

فولاد هرمزگان

خبرنامه داخلی شرکت فولاد هرمزگان / شماره ۵۸ / مرداد ۱۴۰۰

تقدیر از مدیرعامل فولاد
هرمزگان به عنوان مدیر
ارزش آفرین کشور

به کارگران زحمتکش
فولاد هرمزگان باور دارم

توزیع چهار هزار بسته
حمایتی به کارکنان

نتیجه درخشان یک
همراهی بزرگ



نذر ماسک فولاد هرمزگان

رشد ۴ برابری سودآوری
در سال ۹۹ نسبت به
سال قبل
چهارمین دوره آموزش
مکرم بیان برگزار شد



#نذر ماسک شرکت فولاد هرمزگان

اهدای ۵۰۰ هزار ماسک

به هیئت های عزاداری، تکایا و مساجد

برای حفظ سلامت عزاداران اباعبدالله الحسین (ع)



اسرار فولاد



خبرنامه داخلی فولاد هرمزگان

شماره: ۵۸

مرداد ۱۴۰۰ / AUGUST 2021

شناسنامه

صاحب امتیاز: شرکت فولاد هرمزگان





مدیرمسئول: رضا صفریان

سرمدبیر: محمد فراهانی

عکاس: فریبرز مرادی نسب، هادی رنجبر

همکاران شرکت: یوسف صالحی، حمیدرضا سلامی، ابراهیم صداقت، اکبر زین‌الدینی، علی باقری، کمال بیگی، مهدی هوشیار، عبدالجلیل مرداسنگی، احمد نوردربایی، آرش بابایی و محمدرضا واصل علی

شبکه‌های اجتماعی

-  [hormozgan.steel.company](https://t.me/hormozgan.steel.company)
-  [hormozgan.steel.company](https://www.instagram.com/hormozgan.steel.company)
-  [hormozgansteel](https://t.me/hormozgansteel)
-  [hormozgan.steel.company](https://www.facebook.com/hormozgan.steel.company)

ارتباط با ما

✉ info@hscoco.ir

☎ تلفنخانه: ۰۷۶۳۳۵۳۰۰۰۳-۹

📠 نمابر دبیرخانه: ۰۷۶۳۳۵۳۰۱۴۵

روابط عمومی

☎ تلفن: ۰۷۶-۳۳۵۳۰۳۰۱

📧 پیامک: ۲۰۰۰۲

☎ شماره واتساپ: ۰۹۱۷۷۶۵۸۳۴۸

فهرست

- ۴ تقدیر از مدیرعامل فولاد هرمزگان به عنوان مدیر ارزش‌آفرین کشور
- ۵ پیام تبریک مدیرعامل به مناسبت روز خبرنگار
- ۵ تقدیر از بانوان با حجاب برتر در فولاد هرمزگان
- ۶ به کارگران زحمتکش فولاد هرمزگان باور دارم/ بر این باور هستیم که باید منابع انسانی را دریابیم
- ۷ توزیع چهار هزار بسته حمایتی در میان کارکنان
- ۸ نتیجه درخشان یک همراهی بزرگ
- ۱۰ محدودیتی که تبدیل به فرصت شد
- ۱۱ نذر ماسک فولاد هرمزگان
- ۱۲ ساخت کندانسورهای چیلر برای تحقق بومی‌سازی
- ۱۳ توقف اضطراری به حداقل رسید
- ۱۴ فرهنگ ایمنی چگونه به کاهش حوادث کمک می‌کند؟
- ۱۶ مدیریت عملکرد کارکنان در شرکت فولاد هرمزگان
- ۱۸ برنامه‌ریزی برای آینده
- ۲۰ رشد ۴ برابری سودآوری در سال ۹۹ نسبت به سال قبل
- ۲۲ فولاد هرمزگان حافظ منافع سهامداران
- ۲۳ کاهش ۹۰ درصدی تولید فولاد میانی در مرداد ماه / وعده وزیر محقق نشد
- ۲۴ نصیحت تمساح پیر برای کارآفرین‌ها
- ۲۶ فلسفه و اهداف قیام عاشورا
- ۲۸ قطب‌نمای خبرنگاران
- ۳۰ نقشه تجربه مشتری
- ۳۴ سرمربیان فوتبال معرفی شدند
- ۳۴ چهارمین دوره آموزش مربیان برگزار شد
- ۳۵ کالبدشکافی سه نوع مرکز در پدافند غیرعامل
- ۳۶ ۱۲ باور غلط در مورد واکسن کرونا
- ۳۷ علائم کرونا دلتا را بشناسیم
- ۴۰ روزهای گمشده نوروز دریا
- ۴۴ معما بازی
- ۴۵ گلهای فولاد

تقدیر از مدیرعامل فولاد هرمزگان به عنوان مدیر ارزش آفرین کشور

با کیفیت ترین تختال هاست. یکی از دلایل حفظ مشتریان ما کیفیت بالای تختال تولیدی است؛ به گونه ای که ۹۸.۷۴ تختال های تولیدی، سالم و ۹۹.۷ ذوب های تولیدی مطابق با سفارش مشتری است. ثبت این نتایج در خشان به تمامی نتیجه تلاش و همدلی همه جهادگران عرصه تولید در فولاد هرمزگان است. آنها در شرایط خاص آب و هوایی هرمزگان، بی وقفه از جان و دل مایه می گذارند تا تولید در فولاد هرمزگان رو به جلو حرکت کرده و چرخه از چرخ های اقتصاد کشور به گردش درآید».

مهندس معروفخانی در پایان، توجه به تفکر سیستمی را از ارکان مهم ارزش آفرینی برشمرد و تاکید کرد: «باید تلاش کنیم تفکر سیستمی در شرکت پیاده سازی و تقویت شود».

لازم به ذکر است که در پایان این اجلاس سراسری از مدیران برتر کشور تقدیر به عمل آمد. یکی از این مدیران مهندس معروفخانی، مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان و حمیدرضا عظیمیان، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه بودند که به عنوان مدیران ارزش آفرین در تحول و توسعه کسب و کار کشور مورد تقدیر قرار گرفتند».

مسائل مهم در حوزه ارزش آفرینی و مدیریت به ایراد سخنرانی پرداختند.

■ سرآمد توجه به ارزش آفرینی

در حاشیه مراسم مهندس معروفخانی، مدیرعامل فولاد هرمزگان در رابطه با اقدامات این شرکت در حوزه ارزش آفرینی به خبرنگار صمت گفت: «در فولاد هرمزگان به مقوله ارزش آفرینی در تمام حوزه ها، توجه ویژه می شود».

وی با اشاره به اهمیت ارزش آفرینی در حوزه کسب و کار گفت: «در حوزه منابع انسانی تلاش شده است با تکریم و توجه به نیازهای مختلف کارکنان اعم از نیازهای علمی و آموزشی و توسعه فردی در جهت افزایش بهره وری و ایجاد ارزش اقدام شود».

■ با کیفیت ترین تختال کشور

مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان با اشاره به موضوع کیفیت و نقش آن در تحول در کسب و کار خاطرنشان کرد: «ما در فولاد هرمزگان با کیفیت ترین محصول را تولید می کنیم. تختال تولید شده در فولاد هرمزگان در کشور و حتی خاورمیانه بی نظیر است».

معروفخانی در ادامه بیان کرد: «محصولات ما در شرکت فولاد هرمزگان در خاورمیانه جز

اجلاس سراسری «مدیران ارزش آفرین در تحول و توسعه کسب و کار کشور» ۱۸ مردادماه سال ۱۴۰۰ در مرکز همایش های بین المللی رایزن برگزار شد. در این مراسم عباس تابش، معاون وزیر صمت و مدیرعامل سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان، دکتر عمرانی معاون قضایی دادستان کشور و جمعی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی حضور داشتند. در این مراسم از مهندس معروفخانی، مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان به عنوان مدیر ارزش آفرین در تحول و توسعه کسب و کار ایران تقدیر شد.

در این همایش علاوه بر شرکت فولاد هرمزگان از شرکت های بزرگ صنعتی، معدنی و تولیدی دیگری همانند فولاد مبارکه و شرکت های پتروشیمی و تولیدکنندگان و صنعتکاران و شرکت های دانش بنیان تقدیر به عمل آمد. در آغاز مراسم دکتر اربابی، معاون توسعه منابع انسانی سازمان برنامه و بودجه و در ادامه دکتر عمرانی، معاون قضایی دادستان کل کشور با حضار به گفتگو پرداختند. در ادامه مراسم عباس تابش، معاون وزیر صمت و مدیرعامل سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان درباره



پیام تبریک مدیرعامل به مناسبت روز خبرنگار

عطاالله معروفخانی در پیامی فرارسیدن رسیدن ۱۷ مرداد ماه، روز خبرنگار را به خبرنگاران و اصحاب رسانه و دست‌اندرکاران حوزه خبررسانی تبریک گفت. در متن این پیام آمده است:

خبرنگاران و اصحاب رسانه به‌عنوان دیده‌بان در جامعه عمل می‌کنند، رصد کردن رویدادها، پیگیری و انعکاس آنها به افکار عمومی کاری است بسیار دشوار که این عزیزان انجام می‌دهند.

انتقال مفاهیم و معانی به مخاطب یکی از دشوارترین فعالیت‌ها در حوزه رسانه به شمار می‌رود که خبرنگاران محترم در همه عرصه‌ها همواره در این راه تلاش نموده‌اند. در حوزه صنعت نیز بی‌شک فعالیت‌های بسیار مهمی در کشور انجام شده است و کشور به موفقیت‌های زیادی دست پیدا کرده است و انعکاس این فعالیت‌ها و تبیین نقش آنها در زندگی مردم توسط رسانه‌ها انجام می‌شود. مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «اگر زحمت شما خبرنگاران نباشد این لحظه‌ها هرگز ماندگار نمی‌شود. شما آنها را حفظ می‌کنید و در اختیار افکار عمومی قرار می‌دهید. بدون این دوربین‌ها، قلم‌ها و دلسوزی‌های شما برای تهیه خبر و مطالب، این کارها مثل یک چیزهای تثبیت نشده است.»

ما در شرکت فولاد هرمزگان همواره قدردان تلاش و کوشش خبرنگاران محترم و اصحاب رسانه هستیم. خبرنگاران محترم رسانه‌های استان هرمزگان و رسانه‌های ملی اعم از رسانه‌های عمومی و تخصصی همواره یار و یاور فولاد هرمزگان بوده‌اند. اینجانب ۱۷ مردادماه، روز خبرنگار را به تمامی عزیزان تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم و توفیق روزافزون آنها را از خداوند متعال خواستارم.



تقدیر از بانوان با حجاب برتر در فولاد هرمزگان



به مناسبت بزرگداشت هفته حجاب و عفاف و با حضور معاون منابع انسانی، فرمانده بسیج شهید لشکری و مدیر خدمات عمومی و رفاهی از بانوانی که با رعایت حجاب برتر در این شرکت، مشغول به کار هستند تقدیر شد.

نرگس منتظری تختی، سرپرست امور اجتماعی و رفاهی در گفت و با خبرنگار روابط عمومی به حدیثی از پیامبر اعظم (صلی‌الله‌علیه و آله) اشاره کرد که می‌فرمایند:

پروردگارا زانی که خود را پوشیده نگه می‌دارند، مشمول رحمت و غفران خود بگردان. وی در ادامه حجاب را عامل تحکیم بنیان خانواده و کاهش آسیب‌های اجتماعی دانست و اظهار داشت: «در شرکت فولاد هرمزگان هر ساله به منظور بزرگداشت هفته عفاف و حجاب و با هدف ترویج و اشاعه ارزش‌های اسلامی از بانوانی که در فولاد هرمزگان دارای حجاب برتر می‌باشند تقدیر می‌گردد.»

امسال نیز از سوی پایگاه مقاومت بسیج و امور اجتماعی و رفاهی به تمامی بانوان شاغل در شرکت هدایایی تقدیم شد. همچنین از بانوانی که با حجاب برتر و پوشش چادر در محل کار حضور می‌یابند به صورت ویژه تقدیر شد.

مدیرعامل فولاد هرمزگان در دیدار صمیمی با جمعی از کارگران تشریح کرد:

به کارگران زحمتکش فولاد هرمزگان باور دارم / بر این باور هستم که باید منابع انسانی را دریابیم

به کارگران زحمتکش فولاد هرمزگان باور دارم / بر این باور هستم که باید منابع انسانی را دریابیم. مدیرعامل فولاد هرمزگان، با جمعی از کارگران پیمانکاری شاغل در این شرکت، در محل سالن کنفرانس ساختمان مدیریت، صمیمانه دیدار کرد. جمعی از کارگران پیمانکاری شرکت فولاد هرمزگان در دیداری صمیمی با مدیرعامل این شرکت به بیان مشکلات و پیشنهادات خود پرداختند. مدیرعامل فولاد هرمزگان در ابتدای این دیدار گفت: «موقفیت و توسعه شرکت فولاد هرمزگان، حاصل زحمات شما عزیزان است و در این باب، قدردان زحمات همه عزیزان و پرسنل زحمتکش فولاد هرمزگان هستم».

وی اظهار داشت: «قریب به ۴ ماه است که توفیق داشته‌ام به عنوان مدیرعامل در محضر شما باشم. همان‌گونه که در جلسه معارفه گفته شد در مدت مدیریت خود، باور و اعتقاد به منابع انسانی را بیان کرده‌ام.

در همین راستا تلاش داریم برنامه‌های کاری تعریف‌شده را عملیاتی کنیم. به پرسنل زحمتکش، به ویژه کارگران عزیزی که سخت‌ترین کار را در این مجموعه به دوش کشیده و تلاش می‌کنند تا چرخ شرکت بچرخد باور دارم».

■ **بیمه تکمیلی و وام به سرانجام رسید**

وی در تشریح بیشتر موضوع اظهار داشت: «در حد توان خود و علی‌رغم سختی‌های بسیار زیاد برای رفاه بیشتر شما عزیزان تلاش می‌کنیم و در همین راستا گام‌هایی اساسی در این ۴ ماه برداشته شده است. همانطور که مستحضر هستید در بحث حقوق و مزایا اقداماتی انجام شد. خوشبختانه تا حدی توانسته‌ایم قدم‌هایی را برداریم. در مورد بیمه‌های تکمیلی، عمر و حوادث، مصوبات را نهایی کرده‌ایم و کارهای آن در حال انجام است تا همه کارگران پیمانکاری و خانواده‌ها و افراد تحت تکفل این عزیزان از این امکان بهره‌مند باشند. بحث بعدی به وام‌های کم‌بهره برای همه نیروهای پیمانکاری مربوط می‌شود. این موضوع هم مصوب شد و در

حال انجام است».

■ ایجاد صندوق جزء ضروریات بود

مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان در ادامه گفت: «مهم‌تر از همه، ایجاد صندوق در حوزه سلامت بود. این گزینه قبلاً برای عزیزان رسمی و امانی فراهم بود اما عزیزان پیمانکاری از این مزیت بهره‌مند نبودند. این مهم در حوزه سلامت جز ضروریات و واجبات بود. مصوبه لازم را اخذ کردیم و این صندوق ایجاد شد. و همه عزیزان پیمانکاری از امروز صندوق دارند که واقعاً کار بزرگی است».

■ پرداختی‌های مناسبی را برای کارگران عزیز عملیاتی کردیم

مورد دیگر که معروف‌خانی به آن اشاره کرد پرداختی‌های مناسبی می‌باشد. وی در این خصوص اظهار داشت: «پرداختی مناسبی در راستای تکریم همه است. این مورد در گذشته برای کارگران پیمانکاری وجود نداشت. این کار را با مسئولیت خود عملیاتی کردیم و الحمدلله در حال انجام است».

وی در ادامه گفت: «در سه ماه قبل، دو پرداختی داشته‌ایم. در همین راستا به‌طور مرتب و برنامه‌ریزی‌شده با تنوع در نوع پرداختی‌ها مانند پک‌های بهداشتی و ظروف و ... در خدمت عزیزان خواهیم بود».

وی افزود: «به اعتقاد من این پرداختی‌ها ارزش

مادی ندارند اما بحث ارزش معنوی آن مطرح است. از این طریق می‌خواهیم بگوییم که همیشه به یاد شما هستیم و تمام تلاش خود را برای ارتقای رفاه شما به کار می‌بندیم».

مدیرعامل فولاد هرمزگان با اشاره به اثرات آن بر زندگی کارگران گفت: «امروز تورم بیداد می‌کند و واقعاً زندگی برای مردم عزیز کشورمان به ویژه اقشار کارگر سخت شده و زندگی آنها به سختی اداره می‌شود. بر این باور هستم که باید منابع انسانی را دریابیم. باید قدردان کارگران نجیب، فهیم و زحمتکش هرمزگان بود. کارگران با تلاش‌های خود در رشد و توسعه، کاهش هزینه‌های تولید و بالا رفتن کیفیت حوزه‌های مختلف شرکت عمل می‌کنند. در سایه تلاش و دلسوزی شما عزیزان قطعاً آثار مثبت اقداماتی که انجام داده‌ایم را خواهیم دید و با همراهی شما بدون شک در آینده برنامه‌های خود را به کمک شما پیش می‌بریم».

در این دیدار همچنین کارگران از اقدامات انجام‌شده در مدت کوتاه مدیریت عطاالله معروف‌خانی تشکر و درخواست‌ها و مطالبات خود را مطرح کردند. در همین راستا مدیرعامل فولاد هرمزگان به معاونین مربوطه دستور داد مطالبات مطرح‌شده، در چارچوب قوانین رسیدگی شود. در پایان نمایندگان کارگری با اهدای لوح تقدیر از تلاش‌های انجام‌شده توسط مدیرعامل تشکر کردند.



توزیع چهار هزار بسته حمایتی در میان کارکنان

به مناسبت اعیاد غدیر و قربان انجام شد:

با تاکید مدیرعامل فولاد هرمزگان و در جهت حمایت از معیشت کارکنان، بیش از ۴۰۰۰ بسته حمایتی به کارکنان و پیمانکاران فولاد هرمزگان اهدا شد. کمال بیگی، مدیر خدمات عمومی شرکت فولاد هرمزگان در این خصوص گفت: «به دستور مهندس معروفخانی مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان، و به مناسبت اعیاد سعید قربان و غدیر توزیع بسته های معیشتی حمایتی در دستور کار قرار گرفت. این بسته ها شامل اقلام پروتئینی و خشکبار به ارزش تقریبی هر بسته یک میلیون و دویست هزار تومان بود. وی اظهار داشت این بسته ها با جدول بندی زمانی و نوبتی به دلیل رعایت پروتکل های بهداشتی به مدت ۱۰ روز و در فاصله زمانی بین دو عید غدیر و قربان توسط واحد امور اجتماعی و رفاهی و همکاری سایر واحدها از جمله روابط عمومی، خرید و حراست توزیع شد. وی ادامه داد: بسته های این بسته ها را شامل کارکنان پیمانی و غیرپیمانی، کارگران پیمانکاری و بازنشستگان عنوان کرد و گفت: حتی افرادی که به صورت غیرمستقیم هم با شرکت همکاری داشتند مشمول این بسته ها شدند.»

بیگی در ادامه اظهار داشت: رویکرد و توجه ویژه مدیرعامل شرکت، مهندس معروفخانی به رفاه و معیشت پرسنل و کارگران واقعاً جای تقدیر و تشکر دارد و به امید خداوند و پیگیری های مدیرعامل محترم توزیع این گونه بسته های حمایتی تا پایان سال و با حداکثر کیفیت ادامه خواهد یافت. وی تاکید کرد: شرکت فولاد هرمزگان با جدیت تمام برای رفاه پرسنل خود تلاش می کند.





به مناسبت سالروز پیوستن فولاد هرمزگان به فولاد مبارکه:



نتیجه درخشان یک همراهی بزرگ



منطقه جنوب کشور ایفا کنیم. همچنین چشم انداز ما در افق ۱۴۰۴ این است که به یکی از بزرگترین تولیدکنندگان محصولات فولادی در جنوب کشور با توانایی تولید ۲ میلیون تن فولاد خام و ورق عریض و با گرایش به محصولات ویژه و حضور اثربخش در بازارهای صادراتی تبدیل گردیم.

زمینه فعالیت

فولادهای تولیدی در شرکت عمدتاً فولادهای کربنی برای کاربرد رول و ورق به صورت نورد گرم و سرد می باشد. تختال های تولیدی این شرکت در خط نورد گرم، عمدتاً برای کاربری پر و قیل سازی، لوله های آب، نفت و مخازن تحت فشار و قطعات سنگین فولادی مورد استفاده قرار می گیرد. ورق های تولیدی در نورد سرد جهت کاربری ورق بدنه خودرو، بدنه لوازم خانگی از جمله یخچال، بخاری و همچنین کاربردهای ویژه مانند ورق های قلع اندود و گالوانیزه می باشد. فولاد هرمزگان هر سال با توجه به نیاز کشور و با هدف قطع وابستگی شرکت های تولیدی به خارج از کشور، محصولات جدیدی را به بازار عرضه می کند.

نقش فولاد مبارکه در راه اندازی فولاد

هرمزگان

نقش فولاد مبارکه در راه اندازی این کارخانه بسیار حیاتی می باشد. همزمان با تحریم های اولی که در سال ۹۰ اتفاق افتاد شرکت های خارجی از جمله SMS

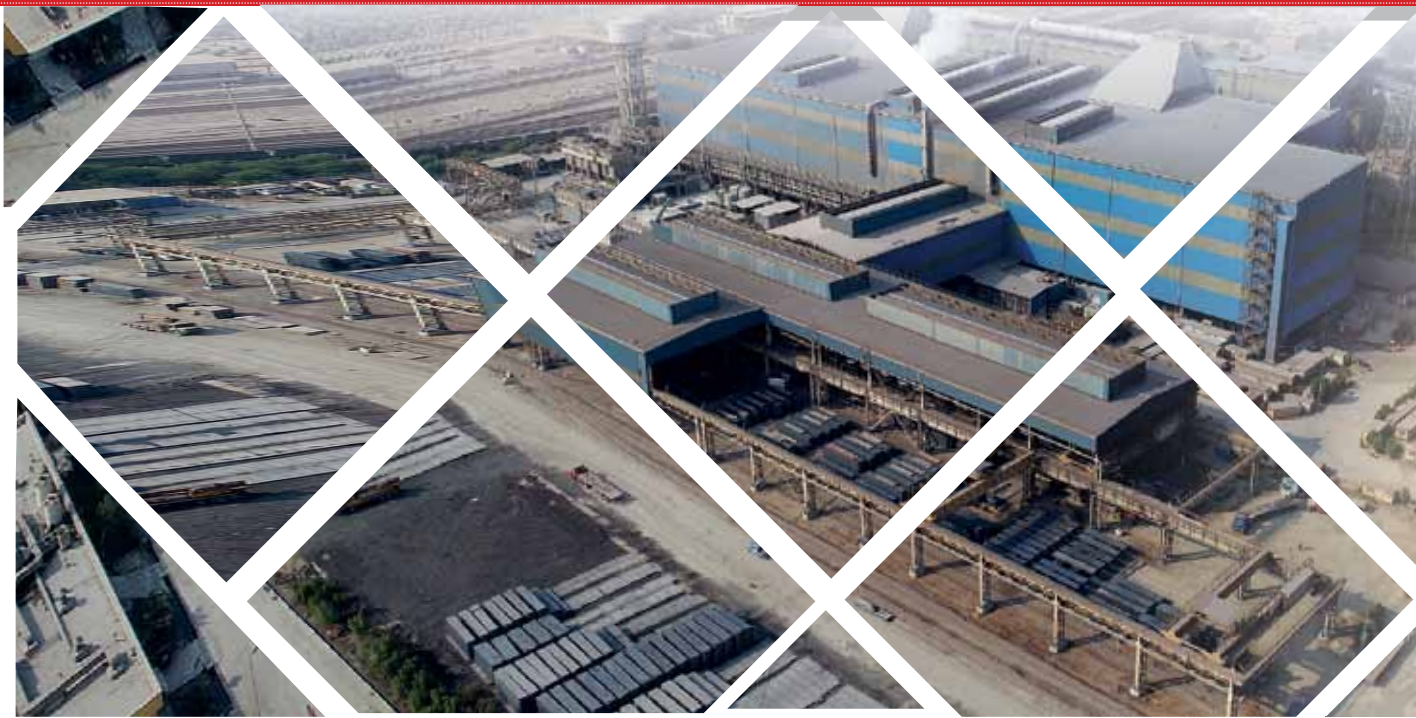
ویژگی های این شرکت می باشد. فولاد هرمزگان دارای ظرفیت اسمی ۱/۵ میلیون تن تختال (اسلب) به ضخامت ۲۰۰ و ۲۵۰ میلی متر، عرض ۹۰۰ تا ۲۰۰۰ میلی متر و طول ۶۰۰۰ تا ۱۲۰۰۰ میلی متر است که این ظرفیت با تعریف پروژه های توسعه ای به ۲ میلیون تن افزایش می یابد. همچنین این شرکت قادر به تولید محصولات میانی از قبیل ۱ میلیون و ۶۵۰ هزار تن آهن اسفنجی، ۹۰ هزار تن آهن، ۷۵۰۰ نر مال متر مکعب اکسیژن بر ساعت ۱۸۰۰۰ نر مال متر مکعب بر ساعت نیتروژن و ۱۲۰ نر مال متر مکعب بر ساعت آرگون می باشد. شرکت فولاد هرمزگان با برخورداری از آخرین دستاوردهای پیشرفته صنعت فولاد و با بهره مندی از نیروهای انسانی متخصص و مجرب بنا دارد محصولات تولیدی خود را بر اساس روش مشتری محور و در خواست مشتری به بازارهای داخل و خارج از کشور عرضه نماید. در فولاد هرمزگان زمینه اشتغال پایدار ۴۳۰۴ نفر به صورت مستقیم فراهم شده که به صورت نیروی مستقیم فولاد هرمزگان و نیروهای شرکت های پیمانکار مشغول به کار هستند که این میزان با اجرای طرح توسعه به تعداد قابل توجهی افزایش خواهد یافت.

ماموریت و چشم انداز ۱۴۰۴ شرکت

ماموریت ما در فولاد هرمزگان این است که به عنوان سازمانی سرآمد، با تولید محصولات فولادی، نقش موثری را در توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی

۲۶ مرداد ماه سالروز پیوستن شرکت فولاد هرمزگان به گروه فولاد مبارکه می باشد. آنچه در ادامه می خوانید گفتگوی مدیرعامل فولاد هرمزگان با روابط عمومی این شرکت است. در این گفتگو عطاالله معروفخانی تاریخچه شرکت، زمینه فعالیت، افتخارات اخیر و نقش فولاد مبارکه در توسعه و پیشرفت فولاد هرمزگان را بیان می دارد.

