

مدیر عامل فولاد مبار که مطرح کرد؛

توسعه فرهنگی بر توسعه اقتصادی و سیاسی تقدم دارد



به مناسبت روز جهانی روابط عمومی و ارتباطات، مهندس عظیمیان مدیر عامل فولاد مبار که با مدیریت و کارکنان روابط عمومی این شرکت دیدار و ضمن ابراز خرسندی از عملکرد این واحد از تلاش آنان قدردانی کرد.

مدیر عامل فولاد مبار که با تأکید بر اینکه پیامبر مکرم اسلام، حضرت محمد (ص)، در اوج زمان جاهلیت، مردم را از راه کلام به یکتاپرستی دعوت کردند و بر قلوب مخاطبان خود اثر گذاشتند، اظهار داشت: اقناع سازی مخاطبان و همراه کردن ذینفعان با سازمان، مهمترین خروجی کار روابط عمومی است؛ تانچاکه از کار روابط عمومی به عنوان یک هنر کارآمد یاد شده است.

وی با اشاره به اینکه در کنار قدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی، قدرت فرهنگی و رسانه‌ای با ضریب نفوذ بسیار زیادی از سایر قدرت‌ها پشتیبانی می‌کند و زمینه

به بار نشستن آنها را فراهم می‌آورد، تصریح کرد: قدرت‌های بزرگ با استفاده از همین قدرت نرم فرهنگی و تبلیغات هدفمند تلاش می‌کنند تا با دستکاری افکار عمومی، ذهن مخاطبان را به تسخیر خود درآورند و به مطامع اقتصادی، سیاسی و نظامی خود دست یابند.

مهندس عظیمیان در خصوص اهمیت تخصص در کار روابط عمومی گفت: زاویه نگاه کارشناسان و متخصصان روابط عمومی باید به درستی ترسیم شود؛ در غیر این صورت، نه تنها تأثیر مور دنظر را نخواهد داشت، بلکه ممکن است نتایج معکوسی به همراه داشته باشد؛ از این رو باید با مخاطب‌شناسی و مطالعه دقیق شرایط و محیط پیرامون، به گونه‌ای برنامه‌ریزی و عمل کرد تا به تعالی روزافزون سازمان منجر شود.

او ایجاد انسجام سازمانی را یکی دیگر از مهمترین خروجیهای کار روابط عمومی دانست و با اشاره به

اینکه قدرت فکری روابط عمومی باید بر قدرت مالی آن مقدم باشد، تصریح کرد: روابط عمومی‌ها باید بتوانند در سختترین شرایط سازمان رایاری کنند.

همچنین در این دیدار، ایرج تریبی مدیر روابط عمومی فولاد مبار که نیز ضمن قدردانی از توجه مدیر عامل به روابط عمومی خاطر نشان کرد: روابط عمومی تلاش خواهد کرد ارتباط قابل‌اطمینان مدیریت و بدنه سازمان باشد. به همین منظور کارکنان این حوزه با تمامی وجود می‌کوشند تا با برقراری ارتباط مؤثر بین مدیریت و کارکنان، راهبردهای مدیریت ارشد سازمان را به کارکنان منتقل کنند. در عین حال صدای رسای کارکنان باشند و در نهایت با خلق ارزش مشترک با جامعه، راه دستیابی به اهداف درون و برون سازمانی را هموار سازند.

اصل اعتماد سازی نخستین و مهمترین اصل روابط عمومی
روابط عمومی به عنوان ترجمان

عمومی است.

روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظر سنجی مناسب تعامل سازنده و مفید درون سازمانی و برون سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند. با تأکید بر لزوم بررسی مولفه‌های تأثیر گذار بر روابط عمومی، تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف با نگاه استراتژیک، روابط عمومی سازمان باید راهکارهای عملی برای تحقق اهداف سازمان را ترسیم کند. در جهت تقویت روابط عمومی باید شبکه داخلی اطلاع‌رسانی خبر گزاری‌ها را فعال کرد.

