بررسی نظام بانکی (۸)

گزارش

بانک پارسیان، گرفتار در زیان

هشتمین شماره از سلسله گزارش های بررسی وضعیت مالی بانک ها به بانک پارسیان اختصاص دارد. بانکی که سهامدار عمده آن شرکت های زیرمجموعه ایران خودرو و برخی قطعه سازان هستند. این بانک با سرمایه دو هزار و ۳۷۰ میلیارد تومانی، ۹۳ هزار میلیارد تومان سپرده سرمایه گذاری تا پایان آذر ۹۸ جذب و بابت این میزان سپرده سرمایه گذاری، ۱۰ هزار میلیارد تومان سود توزیع کرده است. با این حال درآمد مشاع بانک، صرفا ۶/۶ هزار میلیارد تومان بوده است که نشان می دهد در عمل درآمد بانک پارسیان، فقط پرداخت ۶۶ درصد سود سپرده را کفاف کرده است. به این ترتیب ۳/۴ هزار میلیارد تومان از سود سپرده ها از محلی به جز درآمدهای بانک پرداخت شده است. این ناترازی خود را در زیان ۲/۱ هزار میلیارد تومانی این بانک نشان داده است. زیانی که موجب شده است، زیان انباشته بانک پارسیان به ۵/۹ هزار میلیارد تومان برسد. زیانی که نشان می دهد این بانک، نیاز به تغییر جدی در نحوه بانک داری و عملکرد خود دارد.

گزارش خبری

۶۰ لیتر سهمیه بنزین نوروزی و اصرار بر تجمیع یارانه ها

کمیسیون تلفیق ضمن تصویب اختصاص سهمیه بنزین نوروزی، بر تصمیم قبلی خود درباره تجمیع یارانه ها پافشاری کرد

پس از آن که لایحه بودجه ۹۹ در صحن علنی مجلس رای نیاورد، دیروز این لایحه در کمیسیون تلفیق مجدد بررسی شد و این کمیسیون بر دو مصوبه چالش برانگیز خود اصرار ورزید. ضمن این که تصویب کرد سهمیه ۶۰ لیتری بنزین نوروزی به خودروها تخصیص داده شود. البته این مصوبات برای نهایی شدن باید در صحن علنی نیز مطرح شود و به تصویب برسد.

■ **یارانه معیشتی و نقدی تفکیک نشد**

یکی از این مصوبات چالش برانگیز، تلفیق یارانه نقدی و معیشتی بود. به گزارش خانه ملت به نقل از هادی قوامی سخنگوی کمیسیون تلفیق، یارانه معیشتی و یارانه نقدی با وجود داشتن دو پیشنهاد، تفکیک نشد و کمیسیون بر نظر خود اصرار ورزید. در خور ذکر است که به رغم مسکوت بودن لایحه ابتدایی دولت در این زمینه، تلفیق این دو یارانه، قبل از ارائه اخیر لایحه به صحن علنی و در کمیسیون تلفیق انجام شده بود. کمیسیون تلفیق در جلسه هفتم بهمن خود، تصویب کرده بود که از ابتدای سال آینده یارانه نقدی و معیشتی ادغام و جمعاً ماهانه به میزان ۷۲ هزار تومان به همه یارانه بگیران نقدی، پرداخت خواهد شد. سخنگوی این کمیسیون، دلیل تصویب را در حالی مشکلات ناشی از فرایند شناسایی یارانه بگیران نیازمند بیان می کرد که کارشناسان، با اشاره به کاهش دریافتی خانوارهایی که هر دو یارانه را دریافت می کنند، از این تصمیم به پاک کردن صورت مسئله تعبیر می کردند، چرا که بعد از سال ها اجرای طرح یارانه نقدی، برای نخستین بار یک فرایند غربالگری مبتنی بر درآمد، دارایی یا هزینه افراد اجرا می شد و امید می رفت که با اصلاح تدریجی، به مدل کاملی در این زمینه تبدیل شود.

