

به دانش لازم طراحی و اجرا طی فعالیت های دقیق و طاقت فرسا دارد آنچه که به عنوان تجربه زنده برند شناخته می شود هزینه ای بیش از روشهای سنتی به دنبال نخواهد داشت اما وقتی صحبت از اثر بخشی و ماندگاری در حافظه و ایجاد و خاطره ای خوش و مفرح به جای مزاحمت در زندگی عادی مصرف کننده به بیان می آید بازاریابی حسی حرفهای زیادی برای گفتن دارد.

نیازهای ذینفعان را شناسایی کنید

با اینکه مشتریان به عنوان منبع بینش و بصیرت بازاریابی بایستی مورد بیشترین توجه قرار بگیرند اما شناسایی دیدگاه ها و نظرات دیگر ذینفعان نظیر توزیع کنندگان، نصاب ها، صاحبان امتیاز و تامین کنندگان و ... از اهمیت برخوردار است لذا داشتن بازخوردها مستمر از این کانالها به منظور تمرکز بر آنچه که برای شان مناسب است مهم میباشد.

مشتری هنگام خرید کل شرکت شمار را تجزیه می کند

پیش نیاز توفیق در اجرای کمپین بازاریابی حسی در این است که مطمئن شویم سازمان دارای درک کافی و توجه لازم به تجربه کلی از محصول می باشد بازاریابی حسی همانند هر کانال ارتباطات بازاریابی بایستی فهمیده شود و درست به کار گرفته شود بازاریابها بایستی دیگر افراد سازمان را درگیر این تجربه کلی از محصول کرده و با همکاری کلیه ارکان سازمان، نسبت به تحقق آن برآیند. تحقیق کردن تنها کافی نیست گرفتن گزارش مستقیم از مشتریان و درگیر کردن بقیه افراد سازمان در شنیدن صدای مشتری و دیده شدن فعالیت همکاران دیگر واحدهای سازمانی در این فرایند موضوعی بس پر اهمیت است.

آموزش مستمر کارکنان برای توانمندی سازمان در ارائه تجربه کلی از محصول مهم است

آموزش نقش اساسی در موفقیت بکارگیری تکنیکهای بازاریابی ایفا می کند. در بیشتر طبقات محصول، فروشندگان ها این تجربه کلی را برای مشتریان فراهم می آورند بنابراین آرایه این تجربه بنحوی یکپارچه و یکنواخت در زمانها و مکانهای گوناگون می تواند موضوع مهمی باشد آموزش مستمر می تواند بهترین روش برای کسب اطمینان از این موضوع باشد.

نتیجه گیری

بازاریابی حسی به انقلاب در بازاریابی و کسب و کار جهان شبیه است بقا در رقابت های سرسختانه، اجتناب از ورود به جنگ قیمت و به دست آوردن مزیت های مشتریان وفادار و ایجاد تبلیغات دهان به دهان از سوی مشتریان هدف همه اینها موضوعاتی است که بازاریابی حسی میتواند پاسخ بدهد.

در حالیکه رویکردهای ثابت و قدیمی بازاریابی نظیر تبلیغات سنتی به تدریج اثر بخشی خود را از دست میدهند، بازاریابی حسی و مدیریت تجربه ی مشتری وجوه اصلی تمایز در محیطهای رقابتی کسب و کار هستند و جاده را برای یک دوره ی جدید اقتصادی که در آن برندها و مصرف کنندگان از تعامل با یکدیگر لذت می برند صاف می کنند آینده ی بازاریابی حسی اینگونه پیش بینی شده است که روح و فلسفه ی آن در هر منظر ارتباطی برند با مشتریان هدف حلول پیدا کند و نهایتا به تغییری بیانجامد که در آن برتری با یک تعامل دوسویه و همزمان باشد که مشتری هدف را در مکان و زمانی مناسب پوشش میدهد.

کمپین حساب می آید این فرد بایستی به نحوی از بین مخاطبان هدف کالا یا خدمت انتخاب شود این فرد باید به راحتی و از نظر مشتری راجع به تجربه خود از این خدمت یا کالا بگوید.

