

МАГНИТОГОРСКИЙ МЕТАЛЛ

ВТОРНИК

17

сентября

№ 177

(9354)

Цена договорная

Газета выходит
с 5 мая 1935 года

Газета акционерного общества «Магнитогорский металлургический комбинат»

Какой завтра будет флажок?

Каждое утро на строительстве специализированного дома «Ветеран» заседает общественный штаб и подводит итоги дня минувшего. На экране соревнования коллективов, занятых на объекте, появляются разноцветные флажки: красным отмечаются передовики, перевыполняющие свои дневные задания, зелеными — справляющиеся с ними на 100 процентов, черными — отстающие. Два предприятия «Промжилстрой» — «Благоустройство» и «Энергия» отмечены на экране одними красными флажками.

Но «Благоустройству» грозит вынужденная задержка: на восточной стороне дома не демонтирован башенный кран, хотя по графику его следовало убрать еще 12 сентября. На оперативном совещании, проведенном на стройке в пятницу, 13 сентября было дано срочное задание управлению механизации и автотранспорта «Промжилстрой» убрать кран, согласовав свои действия с управлением механизации треста «Магнитострой», которому и принадлежит этот башенный кран. Но время не терпит, если не предоставить «Благоустройству» фронта работ, то он просто может не успеть к сдаче дома, к 27 сентября выполнить все благоустроительные работы вокруг дома.

Это не единственная несогласованность в действиях смежников, занятых на возведении дома достойной старости. Срок сдачи объекта стремительно приближается, а работ практически на всех этажах дома еще не выполнено; а смотрящий уже в половине четвертого — в четыре промжилстроевские отделочники уже потянулись один по одному к автобусной остановке. То ли материалами не обеспечиваются еще на час — полтора работы, то ли уровень их организации требует улучшения.

М ХАЙБАТОВ.



СЕЛЬСКИЙ ЦЕХ КОМБИНАТА

В народе говорят: лето — припаса, зима — подбериха. Пришла пора прикинуть: будет ли что металлургам в столовых к обеду подать?

Животноводческое отделение «Поля орошения» теплично-садового совхоза, специализирующееся на производстве мяса, для внутренних потребностей комбината, в том числе и заводских столовых, поставляет за год не менее 335 тонн говядины и 625 тонн свинины. В нынешнем году план по мясу будет обеспечен.

Чтобы получить хорошие привесы, бычков и свиней необходимо вдосталь кормить. Как сообщил главный агроном ТСС Н. М. Пищиков, зерно-

выми, выращенными на корма, хозяйство обеспечено полностью. Урожай этих культур нынче выше средней многолетней цифры — 18 центнеров с гектара. Достаточно заготовлено грубых и сочных кормов: сена, силоса, соломы.

Доказано, что на вкусовые качества мяса влияет множество факторов: кормежка, содержание, уход за животными. Все это обеспечивают животноводы отделения. От скотников в первую очередь зависит привес животных. По словам зоотехника Г. И. Ермыша, ежесуточная норма привеса бычков составляет 500-600 гр. Но среди рабочих есть и лидеры.

Например, у скотника Александра Николаевича Журавлева за последние месяцы его бычки ежедневно прибавляли в весе по 700-800 гр. А их у него «на руках» полторы сотни. Немало стараний нужно приложить, чтобы из 150-килограммового «малыша» вырастить тушу в полтонны — такова кондиция при сдаче.

Скотники напрямую заинтересованы, чтобы животные были ухоженными и сытыми, потому что ежесуточный привес бычка или жирной хавроньи влияет на коэффициент премиальных к зарплате. Люди держатся за работу: хорошим труженикам выделя-

ют квартиры в коттеджах, достраивается детский садик для сельских ребятшек...

Кроме мяса на столе металлургов в достатке будет и овощей, выращенных на полях и в теплицах ТСС. Главный агроном заверил: потребность комбината питания АО ММК в них полностью закрыта. Моркови, свеклы, картофеля, помидоров, лука, укропа, огурцов с избытком хватит до нового урожая.

Что касается продажи овощей металлургам для домашних запасов, в этом году такой необходимости нет: рынок насыщен ими.

Н. БАРИНОВА.

На фото В. МАКАРЕНКО: скотник А. Н. Журавлев со своими питомцами.

Как работает служба public relations

Станислав РУХМАЛЕВ,

заместитель начальника Центра по связям с общественностью, руководитель пресс-службы, редактор газеты «Экономический вестник» АО ММК.

когда Эдуард Бернейз, племянник Зигмунда Фрейда, открыл в Нью-Йорке фирму, основными направлениями деятельности которой провозглашались «управление известностью» и «советы по отношениям с общественностью».

В современных условиях никакое предприятие, компания или организация не могут успешно действовать без сотрудничества со своей общественностью, то есть со своими работниками, партнерами и потребителями. Эта общественность может быть местная или зарубежная, но в любом случае успех определяется взаимопониманием.

Наводить мосты такого взаимопонимания на комбинате поручено Центру по связям с общественностью, созданному в июне 1995 года. Руководит центром Е. Н. Верников, начинавший пять лет назад с должности пресс-секретаря, потом возглавивший пресс-службу. Сегодня в составе Центра пресс-служба, редакция газеты «Магнитогорский металл» и группа социологов.

