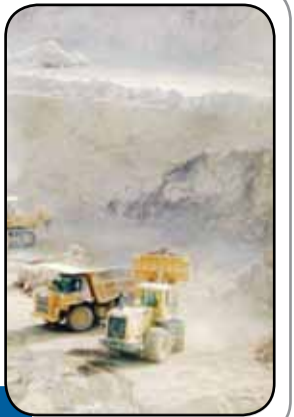


# روزگار معدن



شفافیت معادن  
زیر سقف شیشه‌ای

صفحه ۲



روابط عمومی، عنصر  
اصلی برندسازی

صفحه ۵

در گفت‌وگو با مدیران روابط عمومی مطرح شد:

## به روزرسانی پل‌های ارتباطی معادن

صفحه ۲



سرمقاله

روابط عمومی باید  
رافع موانع موجود باشد



صفحه ۲

یادداشت‌ها

ارتباطات زیربنای  
سایر علوم



صفحه ۲

شاخص‌های بهبود  
عملکرد روابط عمومی



صفحه ۴

گزارش

نیروی متخصص، حلقه  
مفقوده روابط عمومی

صفحه ۴

**COVID-19**

**منتشر می‌کند:**

**ویژه نامه کرونا و مسئولیت‌های اجتماعی**

**جهت هماهنگی و ارائه نقطه نظرات با  
تلفن ۳-۸۸۷۲۲۷۳۲ تماس حاصل فرمایید**

**کتاب بهترین هدیه است**

**توزیع، موسسه فرهنگی مطبوعاتی**

۱- برای خرید با تلفن ۸۸۷۲۴۲۱۱ تماس بگیرید. از سال در شهر تهران رایگان است  
۲- نماینده در سطح شهرستان‌ها پذیرفته می‌شود

**کتابفروشی و نشریاتی معتبر**

- نشر چشمه خیابان کریمخان زند، نبش میرزای شیرازی، شماره ۱۶۱، تلفن: ۸۸۹۰۷۷۶۶
- نشر نالت خیابان کریمخان زند بین ایرانشهر و ماهشهر شماره ۱۵۰، تلفن: ۸۸۳۲۵۳۷۷
- کتاب گویا خیابان کریمخان زند روبه روی ایرانشهر شماره ۹۱، تلفن: ۸۸۳۸۴۵۳۳
- کتاب دایره خیابان کریمخان زند بین ایرانشهر و ماهشهر شماره ۱۳۲، تلفن: ۸۸۳۱۹۷۴۰
- انتشارات زند خیابان کریمخان زند، بین خیابان خردمند و میدان هفت تیر، شماره ۵۸، تلفن: ۸۸۳۰۰۴۹۶
- کتاب لارستان مطهری ابتدای لارستان شماره ۱۰۰، تلفن: ۸۸۸۹۳۶۵
- کتاب دایره نشر فلک جنب سینما فرهنگ شماره ۱۵۹۰، تلفن: ۲۲۰۰۰۴۰۰
- کتاب شهر تهران شریعتی بین ملک و بهار شیراز روبه روی بانک ملی شماره ۴۲۰، تلفن: ۷۷۶۲۶۶۶۱
- کتاب ملک و ولنجک-بلوار دانشجو-گلستان شرقی-مجتمع تجاری ولنجک، تلفن: ۲۲۳۳۹۵۴۹
- پارسیان کتاب آبی ساز مجتمع تجاری واحد A، تلفن: ۲۲۳۴۱۴۱۳
- کتابسرای معاد فاطمی روبه روی برج بیمه ایران شماره ۱۴۴، تلفن: ۸۸۹۸۱۹۲۷
- شهر کتاب مجیدیه بزرگراه رسالت، بعد از چهارراه مجیدیه جنوبی، خیابان شهید هادی، جنب سرای محله، تلفن: ۸۸۴۲۳۳۳۹
- نشر فرهنگستان رسالت مترو علم و صنعت خیابان حیدرخانی شماره ۲۷، تلفن: ۷۷۸۰۳۸۲۳
- پژوهش مجیدیه مجیدیه شمالی ضلع شمالی میدان ملت شماره ۸۶۰، تلفن: ۲۲۵۳۹۱۸۲
- کتابفروشی گلستان نارنگ میدان هلال احمر خیابان گلستان شماره ۱۷۵، تلفن: ۷۷۹۹۸۷۱۷
- کتابفروشی فردوسی بزرگراه رسالت خیابان منصوری شماره ۷۵، تلفن: ۲۲۵۰۱۸۵۰
- کتابفروشی شفق شهرک غرب بلوار دادمان خ شفق نبش کوچه آفتاب، تلفن: ۸۸۵۶۶۲۲۰
- کتاب و نوشت افزار بوستان شهرک قدس بلوار فرحزادی ۱۸ متری مطهری شماره ۷۱، تلفن: ۲۲۰۸۸۸۱۱
- کتاب مولانا انتهای خیابان ستارخان بعد از بازار سنتی فاز ۲ مجتمع گلها ۲۵ واحد ۲۱/۳۱۲، تلفن: ۴۴۴۸۰۱۴۱
- کتاب شهر ایران فلکه دوم صادقیه آیت الله کاشانی ابتدای رامین، تلفن: ۴۴۰۴۳۰۹۰
- کتاب ریشه ستارخان خیابان یکم دریاں نو مجتمع مفید طبقه شماره ۲۲، تلفن: ۶۶۵۱۸۱۴۷
- بانک کتاب شرق تهرانپارس خیابان ۲۱۴ شرقی بعد از چهارراه ۱۳۴ شماره ۴۹۰، تلفن: ۷۷۳۹۵۱۳۳
- کتاب و تحریر دانش تهرانپارس خ ۱۱۵ تقاطع رشید و بهار، تلفن: ۷۷۷۲۷۳۶۶
- انتشارات هاشمی پاسداران مقابل خیابان گل نیل دستستان چهارم شماره ۱۳۳، تلفن: ۲۲۸۹۰۶۲۷
- شهر کتاب قبا پاسداران خیابان گل نیل خیابان شهید ناطق نوری شماره ۵۶ بوستان کتاب، تلفن: ۲۲۸۵۵۱۷۰
- کتابفروشی محسن پیروزی بین پل دوم و سوم خیابان بوستان نبش بوستان ۱۰، تلفن: ۳۳۱۹۶۶۵۸
- کتاب اکباتان شهرک اکباتان فاز ۲ بین بلوک ۱۵ و ۱۳، تلفن: ۴۴۶۸۲۶۹
- نشر کتاب مس شهرک اکباتان فاز یک بلوک C۴ بین ورودی ۳ و ۲، تلفن: ۴۴۶۵۹۰۳۵
- نشر باغ وایعسر نرسیده به تجریش روبه روی پمپ بنزین شماره ۱۳۱۲، تلفن: ۲۲۷۱۸۵۵۵

## روابط عمومی باید رافع موانع موجود باشد

ناصر بزرگمهر / مدیر مسئول  
management@smtnews.ir



روابط عمومی علم زندگی کردن است. بگذارید کمی نمایشی از روابط عمومی حرف بزنم. به قول دکتر نطقی، فرض کنید صحنه، بهشت است، بازیگران، آدم و حوا هستند، سیب، عامل روابط عمومی خواهد بود؛ به همین سادگی.

روابط عمومی یک علم است، دانش است، اما ساخت نیست. روابط عمومی یک قصه پیچیده نیست. روابط عمومی با یک سلام آغاز و با یک لبخند شکوفامی شود. در کنار این تعریف ساده، دهه تعریف علمی، پژوهشی، عاطفی و تجربی هم از روابط عمومی وجود دارد.

پیشینه اول من این است که تعریف‌های علمی را بخوانیم، کمی پژوهش کنیم؛ با تجربه خود در آمیزیم و عاطفی زندگی کنیم.

ارتباطات درون سازمانی و برون سازمانی و توجه به تبلیغات و امثال آنها را بارها شنیده‌اید. سنجش افکار عمومی و ارائه نظر به مدیران و تولید خبر و پاسخگویی و مانند آنها از وظایف اصلی روابط عمومی است، اما سخن بر سر این نیست که روابط عمومی باید کار واحد تشریفات را انجام دهد یا خیر، پوستر بچسباند یا نجسباند؛ سخن از حکایت تازه جهان از اصول روابط عمومی است.

روابط عمومی از اصول مبنایی و اهداف یک سازمان سرچشمه می‌گیرد که رمز بقا و پیشرفت سازمان شمرده می‌شود. یکی از آخرین تعریف‌های علمی درباره روابط عمومی می‌گوید: «اندیشیدن به وظایف و مسئولیت‌های فرد در فرآیند کار کنان هر سازمان در قبال جامعه و غفلت نکردن از وظیفه و هدفی که سازمان به خاطر آن تشکیل شده است.»

یعنی هر سازمان و شرکت و کارخانه و وزارتخانه‌ای باید به تناسب وظایف و مسئولیت‌هایش به مخاطب خود بیندیشد و همه موانع را از میان بردارد. روابط عمومی رافع موانع موجود است.

هر سازمان بزرگ یا مغازه کوچک باید به دنبال راهی باشد که به جامعه پیرامون خود بقبولاند که برای خدمت به او به وجود آمده است. این راه در هر سازمانی، از هر جایی که شروع و از زبان هر کس که گفته شود، باید از دانش روابط عمومی بگذرد تا به جامعه برسد. باید افکار عمومی را جدی گرفت.

اما شاید سوال شود که چرا باید خودمان را در معرض افکار عمومی به‌ویژه رسانه‌ها قرار دهیم؟ یا نیازی به خبررسانی وجود دارد؟ یا تبلیغات اهمیت دارد؟ یا پاسخگویی الزامی است؟ اگر همه این کارها را انجام دادیم، چه تاثیری خواهد داشت؟

بدون شک باید باور کنیم که در دنیای امروز، رسانه و روابط عمومی به هم گره خورده‌اند. پاسخ به هر کدام از این پرسش‌ها یادداشت‌های دیگری را می‌طلبد؛ اما پاسخ اصلی، یک سوال است. باید از کسانی که آن سوال‌ها را مطرح می‌کنند بپرسیم چقدر مردم و مخاطبان را باور داریم؟ کار روابط عمومی و رسانه‌ها در باور داشتن مردم تعریف می‌شود. در جهان امروز پاسخگویی و توجه به افکار عمومی یک اصل جدانشدنی از سیاست است.

پاسخگویی و توجه به روابط عمومی، علم است؛ جز آن‌لینفک دانش مدیریت است. در جهان پیشرفته امروز، برای هر تصمیم، قبل از آنکه اعلام شود، پاسخ پرسش‌هایی در آن زمینه فراهم می‌شود.

بارها گفته‌ام رئیس جمهوری آمریکا و بعضی از کشورهای غربی بعد از انتخاب شدن، در چند زمینه به‌صورت فشرده تحت آموزش کلان دانشگاهی قرار می‌گیرند. دروس «حفظ منافع ملی»، «روابط عمومی» و «پاسخگویی به افکار عمومی» را دوباره با استناد بر جسته دوره می‌کنند.

قرن بیست و یکم از طرف ۱۹۰ کشور جهان از جمله خود ما به‌عنوان قرن ارتباطات نام‌گذاری شد. حضرت امام خمینی (ره) در همان اوایل انقلاب به دولتمردان تاکید کردند کارهای خود را برای مردم بگویند. تاکید کردند که حتی کارهای کوچک و به‌نظر خودتان بی‌اهمیت را هم به مردم بگویند.

می‌گویند به مردم چه بگوئیم؟ خیلی چیزها. از خبرهای دوروبرتان بگویند، ماده اولیه ارتباطات اجتماعی «خبر» است. رسانه یعنی خبر. وقتی به همدیگر می‌رسیم، می‌گوئیم؛ چه خبر؟ و معمولاً جواب می‌شنویم؛ هیچ، سلامتی؛ اما وقتی حرف‌مان گل انداخت، همدیگر را بمباران خبری می‌کنیم. نخستین درسی که هر استاد روزنامه‌نگاری به آن اشاره می‌کند، این جمله است. «هر جا که فعالیت و حرکتی باشد باید خبری باشد و جایی که کاری در جریان است، باید کارنامه وجود داشته باشد.» به عبارت دیگر هر کاشتی، بعد از مرحله داشت، باید برداشتی داشته باشد.

ارتباط روابط عمومی‌ها با رسانه‌ها باید بر اساس کیفیت، تخصص و تیزر از یک نشریه باشد. درج خبر و آگهی در رسانه ۵۰۰ نسخه‌ای هم خوب است، اما مناسب یک روابط عمومی پویان نیست.

توجه به دنیای مجازی واقعیت امروز است. توجه به فناوری برتر از وظایف روابط عمومی‌ها است. در هر دقیقه ۷۲ ساعت فیلم روی یوتیوب آپلود و ۲۰۰ میلیون ایمیل در جهان ارسال می‌شود. اگر کاربری گفت من رهبر سومین کشور دنیا هستم اعراف نکرده است. وجود یک میلیون دواندی کاربر فیس‌بوک، نشانه درستی این حرف است. روابط عمومی‌ها باید بتوانند با استفاده از دنیای مجازی، گفت‌وگو ساز می‌کنند.

درباره تبلیغات هم باید دقت کنیم. برای هر کالایی باید به اندازه خودش تبلیغ کرد. حتی افراد هم باید به اندازه عقل و دانش خود تبلیغ کنند. بزرگ‌نمایی و غلو کردن، خطاست. تبلیغ یک دانش است که باید با تولید هماهنگ باشد.

می‌گویند روزی یک بار بر به شیری کرد و گفت: تو چرا اینقدر دیوانه‌وار نعره می‌زنی؟ شیر گفت: این نوع نعره زدن، دیوانه‌وار نیست، بلکه نوعی تبلیغ است. به من می‌گویند سلطان جنگل، خرگوش حرف‌های آنها را شنیدند، دوان دوان به خانه برگشت و با خود فکر کرد که کار شیر را انجام دهد و نعره بکشد. نعره او شبیه جیغ بود. روایه‌های صدای جیغ را شنید و او را بلعید.

روابط عمومی‌ها باید در تبلیغات بیشتر دقت کنند، از مطبوعات فقط انتظار تعریف و تمجید نداشته باشند و اجازه دهند رسانه‌ها کارشان را نقد کنند. راه پیشرفت سازمان‌ها از مسیر نقد و توجه به انتقاد و فراهم کردن رابطه دوسویه با اندیشمندان و روزنامه‌نگاران و متخصصان می‌گذرد.

کار در روابط عمومی‌ها را برای خود و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم یک فرصت خدادادی ببینیم. آینده سازمان‌ها در گرو وجود روابط عمومی‌های قدرتمند است.

## نقش روابط عمومی بر عملکرد معادن بررسی شد:

# شفافیت معادن زیر سقف شیشه‌ای



### منیر حضوری:

روابط عمومی اداره شناسایی، ایجاد، حفظ و نگهداری روابط مطلوب و حسنه بین سازمان و جامعه است. روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان و عملی ممتد، مداوم و طرح‌ریزی شده است که از طریق آن افراد می‌کوشند تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سروکار دارند به‌دست آورند.

یکی از مبانی توسعه سازمانی، روابط عمومی است؛ به دلیل آنکه مسئول روابط عمومی، پایگاه اطلاعاتی و ارتباطی سازمان است، در نتیجه نادیده گرفتن آن به‌معنای نادیده گرفتن حجم وسیعی از مخاطبان و اهمیت ندادن به پاسخگویی، کار گروهی و مشارکتی است.

روزنامه «روزگار معدن» درباره جایگاه و نقش این واحد در سازمان‌ها، اینکه چه نیازی به مسئول روابط عمومی است و چقدر این نقش در کنار رسانه‌ها مهم است با مدیران روابط عمومی چند شرکت معدنی گفت‌وگو کرده که در زیر می‌خوانید.

