



آرژ

گاهنامه روابط عمومی شرکت
سیمان اصفهان (همدانیان)

سال اول | شماره دوم | تیر ماه ۱۳۹۹



سیر روشن



امروز دنیا اعمال ما و شما را زیر ذره بین گذاشته است تا ببیند چکاره ایم و چقدر توان مقابله با مشکلات را داریم. امروز پدر پیر شما خمینی از تمامی شما کارگران و صنعتگران و متخصصان می خواهد که با تمام قدرت مواظب باشید که دوباره مردم ما گرفتار ابرقدرتها و قدرتها نشوند. مشکلات یکی پس از دیگری رخ می نماید، و نظام نوپای ما انشاءالله در مقابل آنها چون کوه ایستاده است.

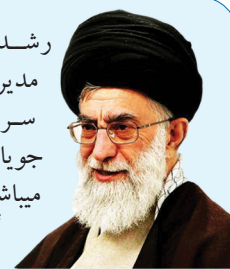
رهبر

در حال حاضر هلدینگ سیمان اصفهان در بخش هایی از جمله ساختمان که پیشران حرکت در جهت جهش تولید می باشد حضور کامل ندارد و همچنین در بخش حمل و نقل ترکیبی (جاده و ریل) نیز می تواند منشا حرکت جهشی قرار گیرد. شایسته است مدیران مجموعه ضمن بررسی راهکارهای مناسب در این خصوص فعالانه برخورد نموده و طرح های خود را در جهت نیل به اهداف سازمان به کار گیرند، از سویی به علت وضعیت مناسب بازار بورس در مقطع کنونی، شایسته است اقدامات لازم اعم از بررسی راهکارهای حضور بیشتر و اثر بخش تر هلدینگ در این حوزه و روشهای اخذ وام و جذب تسهیلات دولتی و همچنین جذب سرمایه گذار جهت این امر در اسرع وقت انجام گردد.



رهبر

رشد و شکوفایی بخش صنعت در گرو تدبیر و مدیریت صحیح و ایجاد امکان برای استفاده از سرمایه های مردمی، بدور از هر گونه حرکت امتیاز جویانه و امتیاز خواهانه در بخشهای دولتی و خصوصی میباشد و فساد مالی و اقتصادی در مسئولان، موجب گسترش آن به بدنه اقتصادی و کل کشور خواهد شد و لذا اتکاء به سرمایه های انسانی، منابع فراوان طبیعی داخلی و هویت ذاتی موجب شکوفایی واقعی اقتصاد کشور میگردد. که در این مسیر انشاءالله ایران اسلامی با تکیه بر منابع و استعداد های انسانی و با مدیریت متعهدانه، دلسوزانه و کارآمد در حوزه صنایع و معادن می تواند به شکوفایی واقعی اقتصادی برسد.



دهم تیرماه، روز صنعت و معدن گرامی باد



خاطره ای از نخستین روزهای راه اندازی کارخانه سیمان اصفهان



گزیده ای از خاطرات آقای مهندس علی عصاجی، اولین مدیر فنی شرکت سیمان اصفهان (همدانیان)

قسمت دوم

اندکی بیشتر تولید دارد که در آن زمان تولید بالایی بود. در نهایت ایشان سفارش ساخت کارخانه ای مشابه همان کارخانه ی سیمان بیروت را دادند. چون کوره و سایر تجهیزات آن کارخانه ساخت شرکت پلی زیوس آلمان بوده ایشان به آلمان مسافرت می کند و به آن شرکت اعلام می کند که ما خواستار راه اندازی یک کارخانه مشابه کارخانه بیروت در ایران هستیم و سفارش ساخت را به آلمانی ها می دهند. در آن زمان سه کارخانه دیگر در ایران بوده که اولین آن در ری و موسوم به سیمان ری بود که در سال ۱۳۱۴ تأسیس شده بود با یک کوره ۱۰۰ تنی که البته بعداً توسعه پیدا کرد. کارخانه دیگر سیمان در شیراز بود که همان اواخر راه اندازی شده بود و سومین کارخانه هم در تهران بود. بدین ترتیب چهارمین کارخانه سیمان کشور در اصفهان در سال ۱۳۳۴ و به همت مرحوم علی همدانیان ساخته شد که پس از سه سال در سال ۱۳۳۷ به بهره برداری رسید.

«ادامه دارد»

در آن سال ها هتل خیلی کم بود و مهمانان شرکت شهناز (بافناز فعلی) را در باغی در نزدیکی همین محل کنونی شرکت سیمان اسکان می دادند. یک روز جمعه که تعدادی از مهمان های خارجی مرحوم همدانیان برای گردش و کوه گردی به کوه های اطراف مکان فعلی کارخانه سیمان رفته بودند، یکی از مهمانان که گویا معدن شناس بوده متوجه خاک آهکی کوه های این منطقه می شود و به مرحوم علی همدانیان می گوید که این منطقه دارای خاک آهکی است و استعداد احداث کارخانه سیمان را دارد.