هنگامی که میخواهیم مفهوم اصلی کمپین بازاریابی حسی را ایجاد کنیم باید با ایده یابی و طوفان فکری به ایجاد آن پرداخت مدلی مرسوم به BETTER برای آسانتر و نظاممندتر کردن این فرایند در شش گام توسعه داده شده است که به شرح ذیل میباشد:

B: شخصیت برند (Brand personality) دو یا سه ارزش اصلی برند و ویژگیهای شبیه انسان که به منظور تشکیل شخصیت برند استخراج می شود.

E: ارتباط هیجانی (Emotional connection) برند بایستی تلاش کند تا در یک سطح هیجانی با مشتریان هدف خود ارتباط برقرار کند این کار از طریق ترکیب عناصر چند حسی و سه ویژگی مهم یعنی حقیقت داشتن ارتباط مثبت و مفهوم شخصی داشتن به بهترین وجه به اجرا در می آید.

T: مشتری هدف: (Target audience) مشتری هدف هنگام طوفان فکری و ایده یابی نقش کلیدی دارد تحقیقات زیادی در مورد سبک زندگی مشتری هدف بایستی در برنامه وجود داشته باشد تا از تجربه ای مشخص برای افراد مشخص مطمئن شویم.

T: تعامل دوسویه (Two-way interaction) یک تجربه زنده ی برند به تعامل بین مصرف کنندگان و برند در زمان واقعی مربوط می شود سه گام اول یعنی شخصیت برند، ارتباط هیجانی و مشتریان هدف بایستی الهام بخش این مرحله باشند.

E: عنصر فزاینده (Exponential element) عنصر فزاینده بایستی به منظور تشویق شرکت کنندگان به انتقال تجربه ی خود به دیگران و انتشار تبلیغات دهان به دهان طراحی شود.

R: پوشش Reach: واضح است که دسترسی به بیشترین پوشش برای یک کمپین بازاریابی حسی از اهمیت حیاتی برخوردار است پوشش اولیه تجربه ی زنده ی برند پوش تبلیغات دهان به دهان و پوشش ترکیبی کانالهای تقویتی انتخابی بایستی مورد توجه و دقت قرار بگیرد کانالهای تقویتی صحیح و مناسب بایستی اساسا به منظور گسترش پوشش تجربه ی زنده ی برند مورد استفاده قرار بگیرند و بدین ترتیب موجب درگیر کردن تعداد بیشتری از افراد با مفهوم کمپین بشوند.

۶- اجرای موفق بازاریابی حسی

شرکتها در تلاش برای اجرای موفق فعالیتهای بازاریابی حسی با چالشهای مواجه می شوند که در صورت رعایت برخی نکات می توانند احتمال فائق آمدن بر آنها را افزایش دهند توفیق کمپین های بازاریابی حسی را میتوان با رعایت نکات زیر تضمین کرد:

سرف زمان کافی برای ایجاد بینش در مشتری

اختصاص زمان و پول کافی برای درک و شناخت محصول برند و مشتری از اهمیت بالایی برخوردار است بازاریابی حسی مبتنی بر بینشهای حقیقی مشتری معید بیشترین فرصت ها برای کسب موفقیت خواهد بود اجرای این مفهوم امکان پذیر نیست مگر آنکه بر بینش و بصیرت مصرف کننده اشرف داشت. بکار گرفتن این بینش و بصیرت ها در سطحی که بتوان آن را برای هر پنج حس ملموس و محسوس کرد، ایجاد یک طرح یکپارچه و روشهای درگیر کردن این حسها همگی نیاز



یادداشت

کمیسیونهای اتاق کرمانشاه اینبار با حضور فراگیر عموم فعالین اقتصادی استان

• نلسون حضرتی
• نایب رئیس اتاق کرمانشاه



با برگزاری انتخابات دوره هشتم اتاق بازرگانی کرمانشاه و حضور هیات نمایندگان از بدنه فعالین اقتصادی بخش خصوصی استان جهت حل و پالایش موضوعات و مشکلات اقتصادی بخش خصوصی و اعضای اتاق، ۶ کمیسیون تخصصی در حوزه های صنعت و معدن، بازرگانی و حمل و نقل و ترانزیت، دآوری و حل اختلاف، گردشگری، کشاورزی و سرمایه گذاری تشکیل گردید که خوشبختانه با استقبال چشمگیر عموم علاقه مندان به حوزه اقتصاد و فعالین اقتصادی روبه رو شد.