## روابط عمومی، یک اتاق شیشه‌ای از سازمان



فرهنگی است. اگر بخواهیم مهم‌ترین هدف یک روابط عمومی موفق را تبیین کنیم بی‌شک تولید محصول فرهنگی بر مبنای ماهیت و فلسفه وجودی آگاهی و شناخت دوسویه است. در حقیقت روابط عمومی نقشه راه طی شده و چشم‌انداز فراسو را تبیین می‌کند. مصداق‌یابی ختم‌شده کلی سازمان‌ها و در حقیقت به زبان متداولی با علم روش تحقیق، تحدید موضوع و معرفی‌سازی از جمله اقداماتی است که روابط عمومی‌ها آن را انجام می‌دهند.

در ادامه فرآیند تحدید موضوع، مصداق‌یابی، تحلیل داده‌ها، تنویر افکار عمومی و درازبانی اطلاعات و اخبار در ارتباط با رسانه‌ها است که معنا پیدا می‌کند. روابط عمومی در چرخه‌های اطلاعات انباشته‌شده را باز می‌کند تا با این کار هم از پنهان کاری یا دستکاری اطلاعات و داده‌ها جلوگیری کند و هم جامعه را در جهت اهداف سازمانی خوش اقبال کند. کاری که اگر به‌درستی انجام نشود، موجب سرریز توفانی از شبه‌خبرها و اطلاعات کذب برای تخریب حیثیت مجموعه می‌شود.

با این تفاسیر می‌توان به‌درستی دریافت که روابط عمومی‌ها در جهان امروز چه نقش مهمی را بازی می‌کنند. سرریز اطلاعات نادرست و گاهی مغرضانه در دهکده جهانی که ما در آن زندگی

می‌عاد ایران‌نژاد، رئیس روابط عمومی شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر: روابط عمومی‌های سازمان‌های عظیم و بنگاه‌های کلان صنعتی و معدنی و هر سازمان با ساختار، چارچوب و اهداف مشخص در جهان امروز از جایگاهی ویژه برخوردار هستند. آنها از یک سو، به‌عنوان نهاد واسط میان ساختارهای رسمی و حاکمیتی با مردم به‌شمار می‌روند و از سوی دیگر، اتاقی شیشه‌ای و شفاف از عملکرد سازمان متبوع خود هستند.

روابط عمومی‌های کارآ و تاثیرگذار علاوه بر تمامی این موارد، مأموریتی تعریف‌شده درباره هماهنگ‌سازی و پاسخگویی بخش‌های مختلف مجموعه خود دارند. این مأموریت گره‌چام به‌طور معمول در قالب الفاظ پیچیده علم ارتباطات و مدیریت بیان می‌شود و عموماً مردم درک مناسبی از کارکردهای آن ندارند اما مهم‌ترین کارکردی که آنها به جز پاسخگویی به مردم و نیروها دارند، انباشت اطلاعات و تجارب، انسجام‌بخشی، هویت‌بخشی و مستندسازی کارنامه و روزمه آن سازمان است.

روابط عمومی‌ها در حقیقت در آشاخه عمده فعالیت می‌کنند؛ هم به مردم و کارمندان خدمات ارائه می‌دهند و هم به‌دنبال ارزیابی و تحلیل داده‌ها و جمع‌بندی خروجی سازمان‌ها هستند. شاید بتوان گفت برآیند خدمات روابط عمومی، تولید کالای

می‌کنیم از ارزشی به‌مراتب بیشتر برخوردار است چراکه هر فرد به‌تنهایی با تلفن همراه خود می‌تواند نقش یک رسانه را بازی کند و در خوش‌بینانه‌ترین شرایط ممکن است تحلیل‌های یک شهروند عادی که از چندچون مناسبات سازمان‌ها نیز اطلاعی ندارد، مخدوش‌کننده چهره یک مجموعه باشد.

در عین‌حال در جهانی که روابط سایبری و فضای اینجاست که روابط عمومی‌ها با حفظ سعه‌صدر و اصول دموکراتیک می‌توانند با شفافیت صددرصدی و بازگو کردن حقایق و تنگناها از بسیاری از شایعه‌ها و تبعات اجتماعی و اقتصادی بعدی جلوگیری کنند.

در عین‌حال در جهانی که روابط سایبری و فضای مجازی حرف اول را می‌زند، روابط عمومی‌ها با به‌روز شدن و اتخاذ رویکردهای نرم‌افزاری مدرن می‌توانند موجب تسهیل جریان نوآوری و خلاقیت در میان نیروها و مخاطبان جامعه هدف خود شوند که همین امر نیز در نهایت بهره‌وری و بازدهی سازمان را ارتقا خواهد داد.

مهم‌ترین کارکرد روابط عمومی‌ها البته بدون تردید ارتباط سازنده و سالمی است که با رسانه‌ها برقرار می‌کنند. رسانه‌ها می‌توانند دیدگاه‌های انتقادی، پیشنهادها، درخواست‌ها و انتظارات جامعه را به روابط عمومی‌ها منتقل و در مقابل روابط عمومی‌ها نیز

## روابط عمومی، بخشی از مدیریت سازمان



نقش‌های مختلف روابط عمومی‌ها بستگی به مأموریت هر سازمان دارد. نکته مهم اینکه روابط عمومی را بخشی از کارکردهای اصلی مدیریت هر سازمان دانسته‌اند؛ بنابراین بالاترین مقام مسئول هر سازمان، مسئولیت روابط عمومی را نیز برعهده دارد اما بنا به

ملاحظات تخصصی و محدودیت‌های اجرایی، انجام این مهم را به بخشی از سازمان محول و اختیارات لازم را نیز به‌تبع آن تفویض می‌کند. درباره اینکه در دنیای امروز چقدر نقش روابط عمومی مهم است باید گفت همان‌قدر که موضوع ارتباط بین انسان‌ها اهمیت دارد، این موضوع هم مهم است. در طول زمان ارتباط بین انسان‌ها، جوامع انسانی، دولت‌ها، بنگاه‌های اقتصادی و تمامی ارکان تشکیل‌دهنده اجتماع، همواره در حال

محمدرضا مقبسه، مدیر روابط عمومی هلدینگ «ومعدان»: از منظر آکادمیک نظریه‌ها و رویکردهای مختلفی در مقوله روابط عمومی و نقش و جایگاه آن در سازمان‌ها وجود دارد. در این زمینه بسیار در مباحثه‌ها، مقالات و کتب شنیده و دیده‌ایم؛ به‌طور مثال اینکه روابط عمومی به‌مثابه چشم و گوش سازمان، پل ارتباطی سازمان با مخاطبان درون و برون آن، مشاور امین مدیران و... است. اما در یک نگاه کلی، مختصر و ساده، هر سازمان برای ادامه فعالیت و حیات خود ناگزیر از برقراری ارتباط تعاملی و دوسویه با مجموعه‌ای از ذی‌نفعان نظیر سهامداران، کارکنان، دستگاه‌های حاکمیتی، مشتریان بالقوه و بالفعل و امثال آن است که روابط عمومی، مدیریت کارآمد، موثر و درست این ارتباطات است. ساماندهی و اولویت‌بندی

## روابط عمومی و دانش رسانه‌ای



از جمله مشکلات آن است. به‌طور معمول افکار عمومی یک جامعه این‌گونه عمل می‌کند که با شنیدن یک خبر حتی اگر صحت نداشته باشد اما با پس‌زمینه ذهنی و تفکرات او سازگار باشد، آن را باور می‌کند و در برابر سایر خبرها و اطلاعات صحیح و دقیق موضع می‌گیرد.

پس خلأ اطلاع‌رسانی به‌موقع از سوی رسانه‌های رسمی مورد اعتماد می‌تواند زمینه اقبال به این‌گونه خبرها در فضای مجازی را فراهم کند اما اینکه کدام خبر صحیح و کدام غلط است نیازمند داشتن توان تجزیه‌وتحلیل است که به‌طورقطع زمان لازم دارد. در فضای مجازی کمتر می‌توان به صحت‌وسقیم اخبار و مطالب منتشرشده اعتماد و اطمینان حاصل کرد؛ به این دلیل که به‌طورمعمول منابع اطلاعاتی ناشناس و گم هستند، امکان تحریف واقعیت‌ها بسیار است و به‌دلیل قابلیت مداخله کاربران در تولید محتوا امکان مخدوش شدن اخبار و مطالب وجود دارد. در تحلیل اخبار یا باید شناخت کافی نسبت به موضوع و سابقه آن داشته باشیم و از شرگردهای القای خبر یا تبلیغات هم آگاه باشیم یا به خبرهایی که به لحاظ ساختاری با عقل و منطق منافات دارد، شک کنیم و کمی به خودمان زمان دهیم تا با کسب اطلاعات بیشتر از منابع مختلف و تحلیل

. درباره اینکه چه نیازی به مسئول روابط عمومی است باید گفت مسئول واقعی روابط عمومی هر سازمان، خود مدیر سازمان است چراکه روابط عمومی در اصول و وظایف و عملکردهای مدیریت به‌شمار می‌رود اما بنا به مقتضیات تخصصی و محدودیت‌های اجرایی موجود، مدیر سازمان در حقیقت این بخش از نقش خود را به بخش دیگری به‌عنوان روابط عمومی واگذار می‌کند. درباره اینکه چقدر نقش روابط عمومی در کنار رسانه‌ها تکمیل می‌شود نیز باید گفت رسانه به‌طورقطع اصلی‌ترین ابزار ایفای نقش روابط عمومی در حیطه اطلاع‌رسانی و تاثیرگذاری بر افکار عمومی است. روابط عمومی و رسانه تنها با رسیدن به یک تفاهم و درک مشترک و ایجاد تعامل پویا و دوسویه با یکدیگر می‌توانند به وظایف خود عمل کنند.

داده‌ها به نتیجه معقول و تصمیم‌گیری برسیم. فراموش نکنیم تصمیم‌گیری فرآیندی است که در آن اطلاعات نقش اصلی را بازی می‌کند؛ اول باید اطلاعات موردنیاز تصمیم‌گیری فراهم شود تا بتوان اطلاعات را ترکیب و تصمیم‌گیری کرد. فرآیند تصمیم‌گیری، باید نحوه استفاده از اطلاعات را یاد بگیریم که این مستلزم افزایش دانش رسانه‌ای به‌طور حرفه‌ای است و نمی‌توان از همه افراد جامعه انتظار رسیدن به این توان بالا را داشت. امروزه تمامی سازمان‌های دولتی و غیردولتی و موسسه‌های بازرگانی، صنعتی و غیرانتفاعی، دانشگاه‌ها و اتحادیه‌ها در هر کشور، کوشش مداومی دارند که پشتیبانی و همکاری عمومی را جلب کنند. جلب پشتیبانی و همکاری افکار عمومی جزئی از کارهای روزانه هر یک از موسسه‌ها در جوامع مدرن امروز است. واحد روابط عمومی توانسته در این زمینه نقش اساسی ایفا کند و از فعالیت‌های خود در ایجاد سازگاری و هماهنگی بین سازمان‌ها از یک طرف و افراد و گروه‌ها از طرف دیگر نتایج مطلوبی به‌دست آورد. روابط عمومی هنر ایجاد اعتماد عمومی نسبت به سازمانی است که این سمت چشم و گوش امین و وجدان بیدار آن محسوب می‌شود. مسئول روابط عمومی، فردی است که نه به اتکای حکم و مأموریت اداری بلکه

با سلاح عشق و علاقه شدید قلبی به ایجاد ارتباط سازنده میان کسانی که تشنه برقراری ارتباط و مبادله پیام‌های تفاهم با هم هستند، مبادرت می‌کند، اما تمامی این تعاریف زمانی جامه عمل می‌پوشند که فعال روابط عمومی با شناخت ابزارهای ارتباطی بتواند اهداف سازمانی را پیاده‌سازی کند. همانطور که اشاره شد، ارتباطات عامل مهمی برای دگرگونی و تحول در جهان معاصر است. از اختراع صنعت چاپ گرفته تا پیدایش فناوری‌های نوین مخابراتی و ارتباطی، همگی در خدمت تغییر و تحول بوده‌اند؛ بنابراین یک فعال حوزه روابط عمومی چه بخواهد و چه نخواهد باید با افزایش دانش رسانه‌ای واقعی انجام شود بی‌تردید می‌تواند سو و آگاهی کامل نسبت به کارکردهای مختلف رسانه جمعی از سوی دیگر خود را از توفان پیام‌ها مصون نگه دارد و در بحران‌های محیطی، بهترین و مناسب‌ترین واکنش را نشان دهد.

بسیاری از کارشناسان علوم اجتماعی بر این باورند که چنانچه استفاده از این وسیله ارتباطی فراگیر، با هدف رفع نیازهای واقعی انجام شود بی‌تردید می‌تواند عامل موثر در توسعه اجتماعی شود، در غیر این صورت تبدیل به ابزاری مخرب در راستای گسترش تنش‌های روحی و روانی و از هم پاشیدن بنای یک ساختار منسجم اداری، خدماتی، تولیدی، صنعتی و... خواهد شد.

**دوشنبه**

- ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۹
- ۲۴ رمضان ۱۴۴۱
- ۱۸ مه ۲۰۲۰
- سال دوم • شماره ۳۶۰

یادداشت

### ارتباطات زیربنای سایر علوم

**محمد ایرانمنش**

مدیر روابط عمومی

شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر



در عصر حاضر اگر نگویم ارتباطات نخستین عنصر و اساسی‌ترین اصل مورد نیاز بشر است، به جرات می‌توان گفت ارتباطات یکی