شرکت فولاد هرمزگان جنوب، چهارمین کارخانه بزرگ فولادی ایران در کنار خلیج نیلگون همیشه فارس است. شرکت در زمینی به مساحت ۹۵ هکتار و در ۱۳ کیلومتری غرب شهر بندرعباس و در منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس واقع شده است و استان هرمزگان با وجود این شرکت به قطب سوم فولاد کشور تبدیل می گردد. واحد احیاء مستقیم فولاد هرمزگان با ظرفیت سالانه ۱ میلیون و ۶۵۰ هزار تن آهن اسفنجی در مدت ۳۲ ماه با تلاش بی وقفه متخصصان و صنعتگران داخلی اجرا شد و در مهر ماه ۱۳۸۷ وارد فاز راه اندازی سرد و در اسفندماه همان سال راه اندازی شد. در سال ۱۳۸۹ واحد فولادسازی نیز وارد فاز تست گرم شد و در ۲۶ فروردین ماه سال ۱۳۹۰ اولین تختال آزمایشی شرکت فولاد هرمزگان تولید گردید. دسترسی آسان به آب های آزاد، نزدیکی به مخازن عظیم گاز عسلویه، مجاورت با ذخایر سنگ آهن گل گهر، مجتمع بندری شهید رجایی و حمل و نقل جاده ای و ریلی از



آلمان دیگر حاضر به همکاری با فولاد هرمزگان نشدند و کارخانه را ترک کردند. این در حالی بود که در آن زمان سرمایه‌گذاری بزرگی انجام شده بود و این کارخانه احیا مستقیم نیز شروع به تولید کرده بود اما فولادسازی هنوز به بهره‌برداری نرسیده بود. شرکت فولاد مبارک که در آن سال با تصمیمی منطقی فولاد هرمزگان را از ایمیدرو خریداری کرد. در واقع ارتباطی بین اصفهان و بندرعباس برقرار کرد و با تکمیل سرمایه‌گذاری و انتقال دانش فنی خود توسط نیروهای کارآموده و متخصص و همدلی، همراهی و همکاری سایر کارکنان موفق شد تولید تختال را در سال ۹۰ در فولاد هرمزگان کلید بزند. و در حال حاضر فولاد هرمزگان بعد از فولاد مبارک دومین شرکت بزرگ در گروه فولاد مبارک می‌باشد که نزدیک ۸ درصد فولاد خام کشور را تولید می‌کند. با توجه به پتانسیل‌هایی که در این شرکت وجود دارد این شرکت توانسته است بخش زیادی از نیازهای کشور را تامین کند و در صادرات نیز بسیار فعال می‌باشد.

مبارک که همراه هرمزگان

فولاد هرمزگان و فولاد مبارک همواره تعامل خوبی را با یکدیگر داشته‌اند و این تعاملات از سطوح کارشناسی تا مدیریتی مخصوصاً در زمینه‌های توسعه‌ای، فروش، تامین مواد استراتژیک، قطعات؛ با تشکیل کمیته‌ها و کارگروه‌های کاری روز به روز در حال افزایش است. در زمینه بومی‌سازی نیز این کار در حال انجام است. قرارداد خوبی بین فولاد هرمزگان و شرکت فنی و مهندسی مبارک که به نام انتقال دانش فنی منعقد شده که در همین راستا می‌باشد. بر اساس این قرارداد نیازهای فولاد هرمزگان از طریق حضور همکاران مبارک که شناسایی و برنامه‌ریزی و با پروژه‌های مشترک برطرف می‌شود. این ارتباط خوب سبب شده تا راندان کاری در فولاد هرمزگان افزایش یافته و این گونه فولاد هرمزگان از

تجارب ۳۰ ساله فولاد مبارک در تولید فولاد استفاده می‌کند. امید است با برنامه‌ریزی انجام شده و با پشتیبانی و پیگیری‌های فولاد مبارک در آینده توسعه‌های شرکت در ابعاد وسیع‌تری در منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس انجام شود تا بتوانیم در جهت توسعه محصولات و ارزش‌افزوده بیشتر در آینده ورق عریض و پلیت هم تولید کنیم.

نیروی انسانی سرمایه اصلی ما

با توجه به اهمیت نیروی انسانی به عنوان سرمایه اصلی شرکت، فولاد هرمزگان در راستای ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی خود در دو بخش پیمانکاران و کارکنان آمانی با استفاده از تجارب فولاد مبارک و اخذ مجوزات لازم بر نامه‌های متنوعی را اجرا و پیاده‌سازی کرده و یاد بر نامه‌های آتی خود دارد تا بتواند با استفاده یک سرمایه انسانی با انگیزه به اهداف استراتژیک و افتخارات جدید دست یابد. مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام دهد. مادر فولاد هرمزگان با الهام‌گیری و الگوبرداری از فولاد مبارک که سعی نموده‌ایم این تعریف از مسئولیت اجتماعی را جامه عمل پوشانده و به جامعه پیرامونمان نگاهی متعهدانه داشته باشیم. در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی از آزادی زندانیان جرائم غیر عمد و ساخت مدرسه تا حضور در فعالیت‌های فرهنگی و هنری و ورزشی و کمک‌های مومنانه و در شرایط خاص کنونی نیز کمک به بهداشت و سلامت استان و نیز اهدای منظم اکسیژن به بیمارستان‌های استان برای بیماران کرونایی در سطح استان همکاری و کمک موثر داریم.

افتخارات اخیر فولاد هرمزگان

با همدلی و برنامه‌ریزی‌های دقیق توانسته‌ایم موفقیت‌های خوبی را کسب کنیم که از جمله آنها

- می‌توان به این موارد اشاره کرد:
- کسب تقدیرنامه ۴ ستاره تعالی سازمانی
- تولید محصول برتر تحقیق و توسعه کشور
- کسب تندیس زرین مدیر ارزش آفرین توسط مدیرعامل فولاد هرمزگان
- منتخب محصول نوا برتر ایرانی در سومین جشنواره حمایت از تولید ملی (حاتم)
- کسب عنوان پروژه برتر بهره‌وری در جایزه بهره‌وری معادن و صنایع معدنی ایران
- کسب چهار گواهینامه جدید استانداردهای مدیریتی
- کسب لوح تقدیر انجام تعهدات ارزی و بازگشت ارز حاصل از صادرات
- کسب عنوان کارفرمای سلامت‌محور در جشنواره امتنان
- کسب عنوان واحد برتر تحقیق و توسعه استان هرمزگان
- کسب عنوان ستاره ملی روابط عمومی در سال ۱۳۹۹ و ستاره ملی روابط عمومی با تاکید بر مسئولیت‌های اجتماعی
- کسب تقدیرنامه انجام فعالیت‌های تاثیرگذار در حوزه کرونا
- فولاد هرمزگان جوان است و مطمئناً با حمایت‌ها و پشتیبانی‌های فولاد مبارک که آینده بسیار خوبی در انتظار فولاد هرمزگان می‌باشد.
- در پایان از هیئت‌مدیره و مدیرعامل محترم شرکت فولاد مبارک که سایر عزیزانی که در راستای منویات رهبر عزیزمان و با هدف رشد تولید و کمک به توسعه و آبادانی میهن عزیزمان ایران همواره این شرکت را مورد حمایت و پشتیبانی قرار داده‌اند سپاسگزارم.

محدودیتی که تبدیل به فرصت شد



حمیدرضا سلامی، رئیس واحد آهک و حمل مواد

پیوسته برنامه تعمیرات سالیانه را ظرف کمتر از ۴۸ ساعت تنظیم و نهایی کردند و واحد آهک وارد فرآیند توقف و سرد نمودن کوره شد.

تبدیل چالش به فرصت

وی در ادامه اظهار داشت: «فرآیند سرد نمودن کوره با توجه به عمر نسوز کوره، بسیار حساس و مخاطره آمیز است؛ فعالیتی ۵ روزه و ۲۴ ساعته که با حضور همکاران واحد آهک به خوبی انجام شد. همزمان با این عملیات و در نظر داشتن امکان فعالیت‌های همزمان و البته رعایت پروتکل‌های بهداشتی (به واسطه محدودیت‌های بیماری کووید ۱۹) دیگر فعالیت‌های تعمیراتی نیز شروع گردید. با توجه به اقلیم و شرایط آب و هوایی شهر بندرعباس، جهت افزایش بهره‌وری انسانی، عموماً روند سیاست‌گذاری به این صورت است که فعالیت‌های تعمیراتی در فصول سرد سال انجام شود اما محدودیت ذکر شده یعنی محدودیت مربوط به تامین انرژی الکتریکی باعث شد که همچون گذشته از این محدودیت به عنوان فرصت استفاده شود.»

انجام ماموریتی دشوار در سایه تعهد و کار تیمی

وی تصریح کرد: «فعالیت گفته شده، بالغ بر یک ماه و به صورت شبانه‌روزی به طول انجامید. بیش از ۸۲۰۰ نفر ساعت، نیروی انسانی درگیر

محدودیت مربوط به تامین انرژی الکتریکی باعث شد که همچون گذشته از این محدودیت به عنوان فرصت استفاده شود.

حمیدرضا سلامی، رئیس واحد آهک و حمل مواد شرکت فولاد هرمزگان جزئیات مربوط به انجام ماموریتی دشوار و حساس را تشریح کرد.

تنظیم برنامه تعمیرات ظرف ۴۸ ساعت

حمیدرضا سلامی اظهار داشت: «طبق برنامه سالیانه توقفات شرکت فولاد هرمزگان، مقرر بود اورهال و تعمیرات سالیانه کوره آهک‌پزی در آذرماه امسال برگزار شود ولی با توجه به محدودیت‌های برقی پیش‌آمده، شرکت تصمیم گرفت از محدودیت پیش‌رو به عنوان فرصت استفاده نماید.»

وی در تشریح بیشتر موضوع گفت: «در این خصوص با رایزنی مدیریت واحد فولادسازی و معاونت بهره‌برداری و به دنبال بررسی لازم، تصمیم به شروع توقف و انجام فعالیت‌های تعمیرات سالیانه واحد آهک گرفته شد. تیم‌های کاری؛ از جمله واحدهای دفتر فنی تعمیرات، تعمیرگاه مرکزی، واحد بازرسی فنی، خرید، شرکت پیمانکار، مشاور و همکاران واحد آهک؛ شکل گرفته و بعد از برگزاری جلسات فشرده و

این فعالیت شدند. این عملیات در محیطی با دمای بیش از ۴۰ درجه سانتی‌گراد و رطوبت نسبی بسیار زیاد برگزار شد و این میسر نبود مگر با کار تیمی، رفاقت و تعهد مثال‌زنی تا به سرانجام برسد.

در پایان لازم است از تمامی همکاران نقش آفرین تشکر کنم. مشاور واحد آهک، تیم پیمانکار، واحدهای تعمیرات و تعمیرگاه مرکزی، دفتر فنی تعمیرات، واحد خرید و بازرسی فنی، مدیریت فولادسازی و معاونت بهره‌برداری و در نهایت همکاران شاغل در واحد آهک و حمل مواد با وجدان کاری و مسئولیت‌پذیری فوق‌العاده، بر این مهم فائق آمدند و با تلاش بسیار آهن تفته را خمیر نمودند.»



نذر ماسک فولاد هرمزگان



فولاد هرمزگان تا پایان دهه اول محرم ۵۰۰ هزار ماسک در بین عزاداران حسینی توزیع خواهد کرد.

رضا صفریان، مدیر روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان گفت: با توجه به فراگیر شدن سویه دلتای کرونا و افزایش ابتلای مردم به این بیماری و تقارن پیک پنجم با مراسم عزاداری سید و سالار شهیدان، شرکت فولاد هرمزگان در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود و در جهت سلامت عزاداران حسینی اقدام به اجرای برنامه #نذر_ماسک نمود. بر این اساس تعداد ۵۰۰ هزار ماسک تهیه و آماده اهدا شد. وی اظهار داشت: «توزیع ماسک‌ها بین هیئت‌های عزاداری، تکایا، مساجد و مراکز درمانی از شب ۶ محرم آغاز و تا پایان شب دهم ادامه دارد». صفریان ضمن آرزوی قبولی عزاداری‌ها از مردم خواست با رعایت پروتکل‌های بهداشتی به قطع زنجیره این ویروس کمک کنند.



ساخت کندانسورهای چیلر برای تحقق بومی سازی



ابراهیم صداقت، کارشناس برق و مکانیک تعمیرات

اقداماتی شایسته در جهت بهبود خدمات رسانی صورت گرفته که از جمله آنها می توان به چند مورد اشاره کرد. وی در تشریح جزئیات این اقدامات گفت: «یکی از اقدامات شاخص در این واحد، بومی سازی کندانسورهای چیلر فولادسازی و کندانسور پکیج های اتاق برق های واحد احیا می باشد. به دلیل آلودگی اطراف این دستگاه ها و فرسودگی، تعویض آنها الزامی بود. واحد تهویه در راستای تحقق اهداف سازمان، پیرامون بومی سازی تجهیزات این هدف را سرلوحه خود قرار داده و با کمک متخصصان داخلی موفق به ساخت کندانسورهای چیلر و پکیج ها در داخل کشور شد. ساخت با کیفیت کندانسورها و تناسب آنها با شرایط موجود در سایت، تحویل به موقع و قیمت مناسب نسبت به نمونه خارجی، از جمله مزایای این اقدام است. پرسنل واحد جهت تعویض کندانسورها و راه اندازی تجهیز با تلاش فراوان و با انجام ۱۱۰۰ نفر ساعت کار تخصصی، موفق به پایدار کردن سیستم سرمایشی موجود و خدمات رسانی مطلوب تر به نواحی تولیدی شده اند.»

صداقت خاطر نشان کرد: «همچنین اقدام بعدی عبارت است از شناسایی تمامی تجهیزات سرمایشی و گرمایشی در سایت و ثبت آن روی درخت تجهیز فولاد هرمزگان به کمک برنامه ریزی تعمیرات و تعمیرگاه مرکزی و تعریف استانداردها و فعالیت ها برای کلیه تجهیزات. این امر می تواند به انجام به موقع pm های تجهیزات و افزایش آماده بکاری، بالا بردن کیفیت تعمیرات، و کاهش هزینه ها کمک کند.» وی گفت:

ابراهیم صداقت در گفتگو با روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان، جزئیات عملکرد واحد تهویه و تبرید را تشریح کرد.

ابراهیم صداقت اظهار داشت: «وضعیت و شرایط آب و هوایی در بیشتر نقاط جهان، باعث گرم تر شدن دمای هوا شده است. در این شرایط داشتن یک سیستم سرمایشی پایدار و مناسب، امری ضروری است. در حوزه صنایع، این موضوع در راستای ایجاد شرایط مناسب و سالم برای کارکنان و همچنین استمرار تولید اهمیت بالایی پیدا می کند.» وی افزود: «واحد تهویه و تبرید از زیرمجموعه های واحد خدمات فنی و پشتیبانی است. این واحد وظیفه نگهداری و تعمیرات بیش از ۱۲۰۰ دستگاه سرمایشی و گرمایشی اعم از چیلر های تراکمی، پکیج، هواساز، کولر اسپلیت، فن کوئل، کولر پنجره ای، مشعل و موتورخانه را در مکان های عمومی و صنعتی بر عهده دارد. این واحد، علی رغم همه موانع و کاستی ها و در راس آنها، تغییرات دمایی زیاد به لطف برنامه ریزی مدون و بهره گیری از نیروهای مجرب رسمی و پیمانی توانسته است وظیفه خود را به نحو احسن به انجام رساند.»

مروزی بر مهم ترین اقدامات انجام شده

وی افزود: «در واحد تهویه و تبرید با توجه به بالا بودن حجم تجهیزات سرمایشی و در جهت ایجاد فضای مناسب از نظر دمایی برای کارکنان و همچنین ایجاد دمای کارکرد مناسب برای تجهیزات تولیدی در ماه حدود ۱۱۰۰ نفر ساعت pm و حدود ۱۲۰۰ نفر ساعت تعمیرات تخصصی انجام می گیرد. در واحد تهویه و تبرید

«مورد مهم دیگر به تعریف اقدامات اصلاحی و بهبود در سیستم سرمایشی جرثقیل ها مربوط می شود. به طور مثال اضافه نمودن لرزه گیر به مدار سیستم سرمایش از شکستگی مسیر جلوگیری می کند و این تغییر در بالاتر رفتن سطح آماده به کاری کولر های این قسمت موثر بود.» وی در تشریح دیگر اقدامات انجام شده به دو مورد مهم دیگر اشاره کرد: «مورد دیگر اصلاح مسیر لاین های ورودی و خروجی آب موتورخانه فولادسازی است. این کار، مشکل انجام تعمیرات روی پمپ های موجود در این موتورخانه را مرتفع کرده است. در نهایت باید به تعویض مخازن آبگرم لاکرهای موجود در سایت اشاره کرد»



نصب کندانسورهای بومی سازی شده پکیج اتاق برق احیا

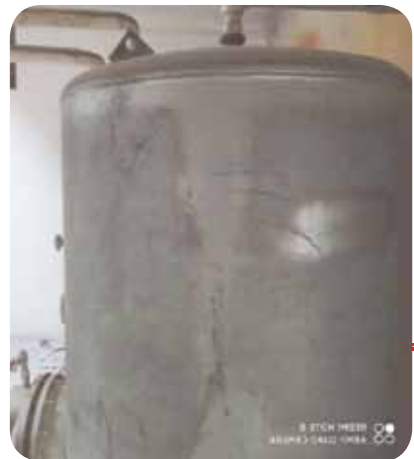


نصب کندانسورهای بومی سازی شده چیلر فولادسازی

نصب لرزه گیر روی کولرهای جرثقیل های اسلب یارد

اصلاح لاین آب موتورخانه فولادسازی

نصب مخازن آبگرم لاکرها



سرپرست نت مکانیک احیا در گفت‌وگو با روابط عمومی: توقف اضطراری به حداقل رسید



اکبر زین الدینی
سرپرست نت مکانیک احیا

تولید را فراهم کرده و در راستای تحقق اهداف استراتژیک شرکت که همانا کاهش مصارف عمده و افزایش کیفیت و کمیت محصولات است قدم برداریم. در اینجا جا دارد تشکر داشته باشیم از معاونت محترم بهره‌برداری و همچنین آقایان قویدل و پورامینی که با رهنمودها و حمایت‌های بی‌درغشان موجبات این موفقیت‌ها را فراهم آورده‌اند.

■ **دو ماه بدون توقف**
زینی‌الدینی در تشریح بیشتر موضوع گفت: «لازم به ذکر است که در دو ماه اخیر توقفات اضطراری مکانیک صفر بوده و مدول‌های احیا با آماده به کاری بسیار بالا روند تولید خود را ادامه داده‌اند. باید توجه داشت که علی‌رغم شرایط سخت کرونایی و محدودیت‌های مربوط به تردد و حضور در شرکت، پرسنل پرتلاش و سختکوش مکانیک با جدیت و تلاش مضاعف و با انجام دقیق و به موقع PM ها، فعالیت‌های تعمیراتی و بازرسی‌ها؛ این مهم را محقق کرده‌اند.»

■ **تحلیل ریشه‌ای انجام شد**
و تصریح کرد: «یکی دیگر از عوامل دستیابی به این مهم، تحلیل و ریشه‌یابی خرابی‌ها و توقفات بوده است. در این رابطه باید گفت که با اقدامات اصلاحی تعریف‌شده، سعی در رفع و جلوگیری از وقوع مجدد آنها نمودیم.»
وی افزود: «امید است که در ادامه با همت و تلاش کلیه پرسنل احیا بتوانیم روند کاهش توقفات اضطراری را حفظ کرده و موجبات افزایش و استمرار

سرپرست نت مکانیک احیا گفت: در دو ماه اخیر توقفات اضطراری مکانیک صفر بوده و مدول‌های احیا با آماده به کاری بسیار بالا روند تولید خود را ادامه داده‌اند. استمرار تولید و به حداقل‌رسانی توقفات، نقشی حیاتی در پیشبرد بهینه برنامه‌ها و چشم‌اندازهای تعریف شده در شرکت فولاد هرمزگان بازی می‌کند. در گفتگویی که با سرپرست نت مکانیک احیا داشتیم از وی درباره دلایل این دستاورد سوال کردیم.

اکبر زین الدینی، سرپرست نت مکانیک احیا اظهار داشت: «در سال تولید، پشتیبانی و مانع‌زدایی‌ها و به واسطه همت، تلاش و پشتکار مجموعه زحمتکش و دلسوز نت مکانیک احیا در شرکت فولاد هرمزگان، توقفات اضطراری واحد، روند کاهشی قابل‌ملاحظه‌ای داشته است؛ به طوری که از ابتدای سال ۱۴۰۰ تا اول مردادماه مجموع توقفات اضطراری مکانیک واحد احیا ۵۳ دقیقه می‌باشد و این توقفات تنها در سه توقف ۱۰ و ۱۳ و ۳۰ دقیقه‌ای رخ داده است.»



فرهنگ ایمنی چگونه به کاهش حوادث کمک می‌کند؟



هادی سیاحی
ایمنی، بهداشت و محیط زیست

- کارکنان با مزایای رعایت قوانین ایمنی به خوبی آشنا شوند و مزایای این کار را درک کنند.
- همکاری و همدلی میان نیروی کار و مدیران افزایش پیدا کند.
- مدیران سازمان‌ها به فرهنگ ایمنی اهمیت بدهند و به اصول آن متعهد باشند.
- رعایت ایمنی در کار، از اهداف مالی و تجاری اهمیت بیشتری داشته باشند.
- ارتباط مناسبی بین کارمندان و مدیران شکل بگیرد تا میزان پیروی از قوانین در سازمان بیشتر شود.

کار باشند به خوبی می‌توانند قبل از رخ دادن حوادث، احتمال وقوع آنها را پیش‌بینی کرده و از رخدادهای ناگهانی جلوگیری کنند. اگر افراد با فرهنگ ایمنی آشنایی داشته باشند، در هنگام وقوع اتفاقات پیش‌بینی نشده به خوبی وارد عمل می‌شوند و از بدتر شدن اوضاع جلوگیری می‌کنند.

در تعریفی ساده اما کامل از فرهنگ ایمنی یا safety culture می‌توان گفت:

”فرهنگ ایمنی پیاده‌سازی یک مدیریت ایمنی قوی و اولویت بخشیدن به سلامت و ایمنی در محیط کار است.“

چگونه می‌توان فرهنگ ایمنی قوی ایجاد کرد؟

پر واضح است که نتیجه حاصل از توسعه و گسترش فرهنگ ایمنی مثبت، علاوه بر ایجاد الگوی صحیح رفتاری برای کارکنان، کاهش چشمگیر حوادث و خطاهای ناشی از ناآگاهی افراد و به تبع آن ایجاد سازمانی قابل اعتماد است و گرایش‌های مثبتی در محیط کار ایجاد می‌شود. اما این در صورتی است که بتوانیم تمامی یا حداقل بخش بزرگی از فرهنگ ایمنی مثبت را پیاده کنیم. این مورد نیازمند مواردی است که به بخشی از آن اشاره خواهیم کرد:

فرهنگ ایمنی

فرهنگ ایمنی از آن قبیل موضوعاتی است که هر سازمانی باید با آن آشنا باشد و برای ترویج آن برنامه‌ریزی کند. دانستن فرهنگ ایمنی مثبت منجر به ایجاد یک محیط کاری ایمن، افزایش بهره‌وری کارمندان، افزایش امنیت برای کارکنان و مدیران و دستیابی سریع‌تر به اهداف مالی و در نهایت تقویت فرهنگ HSE می‌شود. در این نوشته قرار است با مفهوم فرهنگ ایمنی بیشتر آشنا شوید.

فرهنگ ایمنی چیست؟

واضح است که اعمال رویکردی پیشگیرانه در حوزه ایمنی و بهداشت محیط کار، نقش قابل توجهی در کاهش حوادث محیط کار و بیماری‌های ناشی از فعالیت کارکنان در این محیط دارد. لذا فرهنگ ایمنی به عنوان یکی از روش‌های تاییدشده در این زمینه، از جمله شیوه‌های موثر برای ایجاد محیطی سالم و ایمن است. فرهنگ ایمنی، مجموعه‌ای از باورها، اطلاعات و رفتارهای افراد است که آنها را در برابر حوادث و خطرات ایمن نگه می‌دارد. هر فرد قبل از اینکه به محیط‌های صنعتی وارد شود، باید با فرهنگ ایمنی آشنایی داشته باشد. اگر افراد دارای اطلاعات ضروری برای ایمنی در



- تشویق و تقدیر از کارکنان نمونه در زمینه اجرای هرچه بهتر دستورالعمل‌های ایمنی
- ارائه ابزارهای لازم حفاظت فردی در کنار آموزش به کارکنان درباره نحوه استفاده از این ابزار
- در دسترس بودن کمک‌های اولیه در سطح کیفی بالا و دسترسی کلیه کارکنان به آن

مزایای فرهنگ ایمنی

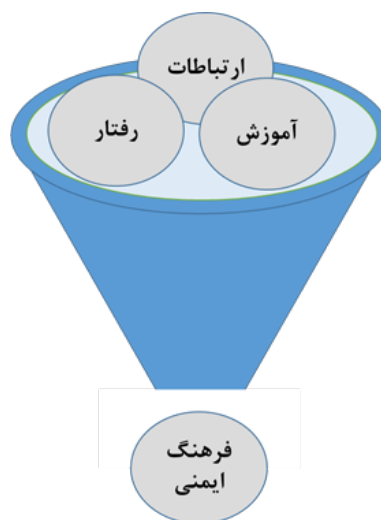
- اگر فرهنگ ایمنی در جامعه‌ای رواج پیدا کند، این اتفاقات مثبت رخ خواهد داد:
- از خسارت‌های مالی و جانی جلوگیری می‌شود.
- میزان حوادث در محیط‌های کاری کاهش پیدا می‌کند و تجهیزات و ماشین‌آلات صدمه‌ای نخواهند دید.
- امنیت در محیط کار بالا می‌رود و هم کارگران و هم مدیران احساس امنیت می‌کنند.
- جلوگیری از بروز خسارت در محیط کار از لحاظ مالی و یا جانی (عدم صرف هزینه جهت درمان‌های ناشی از حوادث)
- آشنایی کارگران با شیوه‌های محافظت فردی و ایجاد حس امنیت بین کارگران
- بالا رفتن میزان بهره‌وری به واسطه محیط کاری امن
- افزایش اعتماد به سازمان به عنوان محیطی مناسب برای اشتغال

وظایف مدیران در این رویکرد

- اخذ گزارش به صورت منظم از شیوه اجرای دستورالعمل‌های ایمنی و نحوه پیشرفت برنامه‌های اجرایی
- اطمینان یافتن از وجود منابع و زیرساخت‌های لازم جهت برنامه‌ریزی و اجرای دستورالعمل‌های ایمنی و بهداشتی
- دانش و اطلاعات کافی در زمینه قوانین ایمنی و بهداشت و اطلاع به موقع از تغییرات اعمال شده در آن

در فولاد هرگز ارزیابی فرهنگ ایمنی در قالب پرسشنامه صورت پذیرفت که ۵۱ درصد پرسنل در آن مشارکت داشتند. مصاحبه interview از دیگر تکنیک‌های ارزیابی، مواجهه رو در رو با کارکنان و بررسی دیدگاه آنان به صورت مستقیم است. این شیوه مستلزم صرف زمان بیشتری نسبت به روش پرسشنامه است.

مشاهده (observation): نظارت و در واقع بازدید منظم از محیط کار و مشاهده مستقیم نحوه رفتار کارکنان می‌تواند معیاری برای سنجش میزان رعایت نکات ایمنی و بهداشت در کارکنان باشد. مدیران از این طریق



می‌توانند ضمن مشاهده، به رفتارهای پرخطر و سرپیچی افراد از دستورالعمل‌های ایمنی تا حدودی پی ببرند.