ما در اتاق کرمانشاه در کمیسیون صنعت و معدن شاهد تقاضای ثبت نام بیش از ۵۰ تن از اعضا و افراد در جایگاه های مختلف خصوصی و دولتی بودیم که در نوع خود بی نظیر بود. حضور چهره های مطرح اقتصادی و اجتماعی و فعالین نام آشنای استان در این حوزه نقطه عطفی گردید که این کمیسیون از نظر وزن علمی و تجربی به عنوان یک کمیسیون مطرح در سطح ملی معرفی گردد.

در کمیسیون بازرگانی و حمل و نقل و ترانزیت نیز با حضور دهها تن از نام آوران حوزه تجارت شاهد رشد قابل توجهی در استقبال مخاطبان بودیم. فعالیت در حوزه توسعه صادرات، حمل و نقل و پایانه ها، تجارت الکترونیک، امور گمرکی، مالیات و بازارچه های مرزی از شاخص ها و شاخه های اصلی مورد نظر می باشد. اعضا در این کمیسیون می توانند بسیاری از مشکلات حوزه تجارت و بازرگانی را حل و فصل نمایند.

از سوی دیگر توجه ویژه فعالین و اعضا به کمیسیون تازه تاسیس گردشگری بسیار قابل اهمیت و قابل تامل است. در این کمیسیون قرار است اعضای کمیسیون به موضوعات گردشگری سلامت، اقتصاد ورزش، مشوقهای گردشگری و ... بپردازند و با ارائه راهکارهای نو و عملیاتی به جامعه هدف استان کمک نمایند.

البته سه کمیسیون دیگر در حوزه های سرمایه گذاری، دآوری و حل اختلاف و کشاورزی تاسیس گردیده که روسای کمیسیونها و اعضای آن بنا دارند با تلاش و جلسات مکرر و پیگیری های مجدانه به حل موضوعات بخش خصوصی در حوزه مشوقهای سرمایه گذاری استان، مناطق ویژه و آزاد اقتصادی، بازار سرمایه، حمایت قضایی از فعالین اقتصادی، تاسیس مرکز دآوری، توسعه صادرات محصولات کشاورزی، توجه به حوزه آب و ... بپردازند.

اتاق بازرگانی کرمانشاه اتاقی بومیست که بنا دارد در دوره جدید چهارساله خود رویکردی ملی را پیش گیرد و با استفاده از منابع انسانی موجود و ثروت های اجتماعی در اختیار به راهکارهای عملیاتی در حوزه ها و شاخه های مختلف اقتصادی برسد و بتواند چون گذشته گامهای مثبت دیگری در این حوزه بردارد.

لازم به توضیح است هر یک از کمیسیون ها با ریاست یکی از اعضای هیات نمایندگان این اتاق تشکیل جلسه خواهند داد و به طور منظم و ماهانه با حضور چهره های مطرح اقتصادی و مقامات و مسئولین استان که مرتبط با موضوع جلسه و کمیسیون باشند بیکدیگر رفع موانع رشد و شکوفایی و توسعه اقتصادی استان خواهد شد.



• سید غلام رضا حسینی
• عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی کرمانشاه
• فارغ التحصیل رشته فناوری اطلاعات از دانشگاه UTM لهستان
• قسمت سوم و پایانی

فرهنگ و آموزش در فضای مجازی

با نگاهی تخصصی به کرمانشاه به عنوان اولین استان مجازی در کشور

به دهه ی ۷۰ میلادی می رسد که اولین تبادل الکترونیکی داده های مالی بین ایالات متحده و بریتانیا صورت پذیرفت. در حال حاضر قانون مالی جامع ی در اینترنت وجود ندارد و هر کشور با توجه به قوانین خود با آن برخورد می کند که این امر کار را برای معاملات بین المللی سخت کرده است اما با این حال هر سال، ۱۱ درصد به حجم تجارت اینترنتی افزوده می شود از دیگر سو قوانین خاصی برای تبلیغات اینترنتی وجود ندارد و احتمال کلاهبرداری در اینترنت بسیار بالاتر از تجارت در دنیای واقعی است.