چنانچه روابط عمومی روابط استراتژیک و ارگانیک داشته باشند می‌توانند در پیشبرد اهداف سازمان‌ها گام‌های موثری بردارند. همچنین بر اصل علم محوری و پژوهش محوری و اصل مدیریت

زمان در روابط عمومی باید تأکید کرد و اگر فعالیت‌های روابط عمومی بر اساس شناخت جایگاه سازمان در افکار مخاطبان، تقویت ارتباط با افراد، نهادهای و رسانه‌های گروهی، مساعدت به سازمان در وصول به اهداف، نفوذ در افکار عمومی و تغییر شناخت‌ها، مساعدت به ارتقای اندیشه‌های انقلابی را از اهداف مهم فعالیت روابط عمومی می‌توان بر شمرد و با اشاره به نقاط ضعف حاکم بر فعالیت روابط عمومی سازمان‌ها و شناخت محدود برخی از مسوولان از نقش روابط عمومی در سازمان، عدم شناخت و آگاهی از روند تغییر و تحول رویکردهای اجتماعی، عدم وجود مراکز تحقیقاتی و علمی جهت پشتیبانی نظری و علمی از روابط عمومی از مهمترین مشکلاتی است که باید راهکارهای علمی و عملی برای رفع آنها ارایه کرد.

راه‌اندازی ارتباطات گویای سازمان و مجله الکترونیک، راه‌اندازی مرکز مانیتورینگ و شبکه اطلاع‌رسانی

عظیمیان با اشاره به اینکه در کنار قدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی، قدرت فرهنگی و رسانه‌ای با ضریب نفوذ بسیار زیادی از سایر قدرت‌ها پشتیبانی می‌کند، تصریح کرد:

قدرت‌های بزرگ با استفاده از همین قدرت نرم فرهنگی و تبلیغات هدفمند تلاش می‌کنند تا با دستکاری افکار عمومی، ذهن مخاطبان را به تسخیر خود در آورند

عقل یک سازمان باید انتقال دهنده دیدگاه و نظرات گروه‌های هدف و مخاطب به سازمان و ترجمان دیدگاه‌ها و نظرات سازمان به مخاطبان باشد. کنترل جریان‌ها و رفتارهای علیه سازمان و جهت‌دهی مثبت به آنها از وظایف مهم روابط

روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظر سنجی مناسب تعامل سازنده و مفید درون سازمانی و برون سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند. با تأکید بر لزوم بررسی مولفه‌های تأثیر گذار بر روابط عمومی، تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف با نگاه استراتژیک، روابط عمومی سازمان باید راهکارهای عملی برای تحقق اهداف سازمان را ترسیم کند

به کارکنان سازمان از جمله مواردی هستند که در ارتقای فعالیت روابط عمومی نقش بسزایی خواهند داشت. روابط عمومی در معرفی سازمان و تشکیلات و هموار کردن راه‌های طی نشده نقش بسزایی بر عهده دارد و زمانی که روابط عمومی یک سازمان به شکل موفق عمل کند آن سازمان در دستیابی به اهداف مورد نظر موفق خواهد بود و روابط عمومی یک سازمان باید از هر فرصتی برای تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف استفاده کند و روابط عمومی‌ها به دلیل پوشش دهی قشر عظیمی از مخاطبان مسوولیت سنگینی را بر دوش دارند. باید نحوه تعامل و ارتباط با معر‌های بالقوه و بالفعل مخاطبان به خصوص جوانان را طبق اصول و به شکل برنامه‌ریزی شده صورت داده تا در راستای اهداف کشور فعالیت کنند که این تعامل و ارتباط باید به شکل سازنده و توسط روابط عمومی محقق شود. اصل اعتماد سازی نخستین و مهمترین اصل روابط عمومی به شمار می‌رود که باید اساس فعالیت‌های روابط عمومی قرار گیرد.

محدودیت‌های دولتی به مشکلات صادرات فولاد دامن زده است

عضو انجمن فولاد گفت: دولت نیز با محدود کردن صادرات از طریق آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های متفاوت به مشکلات صادرات دامن زده است. از طرف دیگر شرکت‌های فولادی به دلیل فشار تحریم‌ها با هزینه‌های جدیدی روبرو شده‌اند.

عضو انجمن فولاد با اشاره به اینکه در حال حاضر با وجود تحریم‌ها، صادرات محصولات فولادی شرکت‌های همچون ذوب آهن اصفهان ادامه دارد، گفت: البته شرکت‌های فولادی به دلیل فشار تحریم‌ها با هزینه‌های جدیدی برای صادرات روبرو می‌شوند، از طرف دیگر دولت نیز با محدود کردن صادرات از طریق آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های متفاوت به مشکلات جدیدی برای صادرات دامن زده است.