از بنیادی‌ترین دانش‌ها و مهم‌ترین عوامل پیشرفت انسان امروزی و شالوده و زیربنای سایر علوم قرن حاضر است. روابط عمومی هنر و علم اجتماعی است که درون و برون دستگاه را به هم پیوند می‌دهد، هدف و چگونگی پیوند برنامه‌ها را ترسیم می‌کند و مشاور امین مدیر و تمامی کارکنان دستگاه است؛ بنابراین لازم است مدیر و کارکنان صد درصد به وی اعتماد داشته باشند. روابط عمومی آینه زیبایی‌هاست. یک اتاق شیشه‌ای است که از هر طرف آن، همه چیز زیبا دیده می‌شود. از آنجایی که روابط عمومی چشم و چراغ یک دستگاه است، باید همه چیز را ببیند و همه چیز را نیز زیبا بنمایاند. روابط عمومی حافظ منافع دستگاه مربوطه و مردمی است که با آن سروکار دارند. امروزه به‌نظر می‌رسد معیارهای غالب در جامعه ما بی‌توجهی به ارزش‌های نهفته در کار روابط عمومی‌ها است، به‌طوری که این امر باعث شده در بسیاری از سازمان‌ها، بخش روابط عمومی میدل به بخش تبلیغات سازمان و در آن کمتر به مفاهیم و ارتباطات دسویه پرداخته شود. صاحب‌نظران معتقدند اگر نقش روابط عمومی را در ایجاد یا تقویت فرهنگ توسعه، بومی کردن سرمشق‌های توسعه، کشف و معرفی ظرفیت‌های جامعه، بازآفرینی فرهنگی، حفظ تعلق و پیوستگی بدانیم در این صورت این نهاد باید بتواند از هر نوع گستگی و ناپیوستگی جلوگیری کند یا حداقل کاهش‌دهنده فاصله و شکاف میان جامعه و دستگاه‌های اجرایی باشد. درباره اینکه در دنیای امروز چقدر نقش روابط عمومی مهم است باید گفت در فضای رقابتی عصر جدید، خوشنامی، هویت و اعتبار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گسترش خوشنامی سازمان و شرکت و خنثی‌سازی شایعات علیه شرکت از وظایف روابط عمومی‌ه است. روابط عمومی مترادف است با حفظ و توسعه خوشنامی و برآیندی است از آنچه شرکت می‌گوید، عمل می‌کند و دیگران درباره آن می‌گویند. فعالیت‌های روابط عمومی یک سازمان اعم از برگزاری سمینار یا حتی فعالیت‌های مذهبی باید در راستای تحقق اقتدار آن سازمان انجام شود. این دستورالعملی است که روابط عمومی‌ها باید در زمینه خوشنامی سازمان‌های خود اجرا کنند زیرا مردم براساس عملکردهای سازمان درباره آن قضاوت می‌کنند. روابط عمومی‌ها باید روی مقوله آموزش نیروهای انسانی سرمایه‌گذاری کنند چراکه آموزش به یادگیری می‌انجامد و یادگیری به تغییر رفتار؛ به این ترتیب آموزش، ابزار است و یادگیری هدف. درباره اینکه چه نیازی به مسئول روابط عمومی است، باید گفت رشد و شکوفایی ایده‌های خلاق در روابط عمومی علاوه بر سایر فاکتورها، مستلزم وجود ویژگی‌ها و خصوصیات خاص رفتاری در مدیران است. اگر زمینه‌های لازم برای بروز خلاقیت مهیا نباشد از خلاقیت و نوآوری خبری نیست. سازمان‌ها از نظر خلاقیت و جامه عمل پوشاندن به نظرات اعضا متفاوت هستند. مدیران توانمند هر سازمان با تسلط به برخی علوم مرتبط با رفتار سازمانی می‌توانند محیط مناسبی برای رشد خلاقیت و نوآوری ایجاد کنند. مدیران می‌توانند با شیوه‌های رفتاری خاص از جمله احترام به باورها و عقاید جدید و بکارگیری مدیریت استعداد، کارگزاران روابط عمومی را تشویق به خلاقیت و نوآوری کنند. محول کردن بخشی از مسئولیت‌های مرتبط با روابط عمومی به کارگزاران و ارزش دادن به خدمت‌رسانی به مخاطبان نیز در رشد خلاقیت و نوآوری آنها مفید است. مدیر می‌تواند توانایی و خلاقیت و نوآوری را در کارگزاران روابط عمومی ایجاد، ترویج و تشویق کند یا با رفتارهایش مانع از این امر حیاتی در روابط عمومی شود. داشتن توانایی عقلاتی، گزینش سبک فکری ابداعی در مقابله با مشکلات احتمالی و انگیزش برای به فعل درآوردن ایده‌های جدید ازسوی مدیران روابط عمومی می‌تواند در رشد این توانایی هم در سطح مدیریت و هم در سطح کارگزاران مثمر باشد. درباره اینکه چقدر نقش روابط عمومی در همکاری با رسانه‌ها مهم است باید گفت بدون تردید روابط عمومی‌ها و رسانه‌های جمعی به‌عنوان دو کانون مهم از نظام ارتباطی و اطلاع‌رسانی نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش آگاهی‌های عمومی جامعه و فرهنگ‌سازی و تنویر افکار عمومی، برعهده دارند.

امروزه یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین وظایف روابط عمومی‌ها در بعد برون‌سازمانی، برقراری ارتباطی صحیح و اندیشمندانه برپایه عقل و خرد با رسانه‌های جمعی است. در واقع یکی از مهم‌ترین ابزارها برای اینکه هدف، مقصود اصلی و جان کلام گزارش‌های شما به سمع و نظر مخاطبان برسد، رسانه‌ها هستند. اگر به پیشینه تشکیل نخستین واحد روابط عمومی در دنیا نگاهی گذرا داشته باشیم به این واقعیت می‌رسیم که این حرفه و فن از نظر ماهیت و کارکرد قرابت زیادی با رسانه‌ها دارد، به‌نحوی که در یکی از تعاریف قدیمی، روابط عمومی را هنر استفاده خردمندان از رسانه‌ها برای نفوذ در افکار عمومی تعریف کرده‌اند.

سازمان می‌تواند بدون آنکه استقلال خود را از دست بدهد، یک شریک برای رسانه‌ها باشد. در مجموع رسانه‌ها یک کانال کلیدی برای آگاه‌سازی شهروندان هستند تا آنها را از فعالیت و نقش سازمان و قدرت و جایگاه آن در کشور و جهان به‌طور مطلوب و شایسته آگاه کنند.

**در گفت‌وگو با مدیران روابط عمومی مطرح شد:**

# به‌روزرسانی پل‌های ارتباطی معادن



▲ **گروه معدن:** روابط عمومی مدون و برنامه‌ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است. روابط عمومی‌ها اصلی‌ترین حلقه ارتباط بین مدیران و کارکنان هستند و مسئولیت‌های خطیری در این زمینه برعهده دارند، به همین دلیل توجه ویژه به روابط عمومی، به‌عنوان نهادی که می‌تواند به شکل نظام‌مند، برنامه‌ریزی شده و سنجیده در جهت ایجاد، حفظ و گسترش تعامل و تفاهم مدیران یا کارکنان اقدام کند، بسیار حائز اهمیت

#### عمل بر اساس نظر سنجی



علیرضا امیری، مدیر روابط عمومی ذوب‌آهن اصفهان: اگر به روابط عمومی اعتقاد داشته باشیم، این واحد هم نقشی اثرگذار خواهد داشت. ذوب‌آهن اصفهان با مدیریت خوبی که داشته توانسته فعالیت‌های شایسته‌ای را در عرصه روابط عمومی به ثمر برساند. از

جمله مواردی که به آن بیشتر توجه شده می‌توان به تسهیل ارتباط با مدیرعامل، ذی‌نفعان و عمل براساس نظرسنجی از جامعه و کارکنان اشاره کرد. در زمینه تعامل با جامعه باید گفت با بررسی‌ها متوجه می‌شویم گروه‌های مرجع اشکالاتی دارند که در نتیجه فعالیت روابط عمومی‌ها بازتعریف و با اطلاع‌رسانی اشکالات حل می‌شود. با بررسی نظرسنجی‌ها و دیدگاه‌های موردی متوجه می‌شویم که شرایط خیلی بهتر از سال‌های قبل شده است.

درباره تاثیر ذوب‌آهن در توسعه منطقه‌ای و کشوری باید گفت ذوب‌آهن پیشینه خوبی در صنعت کشور داشته، به‌طوری که بسیاری باور دارند صنعت با ذوب‌آهن وارد کشور شده است. از جمله اتفاق‌های مهم اینکه ذوب‌آهن توانست تیراَهن H را تولید کند و به مخاطبان خاص خود ارائه بدهد، در حالی که در گذشته این نیاز از کشور اسپانیا تامین می‌شد. ذوب‌آهن همیشه به رسالت

است. روابط عمومی فرصتی مناسب را در اختیار مدیریت یک سازمان قرار می‌دهد تا تصویر شفاف‌تری از آنچه در محیط سازمان و همچنین جامعه در جریان است بیابد و برای پیشرفت هرچه بیشتر از آنها استفاده کند؛ از این‌رو باید گفت یک روابط عمومی خوب می‌تواند نقش مناسبی در پیوند مدیران و کارکنان و جامعه داشته باشد. روزنامه «روزگار معدن» در این شماره خود به‌مناسبت روز روابط عمومی به سراغ کارشناسان این

#### اهمیت استراتژی



ایرج ترابی، مدیر روابط عمومی فولاد مبارکه اصفهان: به‌طور معمول روابط عمومی‌ها به‌دلیل فقدان استراتژی و نقشه راه با مشکل روبه‌ور می‌شوند. در این بین فولاد مبارکه به‌عنوان یک شرکت سرآمد همواره بر استراتژی‌های خود تمرکز و سعی کرده این مشکل را رفع کند.

استراتژی همچون چراغی است که نگاه ما را بازر می‌کند. امروز فضا ایجاب می‌کند که شرکت‌ها چشم‌انداز و ماموریت خود را تعریف کنند و مورد بررسی قرار بدهند. به‌طور طبیعی اگر سازمان‌ها ایده و آرمانی نداشته باشند، نمی‌توانند در مسیر روشنی حرکت کنند. تمامی واحدها در شرکت فولاد مبارکه از جمله روابط عمومی اهداف مشخصی دارند و به سمت بهبود حرکت می‌کنند. به‌طور خاص ما در بخش روابط عمومی سعی کرده‌ایم بر مباحث آموزشی و روزرسانی نیروی انسانی تمرکز کنیم.

در بخش آموزش ما اهدافی را در سطح کلان و عمومی دنبال کرده‌ایم. نیاز آموزشی هر بخش تعریف شده و براساس آن دوره‌هایی با اساتید مجرب برگزار می‌کنیم.

#### سه‌م ۳۰درصدی صنعت و معدن از تسهیلات بانکی



مسائوی تقسیم کرد. تجزیه و تحلیل MICMAC بر پایه قدرت نفوذ (تاثیرگذاری) و میزان وابستگی (تاثیرپذیری) هر متغیر شکل گرفته و امکان بررسی بیشتر محدوده هر یک از متغیرها را فراهم می‌سازد.»

مستوفی اضافه کرد: جهش تولید، بدون تامین مالی رخ نخواهد داد و آنچه در بازار سرمایه حاکم شده، نوعی جابه‌جایی سرمایه است. به گزارش ایرنا، آیت‌الله «قرابعلی دری نجف‌آبادی» نماینده ولی قبه در استان مرکزی که در دوره چهارم و پنجم مجلس شورای اسلامی ریاست کمیسیون برنامه و بودجه را برعهده داشت، فروردین سال جاری گفته بود: نقدینگی بیش از ۲۰هزار میلیارد تومانی کشور باید در مسیر قطع وابستگی، توسعه صادرات، تقویت زنجیره‌های تولید، خوداتکایی و تاب‌آوری ملی و در نهایت «جهش تولید» به‌کار گرفته شود.

وی افزود: بخش عمده‌ای از نقدینگی کشور در خرید سکه و ارز هزینه می‌شود که این مهم نه تنها اقتصاد کشور را تضعیف می‌کند، بلکه شرایط معیشتی اقشار متوسط و پایین جامعه را با مشکل روبه‌ور می‌سازد، بنابراین دولت‌مردان و نمایندگان مردم در مجلس جدید باید برای هدایت نقدینگی کشور در مسیر رونق و جهش تولید برنامه‌های کاربردی تدوین کنند.

#### افزایش وسعت اکتشافات «مهدی‌آباد» به ۱۰۰ درصد



رئیس واحد معدن و اکتشاف مجتمع سرب و روی مهدی‌آباد گفت: همه محدوده‌های معدن سرب و روی مهدی‌آباد تحت اکتشاف قرار گرفته است. این در حالی است که پیشتر تنها ۳۰ درصد از این معدن اکتشاف شده بود.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران، محسن حاجی‌قاسمی با اشاره به اینکه «مهدی‌آباد» دومین معدن جهان از نظر ذخایر روی است، اظهار کرد: پیش از این، تنها ۳۰ درصد معدن مهدی‌آباد اکتشاف شده و ۷۰ درصد دیگر مورد اکتشاف قرار نگرفته بود.

وی ادامه داد: از این‌رو برنامه‌ریزی مدونی در مجتمع مهدی‌آباد انجام شد که براساس آن، گام به گام اکتشافات انجام شود.رئیس واحد معدن و اکتشاف مجتمع سرب و روی مهدی‌آباد تصریح کرد: براساس اولویت‌ها، ابتدا محدوده قدیمی معدن، به نام «کالامین» مورد اکتشاف قرار گرفت و تخمین ذخیره آن انجام شده که نتایج ارزنده‌ای حاصل شد.

حاجی قاسمی، افزود: از این‌رو شاهد حضور پیمانکار بخش شرقی معدن هستیم و عملیات استخراج در حال انجام است. حاجی قاسمی تصریح کرد: در سال ۹۷، عملیات اکتشافی در بخش غربی، به وسعت ۱۵۳۰هکتار به اتمام رسید.

وی ادامه داد: در بخش شمالی نیز اکتشاف تکمیلی انجام شد که از آن ۳۰ میلیون ماده معدنی حاصل شد. رئیس واحد معدن و اکتشاف مجتمع سرب و روی مهدی‌آباد گفت: با اکتشاف این ۳ محدوده (کالامین، غربی، شمال شرقی)



### شاخص‌های بهبود عملکرد روابط عمومی

غلامرضا فروغی نیا

مدیر روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان



هر اتفاقی در حوزه اقتصاد، فرهنگ یا مناسبات اجتماعی از ارتباطات آغاز می‌شود.

این ارتباط می‌تواند تاثیر مثبت

یا منفی داشته باشد. اما پر مسلّم جرقه هر اتفاقی در حوزه‌های یادشده از یک تلفن، یک جلسه و... آغاز می‌شود. حال اگر همه این برخوردها بخواهند سازماندهی شوند و به نتیجه مطلوبی برسند، باید تابع تشکیلات یا برنامه باشد. در چنین موقعیتی وظیفه ذاتی واحد روابط عمومی شکل می‌گیرد. بدون تردید نبود واحد روابط عمومی در یک مجموعه به تکرار آزمون و خطا منجر می‌شود و هزینه‌های یک شخصیت حقوقی را بالا می‌برد. روابط عمومی همه مناسبات را برنامه‌ریزی و برای تحقق آنها بودجه تعریف می‌کند. تجربیات گذشته را مدون و از تکرار مکررات جلوگیری می‌کند. به‌علاوه آنکه راه را برای مدیریت یک سازمان اعم از اینکه آن سازمان در حوزه اقتصاد، فرهنگ، سیاست و... باشد، هموار می‌کند. هر سازمانی بسته به نوع فعالیت خود یک نوع روابط عمومی می‌خواهد. نمی‌توان روابط عمومی یک واحد صنعتی در حوزه نفت و پتروشیمی و... را که جامعه تولیدات آن را با حساسیت بالایی دنبال می‌کند، با روابط عمومی آموزش و پرورش یا دانشگاه یکی دانست. اساسا اهداف و شرح وظایف هر یک متفاوت از دیگری است اما مشابهت‌های زیادی هم دارند؛ بنابراین مختصات هر سازمان در بزرگی و کوچکی واحد روابط عمومی، بودجه، تعداد پرسنل و امکانات هر یک با دیگری، در نتیجه‌گیری آن تاثیر خواهد داشت. چهره خارجی یک سازمان از مدیریت روابط عمومی آن مشخص می‌شود؛ بنابراین وضعیت ساختمان، امکانات لجستیکی و در نهایت کیفیت و کمیت نیروی انسانی یک واحد روابط عمومی بر دیدگاه بیرونی از آن سازمان تاثیر بسزایی دارد و آن را تبدیل به یک شاخص در میان روابط عمومی‌های ادارات و شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌کند. در ادامه و در تشریح وظایف روابط عمومی به‌ویژه در حوزه فعالیت‌های مرتبط با صنایع معدنی باید تاکید کرد که افراد روابط عمومی چند وظیفه برعهده دارند. در درجه نخست ارتباط با سهامداران و توجیه آنها از جمله وظایف واحد روابط عمومی است درحالی که این وظیفه در حال حاضر بر عهده واحد امور سهام شرکت‌ها گذاشته می‌شود. از آنجاکه واحدهای صنعتی و معدنی از منظر پیامدهای زیست‌محیطی با اطراف و همسایگان خود در ارتباط هستند؛ روابط عمومی در تنظیم این ارتباط نقش اثرگذاری دارد. روابط عمومی در تفسیر و اجرای مسئولیت‌های اجتماعی یک واحد صنعتی باید روابط تولیدکننده و همسایگان را متعادل کند.

بخشی از وظایف روابط عمومی در ارتباط با جامعه رسانه‌ای شکل می‌گیرد. اگر یک واحد صنعتی و معدنی نتواند ارتباط خوبی با رسانه‌ها داشته باشد یقینا تحت فشارهای روانی قرار خواهد گرفت.