آموزش مجازی

در دنیایی که به سر می بریم نفوذ رایانه و در پیامد آن فضای مجازی به گونه ای است که دیگر نمی توان زندگی بدون آن را حتی تصور نمود. شکی نیست این فناوری در عصر حاضر مزایا و فواید زیادی برای زندگی بشر به همراه داشته اما نباید فراموش کنیم استفاده ناکاها و بخصوص شیفتگی زائد نسبت به مزایای ظاهری این تکنولوژی در عصر ارتباطات نوین می تواند آسیب های متعددی را با خود به دنبال داشته باشد که یکی از اصلی ترین آن ها تغییر سبک زندگی و شکستن مرز باورها و ارزش ها است. امروزه شاهد بروز عصری هستیم که به مدد تکنولوژی، فضای مجازی و اینترنت در سطحی گسترده با فضای واقعی به رقابت برخاسته و با توجه به استقبال شدید نسل جوان در ورود به این دنیای مبهم و جذاب، اهمیت و میزان حضور نوع دیگری از زیستن که به «زندگی دوم» شهرت یافته روز بروز گسترده تر می شود همین گستردگی ابعاد مختلف فضای مجازی است که سبب شده تا در کنار تمامی کاربردها و ویژگی های منحصر به فرد، شاهد بروز روزافزون چالش های متعددی در جوامع و بخصوص جامعه خودمان نیز باشیم؛ چالش هایی که حتی در جوامع اروپایی و آمریکا نیز نگرانی هایی را در پی داشته است. به طور کلی می توان گفت زندگی در اینگونه فضاهای مجازی می تواند تاثیرات مثبت و منفی مختلفی بر «سبک زندگی» کاربران داشته باشد. فرصت های آموزشی، اقتصادی و... از جمله نقاط مثبت این فضاها می باشد اما حضور در این دنیاها می تواند آسیب پذیریهایی اجتماعی و خانوادگی را نیز همراه داشته باشد. در جامعه ما یکی از مهم ترین چالش های فرارو، تضادهای فرهنگی جامعه با این ابزارها و دستاوردهای حاصل از آنها است. در این میان، بدیهی است با سرعت گرفتن رشد تکنولوژی های ارتباطی و ورود این فناوری ها به کشور و در عوض عدم برنامه ریزی در داخل، این تضادها به شکل برجسته تری نمایان می شوند و آسیب بیشتری را متوجه جامعه می کنند. آنچه در بخش قبل ذکر شد، نشان می دهد پیامدهای بی توجهی به گسترش «زندگی دوم» در جامعه به لحاظ تاثیر گذاری بر رفتار و تعاملات اجتماعی و نیز باورها و ارزش های جامعه می تواند بسیار جدی و خطرناک باشد. کاربران جوان و نوجوان بخصوص به جهت اینکه از دانش بالایی برای حضور در این فضا برخوردار نیستند پس از مدتی دچار نوعی حالتاز خود بیگانگی (Alienation) در مواجهه با محیط های مجازی، می شوند. در این حالت فرد به درستی نمی داند که در محیط اینترنت به دنبال چیست و نوعی گشت و گذار بیپرده در این فضا برای وی صورت می پذیرد و در حالیکه به نظر می آید فرد در حال گذران اوقات فراغت خویش است، در واقع بیشتر شبیه به یک گم شده در محیط مجازی است. در این حالت، ویژگی های منفی کار با فضای مجازی، مانند کاهش سطح تعاملات اجتماعی رو در رو و حتی اعتیاد اینترنتی، در فرد بروز پیدا می کند. این مسائل تاثیر مخرب خود را بر زندگی کاربر می گذارند و این در حالی است که ویژگی ها و کارکردهای مثبت فضای مجازی امکان بروز در فرد را نمی یابند. مطابق تعریفی که از «سبک زندگی» داشتیم و با توجه به گستردگی شمول تعریف «سبک زندگی» این مهم بی شک می تواند مهمترین تاثیر را بر آینده جامعه از طریق تاثیر