بهادر احرامیان با اشاره به اینکه در حال حاضر میزان تولید بیش از دو برابر نیاز داخلی است، گفت: در حال حاضر قیمت میلگرد (پرمصرف‌ترین محصول) برابر با قیمت قراضه در بازار جهانی است، همچنین قیمت سایر محصولات فولادی نیز نسبت به قیمت‌ها در بازار جهانی کمتر است.

او با بیان اینکه واردات محصولات فولادی ۷۰ درصد کاهش داشته است، افزود: در شرایط کنونی این تحریم‌ها صادرات را مشکل‌تر می‌کند و به واسطه آن میزان عرضه داخلی بیشتر می‌شود و کاهش قیمت محصولات فولادی دوباره ادامه می‌یابد، به همین دلیل دغدغه‌ها در بازار فولاد بیشتر شده و حتی ممکن است باعث افزایش قاچاق این محصولات از کشور شود.

او با بیان اینکه عرضه مواد اولیه فولاد کاهش چندانی نداشته است، گفت: پس از تحریم‌ها تغییری در قیمت سنگ آهن ایجاد نشده است، حالا باید دید در ادامه چه تغییری در میزان عرضه مواد اولیه فولاد و در نهایت قیمت تمام‌شده محصولات زنجیره فولاد به وجود می‌آید.

وی همچنین افزود: تاکنون تغییر محسوسی در بازار محصولات فولادی و سایر تولیدات زنجیره فولاد در نتیجه تشدید تحریم‌ها به وجود نیامده است، اما پیش‌بینی می‌شود در آینده با تشدید تحریم‌ها تغییری در میزان عرضه محصولات به وجود آید، از این رو باید تدابیری از همین الان اتخاذ شود تا کمترین اثر بر میزان تولید و صادرات به وجود آید.

نشان ستاره طلایی به شرکت فولاد مبار که اختصاص یافت

در آیین نکوداشت روز ملی روابط عمومی که روز چهارشنبه ۲۵ اردیبهشت ماه جاری در مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برگزار شد، نشان ستاره طلایی ششمین جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران به روابط عمومی شرکت فولاد مبار که اختصاص یافت.

در این جشنواره که با حضور مدیران روابط عمومی دستگاهها و نهادهای اجرایی دولتی و خصوصی، کارشناسان روابط عمومی و اساتید دانشگاهی برگزار شد، دبیر جشنواره با اشاره به تلاش برای رشد و تعالی و ارتقای جایگاه روابط عمومی در ایران گفت: روابط عمومی نوعی دانش و مهارت است و استفاده از ظرفیت‌های نامحدود آن به‌منظور تعالی و سرآمدی بیشتر سازمان‌ها و کمک به مدیریت ارشد آنها می‌شود.

هوشمند سفیدی افزود: در حقیقت برگزاری جشنواره‌هایی از این دست، فرصتی است برای هم‌اندیشی و تبادل نظر؛ چراکه معتقدیم روابط عمومی گفت‌وگو و مسالمت‌آمیز را ترویج می‌کند.

فلسفه روابط عمومی خدمت به مردم است و توان گفت‌وگو و مسالمت‌آمیز با مردم از قدرت روابط عمومی ناشی می‌شود. امروز ارزشهای اخلاقی، تکنیکی و رویکردی روابط عمومی نیاز به همگانی‌شدن در سازمان و جامعه دارد.

به گزارش خبرنگار فولاد، مدیر روابط عمومی فولاد مبار که این نشان را به روان پاک شهید محسن خزایی مدیر اسبق روابط عمومی این شرکت و نخستین خبرنگار شهید مدافع حرم تقدیم کرد.



هم به ارزش ۴۱۰ میلیون دلار صادر شده بود. پارسال ۱۰ بازار هدف صادراتی اقلام معدنی فلزی به ترتیب از نظر سهم در جذب محصولات کشورمان چین، عراق، امارات، ترکیه، اندونزی، تایلند، افغانستان، عمان، مصر و هند بودند که ۸۵ درصد کل صادرات این بخش را از آن خود ساختند.

برابر آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، سال ۹۷ در مجموع ارزش صادرات شمش فولادی به عنوان مهمترین محصول صادراتی بخش معدنی فلزی ۲۳۸ میلیون دلار به وزن ۵۵ میلیون تن بود، ارزش محصولات طولی فولادی صادراتی یک میلیارد و ۲۷ میلیون دلار و محصولات تخت فولادی

ثبت شد که حاکی از رشد ۴۸ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته است.