حتی از داخل سازمان نیز ممکن است با تنش روبه‌رو شود؛ بنابراین یک روابط عمومی چابک باید با برخورداری از یک تیم قوی در زمینه تولید محتوای مورد نیاز رسانه‌ها را تامین کند، چراکه اگر نتواند ارتباط درستی با رسانه‌ها داشته باشد، چه بسا رفتار آنها باعث ایجاد فشارهای گوناگون سیاسی در حوزه قدرت سیاسی محلی و استانی می‌شود. البته روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان تاکنون با چنین چالش‌هایی روبه‌رو نشده است.

آشنایی با زبان، ادبیات و مفاهیم روزنامه‌نگاری در این موضوع کمک‌کننده بوده و در سایه این دانش، ارتباطی سازنده میان مدیریت داخلی شرکت و جامعه رسانه‌ای برقرار و تاکنون کمترین چالش میان این دو عامل ایجاد شده است. تیم حرفه‌ای واحد روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان نیز در این مهم اثرگذار بوده است. تولید اخبار، فیلم، گزارش و کلیپ همگی توسط این تیم حرفه‌ای انجام می‌شود.

آشنایی مدیریت روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان با رشته اقتصاد در دانشگاه نیز به ایجاد درکی سازنده در این واحد کمک کرده است. بومی بودن مدیر روابط عمومی را باید از دیگر شاخصه‌هایی دانست که تاثیر بسزایی بر بهبود عملکرد این واحد داشته است. این موضوع بر سرعت عمل تصمیم‌گیری و همچنین برقراری تعامل با مدیران شرکت تاثیر مثبت دارد. به‌علاوه آنکه در ایجاد تعامل با سازمان‌های بیرون از شرکت نیز کمک‌کننده است. برقراری رابطه صمیمی میان مدیران و کارکنان واحد روابط عمومی نیز تاثیر بسزایی در موفقیت فعالیت آنها دارد. خوشبختانه این مهم در روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان جاری شده است.

مدیریت و کارکنان شرایط یکدیگر را درک می‌کنند. در همین حال زمینه ترقی موقعیت شغلی افراد فراهم و روز به روز بر موفقیت و کیفیت علمی و تجربه آنها افزوده می‌شود. درنتیجه می‌توان گفت روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان یک نمونه کارآ و موفق است.

مدیرعامل شرکت صنایع ملی مس گفت: سال جاری بیش از ۱۰۰ هزار متر حفاری عمقی در کشفیات جدید معدنی حوزه سنگ معدن مس انجام می‌شود. به گزارش صدا و سیما، اردشیر سعد محمدی، با اشاره به تأکیدات رهبری به بخش معدن در جهت جهش تولید از کشف معادن جدید مس خبر داد و افزود: سال‌جاری خبرهای خوشی در زمینه استحصال مس داریم که بیش از ۱۰۰هزار متر حفاری عمقی جهت کشف و استخراج سنگ معدن مس و کشف ظرفیت‌های جدید معدنی از

جمله آنهاست. وی اضافه کرد: ظرفیت مس ما هم اکنون حدود ۳۲.۵ میلیون تن در قالب ۸ میلیارد کانسنگ معدنی است که رتبه هشتم جهانی را در این زمینه به کشور ما اختصاص داده است. او از توجه ویژه کشورهای اروپایی به سرمایه‌گذاری در این صنعت هم سخن گفت و ادامه داد: عنصر مس در اتحادیه اروپا به عنوان عنصر درجه اول برای سرمایه‌گذاری شناخته شده است. براساس برآوردها سهم نفت در انرژی مصرفی دنیا اکنون حدود ۳۹ درصد است که در ۳۰ سال آینده به ۱۳ درصد

### کشفیات جدید معدنی در حوزه سنگ معدن مس

کاهش خواهد یافت. در مقابل سهم انرژی الکتریکی از ۱۹ درصد کنونی به ۴۹ درصد افزایش می‌یابد. از این‌رو مس به عنوان یکی از کالاهای راهبردی در صنعت الکتریسته نقش ویژه‌ای دارد. سعدمحمدی کیفیت بالا را یکی از ویژگی‌های مس تولیدی ایران عنوان کرد و گفت: مس تولیدی ایران که به ۵-۹ معروف است، عیاری برابر با ۹۹.۹۹۹ درصد را دارد که به دلیل کیفیت و خلوص بالا ظرفیت بی‌نظیری را برای تامین نیازهای صنایع الکتریکی داراست. از این‌رو با توجه به پیش‌بینی‌ها مبنی بر افزایش

۶ تا ۸ میلیون تن تقاضای مس ظرف ۱۵ سال آینده در جهان، شرکت ملی صنایع مس برآن شده تا در یک افق ۴ساله ظرفیت تولید خود را به ۵۵۰ هزار تن مس کانلین افزایش دهد. مدیرعامل صنایع مس، ضرورت یک برنامه‌ریزی مدون در حوزه معدن را خواستار شد و با انتقاد از ساختارهای تامین مالی بنگاه‌های تولیدی افزود: توجه به معدن می‌تواند یکی از الگوهای مناسب برای محرومیت‌زدایی بوده که هم‌زمان می‌تواند سهم بیشتری را در تولید ناخالص ملی از آن خود کند.

# نیروی متخصص، حلقه مفقوده روابط عمومی

### گروه معدن:

«روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان است. علمی مداوم و طرح‌ریزی‌شده که از طریق آن، افراد می‌کوشند تفاهم و پشتیبانی کسانی که با آنها سروکار دارند را به‌دست آورند.» عبارت یادشده تعریفی از وظایف روابط عمومی به نقل از انجمن جهانی روابط عمومی است. با توجه به این تعریف، واحد روابط عمومی وظیفه برقراری ارتباط میان درون و بیرون یک سازمان را بر عهده دارد. این علم و حرفه در دنیای امروز جایگاه ویژه و منحصر به فردی را به خود اختصاص داده است. با این وجود، در ایران آنطور که باید مورد توجه قرار نگرفته است. حال به مناسبت روز ارتباطات و روابط عمومی گفت‌وگویی را با مدیران روابط عمومی شرکت‌های مختلف ترتیب داده‌ایم. از مجموع موارد بیان شده این‌طور برداشت می‌شود که اغلب فعالان این عرصه نیز از فقدان نگاه تخصصی به روابط عمومی رنج می‌برند و گلايه‌مند هستند.

### نویدبخش آینده‌ای درخشان

رضا صفریان، مدیر روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان به «روزگار معدن» گفت: عصر حاضر دنیای ارتباطات نامیده



می‌شود و علم روابط عمومی از اهمیت ویژه‌ای در جهان برخوردار است. با این وجود، این حرفه آنطور که باید و شایسته است در کشور ما مورد توجه قرار ندارد. متأسفانه نه‌تنها نگاهی علمی و تخصصی از سوی مدیران و متولیان سازمان‌ها به این فعالیت وجود ندارد، بلکه در نگاهی عامیانه این‌طور گمان می‌شود که هر فردی از عهده اجرای وظایف یک مدیر یا کارشناس روابط عمومی بر می‌آید. گوئی در کشور ما وظایف این حرفه به برگزاری رویداد محدود می‌شود. هرچند برخی از این چالش‌ها را می‌توان به عملکرد افرادی که در این مسند قرار گرفته‌اند هم نسبت داد.

مدیر روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان در پاسخ به پرسشی مبنی بر اهمیت و اثرگذاری حرفه روابط عمومی به‌ویژه در صنایع معدنی گفت: مردم با صنایع معدنی آنطور که باید مانوس نیستند؛ بنابراین این حرفه می‌تواند ذهنیتی مشترک میان

صنعتگران و افکار عمومی و مردم ایجاد کنند. بدون تردید جامعه جزو ذی‌نفعان اصلی صنایع معدنی کشور است. درنتیجه آگاهی مردم نسبت به اثرگذاری این صنایع در اقتصاد کشور و به‌تبع آن زندگی مردم، اهمیت ویژه‌ای دارد. وی افزود: برقراری ارتباط قوی و سازنده میان مردم و صنایع معدنی زمینه ایجاد اتفاقات مثبت را در توسعه این صنایع فراهم می‌کند، چراکه این افراد می‌توانند در قامت حمایت از این صنعت ظاهر شوند. آشنایی مردم با صنایع معدنی این نوید را می‌دهد که آینده درخشان‌تر است. صفریان گفت: روابط عمومی شرکت‌های فعال در حوزه معدن و صنایع معدنی اغلب نقش برجسته‌ای در ایجاد انگیزه برای مردم بر عهده دارند. این نقش به‌ویژه در روزهایی که همه‌گیری ویروس کرونا جامعه را با چالش‌های جدی روبه‌رو کرد، ظاهر شد. نمایش حضور صنعتگران در جبهه‌های تولید در چنین شرایط دشواری خود روحیه امید را در کشور زنده نگاه داشت. در همین حال باید تاکید کرد که فعالان بخش روابط عمومی و حمایتی در قالب اجرای مسئولیت‌های

اجتماعی شرکتی، زمینه آشنی هرچه بیشتر میان مردمان محلی و صنایع را فراهم می‌کنند. مدیر روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان درباره ارتباط روابط عمومی‌ها با رسانه‌ها گفت: متأسفانه در سال‌های گذشته و در مواردی ارتباط قوی و سازنده میان مردم و صنایع معدنی وجود نداشته است که به آن در اجرای رسالت خود کمک می‌کند. روابط عمومی برای برقراری رابطه‌ای شفاف با مردم به کانال‌های ارتباطی نیاز دارد و رسانه‌ها می‌توانند این امکان را در اختیار آن قرار دهند.

وی در ادامه تاکید کرد: روابط عمومی‌های سازمان‌های گوناگون باید با شفاف‌سازی به موقع و موثر تعاملی سازنده با رسانه ایجاد کنند. این تعامل تصویری مثبت از آن سازمان در افکار عمومی ایجاد می‌کند.

### روابط عمومی در ترازی نقد و نظر

محمد حسنی‌سعدی، مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت بورس کالای ایران در گفت‌وگو با «روزگار معدن» اظهار کرد: روابط



عمومی در ایران مفهومی کاملاً متفاوت با دیگر کشورهای جهان دارد.



محمد حسنی‌سعدی، روابط عمومی از جایگاه ویژه و با اهمیتی در جهان برخوردار است. مدیران روابط عمومی بیشتر جزو نزدیک‌ترین افراد به مدیرعامل یا رئیس مجموعه شناخته می‌شوند و همواره در بالاترین رده‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری حضور دارند. شاید بخشی از این اهمیت را بتوان به فعالیت گسترده آنها در مقایسه با ایران نسبت داد. روابط عمومی در سایر کشورها وظیفه مارکتینگ را بر عهده دارد.

البته مارکتینگ به اشتباه در فارسی بازاریابی ترجمه شده است، چراکه این واژه معانی بسیار گسترده‌تری دارد و بازاریابی تنها بخش محدودی از آن است؛ بنابراین روابط عمومی در سازمان‌ها از اثرگذاری بالایی برخوردار هستند و درنتیجه جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص می‌دهند. او افزود: اما متأسفانه روابط عمومی در ایران چنین جایگاهی را ندارد. درواقع فعالیت مدیران و کارشناسان

### هدف‌گذاری تولید ۳۰ هزار تنی شمش آلومینیوم

قرارداد و گفت: با توجه به ساختارهای زمین‌شناسی، ایران صاحب عیارهای با کیفیت نیست اما می‌بینیم که عیار مس معادن ما از رتبه اول در جهان برخوردار است. زارع به برنامه‌های این شرکت برای افزایش ظرفیت‌ها اشاره کرد و گفت: سال گذشته این شرکت در تولید شمش آلومینیوم ۱۰ هزار تن تولید داشته و امیدواریم سال‌جاری بتوانیم به تولید ۳۰ هزار تن برسیم. در بخش پودر آلومینا نیز سال‌جاری ۴ تا ۵ درصد نسبت به سال گذشته افزایش تولید خواهیم داشت.

**افزایش ۱۵ درصدی آلومینا نسبت به پارسل** مدیرعامل شرکت آلومینای ایران در پاسخ به این سوال که مشکلات ناشی از تحریم و کرونا تأثیری بر تولیدات این شرکت گذاشته یا خیر گفت: این شرکت در فروردین سال‌جاری و در بخش آلومینا نسبت به سال گذشته ۱۵درصد افزایش تولید داشته و در بخش تولید آلومینیوم نیز این شرکت در ماه اول راه‌اندازی خود ۱۰۰ تن تولید داشت که در فروردین سال‌جاری به رقم تولید ۱۵۰۰ تن شمش آلومینیوم دست پیدا کرد. زارع در ارتباط با تامین مواد اولیه شرکت سالکو گفت: تاکنون بیشترین نیاز این شرکت به مواد اولیه از سوی آلومینای جاجرم تامین شده است.

وی در پایان با اشاره به اینکه آلومینای جاجرم تنها تولیدکننده پودر آلومینا در کشور است گفت: به منظور حفظ این شرکت لازم است تا شرکت‌های آلومینیومی نسبت به پرداخت به موقع مطالبات آلومینیوم جاجرم فعال‌تر عمل کنند

### عبور تولید آهن اسفنجی از مرز ۲.۵ میلیون تن



تولید آهن‌اسفنجی در شرکت‌های بزرگ بخش معدن و صنایع معدنی و تابعه سازمان ایمیدرو در فروردین به رقم ۲میلیون و ۵۴۰ هزار و ۶۷۷ تن رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشد ۳درصدی دارد. به گزارش ایرنا، برپایه جداول آماری شرکت‌های فولاد مبارکه، سفیددشت، سبا، هرمزگان، کاوه جنوب، آهن و فولاد غدیر، شرکت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه، فولاد خوزستان، خراسان، میانه، سبزوار، شادگان، صابفولاد، آهن و فولاد ارفع، گل‌گهر، فولاد نیریز، چادرملو و فولاد بافت در فروردین ۹۹ بیشترین رشد تولید آهن‌اسفنجی را در بین واحدهای مورد بررسی، فولاد میانه به خود اختصاص داد. تولید آهن‌اسفنجی فولاد میانه (یکی از طرح‌های فولاد استانی) در فروردین سال‌جاری ۷۲ هزار و ۱۳۷تن ثبت شد که بالاترین رشد عملکرد به میزان ۱۵۷درصد را از آن خود ساخت. همچنین بیشترین کاهش عملکرد هم در دوره مورد بررسی مربوط به فولاد خراسان است که با تولید ۲۳هزار و ۷۷۷ تن آهن‌اسفنجی، ۸۱ درصد افت نسبت به فروردین ۹۸ نشان می‌دهد. علاوه بر این فولاد مبارکه نیز با ۷۱۱ هزار و ۵۰۰ تن تولید آهن‌اسفنجی در فروردین ۹۹ که نسبت به ماه مشابه در سال گذشته رشد ۲درصدی داشت، اما ۲۸ درصد کل تولید در بین واحدهای مورد بررسی را به خود اختصاص داد.

مدیرعامل شرکت آلومینای ایران در ارتباط با تامین نیاز شرکت‌های المهدی، هرمزل و ایرالکو به پودر آلومینا گفت: بخشی از نیازهای این شرکت‌ها به پودر آلومینا نیز از طرف الومینای جاجرم تامین می‌شود. وی وضعیت عیار بوکسیت در منطقه جاجرم را مدنظر

## فلزات

## دوشنبه

- ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۹
- ۲۴ رمضان ۱۴۴۱
- ۱۸ مه ۲۰۲۰
- سال دوم • شماره ۲۶۰

روی خط خبر

## پیام مدیرعامل

## فولاد خوزستان به

## مناسبت روز روابط عمومی

بسم الله الرحمن الرحيم

به گزارش روابط عمومی فولاد خوزستان، امروزه روابط عمومی‌ها نه به عنوان یک سامانه تشریفاتی و حتی اجرایی بلکه به‌عنوان یک مجموعه مشورتی و مدیریتی و همچنین عنصر اصلی در ارتقا و پیشرفت هر سازمانی جایگاه ویژه‌ای دارند و بدون روابط عمومی هیچ فعالیت و خدمتی انعکاس نمی‌یابد.