فرهنگ‌سازی ایمنی

- برگزاری جلسات ماهانه با کارکنان جهت بحث آزاد در ارتباط با راهکارهای حفظ ایمنی محیط کار و ایجاد تعامل میان کارکنان و استفاده از ابتکارات آنان در این حوزه



- به کمک ارزیابی و همکاری میان اعضا، اهداف ایمنی بهبود پیدا کنند.
- ارائه اطلاعات کامل در ارتباط با ایمنی و بهداشت محیط کار به کلیه کارکنان
- مشارکت جمعی و دریافت پیشنهادات و نظرات کارکنان و بررسی آن از سمت مدیریت
- نظارت مکرر مدیران بر فضای محیط کار و مشورت با پرسنل
- به روز رسانی اطلاعات در حوزه ایمنی و بهداشت به صورت دائم
- بررسی و تحلیل کامل حوادث پیش‌آمده و ارائه نتایج حاصل از این بررسی به کلیه کارکنان
- تخصیص بودجه کافی به بخش ایمنی و بهداشت
- ارائه آموزش‌های لازم به پرسنل متناسب با هر محیط کاری

چگونه می‌توان فرهنگ ایمنی سازمان را بررسی کرد؟

برای اینکه فرهنگ ایمنی یک سازمان ارزیابی شود، می‌توانید از یکی از ۳ ابزار زیر استفاده کنید:

۱. پرسشنامه
۲. مصاحبه
۳. مشاهده

پرسشنامه (surveys) یکی از روش‌های بررسی فرهنگ ایمنی در یک سازمان، طرح پرسشنامه و آگاهی به دیدگاه پرسنل نسبت به ایمنی و بهداشت محیط کار است. تجزیه و تحلیل این پرسشنامه‌ها می‌تواند به پایه‌گذاری الگوی صحیح ایمنی جهت پیشبرد هرچه بهتر فرهنگ ایمنی در محیط، راهگشا باشد؛ اما آن چه که در این شیوه ارزیابی از اهمیت بالایی برخوردار است، نحوه طرح پرسشنامه به نحوی ساده و دور از ابهام و همسو با اهداف مدنظر اداره‌کنندگان سازمان است. این روش با در نظر گرفتن شیوه اجرای آن، نسبت به دیگر روش‌ها زمان کمتری خواهد برد.



مدیریت عملکرد کارکنان در شرکت فولاد هرمزگان



محمدرضا واصل‌علی، رئیس واحد تحقیقات، ارزیابی و توسعه شایستگی

تغییر فرهنگی، تاثیر دارد و با سایر فعالیت‌های کلیدی مدیریت منابع انسانی به‌خصوص مدیریت سرمایه‌های انسانی، مدیریت استعداد، آموزش و توسعه، یکپارچه شده است. بنابراین مدیریت عملکرد به یکپارچگی افقی و تجمیع رویکردهای مرتبط با منابع انسانی کمک می‌کند که باعث می‌شود این رویکردها یکدیگر را تکمیل و تقویت کنند.

سازمان‌ها از طریق سیستم‌های کاری که مستقر می‌کنند به عملکردی بالا و پایدار دست می‌یابند اما این سیستم‌ها توسط افراد مدیریت و اجرا می‌شوند. بنابراین دستیابی به عملکرد بالا از طریق توسعه عملکرد انسان‌ها میسر می‌شود. اگر افراد بزرگ‌ترین خالق ارزش در سازمان‌ها هستند، پس مدیریت خوب عملکرد برای موفقیت یک سازمان بسیار مهم است. افزایش اهمیت عملکرد در شرایط رقابت جهانی و رکود اقتصادی دهه ۱۹۸۰ میلادی باعث تغییر تمرکز از ارزیابی به برنامه وسیع‌تر

ارزیابی و رتبه‌بندی عملکرد کارکنان به قرن‌ها پیش باز می‌گردد اما نخستین سیستم پیش عملکرد در اوایل قرن بیستم میلادی شکل گرفت. از آن زمان تاکنون، این فرآیند دستخوش تغییرات و اصلاحات فراوانی گردیده است که از جمله آنها می‌توان به شکل‌گیری سیستم‌هایی نظیر رتبه‌بندی کارکنان، رتبه‌بندی صلاحیت‌ها، ارزیابی عملکرد، مدیریت براساس اهداف و مدیریت معطوف به نتایج اشاره کرد. چیزی که امروزه تحت عنوان مدیریت عملکرد مرسوم است در اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی به عنوان واکنشی به جنبه‌های منفی رتبه‌بندی ایجاد شد.

مدیریت عملکرد کارکنان، فرآیندی است سیستماتیک برای بهبود عملکرد فردی، تیمی و سازمانی؛ به این معنا که با معطوف نمودن توجه به عملکرد و مدیریت آن در ذیل یک چارچوب توافق‌شده شامل اهداف مشخص، استانداردها و شایستگی‌های موردنیاز به نتایج بهتری دست

پوشش خروجی‌ها (نتایج) و ورودی‌های عملکرد (شایستگی‌ها)

- پیوستگی اجرا در طول سال و مقطعی نبودن
- آینده‌نگر بودن
- تمرکز بر توسعه به همان میزان تمرکز بر عملکرد
- انعطاف‌پذیری فرآیند
- تعلق به مدیران رده‌های مختلف

مدیریت عملکرد کارکنان در شرکت فولاد هرمزگان

اقدام استراتژیک «استقرار نظام مدیریت عملکرد کارکنان» با چشم‌انداز بهبود رابطه عملکردی مدیران و کارکنان، ارتقا عملکرد کارکنان و واحدهای سازمانی و کمک به توسعه کارکنان تعریف شده است. این اقدام، ذیل دو هدف «افزایش رضایت و دلبستگی کارکنان» و «توسعه توانمندی‌های رهبران و کارکنان» که از اهداف نقشه استراتژی شرکت می‌باشند قرار دارد.

تا پیش از این مدیران شرکت هر یک با شیوه مخصوص به خود به مدیریت عملکرد کارکنان زیرمجموعه می‌پرداختند و نظام واحدی برای این امر موجود نبود. اما با استقرار این نظام، این فرآیند به‌صورت هماهنگ در کل شرکت انجام خواهد شد. نظام مذکور با فراهم آوردن چارچوب‌های لازم و تعیین الزامات، دستاوردهای مطلوب‌تری از مدیریت عملکرد کارکنان در اختیار مدیران قرار می‌دهد. ضمن اینکه به‌دلیل به‌روز بودن فرآیند مشخص شده و تطابق آن با آخرین دستاوردهای علمی و عملی در حوزه منابع انسانی، از آسیب‌های روش‌های سنتی و قدیمی ارزیابی عملکرد منابع انسانی نیز اجتناب به‌عمل می‌آید.

دلایل تعریف این اقدام استراتژیک در حوزه منابع انسانی چیست؟
در کنار سایر دلایلی که برشمرده شد، پیاده‌سازی



بهبود عملکرد، تاکید بر ارتباط بازر و صادقانه‌تر بین مدیران و افراد در مورد رفتارها و نتایج و نیاز به تعامل و ایجاد انگیزه در کارکنان شد. کارکنان باید درک کنند که از آنها چه انتظاری دارند و برای رسیدن به این اهداف باید مدیریت شوند تا انگیزه داشته باشند. همچنین مهارت‌ها، منابع و پشتیبانی لازم را داشته و پاسخگو باشند. هدف مدیریت عملکرد نظارت، حفظ و بهبود عملکرد کارکنان مطابق با اهداف سازمان است. این یک فعالیت واحد نیست، بلکه گروهی از رفتارهاست که باید به‌طور جامع صورت پذیرد.

از جمله مشخصات یک نظام مدیریت عملکرد کارکنان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تمرکز بر اهداف سازمانی و فردی

می‌یابیم. این فرآیند موجب ایجاد درکی مشترک پیرامون آنچه باید به دست آید و نیز چگونگی دستیابی به آن می‌شود. همچنین باعث می‌شود مدیریت و توسعه افراد به‌گونه‌ای انجام گردد که احتمال دستیابی به اهداف در کوتاه‌مدت و بلندمدت افزایش یابد. مالک و مجری این فرآیند، رده‌های مدیریتی واحدهای سازمان هستند. این فرآیند همان چیزی است که مدیران به‌طور پیوسته در حال انجام آن هستند و برخلاف تصور برخی افراد یک رویه سالیانه متعلق به مدیریت منابع انسانی نمی‌باشد. بر این اساس مدیریت عملکرد در واقع مدیریت کسب و کار است.

باید توجه داشت که مدیریت عملکرد فراتر از ارزیابی کارکنان است. این فرآیند در دستیابی به

الگوی تعالی سازمانی نیز یکی از دلایل ایجاد استقرار نظام مدیریت عملکرد کارکنان می‌باشد. معیار ۲-۳ این الگو تحت عنوان «توسعه و مدیریت عملکرد» بیان می‌کند که سازمان‌هایی که در مسیر تعالی گام برمی‌دارند «عملکرد کارکنان را همسو با استراتژی سازمان مدیریت کرده و اطمینان حاصل می‌کنند که آنها ابزارها، شایستگی‌ها، اطلاعات و اختیارات لازم را برای بهبود مستمر عملکردشان در اختیار دارند». بنابراین مدیریت عملکرد کارکنان بایستی از حالت غیررسمی خارج شده و به گونه‌ای نظام‌مند انجام می‌گردد تا از اجرای سازمان شمول آن، توجه به الزامات اشاره شده و مدنظر قرار گرفتن ابعاد توسعه‌ای این فرآیند اطمینان حاصل شود.

علت مهم دیگر تعریف این اقدام، ضرورتی بود که در نظرسنجی سالیانه از کارکنان احساس گردید. کارکنان در نظرسنجی‌های متوالی نیاز به شفافیت در ارزیابی عملکردشان را بیان کردند و کمیته تحول منابع انسانی و مدیریت آموزش و توسعه منابع انسانی در پاسخ به این نیاز، تصمیم به استقرار نظام مدیریت عملکرد کارکنان گرفتند.

فازهای اجرایی

استقرار نظام مدیریت عملکرد کارکنان دارای برنامه زمانی ۴ ساله می‌باشد که از سال ۱۳۹۸ آغاز شده و تا پایان سال ۱۴۰۱ ادامه می‌یابد. بیشتر مدیران و کارکنان تا رده کارشناسی در این اقدام استراتژیک مشارکت خواهند داشت که ۱۲۳ نفر از رده مدیریتی و ۴۵۰ نفر از کارکنان را شامل خواهد شد. البته این قابلیت وجود خواهد داشت که پس از استقرار این نظام و به اتمام رسیدن این اقدام استراتژیک، مدیران با استفاده از مدل طراحی شده، مدیریت عملکرد کارکنان و نیز آموزه‌های چند نوبت اجرای آن، مدیریت عملکرد

کلیه کارکنان زیرمجموعه را به نحو مطلوب انجام دهند.

به منظور کنترل و راهبری مطلوب‌تر، ذی‌نفعان و اقدامات اجرایی متناظر با آن‌ها، فازبندی شده و در هر فاز بخشی از ذی‌نفعان به پروژه اضافه می‌گردند. در نتیجه از ارائه خدمات پشتیبانی، تسهیل‌گری، آموزش و مشاوره لازم به مدیران، و انجام کم‌نقص‌تر فازهای اجرایی اطمینان حاصل می‌شود. این امر به پیاده‌سازی دقیق‌تر مدل و



رضایت بیشتر کارکنان منجر خواهد شد. همچنین تیم اجرایی این امکان را خواهد داشت که با تحلیل مسائل اجرایی، دستاوردها و ضعف‌ها در هر فاز، فاز بعدی را با تقویت نقاط قوت و رفع اشکالات از طریق تعریف اقدامات اصلاحی، عملیاتی سازد.

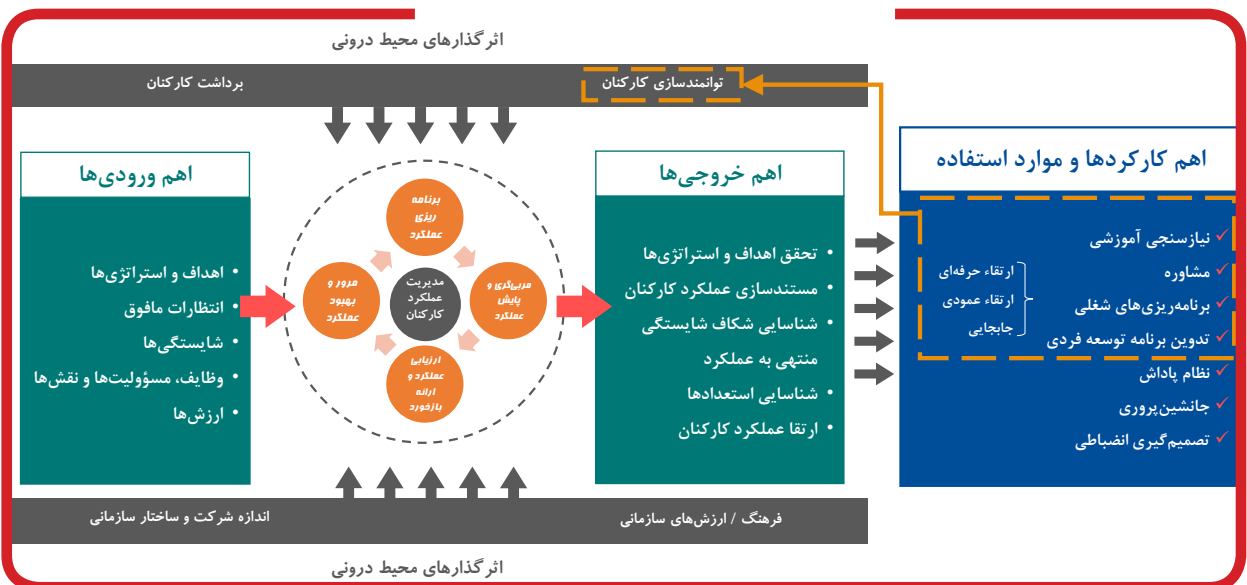
براساس برنامه‌ریزی انجام شده، فاز اول، که می‌توان نام آن را فاز پایلوت هم نامید، شامل کمترین تعداد مدیران (۱۵ نفر) و کارکنان (۵۲ نفر) و فاز چهارم دربرگیرنده کل مدیران و کارکنان تارده کارشناسی می‌گردد. فاز اول در سال ۹۸ و فاز دوم در سال ۹۹ آغاز گردید و اکنون در ابتدای فاز سوم هستیم که از مرداد ماه امسال آغاز گردیده است و تا پایان سال نیز ادامه خواهد داشت. در این فاز تعداد ۷۷ نفر از مدیران و ۲۳۳ نفر از کارکنان به انجام مراحل چهارگانه مدل مدیریت عملکرد کارکنان خواهند پرداخت.

مدل مدیریت عملکرد کارکنان شرکت فولاد هرمزگان

سیستم مدیریت عملکرد به عنوان یک چرخه مداوم و خودتجدید، عمل می‌کند. این چرخه شباهت زیادی به چرخه بهبود مستمر دارد که توسط ویلیام دمینگ تعریف شده است. این امر تصادفی نیست، چرا که مقصود از مدیریت عملکرد بهبود مستمر است.

مدلی که در شرکت فولاد هرمزگان طراحی و تدوین شده است چرخه اجرایی مدیریت عملکرد کارکنان، ورودی‌ها و خروجی‌های چرخه، سایر سیستم‌های مدیریت منابع انسانی مرتبط با این نظام، اثرگذارهای محیطی این نظام و ارتباطات این اجزا را تعریف می‌کند. در فاز مطالعاتی و پیش از طراحی مدل، منابع دانشی معتبر این حوزه از جمله اسناد منتشر شده توسط «مؤسسه بین‌المللی صدور گواهینامه منابع انسانی» (IHRCI) و «انجمن مدیریت منابع انسانی آمریکا» (SHRM) مورد توجه و استفاده قرار گرفت. همچنین از تجارب سازمان‌های داخلی پیشرو در این حوزه از جمله شرکت فولاد مبارکه و گروه مینا الگوبرداری گردید.

در چرخه مدیریت عملکرد کارکنان فولاد هرمزگان چهار گام اجرایی «برنامه‌ریزی عملکرد»، «مربی‌گری و پایش عملکرد»، «ارزیابی عملکرد و ارائه بازخورد» و «مرور و بهبود عملکرد» در نظر گرفته شده است. این چرخه در یک دوره زمانی یک ساله که دوره عملکردی نامیده می‌شود طی می‌شود. مشخصه مشترک هر چهار گام مذکور گفت‌وگو محور بودن آن‌هاست، که این موضوع اهمیت ارتباط مؤثر مدیران و کارکنان را در رابطه عملکردی نشان می‌دهد. مراحل اجرایی این مدل و فرم‌های مربوطه پس از چندین نوبت بازنگری، در غالب یک دستورالعمل سازمانی تدوین شده است که هم‌اکنون در مرحله تصویب قرار دارد.



برنامه‌ریزی برای آینده



آرش بابایی - مدیر انرژی و سیالات
شرکت فولاد هرمزگان

طول کشیده تا به تسخیر شرکت‌های فولادی ایران درآیند عرض اندام کنند و سهم عمده‌ای از نیاز ارزی کشور که از این طریق تامین می‌شده است در معرض تهدید قرار گیرد. در این میان، اندوخته سال‌ها تلاش و زحمت صنایع فولادی، به دلیل مشکلات واحدهای نیروگاهی برای تامین برق کافی در تولید صنایع، در معرض نابودی قرار گرفته است. علاوه بر این، تداوم عدم تامین پایدار انرژی، انجام طرح‌های توسعه‌ای شرکت‌های فولادی را در سایه‌ای از ابهام قرار می‌دهد.

استمرار قطعی برق منجر به تهدید سایر صنایع کشور و کاهش تولید ناخالص ملی و مانع از رسیدن کشور در بخش صنعت و معدن به اهداف چشم‌انداز برنامه توسعه ۱۴۰۴ خواهد شد. بر اساس افق سند ۱۴۰۴، ضمن تامین مصارف محصولات فولادی داخل کشور، می‌بایست زمینه صادرات ۲۰ میلیون تن فولاد فراهم شود و این امر جز با تلاش و کوشش متولیان امر برای رفع موانع و چالش‌های موجود بر سر راه تولید به سرانجام نخواهد رسید. تداوم این روند در سال جاری و ادامه آن در سال‌های آتی منجر به بازنگری طرح جامع فولاد در چشم‌انداز توسعه ۱۴۰۴ می‌شود.

در مسیر تحقق اهداف

حوزه صنعت، علاوه بر اقتصاد، بر بخش‌های سیاسی، اجتماعی و زیست‌محیطی نیز تاثیرگذار است. اهمیت بالای صنایع فولادی و جایگاه کم‌نظیر آن در امنیت ملی، طی سال‌های اخیر و به‌ویژه در زمان اعمال تحریم‌ها بیش از پیش آشکار شد. ایجاد بستری جذاب برای مشارکت صنایع انرژی‌بر در تولید و بهینه‌سازی انرژی لازمه تامین امنیت دستیابی به انرژی الکتریکی است. در این میان، همگام‌سازی دیدگاه بخش خصوصی و

باعث کاهش هزینه‌های تولید و بهینه‌سازی مصرف انرژی می‌شود و افزایش رقابت‌پذیری را به دنبال خواهد داشت. از آنجایی که صنعت فولاد یک صنعت انرژی‌بر به شمار می‌رود، افزایش بهره‌وری باعث افزایش قدرت رقابت‌پذیری در این صنعت خواهد شد و پیش‌بینی می‌شود که در آینده‌ای نه‌چندان دور، تغییراتی اساسی در صنایع فولاد به منظور کاهش مصرف و مدیریت انرژی هویدا شود.

چشم‌انداز افق ۱۴۰۴ محقق خواهد شد؟

چالش اصلی تولید فولاد در سال جاری کمبود برق است. شرکت توانیر در ابتدای سال، همچون سال‌های گذشته، خواهان کاهش بار صنایع فولادی طبق «طرح ذخیره عملیاتی» بود، اما به‌ناگاه در نیمه تیرماه، خواستار کاهش مصرف برق به میزان ۹۰ درصد دیماندر مصرفی شد و عمده بار جبران کمبود تولید برق را بر دوش صنایع فولادی قرار داد. در فصل تابستان امسال، اعمال محدودیت‌های شدید در مصرف برق صنایع فولادی این شرکت‌ها را با بحران مواجه کرده است.

برخی از دلایل کمبود تولید صنعت برق در کشور از این قرارند:

- کمبود منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در صنعت برق؛
- وجود قوانین دست‌وپاگیر و بعضاً متعارض؛
- عدم قیمت‌گذاری‌های کارشناسی؛
- راندمان پایین نیروگاه‌ها؛
- کمبود منابع آب.

کاهش چشمگیر تولید فولاد در ایران طی چند ماه اخیر بر اثر کاهش سهمیه دیماندر افزایش ناگهانی قیمت این کالای استراتژیک در بازار داخلی را در پی داشته است. به‌علاوه، این کاهش تولید منجر به انجام نشدن تعهدات به مشتریان محصولات فولادی در داخل و خارج از کشور شده است. تحت تاثیر قرار گرفتن بازار صادرات این محصولات باعث شده تا سایر رقبا در بازارهایی که سال‌ها

انرژی یکی از مسائل حیاتی در توسعه صنایع کشور به شمار می‌رود و از جنبه‌های مختلف اقتصادی، توسعه زیرساختی، رشد تولید محصولات و ... اهمیت دارد. با این حال، چالش‌های به‌وجودآمده در زمینه تامین پایدار انرژی صنعت فولاد کشور موجب شده‌اند تا مقوله صرفه‌جویی در مصرف انرژی و توجه به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت برای استمرار در تامین انرژی برق این صنعت بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. در این زمینه، شرکت فولاد هرمزگان، از ابتدای راه‌اندازی خط تولید، کمیته کنترل و بهینه‌سازی مصرف انرژی برق و آب را تشکیل داده و همواره مصرف انرژی این شرکت مطابق با استانداردهای جهانی بوده است. این شرکت در زمینه تامین پایدار انرژی در آینده برنامه‌های متعددی از جمله احداث نیروگاه را در دستور کار خود دارد.

گام نهادن در مسیر توسعه مستلزم توجه ویژه به صنایع فلزی است که این رویکرد باعث تحول بنیادی در اقتصاد می‌شود و مسیر پیشرفت را هموار می‌کند. وجود ذخایر عظیم انرژی در ایران و تلفیق آن با زیرساخت‌های موجود، موقعیت جغرافیایی مناسب و نیروی متخصص از جمله مزیت‌های کشور است که با توجه به کمبود منابع انرژی در جهان و سیر صعودی قیمت حامل‌های انرژی در سال‌های اخیر، موقعیت ارزشمندی را برای فعالیت‌های تولیدی در کشور فراهم کرده است.

انرژی محک و گرداننده اقتصاد امروز محسوب می‌شود. پیش‌تر، سیاست‌های انرژی فقط بر پایه مزیت اقتصادی، ملاحظات سود و ثمره اقتصادی تعیین می‌شدند، اما امروزه، در راستای مفهوم توسعه پایدار، می‌بایست ملاحظات اجتماعی و زیست‌محیطی نیز مد نظر قرار گیرد. در این زمینه باید به تمامی ابعاد توجه کرد تا امکان حل مسئله به صورت نظام‌مند فراهم شود. تامین پایدار انرژی

دولتی ضروری به نظر می‌رسد.

در شرایط فعلی، سرمایه‌گذاری شرکت‌های فولادی برای ایجاد زیرساخت در صنعت برق با محوریت شرکت توانیر مهم‌ترین راهکار خروج از وضعیت کنونی است. علاوه بر این، استفاده از تجهیزات مدرن و به‌کارگیری روش‌های کاهش مصرف برق همچون افزایش متالیزاسیون آهن اسفنجی و استفاده بیشتر از اکسیژن از جمله راهکارهای کاهش مصرف برق در این صنعت به شمار می‌روند. با این حال، در این بازه زمانی، سمت‌وسوی تحولات آتی وزارت نیرو و تاثیر آن بر صنایع چندان آشکار نیست و نیاز به بررسی جدی روندهای آتی در این وزارتخانه با رویکرد تامین برق مورد نیاز بخش صنعت به طور جدی احساس می‌شود.

■ فولاد هرمزگان و مصرف انرژی

مصرف انرژی به عنوان شاخص مهمی برای ارزیابی نحوه استفاده از انرژی به کار می‌رود و نشان‌دهنده مقدار انرژی مصرف‌شده برای تولید یک واحد محصول است. بهینه‌سازی مصرف انرژی از اهداف اصلی شرکت فولاد هرمزگان است و نیل به این هدف جز با شناخت عوامل تعیین‌کننده و ارائه راهکارهای هوشمندانه میسر نیست. به عبارت دیگر، با افزایش تولید و بهره‌وری، میزان مصرف انرژی به ازای هر واحد تولید محصول کاهش می‌یابد که این امر از طریق افزایش بهره‌وری محصولات و تولید محصولات باکیفیت قابل‌بیان است. در سال جاری، با توجه به افزایش قیمت

حامل‌های انرژی برای صنایع فولادی و تحویل به قیمتی نزدیک به بازارهای جهانی، عملاً یارانه انرژی این صنعت حذف شد. در شرکت فولاد هرمزگان با افزایش کارایی وسایل مصرف‌کننده انرژی و ارتقا و بهبود تکنولوژی و نیز صرفه‌جویی در مصرف انرژی شدت مصرف انرژی کاهش پیدا کرده است. این شرکت از ابتدای راه‌اندازی، برای کنترل و مصرف بهینه منابع انرژی، اقدام به تشکیل کمیته انرژی کرده و در همین زمینه موفق به دریافت گواهینامه «ISO 5001» از سال ۱۳۹۳ شده است. استقرار این سیستم باعث ایجاد چهارچوبی منظم و هدفمند برای بهینه‌سازی مصرف در راستای اهداف سازمان شده است. خوشبختانه طراحی و فناوری کارخانه به‌روز است و میانگین مصرف انرژی در شرکت با استانداردهای جهانی انطباق دارد. در زمینه کاهش مصرف انرژی الکتریکی در فرایند فولادسازی این شرکت، پروژه‌های استفاده بیشتر از گاز اکسیژن، تزریق کربن و هات شارژ آهن اسفنجی را در دست اقدام دارد.

گفتنی است که تامین پایدار انرژی برق و آب از عناصر اصلی توسعه پایدار محسوب می‌شوند. دستیابی به تولید مداوم و اجرای طرح‌های توسعه بدون در نظر گرفتن توسعه بخش‌های انرژی برق و آب ممکن نیست. دستیابی به اهداف تامین پایدار انرژی و غلبه بر مشکلات به‌وجودآمده در این بخش‌ها نیازمند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها در داخل و خارج از شرکت است.

انرژی الکتریکی مورد نیاز شرکت فولاد هرمزگان توسط یک خط دومداره در سطح ولتاژ ۲۳۰

کیلوولت تامین می‌شود. در زمینه تامین مطمئن برق مورد نیاز، شرکت پیش از این قراردادهای دوجانبه‌ای را با شرکت‌های بخش خصوصی منعقد کرده و مجوزهای لازم برای تامین انرژی الکتریکی را نیز از بورس اخذ کرده است. با توجه به مشکلات پیش‌آمده در تابستان جاری برای تامین برق مورد نیاز و بروز وقفه در تولید اسلب فولادی، شرکت فولاد هرمزگان طرح‌های ساخت نیروگاه را نیز آغاز کرده است.

آب صنعتی مورد نیاز واحدهای شرکت فولاد هرمزگان نیز توسط دو دستگاه پمپ سانتریفیوژ در واحد آب‌شیرین‌کن از دریا برداشت می‌شود و پس از عملیات پیش‌تصفیه به روش اسمز معکوس (Reverse Osmosis)، عملیات تصفیه آب صورت می‌گیرد. مدیریت در مصرف آب یکی از اهداف استراتژیک شرکت محسوب می‌شود و در این راستا اقدامات متعددی انجام شده که در نتیجه آن‌ها مصرف آب این مجتمع روندی نزولی داشته است. از جمله این اقدامات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- رعایت الزامات زیست‌محیطی در برداشت آب از دریا؛
- کاهش مقدار هدررفت و دورریز آب در واحدهای بهره‌برداری از طریق انجام منظم تعمیرات برنامه‌ریزی‌شده بر روی برج‌های خنک‌کننده، تجهیزات و خطوط توزیع آب؛
- بهبود کیفیت آب تولیدی؛
- استفاده از پساب فاضلاب بهداشتی به منظور آبیاری فضای سبز و سایر موارد.



