

در همایش تدوین مدل کسب و کار شرکت های گروه سرمایه گذاری توکافولاد مطرح شد؛

لزوم اجرای معماری سازمانی برای هم افزایی بیشتر در فولاد مبارکه



در همایش تدوین مدل کسب و کار شرکت های گروه سرمایه گذاری توکافولاد بر لزوم اجرای معماری سازمانی برای هم افزایی بیشتر در فولاد مبارکه تاکید شد.

ناظمی هرندی، معاون تکنولوژی شرکت فولاد مبارکه در این همایش اظهار کرد: فولاد مبارکه همواره در مسیر رشد بوده و جزو معدود شرکت هایی به شمار می رود که تقریباً هیچ گاه رشد آن متوقف نشده است.

وی افزود: این مورد ناشی از ارزش هایی مثل منابع انسانی با کیفیت یا مشارکت های ارزشمندی است که در فولاد مبارکه و پیرامون آن شکل گرفته است. این موارد در نهایت به کسب جایگاه ارزشمند امروز فولاد مبارکه منتهی شده است.

معاون تکنولوژی شرکت فولاد مبارکه گفت: امروز در جایگاهی قرار داریم که ضمن اینکه بسیار ارزشمند است، به شدت تهدید می شود؛ آنجاکه پیش بینی ما برای آینده چندین دور،

سخت تر شدن فضای رقابت است، ضرورت دارد تدابیر جدیدی اتخاذ کنیم و در مسیر حرکت خود طی سه سال آینده، دست به تغییر و تحولات اساسی بزنیم.

ناظمی هرندی با اشاره فرایند رشد و توسعه سازمان ها اظهار کرد: اداره کردن مجموعه ها اگر صرفاً بر اساس جمع جبری عملکردها باشد، ارزش افزوده خاصی ایجاد نمی کند. ارزش کلیدی آنجاست که شرکت ها، وقتی در کنار هم هستند نسبت به زمانی که به صورت مستقل فعالیت می کنند، ارزش های به مراتب بزرگ تری ایجاد کنند.

وی با اشاره به قدمت شرکت توکافولاد گفت: سازماندهی شرکت های زیرمجموعه فولاد مبارکه نیاز به برنامه ای منسجم دارد. در چند سال گذشته، اقدامات خوبی برای ایجاد یکپارچگی انجام شده است. در دوره مدیریت دکتر طیب نیا، با توجه به اهداف موجود باید کارهای مهم تری

انجام دهیم. در همین راستا بر اساس نظر کارشناسی مشاوران فولاد مبارکه، لازم است یک طرح معماری سازمانی برای هم افزایی بیشتر اجرا شود.

معاون تکنولوژی فولاد مبارکه اظهار کرد: در این حوزه لازم است پس از مشخص شدن استراتژی های رشد، نحوه مدیریت سبب سرمایه گذاری، تأمین مالی و مسواری از این قبیل، فرایندهای متناسب و پس از آن ساختارهای لازم شکل بگیرد. پس از ساختارها باید نظام حکمرانی گروه بهبود یابد و متناسب با آن سیستم های چابک طراحی شود. مجموع این اقدامات در نهایت باعث دست یابی به اهداف سازمانی فولاد مبارکه می شود. طاهری، معاون سرمایه گذاری و امور شرکت های فولاد مبارکه نیز در این همایش اظهار کرد: ارزش آفرینی و هم افزایی بسیار حائز اهمیت است، اما اینکه چرا شرکت ها به این دونیاز دارند به رقابت و رقابت پذیری شرکت ها بازمی گردد.

وی افزود: کسب و کارهای ما در حال تغییر و تحولات جدی هستند. علت اصلی آن هم ورود باز یگران جدید به کسب و کارهای مختلف است. نکته دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد، تغییر ذائقه رفتاری مصرف کنندگان در حوزه های مختلف است.