■ **افزایش حقوق ها همچنان پلکانی نیست**

قوامی، دومین مصوبه دیروز کمیسیون تلفیق را کماکان پلکانی نبودن افزایش حقوق ها بیان کرد. وی با بیان این که پایه حقوق کارکنان دولت دو میلیون و ۸۰۰ هزار تومان باقی ماند، اضافه کرد: افزایش ۱۵ درصدی اعمال می شود و افزایش حقوق ها همچنان پلکانی نشده است. پیشتر، دولت در لایحه بودجه سال آینده، افزایش حقوق کارکنان دولت را به صورت پلکانی دیده بود. بدین صورت که قرار بود کف حقوق، سه میلیون تا دو میلیون و ۷۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شود و حقوق افرادی که کمتر از میزان مشخص شده حقوق دریافت می کنند، می بایست به صورت پلکانی نزولی به این حداقل می رسید. پلکانی بودن آن هم به این صورت بود که حقوق افرادی که بیش از سقف تعیین شده است می بایست ۱۲ درصد افزایش پیدا می کرد و ۳ درصد دیگر نیز به حقوق افرادی که زیر سقف مشخص شده دریافت می کنند، تخصیص داده می شد. بدین ترتیب این بند که به دنبال عادلانه تر کردن افزایش حقوق ها بود تا این جای کار مسکوت مانده است.

■ **تخصیص ۶۰ لیتر بنزین نوروزی برای خودروها**

سخنگوی کمیسیون همچنین از تخصیص ۶۰ لیتر بنزین نوروزی برای خودروها خبر داد و گفت: به شرط تصویب در صحن علنی، فروردین ماه علاوه بر ۶۰ لیتر سهمیه خودروها، ۶۰ لیتر نیز برای مسافرت به خودروها تا سه ماه برای استفاده از آن فرصت دارند.

نرخ ارز (سامانه سنا)	دلار	یورو	پوند	یوان	درهم امارات	طلای ۱۸ عیار	سکه طرح جدید	نیم سکه	ربع سکه	هر گرم زعفران نگین	هر گرم زعفران پوشال
	۱۵۶/۰۰۰ (▲۸/۰۰۰)	۱۶۹/۰۰۰	۱۸۱/۰۸۸	۲۱/۵۴۷	۴۱/۴۹۴	۶/۲۵۶/۰۳۰	۶۱/۲۰۰/۰۰۰ (▼۴۰۰/۰۰۰)	۳۱/۱۰۰/۰۰۰	۱۸/۷۰۰/۰۰۰	۸۵/۳۵۰	۷۰/۲۳۱

آغاز عملیات بانک مرکزی در بازار ارز

راهکار بانک مرکزی برای کنترل و کاهش نرخ ارز چیست و صرافی ها چه نقشی دارند؟

افزایش قابل توجه نرخ ارز صرافی های بانکی در روز گذشته، بیانگر آغاز رسیدن متغیرهای ارز به نقطه ثبات و شروع عملیات کاهش نرخ ارز توسط بانک مرکزی است. در این راستا، کارشناسان از بازشدن برخی کانال های مهم ارزی از روز گذشته خبر دادند.

به گزارش خراسان، چند وقتی می شود که نرخ ارز مسیر صعودی گرفته و به بیش از ۱۵ هزار تومان افزایش یافته است. عده ای آن را در نتیجه واکنش بازار به تصمیمات اخیر گروه اقدام مالی قلمداد کردند. با این حال، اظهارات کارشناسان نشان می داد که موضوع فراتر از این حرف هاست و بحث FATF صرفاً توانسته تاثیر روانی بر بازار ارز بگذارد. چهارم اسفند، مجید شاکری کارشناس ارزی خبر از یک دلیل فنی مهم در خصوص افزایش نرخ ارز داد که بر اساس آن و به دلیل شیوع بیماری کرونا در چین، برخی کانال های ارزی از طریق این کشور محدود شده اند. جایی که بخشی از دسترسی ایران به درهم و از درهم به دلار، از طریق یوان چین انجام می شود. در همین حال، تعقیب رفتار بانک مرکزی در بازار ارز، حاکی از آن بود که این بانک اقدام خاصی برای مداخله در بازار ارز انجام نداده است. پیام اینستاگرامی همتی رئیس کل بانک مرکزی نیز حکایت از پرهیز بانک مرکزی از برخورد هیجانی با هیجانات بازار ارز داشت.

اما دیروز فعالان بازار ارز، شاهد ورود بانک مرکزی به بازار ارز پس از مدتی سکوت بودند، آن هم به شیوه ای که این بانک در ماه های گذشته در پیش گرفته است. بدین صورت که بدون تزریق ارز به بازار که بیش از همه به سود دلالان ارزی است، نرخ صرافی های بانکی را نزدیک نرخ بازار ارز که دیروز حدود ۱۵ هزار و ۶۳۰ تومان بود، قرار داد. مزیت این روش نسبت به روش های پیشین، بستن راه دلالی بر دلالان ارز در عین به دست گرفتن هدایت بازار ارز است.