در توکا صنعت فولاد هرمزگان رقم خورد:

رشد ۴ برابری سودآوری در سال ۹۹ نسبت به سال قبل

سهامداران محترم کند. این مبلغ در مقایسه با سود خالص سال ۹۸ حدود ۴ برابر افزایش داشته است. علاوه بر این حاشیه سود با رشد ۴,۵ برابری از ۱,۳ درصد در سال ۹۸ به ۵,۹ درصد در سال ۹۹ افزایش یافت. از جمله نکات حائز اهمیت در عملکرد شرکت می‌توان به سودده‌سازی برخی از قراردادهای جاری اشاره کرد که در سال ۹۸ از محل آنها زبان شناسایی شده بود.

رشد ۱۹ برابری اعتبار قراردادهای

این موفقیت در سایه مدیریت هزینه‌ها، استفاده از ظرفیت‌های بالقوه داخلی شرکت و در نهایت اتخاذ تعدیلات قراردادی مناسب محقق شد. از مهم‌ترین دستاوردها و اقدامات انجام‌شده در سال ۹۹ می‌توان به افزایش فعالیت‌های شرکت از لحاظ تعدادی و اعتباری (علاوه بر تمدید قراردادهای دوره قبل) اشاره کرد؛ به‌نحوی که تعداد قرارداد از ۵ مورد در سال ۹۸ به ۸ مورد در سال ۹۹ افزایش یافت و اعتبار قراردادهای با رشد حدود ۱۹ برابری از ۲۸ میلیارد ریال در سال ۹۸ به ۵۳۴ ریال در سال ۹۹ افزایش یافت.



در ادامه این جلسه پرویزی مدیرعامل شرکت توکاسنعت ضمن تشکر از حمایت‌های مهندس معروفخانی مدیرعامل فولاد هرمزگان بالاخص در افزایش سرمایه و تخصیص سهام به صورت اقساط به کلیه کارکنان فولاد هرمزگان، از عملکرد و سودآوری این شرکت گزارشی را ارائه نمود. متن گزارش عملکرد شرکت توکاسنعت فولاد هرمزگان در سال ۹۹ را در ادامه می‌خوانیم:

۵۷ میلیارد ریال سود ناخالص

در ادامه، گزارش هیئت‌مدیره مجمع پیرامون عملکرد سال ۹۹ ارائه شد. بر اساس این گزارش شرکت توکا صنعت در سال ۹۹ موفق شد حدود ۵۷ میلیارد ریال سود ناخالص و مبلغ ۴۰,۶۹۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال سود خالص نصیب

در مجمع عمومی سالیانه صاحبان سهام شرکت توکا صنعت منتهی به سی‌ام اسفندماه سال نودونه، مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان، ضمن تقدیر از عملکرد و تلاش‌های مدیرعامل، هیئت مدیره و کارکنان شرکت توکا صنعت فولاد هرمزگان، بر توسعه فعالیت‌ها در جهت سودآوری شرکت و افزایش منافع سهامداران تاکید کرد.

عطالله معروفخانی با اشاره به نقش اصلی برنامه ریزی و رفع موانع اظهار داشت: ادامه و گسترش حوزه فعالیتها و افزایش سودآوری در مسیر روند رو به رشد شرکت، از طریق برنامه ریزی و رفع موانع محقق خواهد شد. وی بر پایش مداوم اهداف و عملکرد شرکت به عنوان امری ضروری و اثرگذار در جهت ادامه موفقیت‌های این شرکت تاکید کرد. ایشان در ادامه با تشریح برنامه‌های شرکت فولاد هرمزگان در زمینه حمایت مستمر و هدفمند از این شرکت، نکاتی را در خصوص تکریم و حمایت از نیروی انسانی شرکت بیان داشت.



این افزایش، مستلزم اصلاحات و اقدامات اساسی در سیستم‌های مالی و عملیاتی شرکت بود و در ادامه به نتایج زیر منجر شد:

- بهبود ساختار و شاخص‌های مالی به منظور پایش مداوم پروژه‌ها و جلوگیری از انحراف بودجه و تحمیل زبان پروژه‌های جدید
- اصلاح کدینگ سیستم مالی مطابق کدینگ استاندارد. در حال حاضر شرکت توکا صنعت دارای سیستم کدینگ مالی مطابق با استانداردهای پذیرفته شده در سیستم‌های مالی است.

- راه‌اندازی سیستم «حقوق و دستمزد» به منظور جلوگیری از تضییع حقوق کارکنان خدمت شرکت و یکپارچه‌سازی سیستم
- راه‌اندازی سیستم خزانه‌داری به منظور تهیه کنترل وجه نقد، مغایرت‌گیری بانکی، کنترل تنخواه، تهیه گزارشات مالی و غیره
از دیگر اقدامات انجام شده در سال ۹۹ می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- اتمام پروژه‌های معوق سنوات قبل و تحویل موقت آنها به کارفرما
- پیگیری فرآیند افزایش سرمایه و تصویب آن توسط شرکت فولاد هرمزگان. این موضوع به عنوان یکی از اهداف مهم جهت توسعه شرکت و افزایش سودآوری منظور گردید.

افزایش ۵ برابری دارایی‌های غیر جاری
بر اساس صورت‌های مالی حسابرسی شده، جمع دارایی‌های شرکت با رشد ۳,۳ برابری از ۵۳ میلیارد ریال در سال ۹۸ به ۱۷۹ میلیارد در سال ۹۹ افزایش یافت که مهم‌ترین تغییر

مربوط به افزایش ۵ برابری دارایی‌های غیر جاری، به واسطه خرید تجهیزات مورد نیاز پروژه‌ها است. حقوق مالکانه شرکت با رشد حدود ۳ برابری از ۱۸,۱ میلیارد ریال در سال ۹۸ به ۵۱,۷ میلیارد ریال افزایش یافت. از جمله مهم‌ترین دلایل این رشد، افزایش تقریباً سه برابری سود انباشته بود که از مبلغ ۱۵,۹ میلیارد ریال در سال ۹۸ به مبلغ ۴۹,۵ میلیارد ریال در سال ۹۹ افزایش یافت. گفتنی است سود انباشته سال ۹۹ به تنهایی ۲ برابر سود انباشته کل سنوات گذشته از بدو تاسیس شرکت است. به عبارت دیگر سود انباشته در پایان سال ۹۹ به ازای هر نفر مبلغ ۴۲ میلیون ریال بوده است.

افزایش سرمایه ۳۳ هزار درصدی

همه نسبت‌های سودآوری در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ رشد چشمگیری داشته که از مهم‌ترین آنها می‌توان به نسبت بازده فروش و حاشیه سود ناخالص اشاره کرد. هر دوی آنها در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ رشد ۴ برابری داشته است. در ادامه گزارشی در مورد وضعیت افزایش سرمایه ۳۳۰۰۰ درصدی شرکت ارائه شد. بر اساس مصوبه مجمع عمومی فوق‌العاده در تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۵ سرمایه شرکت از مبلغ ۱,۷۷۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال به مبلغ ۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال افزایش می‌یابد. محل تامین این افزایش سرمایه از طریق آورده نقدی سهامداران حقیقی و حقوقی جدید و همچنین مطالبات و آورده نقدی سهامداران قدیم خواهد بود. بر اساس طرح توجیهی ارائه شده، به حدود ۶۰۰ میلیارد ریال سرمایه جهت انجام طرح

پیشنهادی نیاز است. مطابق محاسبات انجام شده، نرخ بازده داخلی یا IRR در حدود ۳۲ درصد پیش‌بینی شده است.

حمایت بی‌دریغ فولاد هرمزگان

لازم به ذکر است که این طرح مورد تایید شرکت فولاد هرمزگان و حسابرس مستقل قرار گرفته است. بر این اساس مقرر شده که شرکت فولاد هرمزگان به عنوان سهامدار جدید حدوداً مبلغ ۴۵۰ میلیارد ریال (معادل ۷۶ درصد) در این شرکت سرمایه‌گذاری کند و مابقی آن یعنی حدوداً مبلغ ۱۵۰ میلیارد ریال (معادل ۲۴ درصد) از محل آورده سهامداران فعلی و جدید (به صورت نقدی یا وام) تامین اعتبار شود. با توجه به موارد فوق برای هر کدام از سهامداران ارجمند این شرکت متناسباً گواهینامه حق تقدم خرید سهام صادر شده که نیاز است بر اساس موارد مندرج در گواهینامه‌ها هر شخص نسبت به واریز وجه مربوطه و تکمیل گواهینامه و عودت آنها به امور سهام شرکت توکا صنعت فولاد هرمزگان اقدام نماید. وجه واریزی سهامداران قدیم مبلغ ۵۳,۰۲۰,۲۳۶ ریال کمتر از سهامداران جدید است که شامل مبلغ ۱,۵۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه اولیه، مبلغ ۴۰,۹۲۳,۷۶۲ ریال سود انباشته و مبلغ ۱۰,۵۹۶,۴۷۴ ریال مابه‌التفاوت ارزش اسمی و ارزش روز سهم می‌باشد.

پرویزی، مدیرعامل شرکت توکا صنعت در پایان از حمایت‌های بی‌دریغ مدیرعامل محترم شرکت فولاد هرمزگان جهت توسعه فعالیت‌های جاری به منظور افزایش سوددهی شرکت و حمایت از سهامداران گرامی تشکر کرد.



فولاد هرمزگان حافظ منافع سهامداران



یوسف صالحی، مدیر امور عمومی شرکت فولاد هرمزگان

تولید محصولات با ارزش ویژه و در کنار آن کاهش بهای تمام شده را طرح ریزی کرده و به مرحله اجرا و پایش مداوم در آورده است.

هر چند تحریم‌های بین‌المللی، این شرکت را در ارائه محصولات در بازار جهانی با مشکلاتی مواجه کرده است با تلاش مدیران ارشد و کارکنان توانمند شرکت فولاد هرمزگان و نیز حمایت‌های بی‌دریغ شرکت فولاد مبارکه، این مجموعه توانسته در صادرات نیز موفق باشد و طی سال‌های اخیر بخش قابل توجهی از محصولات تولیدی خود را صادر کند. تامین به موقع مواد اولیه و به موازات آن کاهش چشمگیر بهای تمام شده هر کیلو تختال تولیدی در مقایسه با سال‌های گذشته و نیز شرکت‌های مشابه که ثمره کنترل بهای تمام شده محصول توسط همه واحدهای این شرکت بوده و از جمله عوامل موثر در سودآوری شرکت فولاد هرمزگان جنوب به شمار می‌آید و در نتیجه آن و با افزایش سودآوری، منجر به ارتقای بازده حقوق صاحبان سهام شده است.

با تلاش کارکنان و مدیران شرکت فولاد هرمزگان جنوب، نرخ بازده حقوق صاحبان سهام این شرکت در سال ۱۳۹۹ به ۷۶ درصد رسیده که این میزان بازده در مقایسه با سایر شرکت‌های مشابه و میانگین صنعت که ۷۹ درصد بوده است، مقدار قابل توجهی به شمار می‌رود. شرکت فولاد هرمزگان جنوب از مزایای جغرافیایی منحصر به فردی برخوردار است که از جمله آنها می‌توان به دسترسی به آب‌های آزاد، حمل و نقل جاده‌ای و ریلی و نیز هم‌جواری با ذخایر سنگ آهن گل‌گهر و مجتمع بندری شهید رجایی اشاره کرد. این شرکت با بهره‌مندی از این مزیت‌های جغرافیایی و استفاده از نیروی انسانی مجرب و توانمند، تولید محصولات ویژه، توسعه بازار، کنترل بهای تمام شده و اجرای طرح‌های توسعه، به روند روبه رشد خود ادامه خواهد داد و در کنار نگاه مدبرانه و دلسوزانه مدیران عالی‌رتبه کشور در حمایت از تولید داخلی، تامین مواد اولیه و انرژی مورد نیاز روند روبه رشد خود را تداوم خواهد بخشید و در ارزش آفرینی برای سهامداران محترم بی‌وقفه تلاش خواهد کرد.

این معیار، بیانگر بازده سرمایه‌گذاری است؛ به طوری که با مقایسه بازده حقوق صاحبان سهام یک شرکت با میانگین صنعت می‌توان مزیت رقابتی شرکت را ارزیابی کرد. تداوم در افزایش این بازده نشان‌دهنده توانایی شرکت در سوددهی به سهامداران است و همچنین نشان می‌دهد که عملکرد مدیران تا چه میزان در راستای منافع سهامداران بوده است.

همان‌طور که پیش از این نیز اشاره شد، بازده حقوق صاحبان سهام از تقسیم سود خالص بر حقوق صاحبان سهام به دست می‌آید. به این ترتیب بدیهی است که هر چه میزان سود خالص نزدیک‌تر و با بیش از حقوق صاحبان سهام باشد بازده به دست آمده بیشتر خواهد شد. بنابراین افزایش سودآوری در ارتقای این بازده تاثیر بسزایی دارد. افزایش سودآوری از طریق رشد فروش که در پی توسعه محصول، تولید محصول با ارزش ویژه، توسعه بازار و افزایش تولید به وجود می‌آید در کنار کاهش بهای تمام شده محصولات که از طریق بررسی انحرافات و آنالیز بودجه حاصل می‌شود، می‌تواند در افزایش بازده حقوق صاحبان سهام موثر باشد.

بازدهی حقوق صاحبان سهام

با توجه به افزایش قیمت جهانی محصولات فولادی و سودآوری مناسب تولیدکنندگان خارجی فولاد (به خصوص به خاطر عدم تاثیر گذاری هزینه‌های ناشی از تحریم در بهای تمام شده آنها) به نظر می‌رسد که نرخ بازده حقوق صاحبان سهام شرکت‌های خارجی در مقایسه با شرکت‌های داخلی تولیدکننده فولاد بیشتر و بالاتر باشد. با این حال و به رغم وجود چالش‌های متعدد در صنعت فولاد کشور، برخی از شرکت‌های فعال در تولید محصولات فولادی عملکرد مناسبی در بازده حقوق صاحبان سهام داشته‌اند که از جمله آنها می‌توان به شرکت فولاد هرمزگان جنوب اشاره کرد. بازده حقوق صاحبان سهام در صنایع مختلف به پارامترهای متعددی وابسته است که در نهایت می‌توان از سودآوری به عنوان مهم‌ترین آنها نام برد.

تلاش مستمر برای بهبود سودآوری

در همین راستا شرکت فولاد هرمزگان جنوب که از جمله شرکت‌های پیش‌تاز صنعت فولاد کشور به شمار می‌رود، همواره اقداماتی برای کاهش هزینه‌های تولید و بهبود سودآوری انجام داده است تا سود بیشتری برای سهامداران این شرکت حاصل شود. به طور کلی رشد درآمد، سودآوری پایدار و ارتقای بهره‌وری از جمله ارزش‌های تعریف شده در نقشه استراتژی شرکت فولاد هرمزگان جنوب هستند. این شرکت از ابتدای سال ۱۳۹۶ برنامه مدون خود را در راستای افزایش تولید،

امروزه شرکت‌های بزرگ صنعتی دنیا، با هدف ارزش آفرینی برای سهامداران خود در راستای بهبود پارامترهای تاثیرگذار بر سودآوری می‌کوشند. با وجود بحران‌ها و چالش‌های متعدد در صنایع مختلف کشور به نظر می‌رسد که با اتخاذ سیاست‌های مناسب و توجه به عوامل تاثیرگذار در تولید محصولات، صنعت فولاد می‌تواند سودآوری بالایی ایجاد کند. شرکت فولاد هرمزگان جنوب به عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فولادی کشور و با بهره‌مندی از موقعیت جغرافیایی استراتژیک، از همان ابتدای تاسیس همواره در راستای بهبود بهره‌وری گام برداشته و بررسی روند روبه‌رشد سودآوری و بازده حقوق صاحبان سهام در طول سال‌های فعالیت مہر تاییدی بر مدیریت شایسته این شرکت است. حقوق صاحبان سهام، تمامی منابع متعلق به سهامداران را نشان می‌دهد که علاوه بر سرمایه شرکت، سود انباشته و سایر اندوخته‌ها را نیز در بر می‌گیرد. بازده حقوق صاحبان سهام، ROE یا (Return on Equity) یک معیار برای ارزیابی عملکرد مالی است که از تقسیم سود خالص بر مجموع حقوق صاحبان سهام به دست می‌آید و به صورت درصدی نشان داده می‌شود.

بازدهی، تابعی از سودآوری

بازده حقوق صاحبان سهام، معیاری برای ارزیابی سودآوری یک مجموعه شناخته می‌شود. در صنایع مختلف مقدار این بازده متفاوت است. زمانی نتایج ملموس و معنادارتری به دست خواهد آمد که این پارامتر برای مقایسه شرکت‌های فعال در یک گروه صنعتی، تولیدی و یا خدماتی مشابه استفاده شود.

در مواقعی ممکن است بازده به دست آمده نتواند ملاک ارزیابی عملکرد بنگاه اقتصادی باشد. برای نمونه اگر بنگاه اقتصادی در طول یک یا چندین سال با زیان خالص مواجه شود و با انباشته شدن زیان، حقوق صاحبان سهام منفی شود یا کاهش یابد (در صورتی که فعالیت بنگاه طی سال جدید به کسب سود خالص بینجامد)؛ بازده حقوق صاحبان سهام، نسبتی بالا و یک توانایی ناپایدار در خلق سود را نشان خواهد داد. در چنین مواقعی بهتر است این بازده محاسبه نشود و ملاک ارزیابی عملکرد قرار نگیرد. اما در شرکت‌هایی که حقوق صاحبان سهام منفی نیست؛ اگر این بازده با شرکت‌های صنعتی مشابه مقایسه شود می‌توان از آن به عنوان ابزار مناسبی برای برآورد رشد سهام و سود تقسیمی استفاده کرد. این بازده، توانایی یک بنگاه اقتصادی را در تولید ثروت و خلق سود برای سهامداران بررسی می‌کند و همچنین نشان‌دهنده این مسئله است که سهامداران به ازای سرمایه‌گذاری انجام شده به چه میزان سود خالص دست یافته‌اند.

کاهش ۹۰ درصدی تولید فولاد میانی در مرداد ماه / وعده وزیر محقق نشد



معاون اجرایی انجمن تولیدکنندگان فولاد، تاثیرات مخرب قطعی برق بر صنعت فولاد کشور را تشریح و راهکار، ارائه کرد. وحید یعقوبی در مورد وضعیت قطعی برق در صنعت فولاد اظهار داشت: همچنان در صنعت فولاد شاهد محدودیت تأمین برق هستیم.

۲ هزار مگاوات ساعت برق را برای صنعت فولاد تأمین می‌کنند اما با گذشت یک ماه از ارائه این برنامه هنوز اتفاقی نیفتاده است.

کاهش شدید تولید فولاد میانی در

مرداد ماه

یعقوبی در مورد وضعیت تولید گفت: بر اساس آمار غیررسمی به لحاظ تولید در مرداد ماه، به دلیل قطعی برق و محدودیت‌های تأمین برقی که داشتیم، حدود ۱۰ درصد شرایط عادی تولید داشتیم.

در واقع میزان تولید فولاد میانی در مردادماه، از ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تن به حدود ۲۰۰ هزار تن تا ۲۵۰ هزار تن کاهش یافت.

معاون اجرایی انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران افزود: در تیر ماه نیز در همه محصولات کاهش تولید داشتیم و به طور میانگین حدود ۴۵ درصد تولید را از دست دادیم و ۵۵ درصد شرایط عادی توانسته بودیم تولید کنیم.

منبع: سایت چیلان آنلاین

دوا نمی‌کند و حتی به لحاظ محدودیت‌های فنی، برخی از شرکت‌ها امکان قطع و وصل کردن برق و خاموش کردن کوره‌ها را ندارند. اینکس از دیماند ۵۰ درصدی در شب به ۱۰ درصدی در روز برگردند به هیچ وجه برایشان صرفه ندارد و ترجیح می‌دهند کلاً تولید را انجام ندهند.

راهکار تداوم تولید در شرایط اضطراری کمبود برق

وی ادامه داد: راهکار بلندمدت این است که وضعیت برق کشور به لحاظ تولید بالاتر برود اما در کوتاه مدت با در نظر گرفتن وضعیت محدودیت‌های فنی هر حلقه از تولید زنجیره فولاد و همین‌طور شرایط بازار فولاد و نیاز به محصولات مختلف و تعهدات صادراتی، برنامه‌های تدوین کردیم که با ۲ هزار مگاوات تولید حداقلی در حدود ۴۰ درصد با اشتغال حدود ۹۰ درصدی را انجام دهیم؛ پیش از این هم در جلسات مختلف وزیر نیرو قول دادند که

دیماند مصرفی شرکت‌ها فقط از ساعت ۱۲ شب تا ۸ صبح ۵۰ درصد است و در بقیه ساعات همچنان محدودیت استفاده ۱۰ درصدی از دیماند خریداری شده وجود دارد البته چند روزی است که وضعیت در برخی از استان‌ها بهبود یافته و تولید رو به افزایش بوده است اما در کل شرایط به گونه‌ای نیست که بتوان گفت به روال عادی برگشته ایم. متأسفانه برنامه‌ای هم که انجمن فولاد در شرایط اضطراری برق تدوین کرده بود به نتیجه مطلوب جهت اجرا نرسیده است و علی‌رغم موافقت مسئولین در جلسات اما هیچ اتفاق عملیاتی نیفتاده و ما همچنان با محدودیت‌های تأمین برق برای تولید مواجه هستیم.

معاون اجرایی انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران افزود: مضاف بر اینکه این ۵۰ درصد دیماند مصرفی که برای ساعات شب می‌دهند و ۱۰ درصد دیماند مصرفی که برای ساعات روز می‌دهند، هیچ دردی را از تولیدکنندگان



نصیحت تمساح پیر برای کار آفرین ها

می آمدند و می رفتند. بی اعتنایی دوباره تمساح پیر، خشم تمساح جوان را دوچندان کرد. دوباره به بالادست رود رفت که چیز دندان گیرتری شکار کند.

بعد از چند ساعت تقلا و تعقیب و گریز، ماهی خوار کوچکی شکار کرد. راضی و خوشحال، پرنده را به دندان گرفت و پیش تمساح پیر آمد تا به او نشان دهد شکارچی واقعی کیست. وقتی رسید تمساح پیر همچنان همان جا روی آب شناور بود. البته چیزی تغییر کرده بود: گاومیش بالدار بی خبر از همه جا، به شوق نوشیدن آب خنک از راه رسید. وقتی به چند سانتی متری سر تمساح پیر رسید، تمساح پیر در یک چشم بر هم زدن سرش را از آب بیرون آورد، او را میان آرواره هایش گرفتار کرد و زیر آب کشید. تمساح جوان که وحشت کرده بود به سویش شنا کرد. پرنده کوچکی که شکار کرد بود در برابر گاومیش ۵۰۰ کیلویی که تمساح پیر با ولع فرومی داد هیچ بود. تمساح جوان به او گفت: لطفاً... بگو... چطور این کار را کردی؟». تمساح پیر گفت «هیچ نکردم».

کاری را انجام بده که ارزش انجام دادن داشته باشد
اوایل که کسب و کار خودم (کار اصلی شرکت

ما، هر از چندگاهی «به کل» دست از کار بکشید و هیچ نکنید! قصه آموزنده ای است.

روزی و روزگاری؛ تمساح پیری، آرام و بی سروصدا روی سطح آب شناور بود که تمساح جوانی، شناکنان پیشش آمد و گفت: همه می گویند تو درنده ترین شکارچی رودخانه ایی. لطفاً راه و رسم شکار را به من یاد بده. تمساح پیر که چرت شیرین بعد از ظهرش پاره شده بود زیر چشمی، نگاهی به جوانک کرد و بدون آنکه چیزی بگوید خوابید. تمساح جوان که احساس می کرد به او بی احترامی شده باعجله راه افتاد و برای شکار گربه ماهی به بالای رودخانه رفت. سرعتش چنان زیاد بود که ردی از کف و حباب، پشت سرش به جا ماند.

به خودش گفت «نشانش می دهم شکارچی واقعی کیه!». غروب که بازگشت تمساح پیر هنوز خواب بود. تمساح جوان شروع کرد به لاف زدن و گفت: امروز دو گربه ماهی تیل شکار کردم. تو چی گرفتی؟ هیچی، نه؟ انگار آن قدرها هم که می گویند درنده نیستی». تمساح پیر این بار هم نگاهی به او انداخت، چشمانش را بست و همچنان روی آب شناور ماند. آرامشش چنان بود که ماهی های کوچک بدون آنکه ترسی به خود راه دهند جست و خیزکنان از کنارش

همه ما به هر دری می زنیم که همیشه مشغول باشیم اما مشغول بودن لزوماً به معنای موفق بودن نیست. اگر معنای «گاهی هیچ نکردن» را درک کنیم گاومیش های بزرگی شکار می کنیم و به گربه ماهی های لاغر و کوچک راضی نمی شویم. وقتی زندگینامه افراد موفق، کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای خودساخته را مطالعه می کنید متوجه می شوید که بیشتر آنها عادات و رفتارهای مشترکی دارند. برای مثال بنیان گذاران کسب و کارهای موفق قبل از هر چیز بعضی زمان های خاص را به فکر کردن مطلق اختصاص داده اند. بسیاری از آنهايي که کسب و کاری راه انداخته اند یا قصد چنین کاری را دارند به اشتباه تصور می کنند که هر روز باید رشد و موفقیت جدیدی را رقم بزنند.

آنها این دوره های طولانی را صرف فکر کردن، مطالعه و فاصله گرفتن از جهان واقعی بی رحمی که کسب و کارها را تهدید می کنند کرده اند. در بیشتر فرهنگ های امروزی، به افراد تلقین می شود که اگر لحظه ای دست از کار و تلاش و سخت کوشی بکشید نمی توانید به رویاهای شیرین خود دست پیدا کنید اما واقعیت آن است که اگر واقعاً به دنبال موفقیت در کسب و کار هستید باید مثل تمساح پیر قصه

ما طراحی و ساخت فرم‌های آنلاین است) را راه می‌انداختم. کاملاً مثل تمساح جوان بودم. فکر می‌کردم که اگر مدام مشغول کاری نباشم به هیچ جا نمی‌رسم. آن زمان اگر کسی به من می‌گفت بعضی مواقع اگر هیچ کاری نکنی نتیجه بیشتری نصیب می‌شود توجه نمی‌کردم و همچنان روزی ۱۶ ساعت، کار می‌کردم.

آن موقع خیال می‌کردم که برای موفق شدن باید مدام مشغول ساختن و کار کردن و رشد و توسعه باشی و مهم نیست چه کاری انجام می‌دهی.

همه ما به هر دری می‌زنیم که همیشه مشغول باشیم اما مشغول بودن لزوماً به معنای موفق بودن نیست. اگر معنای هیچ نکردن را درک کنیم گام‌های بزرگی شکار می‌کنیم و به گربه‌ماهی‌های کوچک راضی نمی‌شویم.

این اصل در مورد من موثر واقع شد، امیدوارم برای شما هم کار کند. البته کمتر کار کردن یا هیچ نکردن به این راحتی‌ها نیست چون جامعه به شدت به ما فشار می‌آورد که حتماً خود را مشغول کنیم. اجازه دهید کمی درباره وسواس بیمار گونی که به مشغول بودن داریم صحبت کنم.

چند بار مکالمه‌هایی مثل گفت‌وگوی زیر را شنیده‌اید؟

- چرا دیر کردی؟

- این روزها بدجور مشغولم

- آه، خیلی خوبه که فرصت سر خاروندن نداری

ما طوری تربیت می‌شویم که ناخودآگاه، ارزش آدم‌ها را بر اساس ساعاتی که صرف کار کردن



را پیش می‌برد دو بار در سال دست از کار می‌کشید و برای مدتی طولانی فقط فکر می‌کرد.