از سوی دیگر در دنیای امروز که دنیای ارتباطات است، نقش اصحاب رسانه به عنوان طلایه داران توسعه آگاهی که با به کارگیری هنر، مهارت، تدبیر و دانش خود، فضایی سالم برای اطلاع رسانی شفاف و ارتباط اثربخش بین مردم و سازمان‌ها را فراهم می‌کنند، موضوعی قابل تقدیر و غیرقابل انکار است و بی‌شک نام‌گذاری روزی به نام روز ارتباطات و روابط عمومی، بیانگر اهمیت روز افزون این مجموعه در دنیای پیچیده امروز است.

اینجانب فرارسیدن ۲۷ اردیبهشت ماه روز «ارتباطات و روابط عمومی» را به‌دست اندرکاران و فعالان این عرصه به ویژه همکاران پرتلاشم در مجموعه روابط عمومی گروه فولاد خوزستان که در مسیر تنویر افکار عمومی و اطلاع‌رسانی شفاف گام برمی‌دارند، تبریک و تهنیت عرض می‌کنم.

و من الله التوفیق

**علی محمدی**

**مدیرعامل فولاد خوزستان**

## وظیفه ختیر روابط عمومی در سال جهش تولید

اردشیر سعدمحمدی، مدیرعامل شرکت ملی صنایع مس ایران با صدور پیامی؛ ۲۷ اردیبهشت ماه؛ «روز ارتباطات و روابطعمومی» را گرامی داشت. به گزارش مس پرس متن پیام به این شرح است:

به نام خدا

«روز ملی ارتباطات و روابطعمومی» فرصتی است ارزشمند تا از زحمات تلاشگران حوزه ارتباطات و روابطعمومی، که به تعبیر مقام معظم رهبری نمایانگر اوضاع داخلی یک سازمان از یک سو و منعکس‌کننده مسائل درون آن زمان هستند، قدردانی شود. فعالان حوزه ارتباطات و روابطعمومی با قلم خود وظیفه خطیر آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده‌اند و این روزها این وظیفه مهم را در در شرایطی انجام می‌دهند که رسانه‌ها در شبکه‌های مجازی چارچ‌گونه می‌رویند و گاه بر طبل اخبار کذب و دروغ می‌کوبند و گاه بر شایعه‌پراکنی و انتشار اخبار بی‌اصل و اساس- ولی در این میان رسانه‌هایی هستند که با چشم و گوش باز اقدام به تولید محتوا و بازنمایی خدمات و اقدامات‌بنگانه‌ها و سازمان‌هایی می‌کنند که در شرایط سخت تحریم به‌دست آمده است. بدون شک خدمات و رکوردهای تولید به توسعه‌ای که شرکت ملی صنایع مس ایران به عنوان پیشران موتور اقتصادی کشور در سال رونق تولید به‌دست آورد بدون وجود یک روابط عمومی فعال و پویا در سطح جامعه انعکاس نمی‌یافت و موجب ایجاد شور و شوق و امید در میان مردم عزیز کشورمان نمی‌شد.

روابطعمومی شرکت ملی صنایع مس ایران بر خود لازم می‌داند که با تعهدی مسئولانه و با همت و تلاشی مضاعف در سال‌جاری که به نام جهش تولید مزین شده است با انعکاس به موقع اخبار و خدمات کارگران و کارکنان صف و ستاد که متعهدانه در مسیر جهش تولید گام بر می‌دارند قدم کوچکی در زمینه فرمایشات مقام معظم رهبری در حوزه جهش تولید و ایجاد تغییر محسوس در زندگی مردم بر دارد. اینجانب بار دیگر فرا رسیدن روز ارتباطات و روابط عمومی را به همه فعالان روابطعمومی کشور به ویژه کارمندان متعهد و پرتلاش روابطعمومی شرکت مس و مجتمع‌های مس سرچشمه، شهربابک و سونگون و باشگاه‌های ورزشی صنعت مس در استان کرمان و آذربایجان شرقی تبریک می‌گویم و برای همه آنها و خانواده‌های گران‌قدرشان آرزوی بهروزی و تندرستی از درگاه خداوند دارم.

## رکورد تولید روز انه فولاد خوزستان فولاد شکسته شد

تولید را از همین ابتدای سال در عمل ثابت کرد، افزود: در چهاردهمین روز از فروردین ۱۳۹۹ موفق شدیم، برای نخستین‌بار در تاریخ شرکت با عبور از مرز تولید ۱۲هزار تُن شمش فولاد، رکورد تولید روزانه را ارتقا دهیم، در ادامه و با پشتکار مئازدنی، رکورد ماهیانه را پس از ۲سال در فروردین به میزان بیش از ۳۴۵هزار تُن رساندیم. به عبارتی می‌توان گفت شرکت فولاد خوزستان در سال ۱۳۹۹ در مدار موفقیت حرکت می‌کند.

و روانی جامعه به دلیل شیوع ویروس کرونا تهدید می‌شود، می‌تواند روحیه بخش برای جامعه بالاخص خانواده فولاد خوزستان باشد.

این موفقیت حاصل تلاش بی‌وقفه و ایثارگونه‌ی، مردانی است که در هر شرایطی حفظ سننگر تولید و دستیابی به قله‌های موفقیت برایشان اولویت اول و آخر است.

مدیرعامل شرکت فولاد خوزستان با بیان اینکه، این مجموعه ایمان خود به تحقق شعار سسال جهش

## مدیر روابط عمومی منطقه ویژه صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس مطرح کرد:

# روابط عمومی، عنصر اصلی برندسازی



همگرایی و بهینه‌سازی امور رده‌بندی می‌شوند. دانشمندان ارتباطات البته دو وظیفه فرعی تشریفات و تبلیغات نیز برای روابط عمومی بر شمرده‌اند. دو ابزار یادشده کار روابط عمومی هستند، نه وظیفه، هدف و ماهیت آن. تشریفات شامل تحویل، تکریه، استقبال، همراهی، اسکان و پذیرایی یک شخصیت یا مهمان می‌شود. منظور از تبلیغات نیز اطلاع‌رسانی یک سویه ابزار روابط عمومی است، نه ماهیت و هدف اصلی آن.

یکی از ضعف‌های اساسی روابط عمومی در کشور ما فقدان همگامی استعداد ذاتی و مدارج تحصیلی است. همچنین مدیران روابط عمومی باید به دو علم ارتباطات و مدیریت آشنایی کامل داشته باشند. بیشتر مدیران روابط عمومی قاعد نگرش تفکرمدارانه به روابط عمومی هستند. داشتن توانمندی و استعداد ذاتی برای یک مدیر از ویژگی‌های مهم است. هر کس تحصیلات ارتباطی را گذرانده، متخصص روابط عمومی نخواهد بود؛ زیرا گذراندن تحصیلات به هیچ‌وجه نشان‌دهنده تخصص در یک حوزه نیست.

درواقع روابط عمومی را باید ترکیبی از فن و هنر برای برقراری ارتباط درست با مردم دانست. متأسفانه بحث انتخاب مدیر روابط عمومی در حال حاضر بیشتر رابطه‌ای شده است، در حالی‌که یک مدیر موفق روابط عمومی، باید فرهنگ عمومی کشور را به‌خوبی بشناسد و از سویی با علم روانشناسی و روانشناختی نیز تا حدی آشنایی داشته باشد. از دیگر مشخصه‌های یک مدیر روابط عمومی خوب و کارآمد می‌توان به صاحب‌نظر بودن او در امور فرهنگ اجتماعی، استفاده از مشاوران و نیروهای کارشناس بیرون از سازمان، تسلط بر فعالیت‌ها، سازگار و تصمیمات سازمان متبوع و… دانست. اگر برای روابطعمومی وظایفی مانند اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی، شکل‌دهی به افکار عمومی و

## با وجود اهمیت روابط عمومی‌ها متأسفانه در کشور ما نگاه تخصصی به این رشته وجود ندارد؛ بنابراین شاهدیم بیشتر روابط عمومی‌ها با پرداختن به اقدامات زودبازده، به برنامه‌های بلندمدت اهمیت نمی‌دهند

۹۹

در جامعه ما بی‌توجهی به ارزش‌های نهفته در کار روابط عمومی‌هاست. تاجایی که این موضوع باعث شده در بسیاری از سازمان‌ها بخش روابط عمومی تبدیل به بخش تبلیغات سازمان شود و کمتر به مفاهیم و ارتباطات دو سویه بپردازد. اگر نقش روابط عمومی را در ایجاد یا تقویت فرهنگ توسعه، بومی کردن سمرشق‌های توسعه، کشف و معرفی ظرفیت‌های جامعه، بازآفرینی فرهنگی، حفظ تعلق و پیوستگی بدانیم؛ این‌حوزه باید بتواند از هر نوع گسستگی و ناپیوستگی

سازمان‌های مختلف کشور چگونه است؟ با توجه به وضعیت موجود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در ایران و کیفیت کارکرد روابط عمومی‌ها از نظـر فعالیت‌های الکترونیک و اینترنتی، می‌توان گفت در میان همه اشکال روابط عمومی مدرن، ما فعلا در حد فاصل روابط عمومی الکترونیک و روابط عمومی دیجیتال قرار داریم. با توجه به اینکه از پیدایش روابط عمومی در ایران بیش از نیم قرن می‌گذرد، هنوز روابط عمومی با مسائل مختلفی روبرو است. متأسفانه بررسی تاریخی این دانش در ایران نشان می‌دهد که با وجود اندیشه‌ها و ایده‌های اصلاح‌طلبانه برای توسعه، هیچ‌گونه اقدام عملی بنیادی در این زمینه انجام‌نشده است. به همین دلیل نیز امروزه روابط عمومی‌ها بیشتر وقت خود را صرف برطرف کردن مشکلات خود می‌کنند، و رود به این مشکلات، توان و شرایط ایفای وظایف و رسالت راستین را از روابط عمومی گرفته است. در جامعه ایران نگرش به روابط عمومی فقط تبلیغاتی است که این امر موجب تحریف افکار و دورشدن روابط عمومی از رسالت اصلی خود شده است. امروزه به نظر می‌رسد که معیارهای قالب

● **چه عواملی بر این جایگاه اثرگذار هستند؟**

وظایف روابط عمومی در ۳ بخش اطلاع‌رسانی، تبلیغ و ترغیب و همچنین مشارکت‌جویی،

▲ **گروه معدن:**

در دنیای کنونی از روابط عمومی با عنوان دستاورد قرن بیستم یا هنر هشتم نام برده می‌شود. با وجودی که این علم عمر کوتاهی دارد، اما در دنیای کنونی مورد توجه و اقبال ویژه‌ای قرار گرفته است. زمان چندان طولانی از ورود نقش سازمانی روابط عمومی به سازمان‌ها نمی‌گذرد، اما در همین بازه زمانی کوتاه نیز توانسته جایگاه خود را در بسیاری از سازمان‌ها پیدا کند. هرچند این حوزه تاکنون آنطور که بایسته و شایسته است، در کشور ما مورد توجه قرار نگرفته است. حال فرا رسیدن روز ارتباطات و روابط عمومی بهانه‌ای شده تا به سراغ مدیران روابط عمومی برویم و نظر آنها را درباره این حرفه و اثرگذاری آن بر عملکرد صنایع گوناگون جویا شویم.

سعید خادمی‌پور، مدیر روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج‌فارس در گفت‌وگو با «روزگار معدن» روابط عمومی را

حافظ منافع سازمان‌ها دانست. با این وجود، متأسفانه در جامعه ایران نگرش به روابط عمومی فقط تبلیغاتی است. همین نگرش نیز موجب تحریف افکار و دور شدن روابط عمومی از رسالت اصلی خود شده است. متن کامل این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

● **جایگاه ارتباطات و روابط عمومی را در**

**جهان امروز چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

روابط عمومی عبارت است از تلاش برنامه‌ریزی شده و مداومی که با هدف ایجاد و حفظ حسن نیت و شناخت بین سازمان و مخاطبان آن انجام می‌شود. کلمات برنامه‌ریزی شده و مداوم نشان می‌دهند که حسن نیت و شناخت، به‌آسانی یا به خودی خود به‌وجود نمی‌آیند و در واقع باید ایجاد و حفظ شوند و نیز مشخص می‌کنند که فعالیت‌های روابط عمومی، برنامه‌ریزی شده است. هدف روابطعمومی به‌وجود آوردن حسن نیت و شناخت است و کسب شهرت یا تایید نیست. روابط عمومی را باید روشی تلقی کرد که سازمان‌ها برای حفظ اعتبار، محصولات، خدمات یا کارکنان خود با هدف دستیابی به شناخت و حمایت در پیش می‌گیرند. روابط عمومی آینه زیبایی‌هاست. یک اتاق شیشه‌ای است که از هر طرف آن همه چیز زیبا دیده می‌شود. روابط عمومی نیز وظیفه دارد همه چیز را ببیند و همه چیز را نیز زیبا نشان دهد. درواقع روابط عمومی حافظ منافع نهاد مربوطه و مردمی است که با آن سر و کار دارند.

● **به عقیده شما در دنیای کنونی، چه نیازی به روابط عمومی احساس می‌شود؟**

اگر ارتباطات را نخستین عنصر و اساسی‌ترین اصل مورد نیاز بشر در عصر حاضر بدانیم، اما به جرأت می‌توان گفت یکی از بنیادی‌ترین دانش‌ها و مهم‌ترین عوامل پیشرفت انسان امروزی و شالوده و اساس دیگر علوم قرن حاضر است. در واقع امروز نمی‌توان کشور قدرتمندی را دید که

مدیرعامل شرکت صنایع معدنی فولاد سنگان خراسان گفت: در

مجتمع فولاد سنگان خواف واقع در جنوب شرقی خراسان رضوی «جهش تولید» در سالی که با همین عنوان نام‌گذاری شده، با تداوم توسعه زیرساخت‌های معدنی محقق شد.علی امرایی در گفت‌وگو با ایرنا افزود: این درحالی است که شیوع بیماری همه‌گیر کرونا بر صنعت فولاد جهان موجب افت تولید فولادسازان چین و اروپا شده است.وی ادامه داد: کارکنان شرکت فولاد سنگان خراسان در شرایط بحرانی شیوع بیماری کرونا با رعایت همه شیوه‌نامه‌های بهداشتی مقابله و پیشگیری، موفق به ثبت رکورد تولید ماهانه گندله به میزان ۲۸۱ هزار و ۹۳ تن در ابتدای سال جاری شدند و رکورد خوبی را در سال جهش تولید در کشور و منطقه ثبت کردند. او گفت: این شرکت با ارسال روزانه بیش از ۱۶ هزار و ۲۰۰ تن گندله به صورت حمل ریلی، علاوهبر شکستن رکورد ارسال گندله به‌وسلیه حمل‌ونقل ریلی در یک‌ماه گذشته ضمن کاهش تردد حمل‌ونقل جاده‌ای،



## پیام‌مدیرعامل هلدینگ توکا فولاد به‌مناسبت‌روز روابط‌عمومی



به نام آنکه بشر را علم نوشتن به قلم آموخت به گزارش روابط‌عمومی هلدینگ توکا فولاد، ۲۷ اردیبهشت، روز جهانی روابط‌عمومی و ارتباطات نامگذاری شده است، فرارسیدن روز روابط‌عمومی و آغاز هفته روابط عمومی را در کشور عزیزمان به همه فعالان با اخلاص روابط‌عمومی‌ها تبریک و تهنیت می‌گوییم.