به این ترتیب دیروز قیمت فروش هر دلار در صرافی های بانک مرکزی، با رشد قابل توجه ۸۰۰ تومانی نسبت به دو روز قبل، ۱۵ هزار و ۶۰۰ تومان تعیین شد و این صرافی ها هر دلار را به نرخ ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان از مردم خریدند. این موضوع گمانه ها از آغاز رویکرد جدید بانک مرکزی را تقویت کرد. مجید شاکری اقتصاددان و تحلیل گر بازار ارز نیز در توئیتی، از بازشدن یکی از کانال های قابل توجه ارزی کشور در روز گذشته خبر داد و افزود: بلافاصله بانک مرکزی با افزایش نرخ ارز صرافی ها عملیات مداخله برای کاهش نرخ بازار آزاد را آغاز کرده است. وی همچنین پیش بینی کرد که به تدریج و با نزدیک شدن به ماه مارس (۱۰ اسفند تا ۱۱ فروردین)، کانال های ارزی بیشتری باز شوند.

بررسی تخلفات شعب بانک در دومین جلسه از دومین دور دادگاه گروه عظام

پای بانکی ها به پرونده فساد قطعه سازی باز شد

حال نامساعد ایروانی و گمانه زنی از ابتلای متهم ردیف اول به کرونا

در دومین جلسه رسیدگی به اتهامات عباس ایروانی و پنج متهم دیگر، نماینده دادستان فهرست مفصلی از کم کاری ها و اتهامات شعب بانکی در جریان پرداخت تسهیلات به شرکت های زیرمجموعه گروه عظام را تشریح کرد و گفت: خانواده عباس ایروانی با تبانی با قدرت ا... شریفی مدیر عامل وقت بانک مسکن تسهیلات دریافت کرده است. گفتنی است در جلسه اول از دور دوم دادگاه گروه عظام، اتهامات ایروانی در خصوص اخذ معاملات تسهیلات کلان، جعل اسناد و بارنامه، عدم واردات کالا با وجود دریافت تسهیلات که به بدهی بانکی ۱۶ هزار میلیاردی گروه عظام منجر شده، تشریح شد. پیشتر در دور اول دادگاه، اتهامات ایروانی در خصوص قاچاق سازمان یافته، بررسی شده بود.

■ **بانک، زیان انباشته متقاضی را ندید!**

شاه محمدی ضمن اشاره به اتهامات ایروانی و شرکت های زیرمجموعه، درباره کم کاری بانک های ارائه دهنده تسهیلات بیان کرد: از جمله نواقص موجود در پرونده بانک مسکن، در این پرونده می توان به نبود ثبت سفارش مبنی بر ورود در اعتبارها و نگرفتن استعلام اعتبارسنجی اشاره کرد؛ ۱۰ هزار و ۲۶۳ میلیون ریال زیان انباشته برای شرکت وجود داشته که بانک آن را مدنظر قرار نداده است. وی افزود: کمیسیون بانک مسکن چگونه ۲۰ میلیون دلار و ۳۰ میلیون درهم را تصویب کرده است و مسئولان بانک نه تنها دستور العمل های بانک مرکزی را رعایت نکرده اند بلکه به درخواست شرکت مبنی بر اعطای تسهیلات ریالی نیز پاسخ مثبت داده اند. وی گفت: مسئولان بانک مسکن بدون ارائه فرم تایید شده و بدون شرط بازرسی اقدام کرده اند، از طرفی امضاهای ذیل قرارداد ها نیز با امضاهای ذیل ماده های الحاقی یکسان نبوده است.

■ **ضامن هم بدهکار بانکی بود!**

شاه محمدی افزود: با وجود ارائه نشدن پروانه سبز گمرکی، پرداخت نشدن بدهی و رفع نشدن تعهدات ارزی، مسئولان بانک به تخصیص اعتبار اسنادی پاسخ مثبت داده اند. وی گفت: شرکت پویا خودرو شرق در سال ۸۹ با زیان انباشته ۵۸ میلیارد و ۶۸۳ میلیون ریال مواجه بوده و از طرفی این شرکت بدهی بانکی نیز داشته است، اما جای سوال است که چگونه مسئولان شعبه این شرکت را به عنوان ضامن پذیرفته اند. شاه محمدی بیان کرد: چگونه کارشناس بانک نسبت های واهی مالی را به کمیسیون بانک گزارش داده است؟