گیتس به‌قدری برای این هفته‌های تفکر ارزش قائل بود که از دیدار با دوستان و کارکنان مایکروسافت خودداری می‌کرد. امروز بیل گیتس موفقیت مایکروسافت را به ایده‌ها و مفاهیم بزرگی که در آن هفته‌های هیچ نکردن به ذهنش خطور کرده است نسبت می‌دهد.

درباره زمانی برای

هیچ نکردن

البته شما لازم نیست که دیدار با خانواده و دوستان را بر خود حرام کنید که فقط و فقط فکر کنید. خود من این کار را نکردم. حداقل یک هفته در سال از شرکت فاصله می‌گرفتم و راهی خانه پدری می‌شدم که در برداشت محصول زیتون به والدینم کمک کنم. وقتی زیتون می‌چینید افکار مربوط به رشد کسب‌وکار و نرخ‌های تبدیل را برای مدتی کنار می‌گذارید. می‌دانم که زیتون چیدن مرا به قله فناوری نمی‌رساند اما شخصاً آن را شاخص موفقیت خود می‌دانم. تعدادی از بهترین ایده‌هایم در همین دوره به ذهنم رسید. اگر نمی‌توانید در یک هفته از سال هیچ کاری نکنید توصیه می‌کنم راه متفاوتی را امتحان کنید: یکشنبه‌ها ارتباط خود با فناوری را کاملاً قطع کنید. اسم این تکنیک را روزه فناوری گذاشته‌ام. گوشه هوشمند خود را خاموش کنید و آن در کمد خانه پنهان کنید. لپ‌تاپتان را ببندید و آن را زیر تخت خواب بگذارید. حالا تماشای نت فلیکس را هم متوقف کنید.

منبع: سایت کسب و کار دانشگاه هاروارد

(Harvard Business Review)

می‌کنند می‌سنجیم و خیلی هم برایمان فرق نمی‌کند که بیهوده مثل مرغ سرکنده فقط بال‌بال بزنیم.

جالب اینجاست وقتی به زندگی نوابغ و بزرگان نگاه می‌کنیم یک مشابهت جالب میان‌شان می‌بینیم: همه آنها بخشی از وقت خود را به هیچ نکردن اختصاص می‌دهند.

قدرت هیچ نکردن

اینکه بخشی از زمان خود را به هیچ نکردن اختصاص دهید کار آسانی نیست. این کار به‌خصوص در طول هفته کاری که زیر فشار و بمباران جلسات کاری، اطلاعیه‌ها و فهرست بی‌پایان کارها هستید دشوار خواهد بود. بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای موفق قبل از هر چیز بعضی هفته‌های سال را به فکر کردن مطلق اختصاص داده‌اند. بنیان‌گذاران جوانی مثل مایک کارن جان پراکورن و نیز نام‌های بزرگی مثل استیو جابز، مارک زاکربرگ و تیم فریس همین راه را در پیش گرفته‌اند اما در اصل بیل گیتس بود که «هفته تفکر» را سر زبان‌ها انداخت. بیل گیتس در همه آن سال‌هایی که مایکروسافت





فلسفه و اهداف قیام عاشورا

کسی که بخواهد به حقیقت قیام عاشورا پی ببرد باید در گام نخست با مطالعه کامل درباره امام حسین (ع)؛ از زندگی، شخصیت و مقام حضرت به عنوان امام معصوم، شناخت لازم و کافی پیدا کند و سپس با مطالعه و تعمق لازم در بیانات و گفتار حضرت که در مقاطع مختلف قیام و حتی پیش از آغاز آن درباره انگیزه حرکت خویش بیان کرده است با حقیقت و ماهیت قیام آن حضرت تا حد زیادی آشنا خواهد شد.

▣ بررسی اهداف قیام

۱. امام حسین (ع) در مکه در جمع گروهی از علما و نخبگان دیگر مناطق اسلامی با ایراد خطبه‌ای شورانگیز و کوبنده، ضمن یادآوری وظیفه سنگین و تکلیف خطیر علما و بزرگان شهرها درباره پاسداری از کیان دین و اعتقادات مسلمانان و پیامدهای سکوت در برابر جنایات امویان، از خاموشی آنان در برابر سیاست‌های دین‌ستیزانه حاکمان اموی انتقاد کرده و هرگونه همراهی و سازش با آنان را گناه نابخشودنی دانستند. حضرت در پایان سخنان خود، هدف از اقدامات و فعالیت‌هایش علیه نظام ستمگر حاکم (که چند سال بعد خود را در قالب یک نهضت نشان داد) چنین اعلام فرمودند:

«... خدایا تو می‌دانی آنچه از طرف ما انجام گرفته است (از سخنان و اقدامات برضد حاکمان اموی) به خاطر رقابت و سبقت‌جویی در فرمانروایی و افزون‌خواهی در متاع ناچیز دنیا نبوده است، بلکه برای این است که نشانه‌های دینت را به مردم نشان دهیم (برپاگردانیم) و اصلاح در سرزمین‌هایت را آشکار کنیم. می‌خواهیم بندگان ستمدیده‌ات در امان باشند و به واجبات و سنت‌ها و احکامات عمل شود...» (تحف العقول، ص ۲۳۹) از این جملات می‌توان چهار هدف استخراج کرد:

الف) احیای مظاهر و نشانه‌های اسلام اصیل و ناب محمدی
 ب) اصلاح و بهبود وضع مردم سرزمین‌های اسلامی
 ج) مبارزه با ستمگران اموی جهت تامین امنیت برای مردم ستمدیده
 د) فراهم ساختن بستری مناسب برای عمل به احکام و واجبات الهی

۲. امام حسین علیه‌السلام هنگام حرکت از مدینه به سوی مکه وصیت‌نامه‌ای نوشت و به مهر خویش مهور ساخت و به برادرش محمد حنفیه تحویل داد. امام در وصیت‌نامه‌اش پس از بیان عقیده خویش درباره توحید و نبوت و معاد، هدف خود را از این سفر این چنین بیان نمود:

«من نه از روی خودخواهی و یا برای خوش‌گذرانی و نه برای فساد و ستمگری از شهر خود بیرون آمدم؛ بلکه هدف من از این سفر، امر به معروف و نهی از منکر و خواسته‌ام از این حرکت، اصلاح مفاسد امت و احیای سنت و قانون جدم، رسول خدا (ص) و راه و رسم پدرم، علی‌ابن ابی‌طالب (ع) است.» (مناقب آل ابی‌طالب، ج ۴، ص ۹۷)

و در زیارت‌های مختلف که از قول ائمه اطهار (ع) درباره امام حسین (ع) وارد شده، این تعابیر فراوان دیده می‌شود: «أَشْهَدُ أَنَّكَ قَدْ أَقَمْتَ الصَّلَاةَ وَ آتَيْتَ الزَّكَاةَ وَ أَمَرْتَ بِالْمَعْرُوفِ وَ نَهَيْتَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (الفروع من الکافی، ج ۴، ص ۵۷۸)

«گواهی می‌دهم که تو نماز را به پا داشتی و زکات دادی و امر به معروف و نهی از منکر کردی.» امام حسین (ع) یکی از اهداف خود را احیای سیره رسول خدا (ص) و امیرالمومنین (ع)؛ همانند برپایی نماز بیان می‌کند؛ لذا در روز عاشورا در میدان نبرد، همگی نماز می‌خوانند تا اهمیت آن را بیان کنند.

امام علی (ع) در جنگ صفین در میدان نبرد، نزدیک ظهر، چشم به آسمان دوخته و منتظر زوال آفتاب بود تا نمازش را در اول وقت به جا آورد. ابن عباس که چشم‌انتظاری امام را دید، سوال کرد: یا امیر مومنان! نگران چیزی هستی؟ امام فرمود: منتظر رسیدن وقت نماز می‌باشم. ابن عباس گفت: در این وقت حساس نمی‌توانیم دست از جنگ برداشته و مشغول نماز گردیم. امام فرمود: ما برای نماز با دشمنان می‌جنگیم. (سفینه البحار، ج ۲، ص ۴۴).

از این عبارات اهداف ذیل را می‌توان برداشت



کرده:

الف) طلب اصلاح در امور امت پیامبر (ص)

ب) امر به معروف

ج) نهی از منکر

د) عمل به سیره رسول خدا (ص) و امیرالمومنین

ع) همانند برپایی نماز

۳. حسین بن علی در نامه‌ای که به شیعیان

بصره نوشتند فرمودند: «من شما را به زنده کردن

نشانه‌های حق و نابود کردن بدعت‌ها می‌خوانم».

(طبری، ج ۷، ص ۲۴۰).

لذا این اهداف را می‌توان استخراج کرد:

الف) دعوت (و عمل) به کتاب خدا و سنت

پیامبر (ص)

ب) احیای سنت پیامبر (ص) که از بین رفته

است و برپایی مظاهر حق و حقیقت

ج) از بین بردن بدعت‌ها (که جایگزین احکام

خدا و سنت پیامبر

شده است).

۴. اباعبدالله در خطبه

پس از برخورد با حر

بن‌یزید ریاحی انگیزه

قیام خود را با استناد

به فرمایش پیامبر (ص)

چنین بیان کردند:

«ای مردم! رسول

خدا (ص) فرمودند:

کسی که فرمانروای

ستمگری را ببیند که حرام خدا را حلال کرده

و پیمان الهی را شکسته و با سنت رسول خدا

(ص) مخالفت ورزیده در میان بندگان خدا با گناه

و تجاوزگری رفتار می‌کند ولی در برابر او با کردار

و گفتار خود برنخیزد، برخدا است که او را در

جایگاه (عذاب‌آور) آن ستمگر قرار دهد. هان (ای

مردم) بدانید که این‌ها تن به فرمانبری از شیطان

داده و اطاعت از فرمان الهی را رها کرده و فساد

را نمایان ساخته و حدود خدا را تعطیل نموده‌اند،

درآمدهای عمومی (بیت‌المال) مسلمانان را

به خود اختصاص داده‌اند و حرام خدا را حلال

و حلالش را حرام کرده‌اند و من شایسته‌ترین

فرد برای تغییر دادن سرنوشت و امور مسلمانان

هستم». (مقتل خوارزمی، ج ۱، ص ۲۳۴)

از این خطبه و یا نامه، علت قیام سیدالشهدا را

می‌توان این امر دانست که حاکمان بنی‌امیه به

ویژه یزید اقدامات ضددینی زیر را مرتکب شده‌اند:

الف) فرمانبری از خدا را رها کرده و به اطاعت از

شیطان رو آورده‌اند؛

ب) فساد را در زمین آشکار کرده‌اند؛

ج) حدود الهی را تعطیل کرده‌اند؛

د) بیت‌المال را به خود اختصاص داده‌اند؛

ه) حرام خدا را حلال و حلال الهی را حرام

کرده‌اند.

از این رو است که در زیارت‌واره درباره امام

حسین (ع) می‌خوانیم:

«شهادت می‌دهم که تو حلال خدا را حلال و

حرام خدا را حرام کردی و نماز را به پا داشتی و

زکات دادی و امر به معروف و نهی از منکر کردی و

مسلمانان را با پند و اندرز نیکو، به راه روش خود،

فراخواندی». (مفاتیح‌الجنان، زیارت امام حسین،

ص، ۷۷۹)

۵. امام حسین علیه‌السلام هنگامی که رهسپار

کربلا بودند در توجیه حرکت خویش چنین

فرمودند:

آیا نمی‌بینید که به حق عمل نمی‌شود و از باطل

دست برنمی‌دارند؟! به طوری که مومن حق دارد

که به مرگ و دیدار خدا مشتاق باشد. به راستی،

نهضت حسینی را چنین بیان می‌فرماید:

حسین بن علی (ع) جان خویش را در راهت

فدا کرد تا بندگان را از بی‌خبری و سرگردانی

گمراهی نجات دهد». (تهذیب‌الاحکام، ج ۶،

ص ۱۲۶).

از دیدگاه امام صادق (ع)، سیدالشهدا (ع) با

نهضت عاشورا، اهداف زیر را تعقیب می‌کردند:

الف) نجات مسلمانان از بی‌خبری نسبت به

احکام دین و وظایف خویش در برابر پروردگار

ب) رهایی بندگان خدا از گمراهی با آگاه

ساختن آنان به لزوم پیروی از رهبران واقعی دین

نتیجه

با اندکی دقت در اهداف استخراج‌شده از این

بیانات ملاحظه می‌شود که امام (ع) حقیقت قیام

خویش را مبارزه با منکرات فراوان در جامعه

اسلامی و تبلیغ و ترویج معروف در بین مسلمانان،

اعلام می‌کنند. بنابراین،

فلسفه اصلی و نهایی

نهضت حضرت را

می‌توان در یک هدف

جامع و کلی یعنی

«احیای فرهنگ اسلام

اصیل و ناب محمدی

(ص) و زدودن زنگارهای

تحریف و بدعت از دین

جدشان» خلاصه کرد.

بنابراین امام حسین

(ع) برای یاری دین خدا حرکت کرد، نه برای

سلطنت و ریاست. همراه آوردن زنان و فرزندان

و حتی علی اصغر (ع) شش ماهه، شاهدی بر این

مدعاست؛ زیرا کسی که هدفش از جنگ، رسیدن

به قدرت باشد، هیچ‌گاه زن و فرزندان را همراه

خود نمی‌آورد.

لذا امام حسین (ع) در زمانی قیام نمود که

انحراف دستگاه حکومت چند برابر شده بود. از

نظر اجتماعی نیز اوضاع بر اثر ظلم و بیدادگری

حاکم، مردم را به ستوه آورده و نارضایتی عمومی

بیداد می‌کرد. بنابراین یکی از شرایط انقلاب

فراهم آمده بود ولی شرط دیگر که وجود روح

حماسه و ایثارگری است جز در تعداد اندکی

فراهم نبود. بنابراین بر امام لازم بود که از همین

مقدار استفاده کند و موقعیت را از دست ندهد

و هرچند در چنان وضعیتی نمی‌توانست پیروزی

نظامی به دست آورد ولی حرکتی پدید آورد که

پایه نظام ستمگر را لرزاند و روح خروش و حماسه

را در کالبد مسلمانان و همه آزادی‌خواهان جهان

دمید و آثار بسیار گران بهایی در تاریخ بشر بر

جای گذارد.

منبع: سایت پرسمان دانشگاهیان



من چنین مرگی را جز سعادت ندانم و زندگی در

کنار ظالمان را جز هلاکت نخوانم» (تحف‌العقول،

ترجمه حسن‌زاده، ص ۴۲۷).

بیانی دیگر در مقابل پیشنهاد عبیدالله که

حضرت را بین کشته شدن و بیعت کردن با

یزید مختیر کرده بود می‌فرماید: «...هیهات مَنَّا

الذَّلَّةُ یأبی الله ذلک لَنَا وَ رَسُوْلُهُ وَ الْمُؤْمِنُوْنَ ...»

(الاحتجاج، ج ۲، ص ۹۹).

و یا فرمود: «هیهات مَنَّا اخذ الدنیهَ اَبی الله ذلک

وَ رَسُوْلُهُ ...» (مقتل خوارزمی، ج ۲، ص ۵) «از ما

دور باد که پستی را پیشه خود کنیم، چراکه خدا

و رسول او از آن ابا دارند». و نیز در جای دیگر

فرمود: «مرگ در عزت، بهتر از زندگی در ذلت

است». (مناقب آل‌ابی‌طالب، ج ۴، ص ۷۵)

از مجموع این سخنان این اهداف را می‌توان

برداشت کرد:

الف) ترویج حق و عمل به آن

ب) نهی از ترویج باطل و بازداشتن از عمل به

آن

ج) عدم پذیرش زندگی ذلت‌بار و ننگین دنیا و

انتخاب زندگی با سعادت آخرت

۶. امام صادق (ع) در زیارت اربعین، هدف از



قطب‌نمای خبرنگاران

شکی نیست که خبرنگاران متعهد و حرفه‌ای، نقشی بی‌بدیل در اطلاع‌رسانی شفاف و دقیق دارند. شرکت فولاد هرمزگان هفدهم شهریور ماه، روز خبرنگار را به تمامی اهالی رسانه به خصوص خبرنگاران عرصه صنعت و معدن تبریک و شادباش می‌گوید و برای آنها امید موفقیت روزافزون دارد.

اکنون که بحث خبر و خبرنگاری، داغ است بد نیست به موضوعی بپردازیم که برای بسیاری از مردم سوال است. روزانه هزاران اتفاق در گوشه‌وکنار جهان اتفاق می‌افتد. ممکن است برای شما هم سوال باشد که خبرنگاران چطور از بین این همه خبر انتخاب می‌کنند؟ خبرنگاران نوعی دستورالعمل و راهنمای خاص دارند که به «ارزش‌های خبری» مشهور است و دانشکده‌های خبر و ارتباطات در همان واحدهای مقدماتی به دانشجویان آموزش می‌دهند. ارزش‌های خبری نقش نقشه و قطب‌نما را برای فعالان رسانه‌ای بازی می‌کنند.

برای شروع فرض کنید که فقط برای درج یا آپلود کردن ۲۰ خبر در یک خبرگزاری یا سایت خبری یا روزنامه ظرفیت وجود دارد. این ۲۰ خبر چگونه انتخاب می‌شوند؟ اگر این پرسش را برای یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای که از تجربه کاری برخوردار است مطرح کنیم، به طور قطع به مواردی از این قبیل اشاره خواهد کرد: باید تازه‌تر از بقیه رویدادها باشند، برای مردم مهم باشند، تکلیف آنها کاملاً روشن باشد، مربوط به چهره‌هایی باشند که مردم روی حرف آنها حساب می‌کنند و ...

ارزش‌های خبری

اکنون پس از این مقدمات به توصیف و تبیین ارزش‌های خبری می‌پردازم، ارزش‌هایی

که در روزنامه‌نگاری معاصر تقریباً حالت معیار (استاندارد) به خود گرفته‌اند. این ارزش‌ها در سراسر جهان برای روزنامه‌نگاران آشنا و شناخته شده هستند.

درب‌گیری / فراگیری / دامنه تاثیر / پیامد (Consequence / Impact)

رویدادی دارای ارزش خبری دربرگیری است که بر شرایط و زندگی تعداد فراوانی از افراد جامعه تاثیرگذار باشد، و اصلاً مهم نیست که این تاثیر مثبت است یا منفی، مستقیم است یا غیرمستقیم. مثلاً خبر ضرورت تعویض شناسنامه‌ها، یک خبر دارای دربرگیری است زیرا برای همه مخاطبان مهم است و همه آنان را در برمی‌گیرد.

شهرت (Prominence/ Eminence)

اشخاص، اشیا، مکان‌ها، نهادها از ارزش خبری شهرت برخوردارند. این ارزش خبری به خودی خود کاملاً گویاست. البته در این باره دیدگاهی منتقدانه وجود دارد که طرح آن ضروری است. به این معنی که در این دیدگاه، اعتقاد بر این است که خبرها، مردم عادی را پوشش نمی‌دهند، چون که اینان از شهرت برخوردار نیستند؛ روزنامه‌نگاران فقط به مشاهیر، آن هم بیشتر از نوع قدرتمند و قدرت‌مدار آنان می‌پردازند، حال آنکه قهرمانان واقعی، مردم هستند. در واقع از دیدگاه معتقدان به این نظریه انتقادی، نقشه‌ای که خبرها از جهان به مخاطبان ارائه می‌کنند، نقشه دقیق و کاملی نیست. روزنامه‌نگار و مستندساز معروف، جان پیلجر که تاکنون دوبار جایزه بهترین روزنامه‌نگار را کسب کرده است، پس از سال‌ها کار حرفه‌ای به موضوع عدم پوشش مردم در خبرها اعتراف کرده و حتی کتابی را با عنوان قهرمانان، روانه کتاب‌فروشی‌ها کرده است. او در

این کتاب که با نگرش انتقادی به ارزش خبری شهرت برخورد کرده است به تجارب حرفه‌ای خود در استرالیا، انگلیس، آمریکا، ویتنام، آفریقا، بنگلادش، فلسطین، چکسلواکی سابق، شوروی سابق و السالوادور می‌پردازد و در پایان با اشاره به بازی‌های رسانه‌ای نشان می‌دهد که چگونه مردم در پوشش‌های رسانه‌ای تحت الشعاع قرار می‌گیرند.

برخورد / کشمکش / اختلاف و درگیری (conflict)

این گونه از رویدادها حاوی برخوردهایی هستند که در شکل‌های گوناگون جلوه‌گر می‌شوند. این برخوردها میان افراد، گروه‌ها و ملت‌ها صورت می‌گیرند. این برخوردها به شکل انسان علیه انسان، انسان علیه محیط و انسان علیه طبیعت، فجایع طبیعی و حوادث مربوط به حیات وحش قابل پیگیری هستند. اخبار سرقت‌ها، قتل‌ها، جنگل‌ها، تصادف‌ها، زلزله‌ها و ... از این قبیل خبرهای برخوردی به شمار می‌آیند که در هر حال کشمکش محور اصلی آنها را تشکیل می‌دهد و غالباً از رویدادهای موردعلاقه رسانه‌ها هستند.

استثنا / شگفتی / عجیب بودن (Oddity)

این نوع رویدادها از وجه غیرعادی بودن و یا عجیب و استثنایی بودن برخوردارند. به طور کلی این رویدادهای نادر را خوانندگان و مخاطبان خبرها تحت عنوان «ترین‌ها» می‌شناسند: پیرترین فرد جهان، بلندترین آسمان‌خراش دنیا، کوچک‌ترین

کامپیوتر و مانند اینها. این ارزش خبری عمدتاً به بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار اعداد و ارقام مربوط می‌شود. فرقی نمی‌کند که این ارقام مربوط به چیست، هر اندازه که ارقام بزرگ‌تر

باشد چون که از جنبه فراگیری اهمیت می‌یابد از ارزش خبری بیشتری برخوردار می‌شود. به عنوان نمونه مرگ ۱۰۰ نفر بر اثر یک تصادف، از مرگ ۳۰ نفر در یک تصادف دیگر، از بخت بیشتری برای گزینش و تبدیل شدن به خبر برخوردار می‌شود.

مجاورت (Proximity)

مخاطبان رسانه‌ها ترجیح می‌دهند که ابتدا از خبرهای مربوط به محله، شهر، کشور و کشورهای همجوار خود اطلاعات کسب کنند. مجاورت به لحاظ ارزش خبری در دو شکل مورد گزینش قرار می‌گیرد: جغرافیایی و معنوی. مجاورت جغرافیایی مثل شهر، کشور و منطقه مجاور و مجاورت معنوی مثل مشابهت‌های فرهنگی، عقیدتی، قومی، اجتماعی و مانند آنها.

تازگی (Timeliness)

دانستن اینکه یک رویداد در چه وقت به وقوع پیوسته است در جهان رقابت‌های خبری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. می‌گویند روزنامه مثل نوزادی است که در همان روز تولد جان می‌سپارد. بنابراین، روزنامه و رسانه‌ای از لحاظ خبری موفق‌تر است که حاوی اخبار تازه‌تر و به عبارت بهتر حاوی اخبار "به هنگام" باشد. اگر خبر دیروز را امروز چاپ کنیم، تازگی خود

را از دست داده است و خواننده رغبتی به خواندن آن نشان نمی‌دهد. پس هراندازه که فاصله وقوع رویداد و درج آن به عنوان خبر، نزدیک‌تر باشد، خبر، تر و تازه‌تر خواهد بود. برای آنکه مخاطب به سرعت نیاز خبری خود را برطرف کند، باید به سرعت هرچه‌تمام‌تر به او خبر داده شود تا ضمن اینکه نیاز خبریش را برطرف می‌کنیم، مانع رفتن او به طرف سایر منابع خبری شویم.

رسانه‌هایی که از تازگی خبری و اطلاعاتی برخوردار نیستند به بیماری ریزش تیراژ که سرطان رسانه‌ها به حساب می‌آید، دچار می‌شوند. البته این نکته را باید افزود که خیلی از وقت‌ها، جنبه‌هایی از یک خبر کهنه نیز می‌تواند در شکلی تازه آشکار شود که طبعاً در این صورت باز هم از ارزش خبری برخوردار می‌شود.

این هفت ارزش خبری که ذکرشان رفت، حالتی منحصر به فرد دارند و می‌توانند جنبه‌های ارزشی خبرها را پوشش دهند و اطلاع از آنها کمابیش می‌تواند برای درک ارزش‌های خبری کفایت کند. اما بحث ارزش‌های خبری از وجوه دیگری هم مورد توجه قرار دارد و می‌توان گفت که گرمای خود را حفظ کرده است.

فیلیپ گایار فرانسوی که مقدمه کتاب یونسکو تحت عنوان ارزش‌های خبری و اصول ارتباطات

بین فرهنگی را در سال ۱۹۸۰ (News values and principles of cross-cultural communication) نوشت در کتاب فن روزنامه‌نگاری به سه ارزش خبری اشاره می‌کند. او در فصل سوم این کتاب، تحت عنوان از رویداد تا خبر، ابتدا به بررسی مسیر خبر می‌پردازد و سپس با اشاره به موضوع انتخاب اخبار، به سه ضابطه انتخاب اشاره می‌کند. گایار می‌گوید: ضوابط جهانی خبر،

در خود خبر مستترند که باید آنها را در این عبارت جست: آنچه مورد توجه و علاقه خوانندگان باشد.

گایار این ضوابط سه‌گانه را چنین فهرست می‌کند:

۱. واقعه روز بودن (که همان عنصر تازگی است)؛
 ۲. اثرگذاری (دامنه انعکاس رویداد در زمان و مکان)؛
 ۳. سودمندی (طرز تلقی مردم نسبت به رویداد). در ادبیات مربوط به ارزش‌های خبری به غیر از فیلیپ گایار، دو نام برجسته دیگر هم وجود دارد. این دو تن، دوازده ارزش دیگر را به عنوان عوامل موثر بر گزینش رویدادها معرفی کرده‌اند.
- منبع: کتاب خبر، یونس شکر خواه

۱۷ مرداد
روز خبرنگار
گرامی باد





و تحلیل اقدامات او، بهترین و ساده‌ترین مسیر را به‌گونه‌ای برایش ترسیم کنیم که خیلی راحت به محتوا یا محصول موردنظر برسد. از سوی دیگر مهمترین کاری که باید انجام دهید همراهی با مشتری در طول سفر است. شما باید همسفر خوبی برای او باشید و دقت کنید هر جا مشکل داشت به کمکش بیایید تا سفری لذت‌بخش داشته باشد و تجربه خوبی در ذهنش ثبت شود.

خدمات و محصولات فعلی به تولیدکنندگان و فروشندگان ارائه دهد و نقشه تجربه مشتری یکی از عوامل در تحقیقات بازار است که می‌توان نیازها و احساسات مشتریان را درک کرد. مشتری مهمترین سرمایه هر کسب و کاری است و به هر شکلی که شده باید رضایت او را جلب کنیم. از این رو مهم است که مشتری از لحظه آشنا شدن با ما تا خرید و بعد از آن چه مسیری را پشت سر می‌گذارد و چه تجربه‌ای



علی باقری
برنامه‌ریزی و تحقیقات فروش

نقشه تجربه مشتری

معمولا مخاطبان با اهداف مختلفی به سایت ما سر می‌زنند و پیش‌بینی اقدامات آنها خیلی هم ساده نیست، اما اگر مشتری و خریدار باشند معمولا مسیر مشخصی را دنبال می‌کنند تا خرید خود را انجام داده و از سایت خارج شوند. با اینکه برخی معتقدند مراحل سفر مشتری در زمان خرید به پایان می‌رسند، اما عده‌ای دیگر بر این باورند که همچنان باید بعد از خرید نیز همراه مشتری بود. بنابراین باید بتوانید نقشه سفر مشتری را ترسیم و براساس آن مرحله به مرحله رفتار و اقدامات او را پیش‌بینی کنید و با برطرف کردن مشکلات و موانع احتمالی، مشتری را به بهترین مسیر سوق دهید.