دست‌اندرکاران روابط‌عمومی و جامعه ارتباطات کشور، برای نامگذاری این روز در سطح ملی تلاش زیادی کرده‌اند اکنون وقت آن است تا اهدافی که برای ثبت چنین عنوانی در تاریخ رسمی کشور، در نظر گرفته شده است، با تلاش مضاعف بیش از پیش محقق شود.

نامگذاری ۲۷ اردیبهشت به عنوان روز ملی ارتباطات و روابط‌عمومی در تقویم کشورمان بیانگر اهمیت و جایگاه والای روابط‌عمومی، اطلاع‌رسانی و ارتباطات در مناسبات انسانی، سازمانی و اجتماعی در دنیای امروز است.

روز روابط‌عمومی فرصتی است تا بار دیگر نقش و جایگاه این نهاد تأثیرگذار را به عنوان هنر هشتم مرور کنیم:

۱- موفقیت سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌ها و دوامشان در عرصه فعالیت‌های تخصصی به عملکرد روابط‌عمومی‌های آن وابسته است، زیرا روابط‌عمومی مدون و برنامه‌ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است. بنابراین روابط عمومی یکی از عناصر و ارکان اصلی در ارتقاء و پیشرفت هر سازمانی، به شمار می‌رود.

۲- روابط‌عمومی، نقش موثری در هماهنگی تمامی اجزای هر سیستم سازمانی عهده‌دار است؛ طبیعتاً در هر سازمانی، هر واحد یا قسمتی، با نگاه بخشی، ساز خود را می‌زند. هنر روابط عمومی در این است که این سازها و صداهای گوناگون را به گونه‌ای هوشمندانه برای اهداف کلان و کلی سازمانی هماهنگ کند بنحوی که اهنگ خروجی نتایج سازمانی زیبا و دلنشین برای مخاطبان، مشتریان و ارباب رجوع باشد.

۳. روابط‌عمومی در تصمیمات راهبردی، یاری‌گر مدیران است و می‌تواند با ترسیم شفاف خدمات سازمان از یک‌سو و شناسایی انتظارات مردم و نقاط ضعف عملکرد سازمان، در دریافت تصمیمات استراتژیک مدیران اثرگذار باشد.

۴. روابط‌عمومی بیش و پیش از آنکه یک علم باشد، عشق است.

عشق به هم نشود، عشق به آگاهی و عشق به تلاش و بالندگی؛ بنابراین سخنی شرایط کار روابط عمومی شاید چیز برای خود روابط‌عمومی‌ها برای کسی قابل لمس نباشد و اگر این عشق نباشد چه بسا فعالان حیظه روابط‌عمومی در اثنای کار و وظیفه دچار آسیب‌ها و نگرانی‌های مآیوس‌کننده شوند.

۵. روابط‌عمومی تعطیل بردار نیست و این عرصه نیازمند تکنیک‌ها و خلاقیت‌های فراوانی است تا با تعامل و گفت‌وگو، شرایط متعدالی رادر هر سازمانی برقرار کند و کسانی در این جایگاه می‌توانند موفق باشند که ضمن تحمل پاره‌ای بی‌مهری‌های احتمالی، با تعامل سازنده بر همه مشکلات غلبه کنند. در پایان بار دیگر این مناسبت بزرگ را به همه تلاشگران عرصه روابط‌عمومی و ارتباطات به‌ویژه همکاران سختکوش در روابط‌عمومی‌های گروه توکا فولاد صمیمانه تبریک می‌گویم و برای همه این عزیزان آرزوی سلامتی و موفقیت روزافزون دارم.

**عبدالرضا جمالی**  
**مدیرعامل و عضو هیأت‌مدیره هلدینگ سرمایه‌گذاری توکا فولاد**

رئیس سازمان صمت زنجان، گفت: بیش از ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تن ماده معدنی از معادن استان زنجان استخراج شده است.

به گزارش مهر، ناصر فغفوری، با بیان اینکه استان زنجان دارای ظرفیت‌های معدنی بسیاری است، گفت: هم‌اکنون در استان زنجان ۳۲۱ معدن فعال با ۳۶ نوع تنوع معدنی وجود دارد و سرمایه‌گذاری در این معادن بیش از ۲هزار و ۷۰۰ میلیارد ریال است.

وی ذخیره قطعی این معادن را ۶۱۰ میلیون تن اعلام

کرد و یاد آورد: اشتغال ایجاد شده در این معادن بیش از ۳هزار و ۲۰۰ نفر است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان، گفت: در سال گذشته بیش از ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تن ماده معدنی در استان زنجان استخراج شده است.

فغفوری تأکید کرد: تولید مواد معدنی سرب و روی، سولفات بور و، سیلیس، خاک صنعتی، سنگ تزئینی، طلا و سنگ آهک مزیت نسبی در استان زنجان هستند.

وی با بیان اینکه زنجان دومین استان تولیدکننده

## استخراج بیش از ۵ میلیون تن ماده معدنی از معادن زنجان

سنگ‌های معدنی در کشور است، ابراز کرد: ۲۱ درصد معادن استان زنجان را معادن فلزی، ۶۰ درصد را معادن غیرفلزی و ۱۹ درصد را سنگ‌های نما تشکیل می‌دهند.

رئیس سازمان صنعت، معدن وتجارت استان زنجان، به مشکلات فرآوری واحدهای معدنی در استان اشاره کرد و افزود: نبود بازار مناسب، فرسودگی ماشین‌آلات و تجهیزات و بالا بودن قیمت تمام شده از مشکلات واحدهای استخراج معدن در استان است.



تخریب ظاهر زیبای شاهوار رادارند در صورتی که حیات‌انسان‌ها در دشت بسطام به شاهوار بستگی دارد.

### ▣ باید طبیعت را به حال خود گذاشت

سعید آقایان دیگر فعال محیط‌زیست تا در این نشست بابیان اینکه باید گذاشت تا طبیعت بدون دخالت انسان به کار خودش رسیدگی کند، گفت: ۷سال پیش در میان مخالفت زیست‌محیطی‌ها دو یوز دلبر و کوشکی از شاهرود به پردیسان تهران منتقل شدند و امروز پس از ۷سال آن‌هم سرشکسته و زمانی که دیگر این یوزها براث بالا رفتن سن قدرت باروری‌شان را از دست داده‌اند متوجه شدند که باید گذاشت طبیعت کار خودش را کند.

حسینعلی سمیعی، عضو شورای شهر شاهرود نیز با اشاره به اسناد و مدارکی که نشان از آلودگی آب منطقه شاهوار در ۴منطقه دارد، گفت: ۲ سال است که آزمایش‌هایی که ما شخسا در معتبرترین آزمایشگاه‌های کشور

گفت: این نامه فردای همان روز در بازرسی کل کشور تحویل شد و این مقام قضائی اعلام داشت که اگر هر میزان اشتغال هم معدن بوکسیت داشته باشد باین‌همه شواهد و اسناد از تخریب محیط‌زیست باید برای همیشه تعطیل شود لذا امیدواریم این پیگیری‌ها به نتیجه برسد. وی بابیان اینکه شواهد نشان می‌دهد که این معدن علی‌رغم تعطیلی موقت مشغول به کارشده است، بیان کرد: دوست‌داران محیط‌زیست فیلم‌ها و عکس‌ها و شواهدی جمع‌آوری کرده‌اند که این معدن مشغول به کارشده و بهانه‌های این فعالیت شامل ساختن پل، اصلا پذیرفتنی نیست چراکه برای ساخت

پل از پایین نیز می‌توان سنگ جمع‌آوری کرد و عقالی نیست که از بالای کوه هزاران متری سنگ را برای درست کردن پل به پایین آورد. حلاجی افزود: متأسفانه گزارش برخی نهادها به دستگاه‌های ذی‌ربط با وجود تمام شواهد و مدارک تخریب، به‌گونه‌ای نوشته‌شده که انگار مردم شاهرود فقط دغدغه

مرتبط با تعطیلی معدن استفاده کرد، افزود:

نماینده کنونی تا ۷ خرداد می‌تواند پیگیری قانونی درباره این معدن را انجام دهد از سوی دیگر نماینده بعدی شاهرود و میامی نیز باید حساسیت درباره این موضوع داشته باشد.

### ▣ معدنی که برای شهر ضرر داشته باشد از طلا هم باشد نمی‌خواهیم

امام‌جمعه شاهرود با ابراز اینکه بارها اعلام کرده‌ایم که اگر این حداقل ضرر عقلاهی هم برای شهر داشته باشد حتی اگر آن را از طلا بگیرند ما نمی‌خواهیم، بیان کرد: اگر قرار باشد که به سبب فعالیت معدن، مردم و آب‌وهوا و...

آوده شود حتی اگر تمام نفع این معدن هم به جیب مردم شاهرود برود بازهم ارزش ندارد. حسن حلاجی یکی از فعالان حوزه

محیط‌زیست نیز در این نشست ضمن بیان اینکه در تاریخ ۱۵بهمن ۹۸ نامه‌ای با امضای

ائمه جمعه شاهرود و بسطام و درخواست مردم شهرستان برای تعطیلی معدن به سازمان بازرسی کل کشور ارسال شده است،

#### رئیس اداره معادن قم:

## معادن کوچک‌مقیاس در قم توسعه می‌یابد

در معادن است تا در کنار حفظ منابع طبیعی، معدنکاری را توسعه دهیم. وی افزود: حتما مزایده معدنی در استان برگزار خواهد شد تا معدنی که فاقد بهره‌بردارند و تعدادشان

به حدود ۴۰معدن می‌رسد، از طریق قانونی واگذار شود؛ این‌کار سبب اشتغالزایی بیشتر و تأمین نیاز واحدهای صنعتی به مواد معدنی نیز خواهد شد.کاظم‌زاده همچنین گفت: بازرسازی و توسعه صنایع معدنی در جوار معادن استان هم در برنامه سازمان صنعت، معدن و تجارت قم قرار دارد تا با رعایت اصول زیست‌محیطی، بخش فرآوری مواد معدنی در قم توسعه یابد. وی بیان کرد: ثبت سفارش برای واردات ماشین‌آلات معدنی دست‌دوم زیر ۱۰ سال ساخت که منجر به نوسازی ناوگان ماشین‌آلات معدن و ارتقای راندمان معدن

#### استاندار مرکزی:

## ایمیدرو بهترین گزینه برای واگذاری هیکو است

آقازاده تصریح کرد: در سال گذشته سفر آقای رئیسی به استان را داشتیم که موضوع هیکو مطرح شد، همچنین در ۲۶ شهریور که در اعتراض به وضعیت شرکت کارگران ریل را بستند، پیشنهاد دادم که قرارداد با سرمایه‌گذار بخش خصوصی فسخ شود و شرکت به سازمان خصوصی‌سازی واگذار شود. دو روز بعد رئیس‌جمهوری این پیشنهاد را پذیرفت و دستورات لازم را صادر کرد و پس از یک‌ماه تحویل شرکت به سازمان انجام شد اما صرف واگذاری به صلاح نبود در نتیجه پیشنهاد بازگشت هیکو به ایمیدرو از جانب استان مورد تأکید قرار گرفت.

استاندار مرکزی اضافه کرد: ایمیدرو با داشتن هلدینگ‌های معدنی بهترین گزینه برای هیکو است اما متأسفانه تا این لحظه واگذاری هیکو به ایمیدرو انجام نشده و در جلسه امروز بر این موضوع تأکید شد.



وی افزود: براساس قانون، اعتبار حاصل از فروش سه درصد سهام باید به خزانه وارد شود، اما پیشنهاد شد که با نظر سران سه‌قوه رقم فروش سهام برای مدتی به صورت امانی به هیکو داده شود و گروهی هم بر این پول نظارت داشته باشند که صرفاً صرف تولید شود.



فغفوری تأکید کرد: مهم‌ترین سنگ‌های ساختمانی استان زنجان سنگ گرانیت شامل گرانیت‌های منطقه حاجی سیران و زنجان و منطقه ابهر و خرمدره است.

# ضرورت تعطیلی کامل معدن بوکسیت تاش

انجام داده‌ایم و در ادامه آن محیط‌زیست نیز آن را تکرار کرد می‌گذرد اما باوجود مشخص شدن ذرات فلزی خطرناک معلق در آب همچنان این معدن تعطیل نمی‌شود.

وی بابیان اینکه شاهوار ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار مترمکعب آب در خود ذخیره دارد و این یعنی یک منبع و کانون آب‌ساز در شهرستان شاهرود، ابراز کرد: تخریب شاهوار دارای دوجنبه ظاهری یعنی آن چیزی که از تخریب دیده می‌شود و باطنی یعنی آن بخشی که دیده نمی‌شود است که البته بخش دوم یعنی منابع آبی و سفره‌های زیرزمینی دارای اهمیتی بیشتر است.

### ▣ آلودگی آب‌های زیرزمینی

امیرحسین ولیان، دبیر دیده‌بان طبیعت شاهرود نیز در این نشست ضمن اشاره به اینکه شاهوار با تلاش دلسوزان و فعالان محیط‌زیست به‌طور موقت نجات پیدا کرد اما قانون نیز در آن زیر پا گذاشته می‌شود، گفت: به نظر می‌رسد همین چند روزی هم که معدن تعطیل بود به خاطر بارندگی بوده است وگرنه هم اکنون نیز شواهدی نشان می‌دهد که این معدن مشغول به فعالیت است.

وی بابیان اینکه چشم‌انداز ۵ساله معدن بوکسیت که با افتخار به دیوار دفتر این معدن نیز نصب شده نشان می‌دهد که آینده، چیزی از شاهوار باقی نمی‌گذارد، افزود: در همان اسناد بیان‌شده که قرار است ۲ فرو چاله از تخریب و برداشت‌ها در شاهوار ایجاد شود که طول آنها بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ متر است و این یعنی آبی که قرار است در شاهوار ذخیره شود در این چاله‌ها جمع‌آوری و به ذرات فلزی آلوده می‌شود و نه‌تنها آب‌های سطحی بلکه سفره‌های آب زیرزمینی را نیز به آلودگی و نابودی می‌کشاند و این یعنی آینده‌ای که نه تنها از شاهوار در آن خبری نیست بلکه نازایی، مرده‌زایی، سرطان، نوزادان ناقص و بیماری‌های فراوان نصیب مردم شاهرود می‌شود. در این نشست مقرر شد تا برای پیگیری بیشتر درباره شاهوار، نماینده‌های فعالان محیط‌زیست به دیدار مسئولان استانی رفته و بار دیگر دغدغه‌هایشان را به گوش مسئولان برسانند.