■ **تبانی خانواده ایروانی با مدیر عامل سابق بانک مسکن**

نماینده دادستان ادامه داد: خانواده عباس ایروانی با تبانی با قدرت ا... شریفی مدیر عامل وقت بانک مسکن تسهیلات ارزی برای ورود قطعات خودرو به منطقه سلفچگان دریافت کرده اند و از شرکتی واقع در دبی خریدها صورت گرفته است که این شرکت ایرانی بوده و ۳۴ درصد سهام آن برای پسر عباس ایروانی است. بنابراین ذی نفع واحد بودن خریدار و فروشنده محرز است.

■ **فرار مالیاتی ۴۱۸ میلیاردی متهم**

پس از پایان قرائت کیفرخواست با توجه نامساعد بودن حال متهم ایروانی، قاضی پیشنهاد ختم جلسه را داد که وکیل متهم گفت: حدود ساعت ۹:۳۰ به بیمارستان مراجعه کرده و حالش مساعد نیست. بنابراین درخواست دارم دادگاه تعطیل شود. قاضی صلواتی گفت: بدهی عباس ایروانی ۱۵ هزار میلیارد تومان بوده این در حالی است که امروز سازمان امور مالیاتی تهران فرار مالیاتی وی را بیش از ۴۱۸ میلیارد تومان اعلام کرده است که جای تاسف دارد.

■ **حال نامساعد متهم؛ پای کرونا در میان است؟!**

به گزارش میزان، در ابتدای جلسه دیروز با درخواست قاضی صلواتی، شاه محمدی، نماینده دادستان ادامه کیفرخواست را خواند اما بعد از قرائت کیفرخواست به دلیل نامساعد بودن حال ایروانی، جلسه نیمه تمام ماند. اگرچه در اخبار رسمی هیچ اشاره ای به نوع کسالت ایروانی نشده است اما برخی منابع خبری از جمله باشگاه خبرنگاران نوشت: ایروانی مشکوک به کرونا بود و از خبرنگاران خواسته شد به وی نزدیک نشوند.

سخنگوی تعزیرات خبر داد:

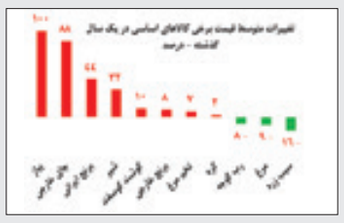
وعده صدور حکم قضایی تا ۲ هفته دیگر برای محتکر ۵۰۰ هزار ماسک

سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی گفت: پرونده سلطان ماسک در اولویت رسیدگی ما قرار دارد و ظرف دو هفته آینده حکم وی صادر می شود.

یاسر رایگانی سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی کشور به فارس گفت: پرونده سلطان ماسک در حال رسیدگی است و حداکثر ظرف دو هفته آینده حکم وی صادر خواهد شد.

وی ادامه داد: پرونده های این چنینی در اولویت ما برای رسیدگی قرار دارند، بنابراین بلافاصله و همزمان پرونده این فرد را به دادستانی کل کشور ارجاع خواهیم داد تا در بحث اخلال در نظام سلامت کشور نیز به تخلف وی رسیدگی شود. به گزارش فارس، چهارم اسفند، نیروهای پلیس فردی را دستگیر کردند که تعداد ۵۰۰ هزار ماسک پزشکی را در منزل خود احتکار کرده بود. این متهم که همسرش تبعه چین است، در محل دستگیر و در تحقیقات مشخص شد، وی این تعداد ماسک را از یک کارخانه تولیدی در منطقه بومهن خریداری کرده و قصد داشته با احتکار آن و در زمان مناسب با قیمت بالا برای فروش اقدام کند.

شاخص



کدام کالاها از بهمن ۹۷ تا بهمن ۹۸ ارزان شدند؟

در حالی که طی یک سال گذشته، اکثر کالاها گران شدند و برخی هم بعد از جهش در نیمه سال ۹۷، به ثبات رسیدند، برخی کالاها هم هستند که طی این مدت ارزان شدند. گوشت مرغ با کاهش از ۱۳ هزار و ۹۰۰ به ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومان، سیب زرد با کاهش از ۸۵۰۰ به حدود هفت هزار تومان و رب گوجه فرنگی با کاهش از ۱۸ هزار و ۷۰۰ به ۱۷ هزار و ۴۰۰ تومان از جمله اقلامی بودند که طی بهمن ۹۷ تا بهمن ۹۸ ارزان شدند.

