمام این شرکت به توسعه پایدار را جویا شده است که ماحصل این گفت‌وگورا در ادامه می‌خوانید.

### از نگاه فولاد مبارکه توجه به محیط زیست چه اهمیتی دارد؟

توجه به محیط زیست و اهتمام به حفظ و ارتقای آن از جمله ارکان توسعه پایدار محسوب می‌گردد که طی چند دهه اخیر همواره به‌عنوان یکی از محورهای اصلی تأثیرگذار و تعیین‌کننده در تدوین و تعیین برنامه‌ها و فعالیت‌های صنعتی در سطح جهان و تعریف مناسبات اقتصادی بین الملل مورد توجه بوده است.



در این راستا شرکت فولاد مبارکه نیز با تعریف فلسفه وجودی خود تحت عنوان «شرکتی مسئولیت‌پذیر برای خلق آینده بهتر» و کسب جایگاهی جهان‌تراز در افق اقتصادی خود، طبعاً می‌بایست در حوزه‌های مختلف رویکردی متناسب با فلسفه وجودی و چشم‌انداز ترسیم‌شده اتخاذ کند که این امر همانند دیگر حوزه‌های فعالیت شرکت در واحد مدیریت شهری نیز مدنظر قرار گرفته و سعی بر این بوده است تا برنامه‌های این واحد در قسمت فضای سبز متناسب با ابعاد فولاد مبارکه به‌صورت منطقه‌ای، استانی و حتی فراستانی تعریف گردد.

### اهم اقدامات فولاد مبارکه در حوزه درخت کاری کدام‌اند؟

با توجه به جنبه‌های زیست‌محیطی فعالیت‌های مرتبط با توسعه فضای سبز و تأثیر آن در خلق آینده‌ای بهتر برای محیط زیست استانی منطقه محل استقرار شرکت، حمایت‌ها و هدایت مدیریتی رشد شرکت اقدامات مناسبی جهت حضور مؤثر فولاد مبارکه در ارتباط با برنامه‌های محیط‌زیستی استان صورت گرفته که اجرای دو پروژه مرتبط با طرح ملی کاشت یک میلیارد درخت از جمله مهم‌ترین آن‌ها بوده است.

### این همکاری‌ها با ارگان‌های رسمی چگونه بوده است؟

طی همکاری صورت گرفته با اداره کل منابع طبیعی و آب‌خیزداری استان اصفهان در سال جاری، شرکت فولاد مبارکه علاوه بر اجرای پروژه تولید ۳ میلیون اصله نهال، مقدار ۱۰۲۲ هکتار از اراضی متعلق به اداره کل منابع طبیعی استان در شهر طالخنوچه را تحت پوشش کشت دیم‌بادام کوهی قرار داده است و بر اساس ریزنی‌های اولیه انجام‌شده، در صورت تحقق شرایط لازم طی سال آتی نیز این همکاری‌ها ادامه خواهد یافت.

### در فولاد مبارکه این اقدامات به چه صورت بوده است؟

در حوزه درون سازمانی نیز شرکت فولاد مبارکه ضمن ایجاد فضای سبزی به وسعت ۱۵۰۰ هکتار معادل ۴۳ درصد عرصه فولاد مبارکه که بسیار فراتر از الزام قانونی (۲۵ درصد عرصه محل فعالیت واحد صنعتی) زمان احداث شرکت بوده است، سالانه با صرف هزینه قابل توجه، جهت ایجاد تأثیرات زیست‌محیطی مثبت در منطقه اقدام نموده است.

### برای ترویج فرهنگ درخت کاری نزد کارکنان و خانواده‌های شرکت چه تدابیری اندیشیده شده است؟

با توجه به تأکید و توصیه اولیای مکرّم اسلام به حفظ و حراست از درختان و اهمیت درخت کاری و در پیش رو بودن هفته منابع طبیعی، طبق اطلاع‌رسانی قبلی در این هفته به‌منظور ترویج فرهنگ نهال کاری و پاسداشت روز درخت کاری و هفته منابع طبیعی، امسال نیز همانند سال ۱۴۰۱ نسبت به توزیع نهال بین همکاران اقدام خواهیم کرد.

مکان هر وسیله‌ای (Seiton)؛ پاکیزه‌سازی (Seiso)؛ تدوین دستورالعمل‌ها و استانداردها برای حفظ و تدوام آراستگی و انضباط (Seiketsu)؛ فرهنگ‌سازی برای انجام عادت افسرد به انجام صحیح کارها (Shitsuke).