**بررسی تحولات در بازارهای جهانی فولاد پس از کرونا**

(قسمت پایانی)

تقی ممتازان

کارشناس بازار فولاد



پیش‌بینی افت ۸۰ درصدی در تولید خوروی آمریکا و ۵۰ درصدی اروپا که در اثر کاهش تقاضا و محدودیت‌های سفر ایجاد شده است زنگ خطری برای تولیدکنندگان ورق فولادی است. **چه تدابیری برای نجات صنعت فولاد باید انجام شود؟**

در هند وزیر صنعت از تغییر تولیدات به میزان ۱۰ میلیون تن و ساخت فولادهای مخصوص برای جبران بخش از ضرر تولیدکنندگان و محرک‌های ضعیف بازار خبر داد. در کره، پوسکو اعلام ساخت و عرضه فولادهای مخصوص جهت پروژه‌های ساخت‌وساز را داده است. به نظر می‌رسد فضای صادراتی در شرق آسیا به شدت رقابتی خواهد شد. درچین، انبارهای بزرگ فولادی که با انبارش میلیون‌ها تن محصول گران قیمت روبه‌رو شده بودند با واردات ارزان سعی در متعادل کردن موجودی انبار دارند اما صحبت از کاهش بیشتر پس از این مرحله قابل درک خواهد بود. در چین شرایطی اما در کشور ما بحران تصمیم‌گیری و تعیین استراتژی به نظر می‌رسد به از دست دادن فرصت صادرات کمک کرده است. تعیین سهمیه صادراتی در شرایط نبود تقاضای داخلی و کاهش صادرات به همسایگان، می‌تواند بدترین انتخاب باشد. لزوم تعیین استراتژی و تبیین آن برای ایجاد همدلی و همراهی در بخش صنعت و فولاد از الزامات این دوران خواهد بود. بزودی بازارهای صادراتی با رقابت بیشتری روبه‌رو خواهد شد لذا اکنون تا فرصت هست باید صادرات بیشتری انجام داد. مطالعه و ایجاد آمادگی لازم برای تغییر کیفی در تولیدات برای تولید با ارزش افزوده بالاتر در دستور کار قرار گیرد. اقلام وارداتی شناسایی و با حمایت کافی دولت و بخش صنعت برای تولید آنها در داخل برنامه‌ریزی شود. انعقاد قراردادهایی با ۱۵ دولت همسایه و بخش خصوصی آنها با حمایت دولت و حضور بخش خصوصی برای صادرات منظم به کشورهای همسایه به عنوان تضمین بخشی از درآمدهای صادراتی (زمان آن است که دولت از پوسته سیاسی خارج و در کنار صنعت مبارزه کند) و همچنین فشار بر هزینه‌ها و کاهش نقطه سر به سر در صنعت برای توجیه پذیر کردن بقای سازمان‌ها و البته حمایت دولت از این سیاست از جمله الزامات برای ایجاد همدلی و همراهی در بخش صنعت و فولاد کشور است. شاید این اقدامات جزئی از اقداماتی باشد که باید انجام شود اما در کشوری که دولت سکان صنعت و تجارت را برعهده دارد بدون حمایت دولتمردان در نقطه شروع باقی خواهیم ماند لذا بجای بحث و جدل که به از دست دادن فرصت منجر خواهد شد با یکدیگر مهربان باشیم و مشورت را از خود دریغ نکنیم. به امید فردایی بهتر برای ایران بزرگ و باشکوه.

منبع: معدن نیوز

**تجارت سنگ آهن با فناوری بلاک چین**

شرکت‌های معدنی که به فولادسازان بزرگ چینی سنگ آهن عرضه می‌کنند در حال فروش این ماده اولیه به یوان هستند که به لطف فناوری تجارت دیجیتال انعطاف‌پذیری بیشتری در نحوه معاملات ایجاد شده است. به گزارش فولاد ایران، در این راستا کارخانه بائو استیل چین و شرکت معدنی ریوتینتو یک قرارداد سنگ آهن بر پایه یوان را نهایی کرده‌اند که بانک‌های دی‌بی‌اس و استاندارد چارتر در این نخستین معامله کاملاً دیجیتالی و بدون کاغذ مشارکت داشته‌اند. به کارگیری فناوری بلاک چین در تجارت مواد اولیه به بهبود فرآیند انجام معاملات و کارآمدی آن کمک می‌کند. ظاهراً شرکت معدنی ریوتینتو سعی دارد به استفاده از فناوری‌هایی چون بلاک چین برای معاملات سنگ آهن ادامه دهد. این نخستین معامله سنگ آهن بدون کاغذ به یوان چین بوده است.

**عدم تعهد شرکت‌های بزرگ معدنی به توافقنامه آب و هوایی پاریس**



گروه معدن:

تحقیقات انجام شده از سوی یک شرکت سرمایه‌گذاری در انگلیس فاش کرده است که از بین ۱۰ شرکت بزرگ معدنی در جهان هیچ‌کدام به شکل رضایت بخشی به توافقنامه آب و هوایی پاریس پای‌بند نیستند. به گزارش اقتصاد آنلاین، مطالعات انجام شده از سوی شرکت تحقیقاتی (TPI) بیانگر آن است که از بین ۱۰ شرکت بزرگ معدنی دنیا تنها ۲ شرکت فریبورت مک موران (NYSE: FCX) و گروه مکزیکو (BMV: GMEXICOB) میزان انتشار کربن را تا سطح تعیین شده کاهش داده‌اند، اقدامی که قرار است تا سال ۲۰۵۰ مانع از افزایش ۲ درجه‌ای سالانه دمای کره زمین شود. در گزارش TPI آمده است که شرکت معدنی گلنیکور (LON: GLEN) و انگلو امریکن (LON: AAL) از جمله شرکت‌هایی هستند که در معیار ۲ درجه سانتیگرادی توافقنامه آب و هوایی پاریس در سال ۲۰۱۵ قرار گرفتند.

براساس این گزارش راه این دو شرکت برای ادامه این مسیر و کاهش میزان انتشار کربن هموار بوده و بر همین اساس مسیر خود را برای رعایت اهداف این توافق ادامه داده‌اند. برنامه‌های گلنکور بر این مبنا تنظیم شده که میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای «Scope ۳» -گازهایی که در مرحله سوزاندن و یا پردازش مواد اولیه منتشر می‌شود- را به میزان ۳۰ درصد تا پایان سال ۲۰۳۵ کاهش

دهد، اما این کاهش انتشار گازها در این مورد فعالیت‌های بازاریابی را شامل نمی‌شود. براساس این تحقیق گروه فلزات فورتسکیو (ASX:FMG) و ساوت ۳۲ (ASX, LON:SV2) هنوز اهداف بلندمدت و قابل اتکالی در این زمینه تدوین نکرده‌اند، این در حالی است که بر اساس معاهده تغییرات اقلیمی پاریس این شرکت‌ها تا سال

۲۰۵۰ موظف به کاهش ۸۰ درصدی میزان انتشار کربن شده‌اند. **انتشار کربن «صفر» تحت بررسی است** TPI هنوز اهداف بلندمدت و قابل اتکالی در این زمینه تدوین نکرده‌اند، این در حالی است که بر اساس معاهده تغییرات اقلیمی پاریس این شرکت‌ها تا سال

**افزایش تقاضا برای مس در دوره کرونا**

از رکورد ۵.۳ میلیون تنی در سال ۲۰۱۸ کاهش یافت. هلن لائو تحلیلگر اوراق بهادار در رویترز گفت با وجود تقاضای چین ممکن است مشکلات عرضه برای کنسانتره‌های مس وجود داشته باشد: «تأسیسات ذوب در آمریکای جنوبی و آفریقا تحت‌تأثیر این بیماری قرار گرفته است، بنابراین مطمئناً فکر می‌کنم تقاضا در چین به پیشرفت خود ادامه خواهد داد اما برای مس خام و همچنین کنسانتره مس خطرات عرضه وجود دارد.»

جهانی سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۰۸ دیده می‌شد، اما اکنون بیش از ۲۰ درصد بهبود یافته است. داده‌های گمرکی که منتشر شدند نشان می‌دهند واردات مس پالایش شده چین در ماه آوریل ۱۴ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داشته است. زیرا فعالیت کارخانه‌ها و فعالیت‌های ساخت‌وساز همچنان در حال افزایش است. چین بیش از نیمی از مس جهان را مصرف می‌کند و محموله‌های سال گذشته فقط ۵ میلیون تن بود، که ۶ درصد

به گزارش بیرونیت به نقل از ماینینگ، مس پس از بازگشت به حالت اول واردات این فلز به چین، دوباره سر و صورت تازه‌ای به خود گرفت. این نشان می‌دهد که بخش تولید و ساخت این کشور ممکن است سریع‌تر از رکود پیش‌بینی شده ناشی از کووید-۱۹ عمل کند. معاملات مس در نیویورک به ۲.۴۳ دلار در هر پوند (۵۵ هزار و ۳۵۵ دلار در هر تن) در اوایل تجارت بعد از ظهر رسید. در ماه مارس، مس در دوره کوتاهی زیر ۲ دلار معامله شد. سطحی که آخرین بار در جریان بحران مالی

چین بیش از نیمی از مس جهان را مصرف می‌کند و محموله‌های سال گذشته فقط ۵ میلیون تن بود، که ۶ درصد از رکورد ۵.۳ میلیون تنی در سال ۲۰۱۸ کاهش یافت. داده‌های گمرکی که منتشر شدند نشان می‌دهند واردات مس پالایش شده چین در ماه آوریل ۱۴ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داشته است. معاملات مس در نیویورک به ۲.۴۳ دلار در هر پوند (۵۵ هزار و ۳۵۵ دلار در هر تن) در اوایل تجارت بعد از ظهر رسید. در ماه مارس، مس در دوره کوتاهی زیر ۲ دلار معامله شد. سطحی که آخرین بار در جریان بحران مالی

**معدنکاری و پرواز پهپادها در عصر کرونا**



در دوران شیوع کرونا، که محدودیت‌هایی نظیر حضور کارگران در سایت و وضع اقدامات محدودکننده موجب شده است که روش کار سنتی معدنکاری تا حدودی کنار برود، از جمله فناوری‌های کمک‌کننده و مفید در این عصر استفاده از پهپادها برای بازرسی مناطق زیرزمینی و صعب‌العبور است. این فناوری علاوه بر کاربرد در این دوران به طور کلی به افزایش ایمنی، کاهش ۶۰ درصدی هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان کمک می‌کند. به گزارش بیرونیت به نقل از ماینینگ فناوری، شرکت متخصص پهپاد مستقر در انگلیس COPTRZ، مزایای بالقوه ایمنی و بهره‌وری مرتبط با استفاده از پهپاد الیوس ۲ (۲ ELIOS) را برای بخش‌های صنعتی مانند معدن حائز اهمیت دانسته است. زیرا بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ روش‌های سنتی کار را مختل کرده است. این شرکت در یک وبینار درباره شایستگی این پهپاد بحث کرد که در صورت استفاده از آن می‌توان شاهد بود که کارگران انسانی از محیط‌های به طور بالقوه خطرناک خارج شده‌اند و به طور چشمگیری روند بازرسی و ضبط بصری را سرعت می‌بخشد. هر دوی این تأثیرات می‌تواند برای صنعت معدن مفید باشد، زیرا مناطق ناشناخته عملیات زیرزمینی، تهدیدی برای کارگران به شمار می‌روند و ماهیت گسترده‌ای از عملیات زیرزمینی نیاز به بازرسی کارآمد دارد. این امر به ویژه با توجه به گسترش کووید-۱۹ حائز اهمیت است، زیرا بسیاری از کارمندان از رفتن به محل کار منع شده‌اند یا اقدامات سختگیرانه‌ای برای محدود کردن حرکت کارگران وضع شده است و استفاده از پهپادها به جای کارگران انسانی می‌تواند این مسئله را در کل کنار بگذارد. این پهپاد از سوی شرکت مهندسی سوئیس فلی ابیلیتی (Flyability) ساخته شده است.

## دستامون دور شده و قلبامون نزدیک

تو این روزها به خاطر حفظ سلامتی خودمون و عزیزانمون مجبوریم از هم دور بمونیم. کودکان محک اما سال‌های ساله که این فاصله اجتماعی رو رعایت می‌کنن تا هر چی زودتر به سلامتی برسن و پیش خانواده و دوستانشون برگردن. اونا یاد گرفتن با اینکه عزیزانشون رو نمیبینن اما خیلی قدرتمند مبارزه کنن. مثل الان که کرونا به همه ما یاد داده که با وجود دور شدن دستامون، قلبهامون رو به عزیزانمون نزدیکتر کنیم. محک که همیشه دغدغه سلامتی جامعه رو داره، در این مدت هم برای کنترل این بیماری تلاش کرد تا با ایجاد فاصله اجتماعی برای کودکان مبتلا به سرطان، نیکوکاران، داوطلبان و کارکنان، سلامتی اونها رو حفظ کنه.

**توی این روزهای سخت از راه دور همراهشون باشین چون درمان فرزندان محک در هیچ شرایطی نمی‌تونه متوقف بشه.**

روش‌های حمایت از کودکان محک:

شماره کارت: ۰۵۹۰-۹۹۵۰-۹۹۱۱-۶۰۳۷

شماره حساب: ۰۲۱-۲۳۵۴۰-۷۳۳۳\*۲۳۵۴۰

از اینکه به پیام ما توجه می‌کنید، سپاسگزاریم.

آخرین اخبار و تازه‌ترین تحلیل‌ها

را در پایگاه خبری «گسترش نیوز» دنبال کنید

www.smtnews.ir

<b>صاحب امتیاز:</b> موسسه فرهنگی و هنری روزگار وصل	<b>مدیر فنی و هنری:</b> مهدی نجفی
<b>مدیر مسئول:</b> ناصر بزرگمهر	<b>نمایندگی دفتر اروپا:</b> چکاو بزرگمهر
<b>آدرس:</b> تهران- میدان هفتم تیر- خیابان قائم مقام فرامانی- پلاک ۷۴	<b>تلفکس:</b> ۰۳۷۳۰۳۷۳   ۸۸۱
<b>سازمان آگهی‌ها:</b> ۰۲۰-۸۸۷۲۳۷۳۲	<b>توزیع و سازمان شهرستان‌ها:</b> ۰۱۱-۸۸۷۲۴۲۱۱
<b>چاپ:</b> شرکت چاپ رواقی روشن مهر	
<b>www.Madandaily.com</b>	
<b>www.instagram.com/Madandaily</b>	
<b>www.twitter.com/Madandaily</b>	
<b>www.lme/Madandaily</b>	
<b>E-mail:</b> info@madandaily.com	<b>tozi.smtnews@gmail.com</b>