Основные задачи Центра: — формирование имиджа и корпоративной идеологии АО ММК с помощью средств массовой информации; — распространение информации о деятельности АО ММК через средства массовой информации; — изучение и формирование общественного мнения; — использование комплекса идеологических и социально-психологических методов для реализации стратегии и повышения эффективности

деятельности АО ММК, снижение социальной напряженности, повышение трудовой и социальной активности трудящихся.

Информационно-пропагандистскую деятельность мы осуществляем по трем основным каналам:

1. Внутри АО ММК — выпуск газет «Магнитогорский металл» и «Экономический вестник», подготовка передач студией «ТВ-ММК».

2. В городе — через газеты «Магнитогорский рабочий» и «Русский дом», городское ТВ и городское радио, независимые радиостанции.

3. Через региональную и российскую прессу и центральное ТВ, зарубежные издания.

К примеру, за 1995 год и 7 месяцев 1996 года только в «Магнитогорском рабочем» было опубликовано более 228 информации и 110 статей и корреспонденций о деятельности АО ММК. В это же время в областных газетах было напечатано более 250 информации и заметок о делах магнитогорских металлургов. Причем речь идет только о материалах, подготовленных непосредственно пресс-службой комбината.

Информируя горожан, акционеров о деятельности АО, мы формируем у работников чувства причастности к делам предприятия, ответственности за конечный результат. Также формируется и общественное мнение о позитивном вкладе комбината в жизнь города.

Общественность, особенно во время кризиса, должна чувствовать, что она получает полную и достоверную

информацию о всем происходящем на ММК. Поэтому мы стараемся передавать все новости, в том числе и плохие. Поэтому же любая информация, которую мы готовим сами для газет, журналов, радио и ТВ или передаем журналистам, должна быть самой точной и самой правильной. Лозунги нашей пресс-службы: открытость, честность и добросовестность.

Прочные связи с местной, региональной и центральной прессой строятся прежде всего на основе личных контактов с руководителями средств массовой информации. Мы периодически организуем пресс-конференции, встречи руководства комбината с журналистами. В результате совместных действий удалось во многом преодолеть стереотипы мнений о комбинате. В атмосфере доверительного общения формируются нормальные человеческие отношения. Журналисты, разобравшись в проблеме комбината, пишут о них уже совсем по-другому.

Мы приглашаем журналистов на все важные события, готовим для них пресс-релизы.

Охотно едут к нам зарубежные журналисты. Магнитка привлекает их тем, что здесь по-настоящему идут реформы, много интересных людей. Только летом 1996 года на комбинате побывали корреспонденты популярного немецкого журнала «Штерн», киногруппа из Голландии, французский художник-фотограф Николас Полетт-Виллард, съемочные группы французского телевидения ТФ-1, американских телекомпаний Си-Эн-Эн и Эй-Би-Си Ньюс.
(Окончание на 3-й стр.)

Цены — на прежнем уровне. Пока

В минувшем августе оптовые цены на важнейшие виды продукции производственно-технического назначения на рынке Челябинской области особых изменений по сравнению с июлем не претерпели. Единственным предприятием, повысившем цены, стал Челябинский электрометаллургический комбинат.

АО ММК не повышал оптовые цены на свою продукцию, и они остались практически на уровне предыдущих месяцев. А вот на сталь мелкосортной катанки (круг 6,5 — 8 мм) наше акционерное общество даже снизило цену на 15 процентов — в минувшем месяце тонна такой стали отпускалась потребителям по 2060,1 тысячи рублей (в июле — по 2423,6 тысячи рублей).

Однако в ближайшее время ожидается активизация цен. Новое увеличение с 1 октября тарифов на электроэнергию на 60 процентов на так называемом оптовом рынке приведет к повышению себестоимости металлопродукции практически на всех отечественных предприятиях. По некоторым оценкам, вследствие изменения структуры затрат в отечественной черной металлургии из-за удорожания электроэнергии, оптовые цены на металлопрокат АО ММК возрастут на 80 процентов.

В. РЫБАЧЕНКО.

Материалы об экономике
на 2-й стр. номера



«Это не секретное пресс-бюро, мы работаем в открытую. Наша цель — давать новости. Но это и не рекламное агентство. Если вы считаете, что наш материал больше подошел бы для вашего рекламного отдела, не пользуйтесь им. Я всегда к вашим услугам, всегда готов помочь вам получить полную информацию». Эти слова принадлежат Айви Ледбеттеру Ли — первому профессиональному специалисту по связям с общественностью.

В 1906 году, помогая предотвратить назревавшую в компании Antracite Cole Roads and Main забастовку, он подготвил свою историческую «Декларацию о принципах» и разослал ее всем редакторам городских изданий. В 1914 году Айви Л. Ли стал личным советником Джона Рокфеллера-младшего. Именно ему удалось убедить общественность в том, что Джон Рокфеллер-старший — вовсе не «старый скряга-капиталист», а вполне «добродушный старичок, который раздаст гривенники детям и жертвует миллионы на благотворительность».

Сам термин «публик рилейшнз» стал употребляться после 1919 года.