بازار خبر

ایران بزرگ ترین صادر کننده کالا به افغانستان شد

مهر - اداره آمار افغانستان اعلام کرد: ایران با صدور کالا به ارزش یک میلیارد و ۲۴۷ میلیون دلار به این کشور، جایگاه اول را در صدور کالا دارد. حسیب ا... موحد، معاون اداره آمار افغانستان اظهار کرد: کالایی که افغانستان از خارج وارد می کند، شامل مواد نفتی، گندم، ماشین آلات، روغن خوراکی، منسوجات، محصولات فلزی و برق است.

افت گردشگری امسال تا ۱۰۰ میلیارد دلار به آسیا ضرر می زند

مهر - گروه بانکی و مالی آی ان جی در یادداشتی تحقیقی که در روز دوشنبه منتشر شد، اعلام کرد که گسترش سریع ویروس کرونای چین می تواند به ضرر ۱۰۰ میلیارد دلاری آسیا در صنعت گردشگری منجر شود.

ویژه

مسئولیت پذیری اجتماعی روابط عمومی در بدنه شهرداری قم، یکی از شاخص‌های مهم در تحولات مدیریت شهری در یک سال اخیر است

حمیده زند - مدیریت شهری، فرآیندی مهم و نگرشی جامع به سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری است و علاوه بر زیرساختهای مدیریتی و برنامه‌ریزی کلان، نیازمند پلی ارتباطی مستحکمی با شهروندان است، همچنین باید بتواند در رشد و پویایی و ایجاد تعادل میان مراکز شهری و توسعه همکاری بین بخش‌های دولتی، عمومی و خصوصی و تدوین استراتژی محلی نقشی موثری در کنار مدیران شهری ایفاء کند.

تحولات در مدیریت شهری قم در سالهای اخیر، بسیار مثبت و امیدبخش بوده و در افزایش سطح رضایت شهروندان تاثیر به سزایی داشته است، در واقع مسئولیت پذیری اجتماعی روابط عمومی در بدنه شهرداری قم، یکی از شاخص‌های مهم در تحولات مدیریت شهری در چند سال اخیر است. پویایی روابط عمومی‌ها به معنای سازگاری با تغییرات محیطی و دست‌یابی به تحولات تکنولوژیک، اجتماعی، علمی و فرهنگی است تا بتوان موفق‌تر و کارآمدتر قدم برداشت و هماهنگ با تحولات در جامعه، در توسعه مدیریت شهری نیز به سطح قابل توجهی از پیشرفت دست یافت و البته مسیر تحولات در آینده را نیز به خوبی پیش‌بینی کرد و به نیازهای شهروندان واقف بود.

استفاده از شیوه‌های خلاقانه می‌تواند پل‌های ارتباطی منسجمی را میان مدیران شهری و شهروندان رقم بزند و میزان همدلی و همراهی مردم با برنامه‌ها و طرح‌ها در توسعه شهری را افزایش دهد و باورها و ارزش‌های مشترکی را در صیانت از محیط شهری و احساس مسئولیت در قبال شهر به وجود آورد که در این زمینه شهرداری قم در حوزه روابط عمومی تا حدی در این بخش سرمایه گذاری کرده است و نتایج خوبی نیز در بهره‌گیری از شیوه‌های نوین و خلاقانه در جذب سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی مردمی به دست آمده است.