به‌طور کلی خیلی‌ها برای مشخص کردن نقشه تجربه مشتری از مدل AIDA استفاده می‌کنند که شامل چهار مرحله مهم زیر می‌شود:

- آگاهی از برند (Awareness)
- نشان دادن علاقه (Interest)

از ما در ذهنش نقش می‌بندد. بنابراین باید تمام تلاش‌مان را به کار بگیریم تا مشتری به ساده‌ترین و لذت‌بخش‌ترین شکل ممکن این مسیر را پشت سر بگذارد.

گاهی برای جذب مشتری زیاد، هدف اصلی را گم می‌کنیم و صرفاً به بخش اول که همان جذب مشتری است می‌پردازیم، غافل از این که مشتری تنها یک نقطه همراه ما نیست و باید در طول یک مسیر به نام سفر مشتری همراه او باشیم. اما سفر مشتری چیست، چه اهمیتی دارد و شامل چه مرحله‌ای می‌شود؟ با ما همراه باشید.

نقشه تجربه مشتری چیست؟

تجربه مشتری (Customer Journey) در واقع تجربه یا مسیری است که مشتری از لحظه آشنایی با برند و محصولات ما تا هنگام خرید و بعد از آن پشت سر می‌گذارد و ایستگاه به ایستگاه همراه ماست. بنابراین باید تلاش کنیم با استفاده از رفتارشناسی مناسب مخاطب

تحقیقات بازاریابی فرایندی است که سازمان را از طریق جمع‌آوری اطلاعات به بازار مرتبط می‌کند. اطلاعات حاصله از تحقیقات بازار در کنار تجربه، شم و دانش مدیران، راهنمای آنها در اخذ تصمیم‌های درست به شمار می‌آید.

اهمیت تحقیق برای درک مشتری

اصلی‌ترین هدف تحقیقات بازار، تحلیل مشتری است. از آن جا که تولید بر مبنای تقاضا انجام می‌شود، شناسایی ترجیحات، انگیزه‌ها و رفتار خرید مشتریان و پیش‌بینی نیازهایشان هدف بسیار مهمی است. همچنین تحلیل مشتریان در تحقیقات بازار می‌تواند منجر به کشف فضاهای خالی بازار و نیاز مشتریان به کالاها و خدمات خاص شود. نظرسنجی‌هایی که طی فرایند تحقیقات بازار انجام می‌شود به خوبی می‌تواند انتظارات مشتری را از محصولات یا خدمات شرکت روشن سازد و ایده‌های جالبی جهت فروش محصولات و خدمات جدید و یا ارتقاء

• خواست و میل (Desire)

• خرید یا اقدام (Action)

اما عده‌ای دیگر معتقدند نقشه تجربه مشتری پیچیده‌تر از این حرف‌هاست و مراحل بیشتری را در دل خود دارد و باید به ایستگاه‌های زیادی توجه کنیم. آنها معتقدند مسیر سفر مشتری شامل مراحل زیر می‌شود:

۱. آگاهی از برند (Awareness)

۲. بررسی و ملاحظات (Consideration)

۳. جذب (Acquisition)

۴. خرید یا اقدام (Action)

۵. خدمات پس از فروش (Service)

۶. وفادارسازی (Loyalty)

اگر بخواهیم براساس مدل AIDA مراحل سفر مشتری را بررسی کنیم می‌توانیم به موارد زیر بپردازیم.

■ آگاهی و شناخت در تجربه مشتری

((AWARENESS))

این مرحله اولین ایستگاه از سفر مشتری است که در واقع کاربر با برند شما آشنا می‌شود و می‌فهمد چه محصولات یا خدماتی ارائه می‌کنید. در این مرحله باید از منابع مختلف از جمله سئو (SEO) یا بازاریابی موتورهای جستجو (SEM) استفاده کنید تا بتوانید سرخ‌های زیادی جذب کرده و کاربران را به سمت سایت خود بکشانید تا بیشتر با شما آشنا شوند.

■ علاقه یا جذابیت (INTEREST)

بعد از اینکه مخاطب با کسب و کار، محصولات و خدمات شما آشنا شد، حالا دنبال برطرف کردن

نیازهای خود می‌رود و باید کاری کنیم نسبت به محصولات ما علاقه پیدا کند. یکی از مهمترین کارهایی که در این بخش انجام می‌شود تولید محتوای جذاب است که کمک می‌کند احساسات و علایق کاربران برانگیخته شود تا کم‌کم بتوانیم او را به سمت گام‌های بعدی یعنی تصمیم‌گیری و خرید سوق دهیم.

■ مطلوبیت و تصمیم‌گیری (DESIRE)

کم‌کم مخاطب تصمیم می‌گیرد به مشتری ما تبدیل شود و نسبت به محصولات ما میل و رغبت نشان می‌دهد. کاربران در این مرحله تصمیم خود را برای خرید می‌گیرند و به دنبال محصولات مطلوبی می‌روند که نیازشان را برطرف کند. این مرحله را رغبت به خرید نیز می‌نامند.

■ خرید یا اقدام (ACTION))

در این مرحله کاربر به مشتری تبدیل می‌شود و تصمیم خود را مبنی بر خرید از ما نهایی می‌کند. برای اینکه بتوانیم نرخ تبدیل بالاتری داشته باشیم و مشتریان بیشتری از ما خرید کنند، باید از کال تو اکشن (CTA) خوب استفاده کنیم تا بیش از پیش بتوانیم آنها را ترغیب کنیم از ما خرید کنند.

اما برخی معتقدند سفر مشتری اینجا تمام نمی‌شود و حداقل یک مرحله دیگر وجود دارد. این مرحله که به نام بعد از خرید یا اقدام (Post Action) یا رضایت (Satisfaction) مشهور است می‌گوید کیف بازاریابی و فروش ما در مرحله خرید تمام نمی‌شود و همچنان باید همراه مشتری باشیم تا هر لحظه بتوانیم رضایت او را

جلب کرده و وفادارش کنیم.

■ چرا باید نقشه تجربه مشتری داشته باشیم؟

قطعا شما برای یک سفر جذاب و لذت‌بخش تلاش می‌کنید بهترین مسیر را انتخاب کنید و با برنامه‌ریزی پیش بروید. از همین‌رو اگر می‌خواهید مشتری بهترین تجربه را در کنار شما داشته باشد و به‌سادترین شکل ممکن و در کوتاه‌ترین زمان بتواند از محصولات و خدمات شما بهره ببرد، باید راه را برای او هموار کنید. به همین دلیل داشتن نقشه سفر مشتری کمک می‌کند تا به درستی بتوانیم رفتارها و اقدامات مشتری را بررسی و تحلیل کنیم، مشکلات و موانع احتمالی موجود در مسیر را حذف کنیم، در زمان و هزینه‌ها صرفه‌جویی کرده و با همراهی مشتری بهترین تجربه را برای او رقم بزنیم.

تصور کنید مشتری جایی در طول سفر به حال خودش رها شود یا راه خود را در طول مسیر گم کند و کسی هم نباشد که به کمک او برود، قطعا دیگر سراغ شما نخواهد آمد و همه جا از تجربه بد خود خواهد گفت.

یکی دیگر از مزایای داشتن نقشه سفر مشتری این است که می‌توانیم اطلاعات و اقدامات مشتریان مختلف در طول مسیر استفاده کنیم و با تحلیل آنها بتوانیم در دیگر سفرهای خود طراحی بهتری داشته باشیم و تجربه بهتری را رقم بزنیم. تولید محتوا در مسیر سفر مشتری اهمیت بسیار زیادی دارد و باید بتوانید با محتوای جذاب و کاربردی در هر مرحله به مخاطب خود کمک کنید.

مراحل نقشه سفر مشتری

مرحله تصمیم‌گیری

مرحله بررسی کردن

مرحله آگاهی
از مساله



مشتری در حال تصمیم‌گیری درباره راه حل مساله‌اش است.

او یک لیست طولانی دارد از تمام فروشندگان و محصولاتی که به عنوان راه حل ارائه شده‌اند و در حال تحقیق است تا این لیست طولانی را کوتاه کرده و تصمیم نهایی خود را بگیرد.

مشتری در این مرحله، کاملا درباره مساله خود به وضوح رسیده است

و به دنبال راه حل می‌گردد. او با تحقیق به دنبال پیدا کردن تمام روش‌ها و راه‌حل‌های موجود، برای حل مسئله خود است.

مشتری در حال تجربه یک مساله یا فرصت است.

او به دنبال اطلاعاتی است تا بهتر مساله خود را درک کند، در مورد آن به وضوح برسد و همچنین به آن چارچوب ببخشد.

مراحل تدوین نقشه راه مشتری

حالا که تصمیم گرفته‌اید برای مشتریان خود نقشه راه تدوین کنید، باید بدانید چه مراحل پیش روی شماست و چه کارهایی باید انجام دهید.

هدفگذاری دقیق

مانند هر کار دیگری هدف‌گذاری اهمیت بسیار زیادی دارد. باید ببینید هدف شما از ترسیم نقشه سفر مشتری چیست؟ این نقشه قرار است برای کدام گروه از مشتریان تدوین شود؟ از کدام تجربه یا رفتار مشتریان در نقشه سفر مشتری استفاده کنیم؟ ...

مخاطب‌شناسی درست

این بخش اهمیت زیادی دارد. اینکه بتوانید پرسونای دقیقی از مخاطب هدف خود مشخص کنید کمک زیادی می‌کند تا بتواند براساس تحقیقاتی که انجام می‌دهید نقشه سفر مشتری را دقیقاً براساس اقدامات احتمالی مشتریان هدف خود بچینید. یکی از بهترین کارهایی که می‌توانید انجام دهید این است که با پرسیدن چند سوال مهم به تحلیل بهتری از مشتریان هدف برسید.

نقاط تماس را مشخص کنید

نقاط تماس یا همان ایستگاه‌های مختلف در نقشه سفر مشتری اهمیت زیادی دارد. نقاط تماس همان نقاط یا بخش‌هایی است که مشتریان با شما ارتباط برقرار می‌کنند. باید به دقت بررسی و تحلیل کنید که در این نقاط احتمال دارد مشتری چه رفتاری از خود نشان دهد. هرچه بتوانید نقاط تماس را درست‌تر و بهتر مشخص کنید و کاری کنید که مشتری بتواند بهترین تجربه را در آنها داشته باشد و به مرحله بعد برود موفق‌تر خواهید بود.

برطرف کردن موانع

در نقشه سفر مشتری هیچ چیز به اندازه تامین نیاز مشتری و برآورده شدن خواسته‌های او اهمیت ندارد. بنابراین باید تلاش کنید به بهترین شکل ممکن هر مانع یا مشکلی که سر راه او قرار دارد برطرف کنید. در این مرحله باید با بررسی‌های دقیق بفهمید کجای کار می‌لنگد و آنجا را درست کنید.

اقدام

در هر مرحله باید فهرستی دقیق و کامل از اقدامات احتمالی مخاطبان داشته باشید تا در مرحله آخر مشتری به جایی برسد که اقدام موردنظر شما یا همان خرید را انجام دهد. باید در این مرحله تمام تلاش‌تان را به کار بگیرید تا با کال تو اکشن‌های خوب و برانگیختن احساسات مشتریان کاری کنید که خرید نهایی را انجام دهند.

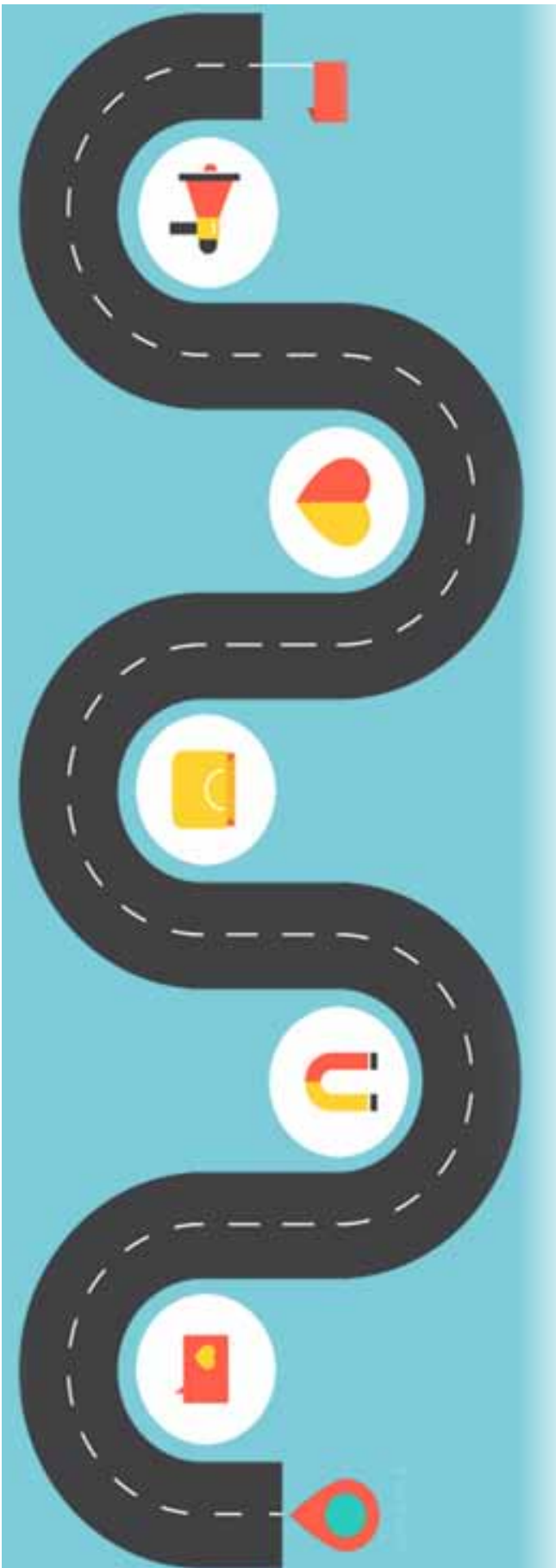
خودتان مشتری خودتان شوید

اگر فکر می‌کنید نقشه سفری که تدوین کرده‌اید به اندازه کافی خوب نیست، بهترین کار این است که خودتان را جای مشتری بگذارید و مرحله به مرحله طبق نقشه پیش بروید و اقدامات احتمالی را انجام دهید تا ببینید مشکلات کجاست. با این کار می‌توانید تحلیل و کنترل درستی روی مراحل مختلف و نقاط تماس داشته باشید و مشکل هر بخش را مرتفع کنید.

اصلاح و تغییر

براساس تجربیات خودتان یا براساس تحلیل رفتار و اقدامات مشتری هر جایی که فکر می‌کنید نیاز به اصلاح یا تقویت دارد مشخص کرده و تغییرات لازم را اعمال کنید. هر مشکلی علتی دارد که با ریشه‌یابی دقیق و سریع آن می‌توانید تجربه لذت‌بخشی به مشتری ارائه کنید.

ارزیابی نقشه تجربه مشتری



هر نقشه تجربه مشتری باید هدف داشته باشد؛ قابل سنجش و پویا باشد و بتواند مبنای عمل قرار بگیرد. تنها از این طریق است که کارآمدی و موفقیت آن تضمین خواهد شد.

در این راستا باید شاخص‌هایی را به عنوان شاخص کلیدی عملکرد (KPI) در نظر بگیرید. وجود این شاخص‌ها چارچوب منسجمی را برای ارزیابی نقشه سفر مشتری فراهم می‌کند که در نهایت امکان عملیاتی شدن آن را مهیا خواهد کرد. به عنوان نمونه یکی از کارکردهای اصلی نقشه سفر مشتری، نشان دادن فرصت‌ها بر اساس تحقیقات کیفی است که با توجه به ادراکات و تجربه‌های مشتری انجام داده‌ایم. بسیاری از شرکت‌ها نیز از طریق نقشه سفر مشتری به دنبال کسب اطلاعات کیفی از پستی‌ها و بلندی‌هایی هستند که مشتری با آنها مواجه می‌شود. با تعیین شاخص‌هایی برای این موارد (مثلاً «مطابق با انتظار/فراتر از انتظار/ پایین‌تر از حد انتظار») می‌توان عملکرد نقشه سفر مشتری در بازه‌های زمانی مختلف را ارزیابی کرد و فرصت‌های بهبود در فرآیند سفر مشتری را در قالب یک نمودار به تصویر کشید.

از جمله سایر شاخص‌های کاربردی و مفیدی که می‌توانید زیر نظر بگیرید عبارت‌اند از:

- شاخص یا امتیاز خالص ترویج کنندگان (NPS)؛
- شاخص‌های مرتبط با رضایت مشتریان؛
- ارزیابی کیفی احساس مشتری؛
- ارزیابی اهمیت یا سودمندی نقاط تماس مختلف.

هر شاخصی که انتخاب می‌کنید باید به نحوی بتواند در سنجش کیفیت تجربه مشتری (در زمان حال و آینده) به شما کمک کند.

زمان مناسب برای تهیه نقشه تجربه مشتری

نقشه‌های تجربه مشتری معمولاً در مراحل اولیه (اغلب در مرحله تحقیق) تهیه و آماده می‌شوند و همیشه باید به پشتوانه یک هدف مشخص تنظیم شوند. نقشه‌هایی که با هدف خاصی هماهنگ نیستند معمولاً اطلاعات عملیاتی و به درد بخوری را به دست نمی‌دهند.

به عنوان نمونه از جمله اهداف بالقوه‌ای که می‌توان از نقشه سفر مشتری برای تحقق آنها بهره‌برداری کرد عبارت‌اند از:

- تغییر دیدگاه شرکت از وضعیت درون به بیرون به حالت بیرون به درون؛
- تخصیص مسئولیت نقاط تماس کلیدی در فرآیند تجربه مشتری به دپارتمان‌های مختلف شرکت؛
- کسب آگاهی درباره رفتار خرید یک پرسونای خاص.

اگر هدف مشخصی ندارید بهتر است اصلاً به سراغ تهیه و تنظیم نقشه سفر مشتری نروید. در واقع، نقشه سفر مشتری را نباید تنها برای خالی نبودن عریضه تهیه کرد؛ چرا که در اینصورت فقط منابع، وقت و پول خود را هدر خواهید داد.

استفاده از اطلاعات نقشه تجربه مشتری در کسب و کار

سرانجام وقت آن می‌رسد که هر چیزی که در طول فرآیند تهیه و تنظیم نقشه سفر مشتری آموخته‌اید را روی هم بریزید و با استفاده از همه آن دانسته‌ها و فرصت‌هایی که پیدا کرده‌اید تغییرات معنادار و هدفمندی را در کسب و کارتان ایجاد کنید. به علاوه، لازم است که این اطلاعات ارزشمند را با دیگران نیز در میان بگذارید تا کل شرکت یا سازمان بتوانند از مزایای تهیه نقشه سفر

مشتری بهره مند شوند. علاوه بر این، می‌توانید اطلاعات نقشه سفر مشتری خود را در قالب‌ها و با اهداف مختلف دیگری (مثلاً یک داستان از کاربرد محصول، شرح موارد ضروری، تعیین شاخص‌های کلیدی عملکرد، تبیین اهداف یا برای ارزیابی) نیز به کار ببندید. از این طریق امکان بهره‌برداری حداکثری و انتقال بهتر دانسته‌ها و بینشی که کسب کرده‌اید فراهم خواهد شد.

جمع بندی

ما وارد دورانی شده‌ایم که تجربه مشتری در آن حرف اول را می‌زند. برای بهبود این تجربه، باید تلاش کنیم تا خودمان را به جای مشتری بگذاریم و خواسته‌ها و نیازهای واقعی وی را درک کنیم. در واقع، تنها از این طریق است که می‌توان تجربه‌های مؤثر و رضایت بخشی را برای مشتری رقم زد. استفاده از نقشه سفر مشتری یک راه اثبات شده و مطمئن برای درک هر چه بیشتر فرآیندی است که مشتری تا رسیدن به مرحله نهایی (تبدیل) طی می‌کند. به لطف این ابزار نه چندان پیچیده اما مؤثر و کارآمد می‌توان فرصت‌ها و کاستی‌های موجود را شناسایی کرد، میزان تبدیل را افزایش داد و در نهایت بازگشت سرمایه بسیار بالاتری را شاهد بود. در واقع سفر مشتری مسیری است که مشتری از لحظه اول آشنایی با ما تا خرید نهایی و بعد از آن پشت سر می‌گذارد و براساس آن همیشه در نقاط مختلفی با برند و محصولات ما در ارتباط است. مهم‌ترین کاری که باید انجام دهیم این است که با تدوین یک نقشه سفر مشتری (Customer Journey) اصولی کار کنیم که مشتری بهترین تجربه کاربری را داشته باشد و به ساده‌ترین شکل ممکن و در اسرع وقت به چیزی که می‌خواهد برسد.



سر مربیان فوتبال معرفی شدند

سر مربیان تیم‌های پایه این باشگاه در فصل جاری، توسط مدیر ورزش فولاد هرمزگان معرفی شدند. دادخدا میری از مربیان برجسته استان به عنوان سرمربی تیم زیر ۲۱ سال این باشگاه و عباس براهویی از بازیکنان سابق آلومینیوم المهدی در لیگ برتر فوتبال کشور به عنوان سرمربی تیم زیر ۱۹ سال معرفی شدند. منصور اسکندری از بازیکنان منتخب استان و تیم تربیت بندرعباس سرمربی تیم زیر ۱۷ سال و رضا پورارژنگی نیز به عنوان سرمربی تیم زیر ۱۵ سال این باشگاه فعالیت خود را آغاز کردند. هدایت تیم زیر ۱۴ سال به امیر غله‌بانی و تیم زیر ۱۳ سال نیز به سعید رهرو بازیکن سابق آلومینیوم المهدی در لیگ برتر فوتبال کشور سپرده شد. عمار ایل‌زاده، سرمربی تیم زیر ۱۲ سال و جعفر غلامی سرمربی تیم زیر ۱۱ سال و اسحاق رسولی نیز سرمربی تیم زیر ۱۰ سال این باشگاه معرفی شدند. در بخش بانوان نیز لیلا یوسفی، مربی باتجربه استان هدایت تیم زیر ۱۶ سال را پذیرفت و فاطمه یگانه نیز هدایت تیم زیر ۱۴ سال را بر عهده گرفت. سرمربی تیم زیر ۱۲ سال این باشگاه در بخش بانوان به فاطمه معماری و تیم زیر ۱۰ سال به نیلوفر رفیعی و هستی ناصری سپرده شد. سر مربیان انتخاب‌شده برای تیم‌های رده‌های سنی فولاد هرمزگان برای فصل ۱۴۰۰-۱۴۰۱ انتخاب شده‌اند.

توسط فولاد هرمزگان برگزار شد؛

چهارمین دوره آموزش مربیان برگزار شد

چهارمین دوره آموزش مربیان پایه فوتبال باشگاه فولاد هرمزگان برگزار شد. چهارمین دوره آموزشی برای تمامی مربیان فوتبال زیر ۱۶ سال دختران و زیر ۱۳ سال پسران باشگاه فولاد هرمزگان برگزار شد. در این دوره که ویژه مربیانی پایه و مربیانی که در رده سنی ۷ تا ۱۳ سال کار می‌کنند برگزار شد حمیدرضا سابیانی از مدرسین رسمی فدراسیون فوتبال، کار تدریس آن را بر عهده داشت. در چند ماه اخیر این چهارمین دوره آموزشی است که توسط باشگاه فولاد هرمزگان برگزار می‌شود. لازم به ذکر است که این باشگاه چندی پیش هم دوره آموزش مربیان فوتبال رده پایه فولاد هرمزگان را به صورت مجازی و با حضور ۳۰ نفر از مربیان رده پایه خودش برگزار کرد. فولاد هرمزگان در رده‌های پایه فوتبال پسران از ۱۰ تا ۲۱ سال در قالب ۸ تیم و در رده‌های پایه فوتبال دختران در قالب سه تیم فعالیت دارد.





کالبدشکافی سه نوع مرکز در پدافند غیرعامل

پدافند غیرعامل قرار دارد. در نگاهی کلی تهدیدها به دو تهدیدهای طبیعی و انسان‌ساز تقسیم می‌گردند. تهدیدهای طبیعی (مانند سیل، زلزله و طوفان) مشمول پدافند غیرعامل نیستند اما تهدیدهای انسان‌ساز در این حوزه قرار گرفته و خود به سه دسته تقسیم می‌گردند:

تهدیدهای نظامی: شامل تهاجم هوایی، زمینی و دریایی

تهدیدهای امنیتی: شامل خرابکاری، بمب‌گذاری و ...

تهدیدهای اتفاقی: شامل آتش‌سوزی، انفجار مخازن سوخت و یا نشت مواد خطرناک و ...

■ مراکز حیاتی (Vital Centers)

مراکزی که در صورت انهدام کل یا قسمتی از آنها، موجب بروز بحران، آسیب و صدمات جدی و مخاطره‌آمیز در نظام سیاسی، هدایت، کنترل و فرماندهی، تولیدی و اقتصادی، پشتیبانی، ارتباطی و مواصلاتی، اجتماعی و یا دفاعی با سطح تاثیرگذاری سراسری در کشور شود.

■ مراکز حساس (Critical Centers)

مراکزی که در صورت انهدام کل یا قسمتی از آنها، موجب بروز بحران، آسیب و صدمات قابل توجه در نظام سیاسی، هدایت، کنترل و فرماندهی، تولیدی و اقتصادی، پشتیبانی، ارتباطی و مواصلاتی، اجتماعی و یا دفاعی با سطح تاثیرگذاری منطقه‌ای در کشور شود.

■ مراکز مهم (Important Centers)

مراکزی که در صورت انهدام کل یا قسمتی از آنها، موجب بروز آسیب و صدمات محدود در نظام سیاسی، هدایت، کنترل و فرماندهی، تولیدی و اقتصادی، پشتیبانی، ارتباطی و مواصلاتی، اجتماعی و یا دفاعی با سطح تاثیرگذاری محلی در کشور گردد.

منبع: سازمان پدافند غیرعامل کشور

تلفات ناشی از حملات را به حداقل ممکن کاهش داد. به کلیه اقداماتی و برنامه‌هایی اطلاق می‌گردد که بدون بهره‌گیری از سلاح، به منظور کاهش آسیب‌پذیری، افزایش پایداری، استمرار خدمات، تسهیل مدیریت بحران و بازدارندگی در مواجهه با تهدید، تهاجم و بحران در مواجهه با تهدیدات غیرفیزیکی یا جنگ‌های نرم همچون جنگ فرهنگی، جنگ روانی، جنگ سایبر، جنگ اطلاعاتی و ... مطرح است.

در پدافند غیرعامل تمام نهادها، نیروها، سازمان‌ها، صنایع و حتی مردم عادی می‌توانند نقش موثری ایفا کنند؛ درحالی‌که در پدافند عامل مانند سیستم‌های ضد هوایی و هواپیماهای رهگیر، تنها نیروهای مسلح مسئولیت برعهده دارند. هرچقدر درجه هشجاری مدیریت دفاعی برای به کارگیری پدافند عامل بالا باشد، باز هم دشمن سعی دارد در ساعات نخست تهاجم با وارد کردن ضربات سنگین به مراکز مهم دفاعی و مراکز حساس و حیاتی کشور آسیب برساند و برای این کار پرهزینه‌ترین ابزار را با قدرت آتش سنگین به کار می‌گیرد. معمولاً بعد از روزهای اول و تهاجم هوایی، جنگ زمینی آغاز می‌شود که طی آن زیرساخت‌های حساس و مهم کشور، با همان دقت اولیه ولی با گستردگی بیشتر مورد تهاجم هوایی قرار می‌گیرد.