مرحوم علی همدانیان از این جا به فکر تأسیس کارخانه سیمان می افتد. ایشان پس از مدت کوتاهی تصمیم گرفتند که از شرکت سیمان کتانه در بیروت بازدید کنند. نهایتاً مرحوم همدانیان به بیروت رفت و کارخانه را از نزدیک دید و پس از تحقیق و صحبت با متخصصین و استادکاران و کارکنان آن کارخانه، پی برد که، کارخانه ی خوبی است و همه راضی هستند و روزی ۲۰۰ تن و یا

سعادت را در کجا می توان یافت؟

سمیناری برگزار شد و پنجاه نفر در آن حضور یافتند. سخنران به سخن گفتن مشغول بود و ناگاه سکوت کرد و به هر یک از حاضرین بادکنکی داد و تقاضا کرد با مژیک روی آن اسم خود را بنویسند. بعد، آنها را جمع کرد و در اتاقی دیگر گذاشت. سپس از حاضرین خواست که به اتاق دیگر بروند و هر یک بادکنکی را که نامش روی آن بود بیابد. آنها باید ظرف پنج دقیقه بادکنک خود را پیدا می کردند. همه دیوانه وار به جستجو پرداختند؛ یکدیگر را هل می دادند؛ به یکدیگر برخورد میکردند و هرج و مرجی راه انداخته بودند که حدی نداشت. مهلت به پایان رسید و هیچکس نتوانست بادکنک خود را بیابد. بعد، از همه خواسته شد که هر یک بادکنکی را اتفاقی بردارد و آن را به کسی بدهد که نامش روی آن نوشته شده است. در کمتر از پنج دقیقه همه به بادکنک خود دست یافتند. سخنران در ادامه گفت، «همین اتفاق در زندگی ما می افتد. همه دیوانه وار و آسیمه سر در جستجوی سعادت خویش به این سوی و آن سوی چنگ می اندازیم و نمی دانیم سعادت ما در کجا واقع شده است. سعادت ما در سعادت و مسرت دیگران است. به یک دست سعادت آنها را به آنها بدهید و سعادت خود را از دست دیگر بگیرید.»

واحد آموزش سیمان اصفهان

آموزش هزینه نیست بلکه نوعی سرمایه گذاری است که اگر درست و با برنامه ریزی انجام گیرد اهداف مورد نظر را با حد اقل هزینه محقق می سازد.

با شیوع کرونا در سراسر کشور در راستای حفظ سلامت کارکنان گرامی شرکت بنا به دستور مدیر عامل محترم کلاسهای آموزش موقتاً به حال تعلیق درآمد و پس از آماده نمودن کلاس طبق پروتکل بهداشتی و رعایت فاصله اجتماعی از تاریخ ۹۹/۳/۱ کلاسهای واحد آموزش مجدداً فعالیت خود را با برگزاری کلاسهای ذیل آغاز نمود:

- آموزش راه های پیشگیری از انتقال کرونا
- همکاری با مدیریت فنی شرکت جهت برگزاری سمینار نگهداری و انبارش و مبانی مقدماتی بیرنگ ها



بهره برداری از پروژه بگ هاوس کوره ۵۰۰ تنی شرکت سیمان اصفهان

نیم نگاه



شرکت توسعه
ساختمان و بتن
همدانیان

جلسه مجمع عمومی شرکت توسعه ساختمان و بتن همدانیان در روز سه شنبه مورخ ۹۹/۰۳/۲۰ راس ساعت نه و سی دقیقه در شرکت سیمان اصفهان برگزار گردید که پس از رسمیت جلسه

- آقای حبیب الله بهرامی به عنوان رئیس مجمع
- آقایان مهدی اسدی و جلیل خیامیم به عنوان ناظر
- آقای حسین سلطانی به سمت منشی انتخاب و پس از تأیید حضور اکثریت سهامداران جلسه وفق دستور کار مجمع تشکیل گردید.



شرکت حمل و نقل همدانیان

در تاریخ ۹۹/۰۳/۲۰ مجمع سالیانه شرکت حمل و نقل همدانیان در محل شرکت سیمان اصفهان برگزار گردید.

در این جلسه اعضاء هیئت رئیسه مجمع به شرح زیر انتخاب گردیدند:

- آقای حبیب الله بهرامی به عنوان رئیس مجمع
- آقای محمود رضا اخوان حریری به عنوان ناظر
- آقای جلیل خیامیم به عنوان ناظر
- آقای احمد اسحاقیان به عنوان منشی

در راستای تحقق خط مشی شرکت سیمان اصفهان و بهبود شرایط زیست محیطی، و با توجه به تجربیات موفق کارخانه در زمینه کاهش غبار خروجی از کوره ۲۰۰ تنی در دو پیش گرمکن ۹۰ و ۲۲۲ با استفاده از سیستم بگ هاوس، مقرر گردید جهت کاهش غبار خروجی از سردکن کوره ۱ به زیرحد استاندارد، طرح سیستم بگ هاوس به مرحله اجرا درآید.