میر عنایت در ادامه گفت: با توجه به توضیحات ارائه‌شده هر فرد باید این سه سؤال را از خود بپرسد: محیط کار من چگونه محیطی است؟ آیا من در یک محیط آشفته و شلوغ کار می‌کنم یا در محیطی آراسته و مرتب مشغول به کارم؟ آیا اصول نظام آراستگی را در مجموعه کاری خود رعایت می‌کنم؟

وی در تشریح تجربه فولاد مبارکه در حوزه نظام آراستگی افزود: اصول 5S ابزارهای مؤثری برای کاهش ضایعات، بهبود کیفیت، بهبود کارایی، ارتقای ایمنی و ارتقای بهبود مستمر است؛ در همین راستا شرکت فولاد مبارکه با الگوگیری از شرکت‌های موفق و بزرگ جهان برای پیاده‌سازی نظام آراستگی 5S تلاش کرده و این اقدام در کسب موفقیت‌های به‌دست آمده در سال‌های اخیر بسیار تأثیرگذار بوده است.

میر عنایت با بیان اینکه واحد استراتژی و تعالی سازمانی تسهیلگر فرایند آراستگی و برقرارکننده ارزیابی‌های دوره‌ای نظام آراستگی در شرکت است، گفت: مدیران ارشد شرکت با توجه به اهمیت آراستگی محیط در شرکت فولاد مبارکه به‌منظور اطمینان از پیاده‌سازی کامل و مناسب این نظام در نواحی، بازدهی‌های VIP نظام آراستگی 5S را به‌صورت ماهانه برگزار می‌کنند.

گفتنی است سه دوره ارزیابی نظام آراستگی در سال ۱۴۰۲ از نواحی تولیدی و پشتیبانی انجام‌شده که نتایج آن به مدیران نواحی و کارشناسان مربوطه جهت بررسی، بهره‌برداری و بهبود این فرایند را جاع شده است.

## معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه در بازدید از دستاوردهای نظام 5S در نورد سرد تأکید کرد:

# افزایش ایمنی و انگیزش کارکنان با استقرار نظام آراستگی



روشنمنند نبوده است. اولین بار ژاپنی‌ها در سال ۱۹۸۵ نظام آراستگی را به‌صورت نظام‌مند معرفی کردند. فردی بنام سوزوکی در کتاب کابین عملی، فصلی را به اصول نظام آراستگی به‌عنوان مبنایی برای بهره‌وری و کابین اختصاص داد.

به‌گفته رئیس نظام‌های مشارکتی و تحول فولاد مبارکه، نظام آراستگی 5S سیستمی برای بهسازی و آراستگی در محیط است و تفاوتی نمی‌کند که این محیط، محیط کار باشد یا محیط خانه و یا حتی خود و شخصی. به‌حال این نظام کمک می‌کند تا همواره محیطی آراسته داشته باشیم.

وی با اشاره به اینکه نظام آراستگی 5S شامل ۵ مرحله است گفت: این پنج مرحله عبارت‌اند از: تفکیک ضروری از غیر ضروری (Seiri)؛ مرتب کردن و مشخص کردن

تماس مستقیم و نزدیک دارد. حساسیت زیاد مشتریان این گونه از سازمان‌ها به تمیزی، نظم و سرعت پاسخ‌گویی به خواسته‌هایشان موجب می‌شود این سازمان‌ها برای بقا و رقابت، ناچار باشند اصول خاصی را رعایت کنند. به‌طور کلی در آمریکا رعایت این گونه از اصول (چه اجبار قانونی باشد و چه الزام عرفی و صنفی) در زمینه‌هایی که مرتبط با بهداشت و سلامتی انسان‌هاست، «خانه‌داری خوب» یا Good House Keeping نامیده می‌شود.

**دسته سوم:** سازمان‌های پیشرویی که به مباحثی مانند انسان، ماشین، انسان-کار و انسان-محیط توجه خاصی دارند و تلاش می‌کنند ارتباطی منطقی و سالم بین انسان، ماشین و کار پیدا کنند.