نقش روابط عمومی در مدیریت شهری دارای ابعاد وسیعی است که با انتظارات و سطح توقعات در مدیریت شهری سنجیده می‌شود و می‌تواند سیاست‌ها و خط مشی‌های مدیریت شهری را در مسیر پیشرفت و تعالی دنبال کند و مشارکت جدی شهروندان را در پیشبرد اهداف و برنامه‌های کلان جلب نماید. همچنین روابط عمومی می‌تواند با افکارسنجی و رصد ارتباط‌های مردمی، شناخت بیشتری نسبت به ضعف‌ها و کاستی‌ها پیدا کند و با راهبردی علمی، در جریان بازتاب‌ها و بازخوردهای خدمات شهری در ارتباط با مخاطبان قرار گیرد. مدیریت شهری در قم با توجه به جایگاه فرهنگی، زیارتی و مذهبی، دارای مسئولیت و رسالت سنگینی است و تمامی عملکرد و برنامه‌ها در مواجهه با شهروندان و زائران، قابلیت ارزیابی دارد و در این بین، روابط عمومی در مدیریت شهری قم، فرآیندی پیچیده‌تر با مسئولیتی خطیرتر به شمار می‌رود و انتظارات بیشتری نیز از فعالیت‌ها و برنامه‌های روابط عمومی وجود دارد. روابط عمومی باید بتواند توانمندی لازم را در ارزیابی نیازها و خدمات به دست بیاورد و با روحیه مخاطب‌شناسی، در تبیین وظایف مدیریت شهری نیز تلاش نماید و اهداف تعیین شده را به خوبی تبیین کرده و نقد و بررسی جامعی از عملکرد مدیریت شهری داشته باشد و همواره برای مطالبه‌گری شهروندان، یک پاسخگوی دقیق و شفاف باشد. ارائه خدمت در حوزه شهری، کاری دشوار و سخت است و کوچکترین ضعف و سهل‌انگاری می‌تواند سطح نارضایتی را به شکل قابل توجهی افزایش دهد، پس روابط عمومی در شهرداری، ساختاری زائد و بی‌اهمیت نیست که بود و نبود آن، اثری در پیشرفت و یا عقب‌گرد در کیفیت خدمات نداشته باشد.

بر این اساس باید برای بخش روابط عمومی در بدنه شهری، جایگاهی متمایز از سایر بخش‌ها تعریف کرد و به آن بها داد و اهداف کلانی را با نقش‌پذیری روابط عمومی در توسعه خدمت و ارتقای کیفیت خدمات شهری تعریف کرد و منابع مالی و انسانی مورد نیاز در این بخش را به خوبی فراهم نمود.

روابط عمومی در مدیریت شهری، عنصری یک طرفه و به نفع مدیریت شهری نیست که تنها بخواهد عملکرد آن را به طور شایسته و مطلوب اطلاع رسانی کند، بلکه باید در ابعاد اجتماعی و فرهنگی، خواسته‌ها و انتظارات شهروندان را به خوبی در مناطق مختلف طبق نیازها و خلاء هایی که وجود دارد بشناسد و همچون مشاوری متخصص، مدیران شهری را در جریان این مطالبات قرار دهد.

یک روابط عمومی پویا، از طریق رسانه‌ها، مدیریتی جامع و بهینه در اطلاع رسانی دقیق در سطح شهر به وجود می‌آورد و اتاقی شیشه‌ای و شفاف از عملکرد مدیران ترسیم می‌کند و البته به خوبی می‌داند که عدم صداقت با شهروندان، تاثیری منفی در روند اطمینان بخشی و جلب اعتماد دارد و لطمه شدیدی در همراهی شهروندان با مدیریت شهری وارد می‌کند. استفاده از ابزارهای نوین و روش‌های هوشمندانه، همگام با تکنولوژی روز به ویژه در فضای مجازی، تاثیر بیشتری در اطلاع رسانی دارد و می‌توان با استفاده از همین ابزار، سامانه و کانالی مناسب برای انتقال سریع مطالبات و خواسته‌های مردمی ایجاد کرد تا بتوان در جریان افکار، اندیشه، نگرش و رویکرد شهروندان به عنوان مخاطبان اصلی خود قرار گرفت و با ایجاد ارتباطی دوسویه میان شهروندان و مدیران، زمینه پویایی و توسعه مدیریت شهری را رقم زد. یکی دیگر از وظایف مهم روابط عمومی ارتقای سطح آگاهی شهروندان و توجه به امر آموزش است که از طریق برنامه‌های فرهنگی و آموزشی می‌تواند جهت و مسیری هدفمند به توسعه بنیادین شهر ببخشد. از این رو روابط عمومی باید با روش های پژوهشی و علمی در حوزه برنامه‌ریزی قدم بردارد و مسئولیت اجتماعی خود را در قبال مدیریت شهری و شهروندان بپذیرد. استفاده از نیروهای شهرداری‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. در حوزه ارتباطات و اطلاع رسانی مدیریت شهری، افرادی که دچار روزمرگی هستند و با روش‌های نو و خلاقانه فاصله دارند و یا حاضر به استفاده از الگوهای پیشرفته در حوزه ارتباطات و تجارب موجود نیستند و از مواضع انفعالی در حیطه وظایف خود بهره می‌گیرند، نمی توانند در این جایگاه به موفقیتی برسند و یا دیگر بخش‌ها را به موفقیتی برسانند. روابط عمومی وقتی به مسئولیت خود و مخاطبان اهمیت می‌دهد و آن را مهم و اساسی می‌داند و پیشرفت و همگام شدن با تکنولوژی روز را امری حیاتی در پاسخگوئی برمی‌شمارد و با فناوری اطلاعات و شیوه های نوآورانه بیگانه نیست، می تواند به ارزشیابی دقیقی در تصمیم سازی‌ها و سیاستگذاری‌ها دست یابد. در مدیریت شهری نیز اگر مدیران شهرداری بها و اهمیت و جایگاه روابط عمومی را کمتر بشمارند، موفقیتی در تعالی و پیشرفت فعالیت‌ها به دست نمی‌آورند، مدیران شهری باید در بستر روابط عمومی، سرمایه گذاری مناسبی داشته باشند و از افراد فرهیخته و آگاه و فعال در عرصه رسانه استفاده کنند و با آسیب شناسی دقیق بر روی کاستی ها و ضعف های روابط عمومی، از پرورش افرادی که تنها در تعریف و تمجید مدیران شهری فعال هستند، اجتناب کنند چرا که بزرگترین لطمه را از جانب همین افراد در مدیریت شهری متحمل می‌شوند.