گزارش پیشرفت پروژه:

- طراحی و تامین تجهیزاتی از قبیل کیسه ها، فیلترهدو تابلوی برق: شرکت شایان طرح (سال ۱۳۹۴)
- فن: طراحی و ساخت توسط شرکت منگان.
- کمپرسور و درایر: جهت تامین هوای فشرده مورد نیاز براساس اطلاعات ارسال شده شرکت شایان طرح (پس از انجام مناقصه در تیرماه ۹۵ شرکت هواسازان تبریز)
- طراحی و اجرای سازه بتنی بگ هاوس: توسط بخش ساختمانی شرکت سیمان اصفهان (تکمیل فعالیتها در انتهای سال ۹۶)
- ساخت و نصب: ساخت تجهیزات فلزی بگ هاوس نظیر بگ هاوس، هاپر و سازه فلزی زیر آن، داکتها و سازه های فلزی زیر آنها، دودکش و سایر تجهیزات مربوطه و نصب کلیه تجهیزات پروژه و فن بگ هاوس توسط کارگاه ساخت شرکت سیمان اصفهان (پس از تحویل نقشه ها - شروع ساخت: از تاریخ ۹۴/۱۰/۱ و ساخت و نصب بخش اعظم تجهیزات و کیسینگ بگ هاوس تا انتهای سال ۹۶ و ابتدای سال ۹۷)
- راه اندازی: با وجود مشکلات متعدد و طولانی شدن زمان اجرا، با همت تیم مدیریتی شرکت، و اختصاص بودجه لازم و با اقدامات و پیگیری های صورت گرفته، سرانجام در تاریخ ۹۹/۰۳/۲۷ با پایان تعمیرات اساسی کوره یک وارد مدار گردید.

برند و نقش اهمیت مدیریت آن در سازمان

برند یا نام تجاری یکی از سرمایه های اصلی و دارایی های نامشهود هر سازمان محسوب می گردد و توانایی به کارگیری این دارایی های نامشهود، قدرت ارزش آفرینی بالایی را برای هر سازمان و بنگاه اقتصادی به همراه خواهد داشت. این دارایی های نامشهود به خوبی باعث افزایش و تقویت ارزش سرمایه های مشهود شرکت می شوند و نقش بسیار مهمی در توسعه کسب و کارها و عملکرد تولید کنندگان کالاها و خدمات خواهند داشت. برندسازی یا ایجاد یک نام تجاری قوی، کلید ورود به بازارهای جهانی و ماندگاری و موفقیت در آن است. نقش ارتباطات جدیدی همچون «ارتباطات بازاریابی» و «روابط عمومی بازاریابی» مطرح و درحال توسعه و گسترش بوده اند. «از دفتر کار بیرون بروید و با مصرف کننده ارتباط مستقیم برقرار کنید». از «برند» یا «نام تجاری» تعاریف گوناگونی بعمل آمده است. نیک نامی، خوشنامی، اعتبار، هویت، قول و تعهد ساده ترین تعاریفی است که از برند شده است. برند شما تعهد و وعده ای است که در هر فعالیت بازاریابی، و هر تعامل با مشتری خود به آنها می دهید و تلاش می کنید تا در بلند مدت به آن وفا دار

برند یا نام تجاری یکی از سرمایه های اصلی و دارایی های نامشهود هر سازمان محسوب می گردد و توانایی به کارگیری این دارایی های نامشهود، قدرت ارزش آفرینی بالایی را برای هر سازمان و بنگاه اقتصادی به همراه خواهد داشت. این دارایی های نامشهود به خوبی باعث افزایش و تقویت ارزش سرمایه های مشهود شرکت می شوند و نقش بسیار مهمی در توسعه کسب و کارها و عملکرد تولید کنندگان کالاها و خدمات خواهند داشت. برندسازی یا ایجاد یک نام تجاری قوی، کلید ورود به بازارهای جهانی و ماندگاری و موفقیت در آن است. نقش ارتباطات جدیدی همچون «ارتباطات بازاریابی» و «روابط عمومی بازاریابی» مطرح و درحال توسعه و گسترش بوده اند. «از دفتر کار بیرون بروید و با مصرف کننده ارتباط مستقیم برقرار کنید». از «برند» یا «نام تجاری» تعاریف گوناگونی بعمل آمده است. نیک نامی، خوشنامی، اعتبار، هویت، قول و تعهد ساده ترین تعاریفی است که از برند شده است. برند شما تعهد و وعده ای است که در هر فعالیت بازاریابی، و هر تعامل با مشتری خود به آنها می دهید و تلاش می کنید تا در بلند مدت به آن وفا دار