همچنین میزان تولید فولادسازان جهان در آوریل ۲۰۱۹، با ۶۴ درصد افزایش نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۵۶ میلیون و ۶۷۱ هزار تن رسید. این رقم در آوریل سال گذشته ۱۴۷ میلیون و ۲۴۵ هزار تن ثبت شد.

طی چهار ماهه نخست ۲۰۱۹ به ترتیب چین با تولید ۳۱۴ میلیون و ۹۶۱ هزار تن، هند با ۳۶ میلیون و ۵۸۰ هزار تن، ژاپن با ۳۵ میلیون و ۱۲۴ هزار تن، آمریکا با ۲۷ میلیون و ۷۳۹ هزار تن و کره جنوبی با ۲۴ میلیون و ۳۸۷ هزار تن ۵ کشور برتر فولادساز جهان بودند.



صادرات ۳۹۲ هزار تن شمش فولادی

نسبت به رقم ۱۱۹ هزار تن عملکرد فروردین

۹۷ کاهش هشت درصدی داشت. مجموع مقاطع تخت فولادی صادراتی (ورق گرم، سرد و پوششدار) در فروردین امسال به میزان ۳۲ هزار تن بود که در مقایسه با ۵۳ هزار تن عملکرد ماه مشابه ۹۷ کاهش ۴۰ درصدی را نشان می‌دهد.

بررسی آمارهای یاد شده گویای آن است که صادرات ورق گرم در فروردین ۴۲ درصد کاهش را نسبت به ماه مشابه پارسال نشان می‌دهد، صادرات ورق سرد با رقم یک‌هزار تنی عملکرد مشابه با فروردین ۹۷ دارد و بدون تغییر ماند و در زمینه ورق پوششدار رشد ۱۰۰ درصدی با رقم ۲ هزار تن در مقایسه با عملکرد فروردین ۹۷ ثبت شد.

آمارهای انجمن یاد شده حاکی است، مجموع مقاطع فولادی صادراتی (تیر آهن،

صادرات شمش فولادی (بیلت - بلوم و اسلب) فروردین ماه ۹۸ به رقم ۳۹۲ هزار تن رسید و در مقایسه با عملکرد ماه مشابه پارسال که ۴۹۵ هزار تن بود، کاهش ۲۱ درصدی را نشان می‌دهد.

جداول آماری مورد بررسی انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران گویای آن است که در فروردین ماه امسال تولید «بیلت - بلوم» و «اسلب» به ترتیب ۹ و ۴۱ درصد نسبت به ماه مشابه در سال گذشته کاهش نشان می‌دهد. صادرات بیلت و بلوم فروردین ماه امسال ۲۸۴ هزار تن و اسلب ۱۰۸ هزار تن ثبت شد، در حالی که پارسال این ارقام به ترتیب ۳۱۱ و ۱۸۴ هزار تن گزارش شده بود. همچنین کل تولیدات فولادی صادراتی (مقاطع تخت و طولی فولادی) در نخستین ماه سال ۹۸ به رقم ۱۰۹ هزار تن رسید که

در چهار ماهه نخست سال ۲۰۱۹:

رشد تولید فولاد ایران به ۶ درصد رسید

گذشته (۷ میلیون و ۹۱۷ هزار تن)، ۶ درصد رشد نشان می‌دهد.

همچنین تولید فولاد خام ایران در آوریل ۲۰۱۹ با رشد ۲۸ درصدی به ۲ میلیون و ۱۶۵ هزار تن رسید. این رقم در مدت مشابه سال گذشته ۲ میلیون و ۱۰۶ هزار تن بود.

تولید ۶۴ کشور فولادساز جهان نیز در چهار ماهه نخست سال جاری میلادی ۵۹۹ میلیون و ۸۵۷ هزار تن

رشد تولید فولاد خام ایران در چهار ماه ابتدایی سال ۲۰۱۹ به ۶ درصد رسید؛ این گزارش جدید انجمن جهانی فولاد است. طبق این گزارش تولید جهانی این فلز در مدت مورد بررسی بار شد ۴۸ درصدی همراه شد. به گزارش ایلنا به نقل از انجمن جهانی فولاد (World Steel Association) طی چهار ماهه نخست سال جاری میلادی، ایران ۸ میلیون و ۳۸۸ هزار تن فولاد خام تولید کرد که در مقایسه با تولید سال