روابط عمومی باید بتواند با پرهیز از شیوه های سنتی و ناکارآمد، رابطه و تعامل میان مدیران شهری و شهروندان را استحکام بخشد و هنرمندانه پیوندی عمیق بین این دو به وجود بیاورد و به عنوان بازوی توانمند به ایفای نقش در تصمیم سازی ها بپردازد.

در سالهای روابط عمومی قم در حوزه مدیریت شهری و شهرداری به طور جدی در مسیر حرفه ای شدن و رسیدن به استانداردهای عرصه های علوم ارتباطات، پژوهش در افکار عمومی، فناوریهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی گام برداشته اند و به نظر می رسد جایگاه واقعی خود را به خوبی شناخته اند و پیوند خوبی نیز با اصحاب رسانه در اتمکاس اخبار و رویدادها ایجاد کرده اند.

روابط عمومی شهرداری قم اقدامات فرهنگی و تبلیغاتی وسیعی را در ایام مناسبتی در پیش گرفته است و با ایجاد پویش‌های تبلیغاتی در برخی از ایام از ظرفیت‌های مردمی در اجرای برنامه‌های فرهنگی بیش از سالهای قبل بهره گرفته است.

همچنین این حوزه مهم در قالب برنامه‌های مختلف فرهنگی و با تبلیغات محیطی، در تبیین مسائلی چون حقوق شهروندی، تکریم شهداء، اهمیت فضای سبز و حفظ طبیعت، ضرورت توجه به حق‌الناس، احترام به سالمندان، کمک به نیازمندان، مصرف کالای ایرانی، حجاب و عفاف، مطالعه کتاب و ده‌ها موضوع دیگر تلاش کرده است.

روابط عمومی در مدیریت شهری با تعامل با دیگر دستگاهها و نهادها هماهنگی و انسجام خاصی را در تبلیغات محیطی رقم زده است و آشفتگی‌های گذشته در عرصه تبلیغات شهری تا حد زیادی ساماندهی شده است.

شهرداری قم با ایجاد تیمی حرفه‌ای در بدنه روابط عمومی، اقدامات رسانه‌ای گسترده و اثرگذاری را به سرانجام رسانده است، هر چند کاستی‌هایی نیز دیده می‌شود اما نمی‌توان ظرفیت‌های ایجاد شده و تلاش‌های ثمربخش در حوزه روابط عمومی در ارائه خدمات بیشتر را نادیده گرفت.

در این بخش تلاش شد چارچوب‌های قدیمی و سنتی کنار رود و شرایط بهتری در خدمت‌رسانی به مردم رقم بخورد و اگر قرار است عیب و نقصی نیز وجود داشته باشد، زودتر در ارتباط‌های مردمی احصا و پیگیری و رفع شود. از این رو زیرساختهای تخصصی و نوآری در ارتقای جایگاه روابط‌عمومی تا حد زیادی تقویت شده است.

اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری قم در بخش‌هایی چون امور انتشارات و مرکز اسناد، امور بین الملل، اداره تبلیغات و نشریات، اداره ارتباطات مردمی و سامانه ۱۳۷ و اداره ارتباطات رسانه ای فعال است و بسیاری از مطالبات و خواسته‌های شهروندان از طریق سامانه ۱۳۷ منتقل می‌شود، این سامانه فرصت مهمی در انتقال شکایات، درخواست ها، گزارشات و پیشنهادات و ارائه ایده و نظر و استفاده از مشاوره و راهنمایی از طریق مدیران شهری است.