معاون سرمایه گذاری و امور شرکت های فولاد مبارکه با اشاره به لزوم توجه به تغییرات فناوری گفت: تغییراتی که در الیمن های ساختار هزینه ای در حال ایجاد است و بر اساس آن ساختار هزینه و درآمد تغییر می کنند، می تواند باعث رقابت پذیری شود. طاهری افزود: برای رقابت پذیری بودن باید به توسعه توجه کرد. این مسئله باعث می شود شرکت ها کسب و کارشان را بازمینی و حتی در برخی موارد تغییرات بنیادی در آن ایجاد کنند و ی تصریح کرد: در بحث توسعه باید ویژگی ها و انواع توسعه مدنظر قرار گیرد. به علاوه باید توجه داشت توسعه ها باید

هوشمند، برنامه ریزی شده و هم راستا با سیاست های کلان و مأموریت های سازمانی اجرا شود و در نهایت برای همه ذی نفعان تولید ارزش کند.

معاون سرمایه گذاری و امور شرکت های فولاد مبارکه با بیان اینکه توسعه باید چابک باشد گفت: لازم است توسعه در زمان مناسب خود و در بخش های فرایند در زمینه کالا و خدمات انجام شود. همچنین لازم است فرایندها نیز متناسب با تغییرات ایجاد شود. این مسئله در کسب و کارهای جدید نیز وجود دارد. وی گفت: این مفاهیم در ۵ بخش شامل زنجیره ارزش، پشتیبانی فناوری، پشتیبانی تجهیزاتی، مدیریت بازار و مسئولیت اجتماعی در فولاد مبارکه نیز تشکیل شده است.

سبزواری، مدیرعامل کسب و کارهای سنتی توکافولاد نیز در این همایش با اشاره به اهمیت جلسات تدوین استراتژی اظهار کرد: در این جلسات راه آینده شرکت مشخص می شود و بنابراین حائز اهمیت است.

وی افزود: گروه توکافولاد یک گروه نجیب و زحمت کش است. خوشبختانه سلامت نفسی که در کل مجموعه وجود دارد زبازد است؛ بنابراین مجموعه گروه توکاد در چیدمان و معماری جدید به عنوان اولین گروهی

که در کنار فولاد مبارکه ایجاد شد نقش پررنگ تری در ارزش آفرینی گروه خواهد داشت.

مدیرعامل گروه توکافولاد گفت: برای اینکه استراتژی صحیحی تدوین شود، باید نقاط قوت گروه مورد توجه قرار گیرد و تقویت شود. شعار شرکت توکافولاد در سال جاری در ۴ محور سلامت مالی، دانایی محوری، تعامل حداکثری و توسعه سهم بازار پایدار تدوین شده است.

سبزواری گفت: رضایت فولاد مبارکه از توکافولاد از نظر مشتری باید ۱۰۰ درصد باشد. از آنجاکه توکافولاد یک شرکت بورسی است، باید علاوه بر فولاد مبارکه، از منظر سایر ذی نفعان نیز مورد توجه قرار گیرد. وی افزود: نکته مهم بعدی این است که بعضاً کسب و کارهای سنتی در هلدینگ توکا مورد حمله قرار می گیرد. ما منتظریم که نتایج حاصل از اقدامات موجب تقویت کارهای در حال انجام شود. البته گروه توکا نیز باید پوست اندازی کند و نوآور باشد و بتواند تعامل خوبی با مجموعه فولاد مبارکه باشد. اگر حمایت های مناسب از سمت فولاد مبارکه انجام شود، هلدینگ توکافولاد بازوی بسیار مطمئن، کارآمد و متخصص فولاد مبارکه خواهد بود.



دستیابی به نتایج مطلوب ایمنی در فولاد مبارکه نتیجه کار گروهی در رعایت شیوه نامه های ایمنی است

افراد در جهت کشف خطرهای ناشناخته خط تولید پرداخت.

مدیر ارشد تولید شرکت فولاد مبارکه در پایان به اهمیت انجام واکنش های ایمنی در جهت مقابله با پاندمی کووید ۱۹ اشاره کرد و خواستار همکاری کارکنان شرکت در این زمینه شد. در ادامه این نشست، حسین مدرسی فر، مدیر بهداشت حرفه ای، ایمنی و محیط زیست شرکت فولاد مبارکه ضمن آرزوی سلامتی برای تمامی کارکنان، در گزارشی به وضعیت مطلوب رعایت شیوه نامه های بهداشتی جهت مقابله با ویروس کرونا پرداخت.