از گذشته، آراستگی در بیشتر جوامع، از جمله ایران ما، وجود داشته، اما نظام‌مند و

بار بعد از جنگ جهانی دوم، در ژاپن شکل گرفت، ولسی ایده اولیه این سیستم، ژاپنی نیست. ژاپنی‌ها با الگوبرداری از برخی صنایع آمریکایی و اروپایی و پس از توسعه سیستم‌های ساختن آن، این سیستم را ارائه کردند. الگوهای اولیه‌ای که مورد استفاده ژاپنی‌ها قرار گرفت، شامل سه دسته از صنایع است:

**دسته اول:** صنایعی که رعایت بهداشت، تمیزی و نظم از زیرساخت‌های اساسی آن است، مانند صنایع بهداشتی و دارویی یا صنایع میکروالکترونیک که عموماً به محیطی تحت عنوان «اتاق تمیز» یا Clean room نیازمندند.

**دسته دوم:** سازمان‌های خدماتی مانند هتل‌ها، سوپرمارکت‌ها، کتابخانه‌ها و مراکز تفریحی که در آن‌ها مشتری با محیط سازمان

معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه به همراه جمعی از مدیران ناحیه نورد سرد و رئیس نظام‌های مشارکتی و تحول یا حضور در ناحیه نورد سرد از رونداجرائی و دستاوردهای پیاده‌سازی نظام آراستگی (5S) در این ناحیه بازدید کرد.

به گزارش خبرنگار فولاد، غلامرضا سلیمی با اشاره به اهمیت فرهنگ آراستگی در شرکت فولاد مبارکه و ضمن قدر دانسی از زحمات مدیران، تسهیل‌کنندگان و کارکنان که در عملیاتی ساختن این نظام در تمامی نواحی از جمله نورد سرد همت گماردند، بر اهمیت و نقش اجرایی مراحل نظام آراستگی در افزایش انگیزش کارکنان و کاهش حوادث در محیط کار تأکید کرد.

### محل کار، محل زندگی کارکنان است

وی با بیان اینکه محل کار، محل زندگی کارکنان است، گفت: همان‌طور که به نظم و ترتیب و آراستگی محل زندگی با خانواده اهمیت می‌دهیم، در محل کار نیز که محل زندگی با همکاران است، باید تلاش کنیم محیطی آراسته و مرتب داشته باشیم.

معاون بهره‌برداری اظهار داشت: موضوع فرهنگ آراستگی همواره از باورها و تعهدات مدیران ارشد فولاد مبارکه بوده و این امر در بازدهی‌های VIP نظام آراستگی (5S) توسط مدیران نواحی نمایان است.

وی برنامه بازدهی‌های اختصاص در این حوزه در ماه‌های آینده با حضور مدیران نواحی را مهم و برانجام‌آیند طبق برنامه از پیش تعیین‌شده تأکید کرد.

مژده میر عنایت، رئیس نظام‌های مشارکتی و تحول فولاد مبارکه نیز در تشریح تاریخچه این نظام با بیان مقدمه‌ای بر نظام آراستگی گفت: سیستمی تحت عنوان 5S برای اولین

### یادداشت

### مدیر بازاریابی و فروش شرکت فولاد هرمزگان عنوان کرد:

## رعایت حقوق مصرف‌کننده، عامل موفقیت و پایداری در بازار

در تقویم رویدادهای کشور عزیزمان ایران از ۹ اسفندماه به‌عنوان «روز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» نام‌برده شده تا بر اهمیت رعایت حقوق مصرف‌کنندگان از سوی تولیدکنندگان تأکید شود. راهبردی که نه تنها منحصراً یک کشور یا قاره خاص، بلکه جهان شمول و برای همه ادوار تعریف شده است.

مهدی شکرزیاده، مدیر بازاریابی و فروش شرکت فولاد هرمزگان به همین مناسبت در یادداشتی چنین گفت: امروزه یکی از مهم‌ترین ارزش‌های سازمانی شرکت‌های موفق در بازارهای رقابتی، موضوع مشتری‌مداری است و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان برای سازمان‌های مشتری‌مدار یکی از موضوعات اساسی محیط کسب‌کار آن‌ها محسوب می‌شود. با توجه به اهمیت و جایگاه مشتری، شرکت‌های تولیدکننده به این باور رسیده‌اند که با رعایت ضوابط لازم برای حقوق مصرف‌کنندگان، باعث اعتمادسازی و جذب مشتری‌بان بیشتر برای کالاهای خود می‌شوند. این موضوع به این دلیل دارای اهمیت است که در بازار، مصرف‌کننده حق انتخاب دارد و کالایی تقاضایی بیشتری دارد که کیفیت بهتر و قیمت مناسب‌تری داشته باشد. در نتیجه تولیدکنندگان جهت ارتقای سطح کیفی محصولات و ارائه قیمت‌های مناسب‌تر تلاش می‌کنند. از این رو بررسی رفتار مصرف‌کننده به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های بازاریابی، به‌عنوان یک موضوع مهم همواره توسط تیم‌های فروش و بازاریابی شرکت‌ها مدنظر بوده و در مطالعه مراحل تصمیم‌گیری مصرف‌کننده به‌هنگام خرید یک کالا یا خدمات مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