قطعا ارتباط مستقیم با شهروندان منجر به پایش مشکلات عمومی شهر می‌شود و مشارکت عمومی را افزایش می‌دهد، از طرفی سطح وسیعی از اطلاع‌رسانی از طریق روابط عمومی در خصوص هوشمندسازی برخی از خدمات، از بار ترافیکی و مراجعات غیر ضروری کاسته و سطح رضایتمندی را در برخی از سطوح ارتقاء بخشیده است. همچنین شهرداری قم با اهتمام بر آسیب شناسی در جهت ضعف‌ها و کاستی‌ها و علل تنزل و تغییر ماهیت روابط‌عمومی‌ها گامی موثر در رفع برخی از مشکلات برداشت و با اخذ مشاوره‌های تخصصی از رسانه‌های فعال در استان قم، تا حد زیادی در شناسایی و رفع آسیب‌ها موفق بود. روابط‌عمومی‌ها در پیچه گسترده ای در ارتباطات است و این حوزه مهم در مدیریت شهری قم در تولید محتوا در حوزه فرهنگ شهروندی نیز گام برداشته است، با توجه به اتفاقات اخیر در شیوع بیماری کرونا در قم انتظار می‌رود روابط عمومی شهرداری قم به عنوان یکی از بازوان قدرتمندی در حوزه آموزش شهروندان در جهت رعایت بهداشت و سلامت عمومی و جلوگیری از ابتلاء به این بیماری، وارد میدان شوند.

ج/۹۸۱۴۷۵۳۱

فراخوان مناقصه تامین نیروی انسانی

۱- نام و نشانی مناقصه گذار: موسسه صنعتی گوشت مشهد، کیلومتر ۱۴ جاده مشهد فریمان، انتهای روستای تپه سلام
۲- موضوع مناقصه: تامین نیروی انسانی موسسه به تعداد ۱۷۵ نفر به صورت شرکتی جهت انجام امور سالنهای تولید و خدمات داخلی موسسه با مبلغ برآوردی ماهانه ۷/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۳- تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۳/۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت سپرده نقدی و واریز به کارت شماره ۶۰۳۷۷۰۷۰۰۰۱۴۲۳۶۸ و یا ارائه ضمانت نامه معتبر بانکی
۴- محل دریافت اسناد مناقصه: (دبیرخانه موسسه به آدرس مندرج در بند ۱)
۵- زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ ۹۸/۱۲/۰۸ لغایت ۹۸/۱۲/۱۱ در ساعات اداری میباشد)
تحویل مدارک و اسناد مناقصه از مورخ ۹۸/۱۲/۱۲ لغایت ۹۸/۱۲/۲۱ می باشد
موسسه صنعتی گوشت مشهد
ج/۹۸۱۴۷۶۰۲

منافصه جمع آوری آلایش گاوی شامل جگر، روده، کله، پاچه، پیه، سیراب و شیردان

۱- نام و نشانی مناقصه گذار: موسسه صنعتی گوشت مشهد، کیلومتر ۱۴ جاده مشهد فریمان، انتهای روستای تپه سلام
۲- موضوع مناقصه: جمع آوری آلایش گاوی (شامل جگر، روده، کله، پاچه، پیه، سیراب، شیردان و هزار لا)
۳- تضمین شرکت در مناقصه: به شرح جدول ذیل به صورت سپرده نقدی یا ضمانت نامه بانکی بابت شرکت هر نوع از کالاهای فوق

ردیف	نوع آلایش	مبلغ سپرده
۱	جگر	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۲	روده	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۳	کله	۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۴	پاچه	۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۵	پیه	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۶	سیراب شیردان و هزارلا	۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۴- محل دریافت اسناد مناقصه: (دبیرخانه موسسه به آدرس مندرج در بند ۱)
۵- زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۹۸/۱۲/۰۸ لغایت ۹۸/۱۲/۱۱ در ساعات اداری میباشد، تحویل مدارک و اسناد مناقصه از مورخ ۹۸/۱۲/۱۲ لغایت ۹۸/۱۲/۲۱ میباشد
موسسه صنعتی گوشت مشهد
ج/۹۸۱۴۷۶۰۶