وی برنامه ریزی و اقدامات شرکت در زمینه مقابله با ویروس کرونا را فراتر از استانداردهای ملی و بین المللی برشمرد و خواستار انجام واکنش های ایمنی توسط کارکنان به منظور حذف کامل ویروس کرونا در شرکت شد؛ همچنین خواستار جدیت و همکاری در زمینه استفاده از ماسک های تنفسی، رعایت فاصله گذاری اجتماعی و شستن مرتب دست ها تا زمان حذف ویروس کرونا در سطح کشور شد.

مدیر بهداشت حرفه ای، ایمنی و محیط زیست شرکت

فولاد مبارکه در ادامه ضمن ابزار نگارانی از اجرای پروژه هایی که بدون تهیه طرح مهندسی و در نظر گرفتن ملاحظات ایمنی انجام می گردند، با توجه به حوادث رخ داده در زمان وزش بادهای فصلی، سقوط ورق های سالتان ها و سبب دکل های روشنایی در ماه گذشته، خواستار توجه ویژه در این زمینه شد. کیانی رئیس ایمنی، بهداشت حرفه ای و آتش نشانی شرکت فولاد مبارکه نیز در گزارشی ضمن تشکر از تلاش های صورت گرفته در اجرای قوانین و مقررات ایمنی، با توجه به پاندمی کووید ۱۹، به روند مطلوب شاخص های ایمنی پرداخت.

وی خواستار بهبود وضعیت ایمنی سازه های فلزی (با توجه به گزارش های ارائه شده)، بهبود وضعیت ایمنی انبار مواد مصرفی، تشکیل کمیته های شناسایی خطرات و ارزیابی ریسک نواحی در جهت شناخت دقیق ریسک های فرایندی و شغلی، تعیین تکلیف کارت های سبز در نواحی مختلف، لزوم بهبود وضعیت ایمنی سید دکل های روشنایی، بهبود وضعیت ایمنی بالان صنعت های شرکت و وینچ های موجود در شرکت و وضعیت ثبت یافته های ایمنی در نواحی مختلف پرداخت.

در این جلسه رسول شفیع زاده مدیر حمل و نقل و پشتیبانی شرکت فولاد مبارکه در گزارشی به وضعیت ایمنی بالابرهای بالان صنعت پرداخت؛ همچنین مجید فرجی سرپرست بهداشت حرفه ای و ارگونومی در گزارشی به وضعیت ارگونومی کابین جرثقیل های سقفی نورد گرم پرداخت.

در ادامه انگشت ساز اصفهانی سرپرست آتش نشانی شرکت فولاد مبارکه در گزارشی به عملکرد واحد آتش نشانی و وضعیت مانورهای آمادگی و واکنش در شرایط اضطراری پرداخت و جلال نادی سرپرست نگهداری و تعمیرات ساختمان های صنعتی فولاد مبارکه نیز در گزارشی به وضعیت ایمنی پاپپرک و سازه های فلزی این شرکت در نواحی مختلف پرداخت.



اخبار فولاد

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه:

صرفه جویی ۵۲۰ درصدی موجب جلوگیری از قطعی برق صنایع می شود



مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه گفت: اگر روی فرهنگ عمومی سرمایه گذاری شده و درک صحیحی نسبت به این موضوع ایجاد شود با صرفه جویی حدود ۲۰ درصدی در مصرف انرژی در خردادماه شاهد قطعی برق نخواهیم بود.

طیب نیا مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه در گفتگو با خبرنگار صدا و سیما اظهار کرد: نقش روابط عمومی در سازمان ها فراتر از اطلاع رسانی است. حتی جهاد تبیین که یکی از منویات رهبر معظم انقلاب است یکی از وظایف اصلی روابط عمومی ها است ولی روابط عمومی وظایف بالاتری دارد.