### فولاد هرمزگان نگاه ویژه‌ای به رعایت حقوق مصرف‌کننده دارد

در این راستا شرکت فولاد هرمزگان با شناخت و درک عمیق این موضوع، نگاه ویژه‌ای به رعایت حقوق مصرف‌کننده دارد. در رعایت حقوق مصرف‌کننده در شرکت فولاد هرمزگان به‌قدری مهم است که نقشه راه اهداف کمیته تحول فروش و بازاریابی شرکت صرفاً به تحقق اهدافی در زمینه افزایش رضایت مشتریان اعم از ارائه کیفیت



مطلوب، ارائه قیمت و شرایط پرداخت مناسب، تحویل به‌موقع، سرعت رسیدگی به شکایات و... می‌پردازد.

### مصرف‌کننده نقش اساسی و تعیین‌کننده در تمامی فعالیت‌های تولیدی و سودآوری شرکت دارد

فولاد هرمزگان اعتقاد راسخ دارد عامل اصلی کلیدی موفقیت و پایداری در بازار اهمیت دادن به فرهنگ مشتری‌مداری و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان بوده و بر این باور است که مصرف‌کننده نقش اساسی و تعیین‌کننده در تمامی فعالیت‌های تولیدی و سودآوری شرکت دارد. در همین حال، ادامه حیات اقتصادی شرکت منوط به اعتماد و رضایت مشتریان از کالای خریداری‌شده است. همچنین سود حاصل از حفظ مشتری دائم، بیشتر از سود حاصل از جذب مصرف‌کننده جدید خواهد بود.

### در بیستمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی و سومین جشنواره مردم‌داری؛

## فولاد هرمزگان تندیس و جایزه مدیریت رویداد را دریافت کرد

روابط عمومی و جمعی دیگر از متخصصان حوزه روابط عمومی در خصوص موضوعات مرتبط با رویداد سخنرانی کردند. هر ساله «جشنواره مردم‌داری ایران» هم‌زمان با کنفرانس روابط عمومی برگزار می‌شود. این جشنواره مهم‌ترین رویداد قدردانی از خدمات حرفه‌ای کارگزاران روابط عمومی (استان، مدیران، کارشناسان و...) در ایران است.

هدف جشنواره علاوه بر تشویق دریافت‌کنندگان جایزه و مدال، حامیان برنامه و شرکت‌کنندگان بخش‌های مختلف رقابتی که در این برنامه ترویجی شرکت کرده یا سایر علاقه‌مندان

به این حوزه مهم ارتباطی، می‌توانند خود و کسب‌وکار خود را معرفی کنند. از دیگر اهداف جشنواره مردم‌داری می‌توان به ایجاد شرایط بهینه برای ارائه معرفی کارهای خلاقانه و ایده‌های ممتاز و متمایز، حمایت پایدار از متخصصان روابط عمومی، تعهد به یک فرایند عادلانه برای فرصت‌هایی جهت مشارکت معنادار، اولویت دادن به استانداردهای حرفه‌ای، کیفیت و برتری و نیز اهدافی مانند آموزش، گفتمان‌سازی، حرفه‌ای‌گرایی، تنوع، تبادل تجارب و تجلیل از برترین‌های عرصه روابط عمومی اشاره کرد.

این جایزه هر سال به روابط عمومی سه‌سازمان برتر که



در مجموع بالاترین امتیاز حوزه‌های نمایشگاه، جشنواره‌ها و گردهمایی‌ها را اخذ کرده‌اند، از سوی جشنواره اعطای می‌شود که روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان به پاس برگزاری اصولی و تخصصی رویداد و اقدامات مرتبط مسود تقدیر قرار گرفت و تندیس و جایزه مدیریت رویداد را دریافت کرد.