در صورتی‌که روحیه دفاعی ملت پس از چند هفته حفظ شود، در مرحله بعدی بمباران افراد غیرنظامی آغاز می‌شود که اکثراً به عنوان خطای نظامی و نامرد می‌گردد. طی این مرحله از تهاجم ایجاب می‌کند که تمام ساختمان‌ها در مقابل موج انفجار، ترکش و امکان فروپاشی مقاومت نسبی قابل قبولی داشته باشند و در بخش‌های مناسبی از آنها فضای امن قابل بهره‌برداری در دسترس باقی بماند. مفهوم «تهدید» در قلب ادبیات و متون مختلف مربوط به

پدافند غیرعامل مثل مصونیت سازی بدن انسان است، از درون ما را مصون می‌کند، معنایش این است که ولو دشمن تهاجمی هم بکند و زحمتی هم بکشد و ضرب‌وزوری هم بزند، اثری نخواهد کرد. این پدافند غیرعامل نتیجه‌اش این است. ببینید چقدر مهم است که ما این حالت را در کل بپیکره کشور و جامعه و در دستگاه‌های مختلف به وجود بیاوریم. کاری کنیم که همت ما فقط مصروف به این نباشد که دشمن را منصرف کنیم یا برای مقابله خودمان را آماده بکنیم. نه کاری کنیم که ما مصونیت در خودمان به وجود بیاوریم. این با پدافند غیرعامل تحقق پیدا می‌کند. بنابراین این مسئله، مسئله بسیار مهمی است که بایستی راه بیفتد (فرازی از سخنان مقام معظم رهبری مدظله‌العالی).

■ پدافند عامل (Active Defense)

مجموعه اقداماتی که مستلزم رویارویی تن‌به‌تن با دشمن و به کارگیری جنگ‌افزار و تسلیحات بوده و با اجرای آن خسارات مالی به تجهیزات و تاسیسات حیاتی، حساس و مهم نظامی و غیرنظامی و تلفات انسانی و یا میزان خسارات و تلفات ناشی از حملات دشمن حداکثر می‌باشد.

■ پدافند غیرعامل (Passive Defense)

مجموعه اقدامات غیرمسلحانه‌ای که موجب افزایش بازدارندگی، کاهش آسیب‌پذیری، تداوم فعالیت‌های ضروری، ارتقای پایداری ملی و تسهیل مدیریت بحران در مقابل تهدیدها و اقدامات نظامی دشمن می‌شود (پدافند غیرعامل براساس تعریف مجمع تشخیص مصلحت نظام).

و به عبارتی مجموعه اقداماتی که مستلزم به کارگیری جنگ‌افزار و تسلیحات نبوده و با اجرای آن می‌توان از وارد شدن خسارات مالی به تجهیزات و تاسیسات حیاتی، حساس و مهم نظامی و غیرنظامی و تلفات انسانی جلوگیری نموده و یا میزان خسارات و

باور غلط در مورد واکسن کرونا

واکسن ممکن است بهترین راه حل امیدبخش برای پایان دادن به شیوع جهانی کووید ۱۹ باشد اما اکنون که واکسن کرونا تولید شده و قرار است در اختیار مردم قرار گیرد، شایعاتی درباره آن وجود دارد.

بسیاری از تصورات مربوط به کرونا با واقعیات و یافته‌های علمی سازگار نیست. در مقاله کنونی سعی می‌کنیم مهم‌ترین باورهای نادرستی که درباره واکسن کرونا وجود دارد را بیان کنیم.

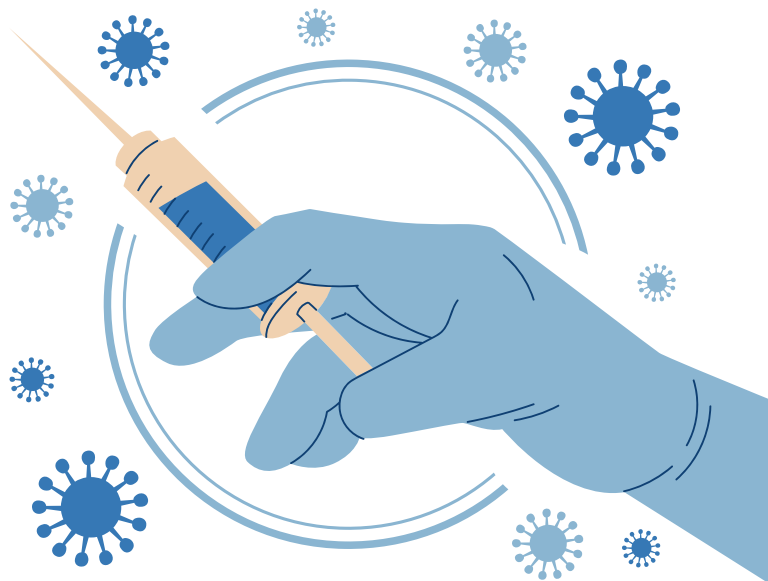
دانشمندان و محققان از همان روزهای اولیه آغاز بیماری ویروس جدید کرونا تلاش کردند

تا دارو یا واکسن ایمن و موثری برای درمان یا پیشگیری از بیماری کرونا بیابند. سرانجام، تلاش‌ها نتیجه داد و این روزها واکسن‌هایی متعددی که به تأیید سازمان غذا و داروی آمریکا رسیده‌اند در اختیار مردم قرار گرفته است. اما در رسانه‌های اجتماعی شایعات و باورهای غلطی در مورد واکسن‌های تولید شده گسترش یافته است.

باور غلط ۱:
واکسن‌ها به دلیل اینکه به سرعت تولید شده‌اند، ایمن نیستند

حقیقت: بسیاری از شرکت‌های داروسازی به‌محض شروع بیماری کرونا، منابع قابل توجهی برای ساخت و آزمایش واکسن تخصیص دادند. در واقع وضعیت اضطراری به یک واکنش اضطراری نیاز داشت. همچنین بنابه گفته تولیدکنندگان واکسن کووید ۱۹، خود واکسن‌ها به‌سرعت تولید شدند اما آزمایش‌های بالینی آنها که ایمنی و کارایی واکسن‌ها را بررسی می‌کنند بدون عجله و مطابق با شرایط آزمایش انجام شده‌اند.

محققان می‌گویند تولید واکسن در دهه ۱۹۸۰ فرایندی طولانی بود اما امروزه به لطف پیشرفت‌های علمی که شاهد آن هستیم روند تولید واکسن بسیار ساده شده است. واکسن‌های فعلی با استفاده از فناوری‌های امروز بر اساس ساختارهای مولکولی ویروس تولید شده‌اند. همچنین یافتن ویروس کرونا خیلی آسان و سریع بوده است و از آنجایی که کووید ۱۹ شبیه ویروس‌های کرونایی مانند مرس و سارس است که پیش از این در انسان مشاهده و در تولید واکسن‌های مرس و سارس استفاده شده بودند،



سرعت تولید واکسن کووید ۱۹ افزایش یافت.
باور غلط ۲: اگر کسی به کووید ۱۹ مبتلا و درمان شده باشد دیگر به واکسن نیازی ندارد
حقیقت: هنوز اطلاعات دقیق و کافی از اینکه اگر فردی از بیماری کووید ۱۹ درمان شود، دوباره مبتلا نشده و در عین حال ایمنی طولانی‌مدت کسب می‌کند در دسترس نیست. به این نوع ایمنی، مصونیت طبیعی گفته می‌شود. شواهد اولیه نشان داده که مصونیت طبیعی از بیماری کووید ۱۹ خیلی طولانی نیست اما برای اثبات این موضوع به

مطالعات بیشتری نیاز است. بنابراین وقتی واکسن به‌اندازه کافی در دسترس قرار گرفت همه باید واکسن بزنند. البته آن دسته از افرادی که به‌تازگی از بیماری کووید ۱۹ بهبود یافته‌اند باید واکسیناسیون خود را سه ماه عقب بیندازند. افرادی هم که در معرض ویروس کرونا بودند و در قرنطینه هستند یا علائم بیماری کووید ۱۹ را از خود نشان می‌دهند نباید واکسن دریافت کنند.

باور غلط ۳: عوارض جانبی واکسن‌ها بسیار شدید است

حقیقت: عوارض جانبی این واکسن‌ها ملایم و کوتاه‌مدت هستند و فرد دچار هیچ نوع صدمه یا جراحی نمی‌شود. مرحله اولیه بررسی بسیاری از واکسن‌های موردتأیید سازمان جهانی بهداشت نشان داد که کاملاً ایمن هستند. محل تزریق واکسن در ۱۵ درصد از افراد کمی متورم، قرمز و دردناک شد. ۵۰ درصد از افراد هم واکنش‌های سیستمی مانند سردرد، لرز، خستگی، درد عضلانی و تب به مدت ۱ تا ۲ روز از خود نشان دادند. فراموش نکنید که تمام عوارض جانبی ملایم و خفیف

هستند و این موضوع نشان می‌دهد که سیستم ایمنی بدن پس از دریافت واکسن به ویروس ضعیف‌شده واکسن واکنش نشان می‌دهد. باور غلط ۴: افراد مبتلا به بیماری‌های زمینهای نباید واکسن دریافت کنند اما افراد سالم در معرض ابتلا نیستند و نیازی به واکسن ندارند. حقیقت: افراد مبتلا به بیماری‌های زمینهای مانند دیابت و بیماری قلبی، در خطر بالای عوارض ناشی از ابتلا به کووید ۱۹ هستند. به همین دلیل لازم است که این افراد زودتر از دیگران در برابر

کرونا واکسینه شوند.

همچنین افراد سالم که هیچ نوع بیماری زمینه‌ای ندارند، باز هم در معرض ابتلا به کوید ۱۹ هستند. آنها احتمالاً دچار عوارض شدید این بیماری نمی‌شوند اما ناقل خواهند شد و ویروس را به اطرافیان خود منتشر می‌کنند. واکسیناسیون می‌تواند تمام افراد جامعه را در برابر ویروس کرونا ایمن کند.

□ باور غلط ۵: پس از دریافت واکسن به ماسک نیازی نداریم

حقیقت: پس از دریافت واکسن، مدتی طول می‌کشد تا فرد ایمن شود. در ضمن پس از ایمن شدن هنوز مشخص نیست که آیا ممکن است ناقل باشد و ویروس کرونا را به دیگران منتقل کند یا خیر. بنابراین تا زمانی که کاملاً مشخص شود، واکسن تا چه حد موثر است، باید علاوه بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی، همچنان از ماسک استفاده کنیم.

□ باور غلط ۶: واکسن کرونا برای کنترل مردم تولید می‌شود و این کار با استفاده از ردیاب‌های ریز تراشه یا «ترانسفورماتورهای نانو» انجام می‌شود

حقیقت: هیچ نوع واکسنی به اندازه ریز تراشه تولید نشده که بتواند افراد را ردیابی کرده یا اطلاعات شخصی آنها را وارد پایگاه داده‌ها کند. در واقع این شایعه زمانی شکل گرفت که «بیل گیتس» از گواهینامه‌های دیجیتالی در اندازه ریز تراشه صحبت کرد که پیشینه واکسن‌ها را ارائه می‌دهد. این ریز تراشه صرفاً برای آگاهی از روش تولید، آزمایش و توزیع

واکسن کوید ۱۹ تولید شده است.

□ باور غلط ۷: واکسن رشته DNA بدن مان را تغییر می‌دهد

حقیقت: اولین واکسن‌های کوید ۱۹ که وارد بازار شد، واکسن‌های حاوی پیام‌رسان RNA (mRNA) هستند. این واکسن‌ها به سلول‌های بدن چگونگی تولید پروتئین‌هایی را آموزش می‌دهند که می‌توانند واکنش ایمنی بدن را تحریک کنند. این پیام‌رسان هیچ تعاملی با رشته DNA بدن ندارد. سلول‌های بدن پس از اینکه آموزش‌های لازم از پیام‌رسان RNA را دریافت کرد، آن را تجزیه کرده و از بین می‌برد.

□ باور غلط ۸: واکسن با استفاده از بافت‌های جنینی تولید می‌شود

حقیقت: هیچ یک از واکسن‌های کوید ۱۹ و به‌طور کلی هیچ نوع واکسنی در دنیا از بافت‌های جنینی تولید نشده‌اند.

□ باور غلط ۹: واکسن کووید ۱۹ موجب ناباروری یا سقط جنین می‌شود

حقیقت: شایعه‌ای در فضای اینترنت وجود دارد که می‌گوید، پادتن‌های پروتئین کوید ۱۹ تولید شده از این واکسن‌ها به پروتئین‌های جفت، چسبیده و جلوی بارداری را می‌گیرند. این شایعه هیچ پایه و اساس منطقی و علمی ندارد. بررسی‌ها نشان داده است که زنان باردار در خطر بیشتر ابتلا به کوید ۱۹ و بستری شدن هستند اما هیچ مدرکی دال بر سقط جنین و ناباروری ناشی از واکسن کرونا وجود ندارد.

□ باور غلط ۱۰: زنان باردار یا شیرده نباید واکسن دریافت کنند

حقیقت: معلوم شده زنانی

که باردار یا شیرده هستند، ویروس کوید ۱۹ را به نوزادان خود هم منتقل کرده‌اند اما واکسن ویروس زنده نیست. بنابراین امکان انتقال آن به نوزاد وجود ندارد.

□ باور غلط ۱۱: به واکسن‌ها مواد نگهدارنده اضافه می‌شود پس باید در دمای بسیار پایین نگهداری شوند

حقیقت: واکسن‌های متفاوت معمولاً شرایط نگهداری متفاوتی دارند. مثلاً بعضی از آنها باید در دمای زیر ۷۰ درجه سلسیوس ذخیره شوند. بعضی هم به دمای زیر ۲۰ درجه سلسیوس نیاز دارند واکسن‌ها مواد نگهدارنده ندارند اما به دلیل اینکه حاوی پیام‌رسان RNA هستند، باید در دمای پایین نگهداری شوند تا از بین نروند.

□ باور غلط ۱۲: مصونیت طبیعی بهتر از مصونیت ناشی از دریافت واکسن است

حقیقت: مقدار مصونیت فردی که ناشی از ابتلا و درمان به کوید ۱۹ است با فرد دیگر متفاوت است. بررسی‌ها نشان داده ایمنی طبیعی زیاد دوام نمی‌آورد. اما مصونیت پس از دریافت واکسن مطمئن‌تر از نوع طبیعی آن است. زیرا در حالت طبیعی نمی‌توان شدت بیماری و در نتیجه دوام مصونیت را پیش‌بینی کرد.

محققان می‌گویند اگر ۷۰ درصد مردم واکسن دریافت کرده یا ایمنی طبیعی به‌دست آورند، جامعه به ایمنی جمعی می‌رسد زیرا ویروس شانس کمی برای انتشار پیدا می‌کند. اما تا رسیدن به این رقم از ایمنی بدون واکسیناسیون رخ نمی‌دهد.

منبع: تجارت نیوز



علائم کرونا دلتا را بشناسیم

از سیستم ایمنی بدن آسان تر فرار کند.

■ مسری بودن کرونا دلتا

بیشتر مطالعات حاکی از آن است که کرونا دلتا یا همان کرونا هندی ۵۰ الی ۶۰ درصد نسبت به نوع آلفا بیشتر مسری است. این در حالی است که خود ویروس کرونا آلفا نسبت به کرونا اصلی ۵۰ الی ۶۰ درصد، سطح سرایت بیشتری دارد.

بر این اساس اگر نرخ تولیدمثل کرونا اصلی ۲,۴ الی ۲,۶ باشد، این عدد در کرونا آلفا ۳,۶ الی ۴,۲ و برای نوع دلتا برابر با ۵,۶ الی ۶,۷ است. به بیان دیگر، اگر فرد مبتلا به کرونا اصلی این قابلیت را داشت که حدود دو نفر را آلوده کند، در صورت ابتلا به کرونا آلفا، این قابلیت را دارد که حدود ۴ نفر را مبتلا کند. شدت فاجعه جایی نمایان می‌شود که این عدد در کرونا هندی می‌تواند تا ۲۵ نفر افزایش پیدا کند.

■ علائم کرونا دلتا چیست؟

اما شاید هم‌اکنون مهم‌ترین سوال ممکن در مورد کرونا این باشد که علائم کرونای هندی چیست و چگونه باید بفهمیم که کرونا دلتا گرفته‌ایم.

بر اساس یافته‌های پزشکان چینی، علائم کرونا هندی نسبت به چیزی که آنها پیش‌تر در مبتلایان به کرونا اصلی مشاهده کرده بودند، متفاوت و شدیدتر است. تب در نوع دلتا کرونا نیز مشاهده شده است اما سطح ویروس در بدن بیشتر گزارش شده و افراد به شدت در طول ۳ الی ۴ روز بدحال می‌شوند.

در بریتانیا اما علائم کرونا هندی متفاوت گزارش شده است. یک مطالعه درباره ویروس به این یافته رسید که متداول‌ترین علائم آن سردرد، سوزش گلو و آبریزش بینی هستند. این در حالی است که حدود ۹۱ درصد از موارد جدید کرونا که در بریتانیا به ثبت می‌رسند از نوع هندی هستند.

برای افراد جوان‌تر، علائم کرونا دلتا شاید تنها به شکل یک سرماخوردگی شدید بروز کنند اما این افراد کم‌اکنون می‌توانند ویروس را به گروه‌هایی که هنوز واکسینه نشده‌اند منتقل کنند. در واقع، حتی افراد بدون علائم کرونا هندی نیز قابلیت انتقال این ویروس را به فردی دیگر دارند.

اما علاوه بر این علائم کرونا دلتا که در چین و بریتانیا گزارش شده است، بهتر است مراقب علائمی چون سرفه، تنگی نفس، خستگی بدون دلیل و یا از دست دادن حس بویایی و چشایی باشید.

گسترش گونه جدیدی از ویروس کرونا تحت عنوان کرونا دلتا باعث ایجاد موج جدیدی از نگرانی‌ها در بین مردم و کارشناسان تغذیه در سراسر جهان شده است. براساس شواهد موجود این نوع کرونای جهش‌یافته نسبت به سایر انواع این ویروس مسری‌تر است و باعث بروز علائم شدیدتری می‌شود. اما به غیر از این کرونا دلتا چیست و درباره آن چه می‌دانیم؟ در ادامه این مطلب با تکیه بر جدیدترین اطلاعات پزشکی قصد داریم به همه آن چیزی که لازم است از کرونای دلتا بدانید اشاره کنیم. با ما همراه باشید.

■ کرونا دلتا یا کرونا هندی چیست؟

نوع دلتا کرونا که با نام کرونا ۱,۶۱۷,۲.B نیز شناخته می‌شود در ابتدا در کشور هند کشف شد اما براساس آمار سازمان جهانی بهداشت تاکنون در بیش از ۷۰ کشور جهان ردپای آن دیده شده است. باید توجه داشت که جهش ژنتیکی در ذات ویروس‌هاست و به خودی خود مسئله جدیدی به شمار نمی‌آید. در واقع همه جهش‌ها خطرناک یا نگران‌کننده نبوده و پیش از این کرونا نیز بارها جهش پیدا کرده است.

خطرناک‌ترین جهش‌های این ویروس اما به نوع آلفا (نخستین بار در انگلیس شناسایی شد)، نوع بتا (نخستین بار در آفریقای جنوبی شناسایی شد)، نوع گاما (نخستین بار در برزیل شناسایی شد) و نوع دلتا تقسیم می‌شوند که از دیگر انواع جهش‌یافته کرونا متفاوت هستند.

■ درمان کرونا دلتا در خانه

پروتئین سنبله، عنصری نقطه‌ای است که اشکال تاج ماندی به ویروس می‌دهد و جهش ویژه کرونا دلتا یا کرونا هندی مربوط به همین قسمت می‌شود. این پروتئین‌های سنبله همانند قلاب‌هایی هستند که باید گیرنده‌ها را در بدن انسان پیدا کرده و به آنها متصل شوند. تحقیقات نشان داده است که این قلاب‌ها به گیرنده‌هایی به نام ACE-۲ متصل می‌گردند. زمانی که پروتئین‌های سنبله بتوانند سلول‌ها را باز کرده و به آن‌ها ورود کنند، آلودگی با تکثیر کد ژنتیکی ویروس گسترش می‌یابد.

برخی از جهش‌های کلیدی کرونا هندی همانند P۶۱۴R و E۴۸۴Q, L۴۵۲R کار پروتئین‌های سنبله را برای اتصال به گیرنده‌های ACE-۲ بسیار راحت‌تر می‌کنند. این به آن معناست که این نوع ویروس کرونا می‌تواند سریع‌تر نسبت به سایر انواع، بدن را آلوده و خود را تکثیر کند و همچنین



اما با توجه به اطلاعات موجود و مواردی که به آن‌ها اشاره کردیم، می‌توان علائم کرونا هندی را به بخش‌های زیر تقسیم کرد:

علائم کرونای هندی متداول

- تب
- سرفه خشک
- خستگی

علائم کرونا هندی نه چندان متداول

- سوزش گلو
- اسپهال
- ورم ملتحمه چشم
- سردرد
- از دست دادن حس بویایی و چشایی
- خارش پوست یا تغییر رنگ انگشتان دست‌ها و پاها

علائم خطرناک و جدی کرونا هندی

کرونا دلتا و معمولی، خوشبختانه واکسن‌های تولیدشده کرونا می‌توانند در مقابل این نوع نیز موثر واقع شده و بدن را مقاوم کنند. براساس یک مطالعه، ۲۰ نفر از افرادی که دو دوز واکسن Pfizer-BioNTech را دریافت کردند، در خود به اندازه کافی آنتی‌بادی برای مقابله با انواع مختلف کرونا از جمله کرونا دلتا داشتند.

با این حال برخی محققان نیز بر این باورند که با وجود کسب نتایج مثبت آزمایشگاهی و تحقیقاتی، هنوز برای تایید این مسئله که آیا واکسن کرونا بر روی گونه جهش یافته دلتا تاثیرگذار است یا خیر، به تحقیقات گسترده‌تر و بررسی‌های بیشتر نیاز است. به بیان دیگر نیاز است که نتایج واکسیناسیون در دنیای واقعی بیشتر موردبررسی قرار گرفته و نتایج آنها گزارش شود.

کرونا دلتا در ایران

خبرهای رسمی حاکی از ورود کرونا هندی به ایران است و سخنگوی وزارت بهداشت ابتلا به مواردی از این بیماری را در کشور تأیید کرده اما به‌غیراز این اطلاعات دیگری از کرونا هندی در دسترس نیست. همانطور که عنوان شد اقدامات پیشگیری از کرونا هندی نیز مشابه کرونا اصلی است و علیرغم گزارش‌های محدود از شیوع کرونا هندی به هموطنان گرامی توصیه می‌شود که تا واکسیناسیون کامل در مقابل کرونا، این اقدامات را بیش‌ازپیش جدی گرفته تا خطر ابتلا به کرونا هندی یا سایر انواع جهش یافته این ویروس را به حداقل برسانند.

کلام آخر

کرونا دلتا یا کرونا هندی نوع جهش یافته از ویروس کرونا است که تا ۱۰ برابر نسبت به نوع



- سختی یا تنگی نفس

- درد سینه یا احساس فشار در سینه

- از دست دادن قدرت تکلم یا حرکت کردن
افرادی که علائم کرونای دلتا هندی آنها متوسط است می‌توانند در خانه از خود مراقبت کنند اما در صورتی که علائم کمی شدید باشد، حتماً توصیه می‌شود که به مراکز درمانی مراجعه نمایید. معمولاً علائم کرونا دلتا تا ۵ الی ۶ روز پس از ابتلای افراد نمایان خواهند شد اما این بازه زمانی متفاوت بوده و می‌تواند در افراد مختلف حتی تا ۱۴ روز به طول انجامد.

آیا واکسن کرونا روی گونه جهش یافته دلتا تاثیر گذار است؟

براساس اطلاعات موجود، با وجود تفاوت

نکته حائز اهمیت این است که در واکسن‌هایی که دو دوز تزریق را شامل می‌شوند، در صورت تزریق هر دو دوز می‌توان از ایمنی بدن در مقابل کرونا هندی اطمینان حاصل کرد و تنها تزریق یک دوز نمی‌تواند نتایج کافی را به همراه داشته باشد.

پیشگیری از کرونا دلتا

پیشگیری از کرونا دلتا چندان با ویروس اصلی کرونا متفاوت نیست. اگر تاکنون در مقابل این ویروس واکسینه نشده‌اید، توصیه می‌شود که همانند گذشته از حضور در مکان‌های شلوغ خودداری کنید، فاصله اجتماعی را رعایت نمایید، تاحد امکان در خانه بمانید، ماسک بزنید و مرتب دستان خود را با آب و صابون بشویید.

معمولی این ویروس مسری‌تر بوده و می‌تواند سبب بروز علائم شدیدتر شود. کرونا هندی در افراد جوان‌تر می‌تواند مثل یک سرماخوردگی شدید بروز کند اما این افراد می‌توانند ناقل ویروس به گروه‌های پرخطر باشند.

براساس اطلاعات موجود واکسن‌های تولید شده کرونا در مقابل کرونا جهش یافته دلتا نیز موثر هستند و می‌توانند برای بدن ایمنی ایجاد کنند اما با این حال به بررسی نتایج بیشتری در دنیای واقعی برای تایید این موضوع نیاز است. در حال حاضر بهتر است توجه ویژه‌ای داشته باشید که علائم کرونا هندی چیست و در صورت ابتلا به آن حتماً به مراکز درمانی مراجعه نمایید.

منبع: مجله پزشکی سیب

روزهای گمشده نوروز دریا

نویسنده: احمدنور دریایی

گردآوری: عبدالجلیل مرداسنگی

مردمانی که در مجاورت دریا زندگی می‌کنند همانند امواج دریا از تحرک و سرزندگی خاصی برخوردارند و این وابستگی و خو گرفتن با دریا را می‌توان در کنگی‌ها به وضوح مشاهده نمود؛ به طوری که همه ساله رسمی به نام سال نو دریایی را برگزار می‌کنند و در یکی از روزهای فصل تابستان به دریا می‌روند.

سال‌ها پیش در همان روز مردان قبل از رفتن به دریا مقداری پیش (برگ درخت خرما) را بر در منازل خود نصب می‌کردند؛ بز، گاو، گوسفند، شتر و ... خود را به دریا می‌بردند، در کنار ساحل به یکدیگر رنگ می‌پاشیدند، شاخ حیوانات را رنگ می‌زدند و بچه‌ها ساعت‌ها در دریا به شنا کردن و بازی‌های گروهی می‌پرداختند. زنان نیز دسته‌جمعی بعد از غروب به دریا می‌رفتند. حتی در گذشته مردمانی از روستاهای اطراف همانند گزیر و ... نیز برای به دریا رفتن به بندر کنگ می‌آمدند. مردمانی که عید سال نو تن به دریا می‌زدند اعتقاد دارند که در این روز آب دریا شفا دهنده و پاک کننده است و از این طریق رنج و بلا و مصیبت تا یک سال دیگر از تن و بدنشان دور می‌شود. هرچند برخی از افراد چنین عملی را متعلق به آیین‌های هندو دانسته و مردم را از این کار منع می‌کردند (دریایی، ۱۳۸۴: ۹۴، ۹۵).

از جمله توت‌های ساحل‌نشینان در این مراسم ... توت‌م تطهیر با آب دریا است. انجام عمل غسل

و تطهیر در همه ادیان جایگاهی ویژه دارد. آیین شستشوی مقدس در کیش الهه‌گان بزرگ باروری و برزیکری صورت می‌گرفته است. باور مردم سلخ بر این است که تطهیر و فرو کردن کامل بدن در آب باعث دفع شر، وفور نعمت و خیر و برکت در رزق و روزی افراد خواهد شد (انصاری‌نسب، ۱۳۹۶: ۱۷). در جزیره قشم و روستای سلخ طی چند سال اخیر این جشن را صیادان برگزار می‌کنند. به این جهت نام نوروز صیاد به خود گرفته درحالی‌که این نوروز بر اساس تقویم دریایی کهن تنظیم شده است و امروزه علی‌رغم استفاده از وسایل و ادوات مدرن دریایی در میان دریانوردان و صیادان همچنان مورداستفاده قرار می‌گیرد.