وی گفت: روابط عمومی امروزه تبدیل به هنری توأم با علوم و تخصص های مختلف شده است و به همین علت انتظارها از روابط عمومی فراتر از یک اطلاع رسانی ساده و اعلام آمار و ارقام است چرا که در دنیای امروز روابط عمومی هادرون سازمان نقش فرهنگ سازی دارند و اگر در سازمان های موفق دنیا موفقیتی می بینیم این موفقیت مرهون فرهنگ نهادینه شده در آن سازمان است.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه افزود: در منطقه نیز بحث مسئولیت های اجتماعی از رسالت روابط عمومی ها است که این کار فراتر از اجرای چند پروژه منطقه ای است. در بعد کشوری، اطلاع رسانی و فرهنگ سازی مطرح است که این موضوع در سرنوشت و شرایط فعالیت سازمان های بزرگ بسیار تأثیر گذار است.

وی خاطر نشان کرد: علاوه بر این در بُعد فرماندهی ای ارائه مدلی از تمدن اسلامی و فرهنگ والای آن نقش روابط عمومی ها است. ما امروز به دنبال جهان تراز شدن و شناساندن سازمان های جهان تراز به کل دنیا هستیم چون بسیاری از رسانه های بیگانه جنگ بزرگی و تمام عیاری را علیه ما شکل داده اند و افکار عمومی داخلی را نیز تحت تأثیر قرار داده اند تا موفقیت های ما را اکتان کنند. ما باید علاوه بر تبیین موفقیت ها توأیم به صورت فعال با جنگ رسانه ای دشمن مقابله کنیم.

طیب نیا تصریح کرد: فرهنگ سازی در حوزه صنعتی نکته ای اساسی است. امروز سرمایه گذاری های زیادی در حوزه صنعت در کشور انجام شده ولی موج صنعت ستیزی با حمایت رسانه های بیگانه شکل گرفته در جامعه و آهسته آهسته وارد بدنه فرهنگ عمومی جامعه شده است.

وی تأکید کرد: فرهنگ مصرف گرایی در تعارض با صنعتی شدن است و امروز با این مواجه هستیم که به همین خاطر مصارف برق و گاز افزایش پیدا کرده است و به خاطر عدم توازن در رشد تولید انرژی با پیشرفت صنعت مشکلاتی برای صنایع به خاطر محدودیت های انرژی ایجاد شده است. مردم باید درک کنند که می توانند با صرفه جویی در مصرف انرژی، در فصول گرم سال در مورد برق و در فصول سرد سال در مورد گاز به ویژه در زمان های پیک مصرف به اشتغال کشور که یکی از مهم ترین دغدغه های کشور است کمک زیادی کنند تا صنعت و اقتصاد کشور آسیب نبیند.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه متذکر شد: در سال گذشته در برخی از مجموعه های بزرگ به خاطر محدودیت های انرژی ده ها هزار میلیارد تومان عدم النفع را شاهد بودیم که در نهایت با آسیب دیدن اشتغال در جامعه، خود مردم آسیب می بینند و به همین خاطر توسعه که متضمن اشتغال آفرینی های آینده است نیز آسیب می بیند.

وی عنوان کرد: اگر روی فرهنگ عمومی سرمایه گذاری شده و درک صحیحی نسبت به این موضوع ایجاد شود با صرفه جویی حدود ۲۰ درصدی در مصرف انرژی در خردادماه شاهد قطعی برق نخواهیم بود و شاهد خسارت های چند دهه هزار میلیاردی نخواهیم بود. در زمستان نیز اگر مردم گاز را در حدود ۲۰ درصد بهینه تر مصرف کنند و از وسایل گازسوزی که مصرفی بهینه تر دارند استفاده کنیم می توانیم خسارت های کمتری را در صنعت شاهد باشیم. طیب نیا بیان کرد: مردم نشان داده اند که اگر در عرصه های مختلف توجه بشوند و اگر مساله برای آن ها تبیین شد با جریان پیشرفت در کشور همراه می شوند. به همین خاطر رسانه هایی مانند صدا و سیما باید تلاش کنند این مشکلات را قبل از فصل پیک مصرف، مطرح نموده تا شاهد قطعی برق صنایع نباشیم.