#### روی خط خبر

## جلوگیری از سفته‌بازی در بازار دلار با بورس

کارشناس بازار سرمایه گفت: همواره افزایش قیمت دلار اثر تورمی سنگینی بر کشور وارد کرده و بهترین ابزار درحال حاضر برای جلوگیری از افزایش تورم و سفته بازی در بازار دلار، بورس است. مهدی افضلیان به بورس نیوز گفت: رشد خوبی در بازار سرمایه اتفاق افتاد و تقریبا از اواسط هفته اخیر، وضعیت بازار تغییر کرده و رو به منفی و صف‌های فروش حرکت کرد. وی ادامه داد: برخی صنایع مانند پالایشی، گروه خودروسازی، بانکی و فلزات اساسی در وضعیتی بهتر بوده، اما در نهایت بازار روند منفی خود را حفظ کرد.این کارشناس بازار سرمایه در بررسی وضعیت بازار در ریزش یا اصلاح، خاطر نشان کرد: باید میزان نقدینگی ورودی به بازار رصد شود چرا که ارزش معاملات سهام و روزانه شرکت‌ها در کل بازار برای تصمیم‌گیری درست‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرد. افضلیان به رشد بازار در یک سال اخیر اشاره کرد و گفت: از سال ۹۸ رشد آغاز شده و به سال ۹۹ رسید. مباحثی، چون ورود نقدینگی، حمایت دولت، مباحث سهام عدالت و صندوق‌های ای تی‌اف همگی حاکی از آن است که دولت به دنبال وارد کردن نقدینگی سرگردان به بازار سرمایه بوده تا از ورود پول به بازارهای موازی جلوگیری کند. وی افزود: همواره افزایش قیمت دلار اثر تورمی سنگینی بر کشور وارد کرده و بهترین ابزار درحال حاضر برای جلوگیری از افزایش تورم و سفته‌بازی در بازار دلار، بورس است. این کارشناس بازار سرمایه خاطر نشان کرد: با توجه به وضعیت فعلی بورس، نمی‌توان منفی‌های رخ داده در بازار را یک روند میان‌مدت در نظر گرفت چراکه در صورت رخداد این اتفاق، عملا برنامه‌های دولت برای عرضه صندوق‌های ای‌تی‌اف، سهام عدالت و واگذاری به عموم مردم با چالشی سنگین رویه رو خواهد شد. وی به حمایت دولت و ابراز مشارکت عمومی مردم برای ورود به بازار سرمایه اشاره و عنوان کرد: با حمایت همه جانبه از نسوی دولت برای نخستین‌بار در سطح کلان نمی‌توان تصور بدی نسبت به بازار سرمایه، کاهش قیمت‌ها و اینکه به حال خود رها می‌شود، داشت. افضلیان ضمن بیان طبیعی بودن نوسان در بازار سرمایه، اضافه کرد: وقتی در یک روند صعودی طولانی‌مدت و ادامه‌دار هستیم هرگونه هیجان کوچک موجب اصلاح خواهد شد، این هیجانات به خاطر ورود تحت تبلیغات عموم افراد جامعه (با دانش کمتر) اتفاق افتاده که دیدن کاهش قیمت ۵ درصدی روزانه در دارایی برای آنها امری غیرعادی بوده و تصور بر ادامه دار بودن آن دارد، باعث می‌شود علاوه بر منفی شدن، فشار فروش نیز ایجاد شود. این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: هرچقدر سرمایه‌گذار تویا به بورس ورود پیدا کند، باید انتظار هیجان در جهت مثبت و هم درجهت منفی را داشت. میزان هیجانی که بازار در شرایط فعلی تجربه می‌کند نسبت به سال گذشته بیش از چند برابر شده است. وی ادامه داد: با تمام موارد ذکر شده نباید انتظار ریزش‌های زیاد را در بازار سرمایه داشته باشیم بلکه اصلاحات مقطعی، جزئی از بازار بوده و نمی‌توان آن را نادیده گرفت، لازم است سرمایه‌گذاران در این شرایط، جو هیجانی را از خود دور کرده تا بتوانند معاملات بهتری در بازار تجربه کنند. افضلیان درباره سهام ارزنده بازار سرمایه گفت: باید بحث تولید، فروش، پی بهای و ارزش‌گذاری را در نظر گرفت. وی ادامه داد: بسیاری از شرکت‌های کوچک، بیشتر از ارزش ذاتی خود معامله می‌شوند و شاید سی یا ۴۰ درصد درگیر حباب باشد. این کارشناس بازار سرمایه اضافه کرد: شرکت‌هایی که توجه دولت به آنها بیشتر بوده و قرار است در قالب صندوق‌های‌ای تی اف یا سهام عدالت (۳۶ شرکت بورسی) عرضه شوند، توجه بازار سرمایه را به خود جلب خواهند کرد چرا که رشد این قیمت‌ها برابر با افزایش ارزش عرضه در قالب‌های مذکور است.

افضلیان افزود: سهامداران می‌توانند این شرکت‌ها را یافته و در نهایت تصمیمات لازم را درباره خرید یا فروش اخذ کنند.

## ۱۹ صندوق پذیرای ورود نقدینگی

از میان ۷۲ صندوق با درآمد ثابت، ۵۳ صندوق با خروج سرمایه و ۱۹ صندوق با ورود سرمایه همراه بوده است. دلیل منطقی این امر را می‌توان در بازدهی کم نظیر بازار سهام در یک ماه اخیر برشمرد که منجر به خروج بخشی از منابع این صندوق‌ها شده است.

به گزارش بورس‌نیوز، در این گزارش به بررسی ساناتان ارزش و بازدهی صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت پرداخته شده است.

براساس این گزارش، میزان تغییر در ارزش صندوق در یک هفته اخیر ارائه شده که میزان تزریق نقدینگی انجام شده در یک هفته اخیر نیز ارائه شده است. ارزش صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت در پایان هفته قبل به ۲۰۱ هزار و ۹۴۲ میلیارد تومان رسیده است. این ارزش نسبت به ماه قبل رشد ۰٫۸ درصدی را نشان می‌دهد. با این حال شاهد خروج سرمایه به مبلغ بیش از ۶۲ هزار میلیارد ریال از صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت در طول یک ماه گذشته هستیم و مثبت شدن ارزش صندوق‌ها نسبت به ماه قبل صرفا به دلیل افزایش ارزش از محل بازدهی این صندوق‌ها است. از میان ۷۲ صندوق با درآمد ثابت، ۵۳ صندوق با خروج سرمایه و ۱۹ صندوق با ورود سرمایه همراه بوده است. دلیل منطقی این امر را می‌توان در بازدهی کم نظیر بازار سهام در یک ماه اخیر برشمرد که منجر به خروج بخشی از منابع این صندوق‌ها شده است.

بیشترین خروج سرمایه مربوط به صندوق گنجینه زرین شهر با ۸۸۹۰ میلیارد ریال خروج سرمایه و پس از آن صندوق گسترش فردای ایرانیان با خروج بیش از ۸۰۲۰۰ میلیارد ریال سرمایه است. لازم به ذکر است که منابع خارج شده از صندوق گسترش فردای ایرانیان معادل ۱۳ درصد از کل ارزش صندوق است.

صندوق‌های بانک گردشگری و مشترک آسمان امید با ۲۰۱۶۸ و ۱۶۵۳ میلیارد ریال ورود سرمایه، بیشترین رشد ارزش را در میان صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت در طول یک ماه گذاشته داشته‌اند. بیشترین ارزش صندوق‌های با درآمد ثابت مربوط به صندوق‌های گنجینه زرین شهر با ۲۸۶ هزار و ۷۱۴ میلیارد ریال، صندوق لوتوس پارسیان با ۱۹۹ هزار و ۵۲۱ میلیارد ریال و صندوق ره آورد آباد مسکن با ۱۴۸ هزار و ۲۳۰ میلیارد ریال است.

# ۲۸ هزار درصد سود نتیجه تفاوت قیمت ورق در بورس و بازار



#### ▲ گروه معدن:

از اوایل نیمه دوم سال ۹۸به دلیل وقفه در تحویل ورق، اختلاف قیمت بین بورس و بازار شروع و افزایش کرد و به بیش از ۸۰درصد رسید. این اختلاف قیمتی حدود ۴۰۰۰تومانی بین بازار و بورس کالا، به جیب شرکت‌هایی می‌رود که از موهبت سهمیه ورق برخوردارند. به گزارش اقتصادآنلاین، با توجه به تولید ماهانه حدود ۵۰۰ هزار تن ورق، این مابه‌التفاوت قیمت بازار و بورس به عدد ۲۰۰۰ میلیارد تومان

بر این اساس کشف قیمت محصولات از طریق سیستم قیمت‌گذاری در بورس کالا اتفاق می‌افتد و هر مساه حداقل دویاز تولیدات مبارکه در بورس کالا عرضه و کشف قیمت می‌گردد.

تا اوایل سال گذشته همواره اختلاف منطقی ۱۰ تا ۱۵ درصدی بین قیمت بازار و قیمت کشف شده در بورس کالا وجود داشت و قیمت بورس در هماهنگی کامل با قیمت‌های جهانی ورق فولادی بود اما از اوایل نیمه دوم سال ۹۸ به دلیل وقفه در تحویل ورق، این اختلاف قیمت بین بورس و بازار شروع به افزایش کرد و به بیش از ۸۰درصد رسید.

این اختلاف قیمتی حدودا ۴۰۰۰ تومان بین بازار و بورس کالا، به صورت کامل به جیب شرکت‌هایی می‌رود که از موهبت سهمیه ورق برخوردارند. با توجه به تولید ماهانه حدودا ۵۰۰ هزار تن ورق، این مابه‌التفاوت قیمت بازار و بورس به عدد ۲۰۰۰ میلیارد تومان در ماه می‌رسد که به طور مستقیم به جیب دارندگان سهمیه ورق فولادی می‌رود. این رقم معادل یارانه بیش از ۴۰ میلیون ایرانی است و ماهانه بین ۲هزار نفر تقسیم می‌شود.

بخش درندگان‌تاجوا این است که نصف این رانت

یعنی حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان به عبارت دیگر

یارانه بیش از ۲۰ میلیون نفر بین حدود ۱۰۰ نفر

#### رئیس سازمان بورس خبر داد:

## جذب ۴۵هزار میلیارد تومان نقدینگی در سال جاری

حسن قالیباف اصل ادامه داد: از ابتدای سال و طی دو ماه اخیر هم بیش از یک میلیون و ۶۰۰ هزار کد جدید صادر شده و بیش از ۴۵ هزار میلیارد تومان وارد بازار سرمایه شده که نسبت به سال گذشته

بیش از ۵۰ درصد بیشتر است. محسن رضایی نیز بعد از گزارش مسئولان بانک مرکزی بر اهمیت ویژه هدایت سرمایه‌ها به‌سمت تولید و ایجاد اشتغال مولد از تهیه بسته سیاستی جدید در مجمع خیرداد و گفت: اگر به‌سرعت اقدامات تکمیلی برای بهره‌برداری از سرمایه‌های به‌دست‌آمده در تولید و ایجاد اشتغال استفاده نشود این سرمایه‌ها وارد بازار طلا و ارز و کالاهای مصرفی و روزمره مردم می‌شود و تورم را افزایش و ارزش پول ملی را باز هم کاهش خواهد داد.

در ماه می‌رسد که این رقم معادل یارانه بیش از ۴۰ میلیون ایرانی است و ماهانه بین ۲هزار نفر تقسیم می‌شود.

اگر این رانت ادامه پیدا کند، با فرض تفاوت قیمت ۶۰ درصدی بین بورس و بازار، یک نفر می‌تواند سرمایه خود را در عرض یک‌سال ۲۸۰برابر کند یعنی ۲۸ هزار درصد سود در یکسال که بسیار فراتر از سود این روزهای بورس است. سودی رویایی که در هیچ کجای دنیا غیر از کشور ایران پیدا نمی‌کنید. فولاد مبارکه ملزم به فروش

خریداری شده از بورس در بازار می‌کنند و از این سود سرشار لذت می‌برند.

ماجرا از این هم بحرانی‌تر می‌شود وقتی بفهمیم رانت عظیم‌تری هم وجود دارد.کارخانه فولاد کابویان و

اکسین و قطعات فولادی هم محصولات مشابه فولاد مبارکه تولید می‌کنند و هم‌زمان، اقدام به افزایش قیمت محصولات خود کرده‌اند. نکته اینجاست که رانت این افزایش قیمت درباره این کارخانه‌ها بین تعداد کمتری توزیع می‌شود.

به عنوان مثال فولاد کابویان ماهانه حدود ۴۰ هزارتن ورق تولید می‌کند و این تولیدات تنها در اختیار ۳ نفر قرار می‌گیرد.یعنی حدود ۱۶۰ میلیارد تومان سود برای آن‌فرد.

به عبارت دیگر یارانه یک میلیون و ۲۰۰هزار نفر برای هر کدام از این ۳ نفر. این افراد نیز سال گذشته برای پنهان کردن سود خود اقدام به صدور فاکتورهای صوری یا فروش از مجاری غیررسمی کرده‌اند و برای فرار از مالیات، سودهای هنگفت خود را پنهان کردند.

سوال اینجاست که چرا چاره‌ای برای حل این معضل اندیشیده نمی‌شود؟ وقتی سفره رانت پهن است و همه از آن منتفع می‌شوند چرا باید این سفره جمع شود؟ معترضان این افزایش قیمت یا باید مصرف‌کننده ورق باشد یا تولیدکننده (فولاد مبارکه).

#### عضو شورای عالی بورس:

## بورس از هیجان می‌افتد

موجودی زنده است که در برخی مواقع هیجان دارد، قطعاً از هیجان خواهد افتاد و با مسیر رو به رشد به آرامش می‌رسد. مردم حتماً با سرمایه‌های مازاد وارد بازار سرمایه شوند و به هیچ‌وجه خانه و ماشین خود را نفروشند.

به گفته این مقام مسئول بدون شک بازار سرمایه ظرفیت خوبی دارد، اما نباید به شایعات در فضای مجازی توجه و اقدام به خرید سهام کنند.

با تمهیداتی که دولت و بانک مرکزی درباره عرضه سهام دولتی اتخاذ کرده است، ورود این حجم نقدینگی به بازار سرمایه، باعث توسعه اقتصادی شرکت‌ها می‌شود و اقتصاد از بانک محور به سمت سرمایه محور حرکت می‌کند.

چراغی با بیان اینکه افزایش رشد شاخص حساب نیست بیان کرد: تحریم‌ها اقتصاد ما را مقاوم کرد و باعث شد در تولید بسیاری از اقلام خودکفا شویم و نیاز ارزی کشور کاهش یابد. به طور مثال در حوزه فولاد زمانی واردکننده فولاد بودیم، اما اکنون صادرکننده هستیم.



عضو شورای عالی بورس گفت: بورس به عنوان موجودی زنده است که در برخی مواقع هیجان دارد، قطعاً از هیجان خواهد افتاد و با مسیر رو به رشد به آرامش می‌رسد.

به گزارش صدا و سیما، شاهین چراغی گفت: بازار بورس رکنی از اقتصاد کشور است و افزایش شاخص‌ها متأثر از سهام‌های بزرگ در بازار است. امروزه مردم ظرفیت بازار سرمایه را به خوبی شناسایی کردند و این باعث شده تا ورود نقدینگی به بازار سرمایه بیشتر شود. در بورس نمادهای متفاوتی وجود دارد و مردم باید با دقت و مطالعه اقدام به خرید و فروش کنند، زیرا برخی شرکت‌های کوچک که ظرفیت رشد بالایی ندارند قیمت سهم شان بدون کنترل بالا رفته است و اگر سهامداران اطلاعی از گزارش‌های مالی شرکت‌ها نداشته باشند و مستقیم وارد بازار شوند دچار زیان می‌شوند. پس تازه واردان بازار سرمایه باید به دور از شایعات اقدام به خرید صندوق‌های سهام کنند.

عضو شورای عالی بورس ادامه داد: بورس به عنوان

## واسطه‌گری صندوق ETF برای خصوصی سازی واقعی

این کارشناس بازار سرمایه خاطر نشان کرد: همچنین صندوق واسطه‌گری مالی یکم پامخ خوبی به تقاضای بازار سرمایه و راه‌حل مناسبی برای جمع‌آوری نقدینگی است.

وی با تاکید بر اینکه سازش در حال برداشته شدن است، راستای خصوصی‌سازی در حال برداشته شدن است، اظهار کرد: واگذاری اموال دولتی در قالب صندوق‌های ETF یکی از این قدم‌هاست که براساس آن اموالی به ارزش حدود ۱۶ هزار میلیارد تومان عرضه می‌شود. آقابزرگی گفت: این نکته را هم باید مد نظر داشت که مدیریت صندوق واسطه‌گری مالی یکم تا سال ۱۴۰۰ در دستان دولت باقی می‌ماند و پس از آن به بخش خصوصی واگذار می‌شود.

ورود نقدینگی سرشار به بازار سرمایه، بهترین فرصت برای دولت فراهم شده است که از طریق سهام عدالت و ETFها که متشکل از سهام شرکت‌های دولتی هستند، بحث واگذاری اموال دولتی را سرعت ببخشد.

آقابزرگی در گفت‌وگو با ایرنا، اظهار کرد: واگذاری سهام دولتی به صورت خرد در زمینه تحقق کاهش تصدی‌گری دولتی و واگذاری مدیریت به بخش خصوصی تلقی نمی‌شود، اما چون اکنون میزان تقاضا بر عرضه در بازار بسیار بیشتر بوده و بازار سرمایه تشنه خرید سهام است، صندوق‌های ETF می‌تواند تا حدودی به دولت کمک کند که تأمین مالی بخشی از بنگاه‌های خود را از این طریق انجام دهد.



بورس باید بخشی از نقدینگی موجود در بازار را به شیوه‌ای جمع‌آوری کند که بتواند کسری‌های مالی خود را با آن جبران کند.

به گفته وی، اکنون با توجه به اشتیاقی خرید و