برند یا نام تجاری یکی از سرمایه های اصلی و دارایی های نامشهود هر سازمان محسوب می گردد و توانایی به کارگیری این دارایی های نامشهود، قدرت ارزش آفرینی بالایی را برای هر سازمان و بنگاه اقتصادی به همراه خواهد داشت. این دارایی های نامشهود به خوبی باعث افزایش و تقویت ارزش سرمایه های مشهود شرکت می شوند و نقش بسیار مهمی در توسعه کسب و کارها و عملکرد تولید کنندگان کالاها و خدمات خواهند داشت. برندسازی یا ایجاد یک نام تجاری قوی، کلید ورود به بازارهای جهانی و ماندگاری و موفقیت در آن است. نقش ارتباطات جدیدی همچون «ارتباطات بازاریابی» و «روابط عمومی بازاریابی» مطرح و درحال توسعه و گسترش بوده اند. «از دفتر کار بیرون بروید و با مصرف کننده ارتباط مستقیم برقرار کنید». از «برند» یا «نام تجاری» تعاریف گوناگونی بعمل آمده است. نیک نامی، خوشنامی، اعتبار، هویت، قول و تعهد ساده ترین تعاریفی است که از برند شده است. برند شما تعهد و وعده ای است که در هر فعالیت بازاریابی، و هر تعامل با مشتری خود به آنها می دهید و تلاش می کنید تا در بلند مدت به آن وفا دار

برند یا نام تجاری یکی از سرمایه های اصلی و دارایی های نامشهود هر سازمان محسوب می گردد و توانایی به کارگیری این دارایی های نامشهود، قدرت ارزش آفرینی بالایی را برای هر سازمان و بنگاه اقتصادی به همراه خواهد داشت. این دارایی های نامشهود به خوبی باعث افزایش و تقویت ارزش سرمایه های مشهود شرکت می شوند و نقش بسیار مهمی در توسعه کسب و کارها و عملکرد تولید کنندگان کالاها و خدمات خواهند داشت. برندسازی یا ایجاد یک نام تجاری قوی، کلید ورود به بازارهای جهانی و ماندگاری و موفقیت در آن است. نقش ارتباطات جدیدی همچون «ارتباطات بازاریابی» و «روابط عمومی بازاریابی» مطرح و درحال توسعه و گسترش بوده اند. «از دفتر کار بیرون بروید و با مصرف کننده ارتباط مستقیم برقرار کنید». از «برند» یا «نام تجاری» تعاریف گوناگونی بعمل آمده است. نیک نامی، خوشنامی، اعتبار، هویت، قول و تعهد ساده ترین تعاریفی است که از برند شده است. برند شما تعهد و وعده ای است که در هر فعالیت بازاریابی، و هر تعامل با مشتری خود به آنها می دهید و تلاش می کنید تا در بلند مدت به آن وفا دار

حضرت امام رضا (علیه السلام):
هرگاه برای شما پیش آمد سختی روی داد، بوسیله ما اهل بیت از خدا یاری بجویید.

انتخاب

طی احکامی همکاران گرامی ذیل در سمت های جدید منصوب گردیدند:
جناب آقای سید جمال قاضی عسکر به عنوان مشاور و مدیر دفتر مدیر عامل
جناب آقای محمدرضا عابدینی به عنوان مشاور مدیر عامل در امور بازرگانی
آرزوی موفقیت روز افزون در سمت جدید را از خداوند سبحان برایشان خواستاریم.

تبریک

همکار گرامی سرکار خانم مهسا وهابی
اکنون که خواست خداوندی بر پیوند مبارکشان تعلق گرفته است، ضمن عرض تبریک این پیوند خجسته، از درگاه آفریدگار یکتا برای سرکارعالی و خانواده محترمان سعادت و تندرستی آرزو مینمائیم.

تبریک

همکاران گرامی جناب آقای محمد نجفی جناب آقای سجاد درویشی
خبر مسرت بخش تولد فرزند نورسیدتان بسیار شادی آفرین بود. ضمن عرض تبریک صمیمانه، سعادت، تندرستی و موفقیت روز افزون جنابعالی و خانواده محترمان را از درگاه آفریدگار یکتا مسئلت داریم.

تسلیت

همکاران محترم، آقایان محمد ابراهیم ابراهیمیان عباس و رسول دهقانی فوآد زندی
با نهایت تأثر و تأسف مصیبت وارده را به شما و خانواده محترم تسلیت عرض نموده از درگاه خداوند متعال برای تازه گذشته رحمت واسعه الهی و برای کلیه بازماندگان صبر و شکیبایی مسئلت داریم.