تکامل گاهشماری در ایران

شکی نیست که کشورمان با وجود تنوع آب‌وهوایی و مناطقی با اقلیم خاص تقویم ویژه هر منطقه را دارا باشد. از گذشته‌های دور دو نوع فرهنگ غالب در ایران زمین وجود داشته؛ یکی مربوط به زارعان و کشاورزان که یکجانشین بودند و ارتباط مستقیمی با شرایط اقلیمی و جوی خود داشته‌اند و دیگری دریانوردان بودند که برای رسیدن به مقصد می‌بایست محاسبات دقیق را سبیل راه خود قرار داده باشند. به راستی این تفاوت برای هر موقعیت جغرافیایی کاربرد خاص آن منطقه را دارا بوده و نمی‌توان دیگر مختصات جغرافیایی را با آن میزان و عیار موردسنجش قرار داد. از جمله این گاهشماری‌ها که در گذشته مورد استفاده

قرار می‌گرفت می‌توان به تقویم یزدگردی، تقویم فرسی، تقویم طبری، تقویم دیلمی، تقویم جلالی (ملکی) و ... اشاره نمود.

هنگامی که ایرانیان به این شمارش و سنجش دریافتند که به شیوه باستانی با دوازده برج ۳۶۰ روز و پنج روز پنجه اندرگاه و کیسه ۱۲۰ ساله انجام می‌گرفته است، به زمانی پیرامون هشت هزار سال بازمی‌گردد تا آنکه خیام فرزانه بزرگ ایرانی به همراهی دیگر فرزندان همکار، سنجش کیسه‌ها و ماه‌ها را چنان به آیین کرد که اروپائیان نیز سالشماری خویش را بر پایه آن نهادند و اگرچه کاست و فزود در کار آنان دیده می‌شود اما پایه سنجش همانست که خیام پیشنهاد کرده و امروز در سراسر جهان سالشماری بر بنیاد دانش چند هزار ساله ایرانیان، انجام می‌گیرد (هومند، ۱۳۷۴: ۱۰، ۱۱).

به سال ۴۷۱ ه.ق/۱۰۷۸ میلادی در زمان جلال‌الدین ملک‌شاه سلجوقی و به فرمان خواجه نظام‌الملک، تنی چند از ریاضی‌دانان و منجمان که حکیم عمر خیام در راس آنان بود تقویم جلالی را



بر اساس گاهشماری یزدگردی استخراج نمودند. تاریخ شروع تقویم جلالی اول حمل (فروردین) ۴۵۸ بوده است.

قرن‌ها سپری شد و حکومت‌ها همچنان از تقویم هجری قمری برای ثبت مکاتبات دیوانی و ضبط وقایع و رویدادها بهره می‌بردند تا اینکه در دوره قاجار با روی کار آمدن بلژیکی‌ها بر امورات گمرکی کشور به دلیل ناهماهنگی تقویم هجری قمری با تقویم میلادی از تقویم برجی استفاده کردند و بار دیگر شرایطی برای تغییر گاهشماری در ایران فراهم گردید.

می‌گویند تقویم هجری خورشیدی برای نخستین بار توسط عبدالغفار نجم‌الدوله اصفهانی به سال ۱۲۶۴ هجری شمسی از تقویم جلالی که بر اساس خورشید و مبداء آن هجرت پیامبر اسلام از مکه به مدینه بود تدوین گردید و با تصویب شورای ملی در ۱۱ فروردین ۱۳۰۴ هجری شمسی گاهشمار رسمی کشور ایران اعلام شد.

لازم به ذکر است که روزها در سالشماری هجری شمسی با سال جلالی منطبق نبوده بلکه در شروع و پایان سال با یکدیگر برابری دارند. سالشماری هجری شمسی، تقویم رسمی کشور است که ماه‌ها و ایام آن مشخص است. شش ماه اول ۳۱ روز، پنج ماه ۳۰ روز و ماه آخر ۲۹ روز و در صورت کبیسه بودن ۳۰ روز است. در حالی که در تقویم جلالی تمام ۱۲ ماه سال بر اساس نام‌های صور فلکی ۳۰ روز است که جمعاً ۳۶۰ روز و پنج روز آخر سال جزء هیچ ماهی محسوب نمی‌شود و آن را پنجه یا پنجه دزدیده می‌نامند که در بین اعراب به خمسه یا خمسه مسترقه معروف است. در صورت کبیسه بودن آن سال یک روز به آن اضافه می‌گردد.

این ماه‌ها به ترتیب عبارتند از: ۱- فروردین (حمل) ۲- اردیبهشت (ثور) ۳- خرداد (جوزا) ۴- تیر (سرطان) ۵- مرداد (اسد) ۶- شهریور (سنبله) ۷- مهر (میزان) ۸- آبان (عقرب) ۹- آذر (قوس) ۱۰- دی (جدی) ۱۱- بهمن (دلو) ۱۲- اسفند (حوت).

طبق اسناد به‌جای‌مانده از ناخدایان و معلمان جهاز‌های بادبانی متوجه می‌شویم که آنها قرن‌هاست در محاسبات دریایی، ماه‌های برجی، بر اساس نام‌های صور فلکی که تعداد روزهایشان همانند تقویم هجری شمسی بوده را به‌عنوان روزشمار دریایی خود به کار می‌برند.

در دوره معاصر در بین دریانوردان پیر و سالخورده هستند کسانی که قبل از استفاده از جی پی اس، رادار و تجهیزات نوین ناوبری، علاوه بر تقویم محلی به تقویم انگلیسی نیز رجوع می‌کردند. ابتدا از تقویم نوریس (Norie's

Tables) در محاسبات دریایی خود بهره می‌بردند و پس‌از آن به علت سهولت در محاسبه از سالنامه انگلیسی آلمانک (Nautical Almanac) که در اصل المناخ عربی است و حالت جو و شرایط آب و هوا را معنی می‌دهد، استفاده می‌کرده‌اند. استفاده از تقویم دریایی آلمانک به دلیل پیدا کردن طول و عرض جغرافیایی و میزان مسافت طی شده در دریا بوده است.

❑ ویژگی‌های تقویم دریایی

و اما درباره تقویم دریایی باید بگوییم که دارای ۳۶۵ روز و چهار فصل به نام‌های شهریما، زمستون، جووا و گرما است. سه فصل اول آن صد روز و فصل پایانی آن شصت و پنج روز است. هر کدام از فصل‌ها به مقیاس زمانی ده روزه (دهه) تقسیم می‌شود؛ یعنی دهی، بیستی، سی‌بی، چهل‌ی، پنجاهی، شصتی، هفتادی، هشتادی، نودی و صدی. فصل پایانی سال که شصت و پنج روز بوده پس از سپری کردن شصتی، پنج روز پایانی را نیم در هفتادی می‌نامند.

❑ از جمله اصطلاحات مربوط به این تقویم:

- دَر (Dar) به‌معنای آغاز شدن؛ ورود به هر دهه را دَر می‌گویند و شمارش روزهای آن به این صورت است مثلاً به روزهای اول: یک در ده، هفتم: هفت در ده، هجدهم: هشت در بیست، سی و دوم: دو در چهل، نود و نهم: نه در صد می‌گویند.

- نیم‌دَر؛ به روزهای ۵، ۱۵، ۲۵، ۳۵، ۴۵ و ... وسط هر دهه نیم‌دَر می‌گویند. مثلاً روز چهل و پنجم را نیم در پنجاه می‌گویند.

- غلق (Ghalq) به‌معنای بسته شدن؛ به روز پایانی هر دهه گفته می‌شود. مثلاً روز دهم: غلق دهی، روز بیستم: غلق بیستی، روز سی‌ام: غلق سیی، و ...

❑ مبداء و شروع سال نو دریایی

آنچه از پیشینه مردمان دریای پارس و جزایر خلیج فارس به چشم می‌خورد این است که هم‌بستی با دریا و طبیعت از آنها انسان‌هایی سخت‌کوش و پرتحرک ساخته که تجارب خود را سینه به سینه حفظ نموده‌اند. شیوه صید و صیادی و روش دریانوردی این افراد برای رفتن به سواحل دور حاکی از این مسئله است که آنها برای رسیدن به مقصد حتماً می‌بایست شرایط جوی و آب و هوایی هر منطقه را مدنظر قرار دهند که این مسائل خود نقش تقویم دریایی قدیم را برای ما پررنگ می‌کند. از این جهت شروع و مبداء این گاهشماری که معروف به نوروز دریاست و این سال نو را با آداب و سنن خاص جشن می‌گیرند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

افراد هم‌چون شهاب‌الدین احمد بن ماجد جلفاری، محمدعلی‌خان سدیدالسلطنه، ذبیح‌الله

بهرروز، اسماعیل رائین، احمد اقتداری، حسین نوربخش و ... در آثار و کتاب‌های خود اشاراتی هرچند مختصر و گاه همراه با تناقض به نوروز و تقویم دریایی داشته‌اند. برای مشخص شدن هر آنچه تا به امروز به ثبت رسیده به مطالب ذیل رجوع می‌کنیم و همه شواهد و قرائن را در نظر می‌گیریم.

آخرین شاهد تاریخی از نوشته‌های مسلمانان، پیش از ورود گسترده اروپائیان به شرق، نوشته‌های دریانورد مشهور مسلمان «شهاب‌الدین احمد بن ماجد» [۸۳۶-۹۳۶ هـ.ق] است. از ابن‌ماجد به‌عنوان راهنمای واسکودوگاما در رسیدن به ساحل هند یاد کرده‌اند. کتاب راهنمای دریانوردی نفیسی به نام «الفوائد فی اصول علم البحر والقواعد» از او بر جای مانده است (وثوقی، ۱۳۸۹: ۲۴).

ابن ماجد در این کتاب به اصول و قواعد بحری، ایام نوروز و زمان مناسب برای سفرهای دریایی، بادهای موسمی و شرایط ویژه‌ی هر منطقه از جغرافیا در سرزمین‌های مختلف پرداخته است. اما مبداء و شروع سال بحری همچنان نامشخص است.

دکتر علی اباحسین در نشریه الوثیقه بحرین به سال ۱۴۰۲ هـ.ق (۱۹۸۲ م) دو نمونه از اسناد مربوط به حساب نوروز اهل بحر را منتشر کرده و آن دست‌نوشته‌های روزانه شخصی به نام جابر بن عبدالخضر بن هلال بن یحیی بن محمد بن بدرالمصان بین سال‌های ۱۲۱۳ الی ۱۲۱۷ هجری قمری (۱۷۹۸-۱۸۰۳ م) و سال‌های ۱۲۵۹ الی ۱۲۶۰ هجری قمری (۱۸۴۳-۱۸۴۴ م) است. این ناخدای بوشهری ساکن بحرین که اصالتاً اهل بصره بوده چنین نگاشته است:

فی ۱۷ ربیع الاخر (۳۰) کملت هذه السنه المذكوره فی حساب نوروز البحر بموجب التفصیل المذكور فی المخطوط عن جمله ۳۶۵ یوما والله الوافق و اعلم بالصواب علی ید الاقل جابر بن عبدالخضر بن هلال.

(۳۰) الموافق ۸ سبتمبر فی یوم ۳۶۵ فی حساب نوروز اهل البحر و الشمس فی ۱۶ من برج السنبله (ص ۲۴).

فی بیان اول سنه نوروز اهل البحر المشهور فی ۱۸ ربیع الاخر ۱۲۱۴ و هو یوم ۱۷ برج السنبله الوافق ۹ سبتمبر ۱۸۰۰ م. (اباحسین، ۱۴۰۲: ۹۴ ص ۲۵)

و در جای دیگر می‌نویسد:
یوم الاربعاء ۳ شعبان دخل النوروز الجدید (۱۶۰) و نحن معین الی البصره وقت الضحی عدال (لنجه) فی البغله المبارکه المسماه بالعباسی و النوخده احمد بن ناصر و الهوا کوس یاهم هواء خواهر سنه ۱۲۵۹ هـ الف و مائتین و تسعا و خمسين هجره الموافق سنه ۱۸۴۳ م. (ص ۵۲).

(۱۶۰) الموافق ۳۰ اغسطس يوم ۱ في حساب نوروز اهل البحر و الشمس في ۷ من برج السنبله. (همان: ۱۰۳).

در دستنوشته‌های او بیش از ۷۰ مورد با ذکر تاریخ مشخص نوروز دریایی را به ثبت رسانده و طبق این اسناد مکتوب شروع سال نو به سال ۱۲۱۴ هجری قمری ۱۸ ربیع‌الآخر معادل ۱۷ سنبله (شهریورماه) بوده و در جای دیگر اول سال دریایی چهارشنبه سوم شعبان سال ۱۲۵۹ هـ ق معادل ۷ سنبله (شهریور) است.

یکی دیگر از اسناد به‌جای‌مانده در دوره معاصر کتاب صید مروارید: المناسف فی احوال غوص و الغواص نوشته محمدعلی خان کبابی مینایی بندرعباسی (۱۲۴۹-۱۳۲۰ هـ ش) ملقب به سدیدالسلطنه به سال ۱۳۰۸ شمسی است. او در این باره چنین می‌نویسد:

«چنانچه دریانوردان تازی حساب دریا را هم از پارسیان ماخوذ داشته و اول سال خود نوروز دریا را در اول فروردین‌ماه قدیم گذاشته‌اند حال که سنووات قمری به هزار و سیصد و چهل و چهار رسیده است اول فروردین‌ماه قدیم هیجدهم برج اسد و بیست و سوم امرداد جلالی و دهم اوت فرنگی و ابتدای نوروز دریا بوده است...» (سدیدالسلطنه، ۱۳۸۱: ۳۵).

سدیدالسلطنه به عنوان شخصی آگاه و مطلع از زمانه خویش و آشنا به ادبیات و فرهنگ که سال‌ها به خدمات دیوانی و دولتی مشغول بوده، نمی‌توانسته در تاریخ‌نگاری و ثبت وقایع دچار سهل‌انگاری شود. صحت و تدقیق مطالب را می‌توان در نوشته‌ها و آثار به جای مانده از او مشاهده کرد.

حسین وحیدی خنجی (۱۲۹۱-۱۳۶۷ هـ ش) متولد ۱۳۳۱ هجری قمری در بندرلنگه است. وحیدی در سال ۱۳۹۰ هـ ق به دومی مهاجرت نمود و در سال ۱۴۰۹ در همان جا درگذشت. او برای چندین دهه در بندرلنگه مشغول به تنظیم تقویم سالانه تحت عنوان تقویم وحیدی بود.

نظر حسین وحیدی خنجی، صاحب تقویم وحیدی و دریانوردان بندرلنگه و بندرکنگ، درباره نوروز دریایی چنین است: «حساب نوروز دریایی بیشتر بین دریانوردان خلیج فارس و دریای عمان، معمول و مرسوم بوده است. نخستین روز دریایی مصادف با روز اول ماه اوت میلادی و روز دهم امرداد ماه و آخرین روز آن برابر با سی و یکم ژوئن و نهم مردادماه است.» (نوربخش، ۱۳۷۶: ۹۴)

اسماعیل راثین در کتاب دریانوردی ایرانیان که در سال ۱۳۵۰ شمسی به چاپ رسیده چنین می‌نویسد: «دانش نجوم و ستاره‌شناسی یکی از فنون موردنیاز دریانوردان باستان بوده

است. نمی‌دانیم که دریانوردان، تقویم مخصوص دریایی مدون داشته‌اند یا نه؟ اما اکنون دریانوردان خلیج فارس تقویم محلی مخصوصی دارند که آغاز آن روز نهم مرداد (ژوئیه) هر سال است (راثین، به نقل از نوربخش، ۱۳۷۶: ۹۵).

در دفترچه دریانوردی و یادداشت‌های روزانه یکی از ناخدایان بندرکنگ مرحوم عیسی عبدالله خلفان کنگی (۱۳۰۷-۱۳۸۴ هـ ش) که مربوط به

ساله کویته صاحب تقویم العجیری در تنظیم این تقویم در سال ۲۰۱۷ نوروز بحری را ۱۱ آگوست مصادف با ۲۰ مردادماه امسال مشخص نموده است. حال که به سال ۱۳۹۶ هجری شمسی رسیده‌ایم در بندرکنگ و روستای سلخ جزیره قشم روز ۲۷ تیرماه امسال را شروع سال نو دریا اعلام کرده‌اند.

نتیجه

وقت آن رسیده تا با بررسی اسناد، مدارک و



شواهد موجود تناقض و ابهام را کنار زده و صحت و سقم مسئله را دریابیم. زمان بسیار زیادی سپری شده و مردم ساحل‌نشین و دریازورز به دلیل ناآگاهی از مبانی علمی محاسبات نجومی، گفته‌های پیشینیان را مبنا قرار داده که این مسئله باعث به وجود آمدن ناهماهنگی در تقویم دریایی شده است.

دوران متاخر دریانوردی سواحل دور بوده و در دهه شصت هجری شمسی آن را در طول سفرهایش می‌نوشته، در سال ۱۳۶۰ اول نوروز دریا را ۴ اسد (مرداد) مصادف با ۲۷ جولای ۱۹۸۱ م و در سال ۱۳۶۹ آن را ۲ اسد (مرداد) مصادف با ۲۵ جولای ۱۹۹۰ م به ثبت رسانیده است.

دکتر صالح محمد العجیری (۱۹۲۰ م) منجم ۹۷

می‌توانیم در نظر بگیریم که آغاز سال نو، شروع فصل کار و فعالیت و خروج از گرمای شدید تابستان است و طبق قدیمی‌ترین سند موجود نوروز بحری در شهریورماه بوده است زیرا اواخر شهریور آغاز فصل سفر دریانوردان به سواحل بوده و در بین ساحل‌نشینان از نیمه خرداد تا شهریورماه کار و فعالیت دریا تعطیل بود که اصطلاحاً به آن مقطع زمانی گفال (قفال) می‌گفتند.

این تغییر قابل محسوس نبوده است. حال که بیش از نه قرن از پیدایش تقویم جلالی برجی می‌گذرد با کسر کیبسه‌های سال ۳۶۵ روزی متوجه می‌شویم که نوروز دریایی همان نوروز سلطانی بوده که شروع فصل بهار طبیعت را نوید می‌دهد. چرا که پس از نه قرن تغییر کرده و درست به جایی رسیده که ما امروز جشن سال نو دریا را برگزار می‌کنیم.

شمسی به ثبت رسانید. مسلماً زندگی انسان در گذر از هر مرحله تاریخی به مرحله دیگر دستخوش تغییر و تحولات بوده؛ زیرا انسان و طبیعت در حال تغییر است و درک انسان از نیازهایش، در همان مقطع زمانی را می‌طلبد. اختلال در تقویم و تاریخ‌نگاری پدیده جدیدی نیست که ما بدان گرفتار آمده‌ایم. در همین دوره معاصر با توجه به در دسترس بودن ابزارهای بسیار برای ثبت و ضبط حوادث و رویدادها باز هم دچار اشتباهات فراوان بوده‌ایم و نتیجه این غفلت چیزی جز مغشوش شدن اذهان و اختلاف نظر در مورد پدیده‌های پیرامون زندگیمان نبوده که باعث خسران و گمراهی آیندگان از وضع موجود خواهد شد. دقت و غور کردن در این امور ما را به مسیر درست هدایت می‌کند و موجب کشف خزاین و گنجینه‌های فرهنگی و معنوی نیاکانمان می‌شود؛ چرا که ما میراث‌داران امروز وظیفه حراست و پاسداری از آن برای آیندگان را به عهده داریم.

▣ منابع و مآخذ:

- اباحسین، علی (۱۴۰۲هـ.ق/۱۹۸۲م)، عقد الدرر فی معرفه حساب نوروز اهل البحر (جابرعباسی)، بحرین، الوثیقه، سال اول، شماره اول (رمضان)
- العجیری، صالح محمد (۱۴۳۸هـ.ق)، تقویم العجیری سنه ۱۴۳۸ هجریه، چاپ کویت.
- انصاری نسب، بنیامین (۱۳۹۶)، انسان‌شناسی آیین‌های دریایی، چاپ اول، تهران، نشر اوان.
- دریایی، احمدنور (۱۳۸۴)، مراسم آیینی و فولکلور مردم بندرکنگ، چاپ اول، تهران، نشر احسان.
- سدیدالسلطنه، محمدعلی (۱۳۸۱)، صید مروارید: المناسف فی احوال غوص و الغوص، چاپ دوم، تهران، پژوهشکده سازمان میراث فرهنگی کشور.
- نوربخش، حسین (۱۳۷۶)، ایرانیان دریانورد پیشگام و نوآور در دریاها، چاپ اول، تهران، انتشارات روابط عمومی و ارشاد اسلامی کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران.
- وثوقی، محمدباقر (۱۳۸۹)، علل و عوامل جابه‌جایی کانون‌های تجاری در خلیج فارس، چاپ اول، تهران، انتشارات پژوهشکده تاریخ اسلام.
- هومند، نصرالله (۱۳۷۴)، گاهشماری باستانی مردمان مازندران و گیلان، چاپ اول، تهران، ناشر مولف.
- ۴۸۵/www.arqir.com -
- www.khayyam.info/persian/default.htm



درباره رویداد و حوادث مربوط به دهه‌های مختلف این تقویم باید بگوییم چون در شروع و مبداء سال نو اختلاف نظر بسیار بوده، همه چیز رنگ می‌بازد و خط بطلانی است بر هر آنچه تا به امروز گفته‌اند و باور داشته‌اند زیرا در طول زمان ثابت نمانده و اندک اندک در حال تغییر بوده اما می‌توان این رویدادها را برحسب ماه‌های برجی یا

اما نظریه دوم قوت بیشتری به خود می‌گیرد و با آنچه درباره پیدایش سال جلالی ذکر شد مطابقت دارد. طی این سالیان دریانوردان بر اثر اشتباه در تنظیم تقویم و عدم در نظر گرفتن کیبسه سبب به وجود آمدن این خطا شده‌اند تا مثلاً بعد از چهل سال محاسبه نکردن سال کیبسه، شروع نوروز دریایی ۱۰ روز زودتر آغاز گردد که برای یک نسل

معما بازی

در این مطلب چند معمای جالب را برایتان انتخاب کرده‌ایم که با پاسخ دادن به آنها، علاوه بر سرگرم شدن می‌توانید میزان هوش و دقت خود را نیز محک بزنید. پاسخ معماها را در شماره بعد بیان می‌کنیم.

بچه‌های عزیز یادتون نره از پاسخ نامه عکس بگیرید و با عبارت معما بازی به آدرس ایمیل pr@hosco.ir بفرستید داخل ایمیل حتما اسم پدر و مادرتون، اسم خودتون، کدپرسنلی، شماره تلفن و اسم شرکت قید بشه. ما هم به قید قرعه به ۱۰ نفر جایزه میدیم.

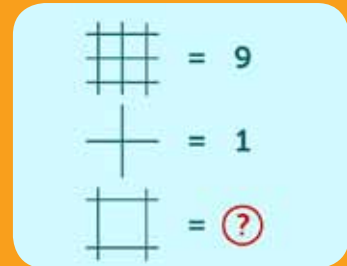


● ۵ خواهر در اتاق حضور دارند

سارا کتاب می‌خواند. بنفشه آشپزی می‌کند. بهار شطرنج بازی می‌کند. شهین لباس‌های کثیف را داخل ماشین لباسشویی قرار می‌دهد. خواهر پنجم چه می‌کند؟

● یک وان پر از آب در مقابل شماست. شما یک قاشق، یک لیوان و یک سطل در اختیار دارید. کدام یک از آنها برای تخلیه وان مناسب است؟

● در جای سوال عدد مناسب قرار دهید.



● این اتوبوس به کدام سمت حرکت می‌کند؟



جالب است بدانید نشنال جئوگرافیک این معما را به‌عنوان بخشی از مجموعه مسابقات هوش تلویزیونی در یوتیوب به نمایش گذاشت و مدعی است ۸۰ درصد از کودکان زیر ۱۰ سال بلافاصله پاسخ درست را دادند.



گل‌های فولاد



پرهام باقری

یکی از فرزندان با استعداد فولاد هرمزگان برای ما کلی نقاشی قشنگ فرستاده. پرهام جان باقری، دست درد نکته. پرهام جان با تلاش و پشتکاری که داری در آینده نقاش ماهر و معروفی میشی. فرزندان دلبند فولاد هرمزگان همشون با استعدادن. بچه‌های عزیز شما هم اگه نقاشی دارید، کار دستی درست کردید، داستان می نویسید یا در مسابقات مختلف مقام آوردین حتما کارها و آثار خودتونو به ایمیل

pr.hosco.ir با عبارت گل های فولاد

برای ما بفرستید

داخل ایمیل حتما اسم پدر و مادرتون، اسم خودتون، کدپرسنلی، شماره تلفن و اسم شرکت قید بشه



آی قصه قصه قصه...

نجاری که حصار نساخت

دو برادر باهم در مزرعه‌ای که از پدرشان به ارث رسیده بود، زندگی می‌کردند. یک روز به خاطر یک سوءتفاهم کوچک با هم جروبحث کردند. پس از چند هفته سکوت، اختلاف آنها زیاد شد. یک روز صبح، در خانه برادر بزرگ‌تر به صدا درآمد. وقتی در را باز کرد، مرد نجاری را دید. نجار گفت: «چند روزی است که دنبال کار می‌گردم، فکر کردم شاید شما کمی خرده‌کاری در خانه و مزرعه داشته باشید. آیا امکان دارد که کمکتان کنم؟»

برادر بزرگ‌تر جواب داد: «بله، اتفاقاً من یک مقدار کار دارم. به آن نهر در وسط مزرعه نگاه کن. آن همسایه در حقیقت برادر کوچک‌تر من است. او هفته گذشته چند نفر را استخدام کرد تا وسط مزرعه را کنند و این نهر آب بین مزرعه ما افتاد. او حتماً این کار را به خاطر کینه‌ای که از من به دل دارد، انجام داده است.»

سپس به انبار مزرعه اشاره کرد و گفت: «در انبار، مقداری الوار دارم. از تو می‌خواهم تا بین مزرعه من و برادرم، حصار بکشی تا دیگر او را نبینم.»

نجار پذیرفت و شروع کرد به اندازه‌گیری و اره کردن الوار. برادر بزرگ‌تر به نجار گفت: «من برای خرید به شهر می‌روم، اگر وسیله‌ای نیاز داری برایت بخرم.»

نجار درحالی‌که به‌شدت مشغول کار بود، جواب داد: «نه، چیزی لازم ندارم.»

هنگام غروب وقتی کشاورز به مزرعه برگشت، چشمانش از تعجب گرد شد. حصاری در کار نبود. نجار به‌جای حصار یک پل روی نهر ساخته بود.

کشاورز با عصبانیت رو به نجار کرد و گفت: «مگر من به تو نگفته بودم برایم حصار بسازی؟»

در همین لحظه برادر کوچک‌تر از راه رسید و با دیدن پل فکر کرد که برادرش دستور ساختن آن را داده است. از روی پل عبور کرد و برادر را در آغوش گرفت و از او برای کردن نهر معذرت خواست.

وقتی برادر بزرگ‌تر برگشت، نجار را دید که جعبه‌ابزارش را روی دوش گذاشته و در حال رفتن است. کشاورز نزد او رفت و بعد از تشکر، از او خواست تا چند روزی مهمان او و برادرش باشد.

نجار گفت: «دوست دارم بمانم ولی پل‌های زیادی هست که باید آنها را بسازم.»





پوپک راه جدید ارتباطی ما با شما و شما با همکارانتان



POOPAK
ک ۶ ۹ ۶

قطع زنجیره انتقال



ویروس کرونا



شرکت فولاد هم‌مکان
پدیده‌ها تنها در این کام‌خانه فولادها می‌گذرد

روابط عمومی