۳ بازی های آنلاین

یکی دیگر از جنبه های مشترک بر طرفدار فضای مجازی و مؤلفه های فرهنگ مجازی، بازی های بر خط یا آنلاین هستند. این بازی ها با استفاده از اینترنت این قابلیت را به چندین کاربر می دهند تا به صورت همزمان در فضای مجازی به بازی با هم بپردازند. این بازی ها، از بازیهای ساده ی نوشتاری تا بازی هایی با گرافیک بالا را شامل می شوند. مانند سایر امکانات فضای مجازی نیز این امکان اولین بار در دهه ی ۹۰ میلادی پا به عرصه ی وجود گذاشتند. نام بردن از اولین بازی ها کار سختی است اما اکثر بازی ها همراه با تولید نرم افزار جاوا و فلش پلیر پا به عرصه گذاشتند. از انتقادهایی که به بازی های آنلاین می گردد این است که درجه ی ابتلای اعتیاد افراد به این بازی ها بسیار بالا است و به نحوی است که زندگی فرد را مختل می کنند.

۴ چت

فضای مجازی و سایت های زندگی دوم باعث پدیدار شدن شرایطی شده است که در آن اوقات فراغت از اشکال سنتی خویش جدا شده و به نوعی رسانه ای و خانگی شده است. دو فرآیند رسانهای شدن و خانگی شدن، توصیف کننده ی گذران بخش عمده فراغت در فضای مجازی است که جوانان ایرانی بیش از همه در این فضا سرگرمند. ناگفته نماند این امکان مهم ممکن است در آینده بر نحوه تعاملات انسانی و ارتباطات اجتماعی نسل بعد تاثیر منفی بگذارد. چت نوعی ارتباط بر پایه ی اینترنت است مبتنی بر پیام متنی سریع بین فرستنده و گیرنده در سطح جهان. این امکان قابلیت چت ویدئویی و صوتی و حتی چت همزمان چندین نفر در آن واحد را دارد. تاریخچه ی اولین ارتباط به صورت چت به سال ۱۹۷۴ م. بر می گردد. این امکان در سال ۱۹۸۰ م. بسیار همگانی گشت. چت نقش مهمی در ایجاد کردن گروه های خرد فرهنگ در جامعه دارد. هر چند امروزه امکان چت به طور مستقل کمتر وجود دارد و این امکان در کنار سایر امکانات فضای مجازی به عنوان یک انتخاب مطرح است. به عنوان مثال در سایت های اجتماعی و بازی نیز امکان برقراری چت بین کاربران وجود دارد. انتقادهایی که به چت می شود در مورد زبان مورد استفاده از چت است که بیشتر انگلیسی است و یا ترکیبی از ظاهر انگلیسی با یک زبان دیگر. نوشتن می تواند بیان انسان را نیز تحت تاثیر قرار دهد. امروزه کودکان زیادی را در جامعه می بینیم که سرعت تایپ کردن به مراتب بالاتری نسبت به سرعت صحبت کردن دارند که این امر به دلیل فزونی استفاده از چت ها در تمامی بخش های متنوع زندگی است. نگرانی در مورد ایجاد یک دستور زبان جدید نیز وجود دارد. تحقیقات نشان می دهد در آمریکا اکثر کودکان نمی دانند مخفف های کلماتی که در اینترنت مورد استفاده قرار می گیرند چه معنایی دارند. موج افزایش استفاده از کلمات مختصر شده ی انگلیسی در چت روم ها در حال افزایش است. نگرانی ها همچنین از اطلاعات درون محیط مجازی نیز وجود دارد که هیچ کنترلی بر آنها مانند رسانه های چاپی نیست، از نظر غلط املائی و... و نوعی زبان جدید در چت ها در حال ایجاد شدن است. این امر به خصوص در مورد کاربران جوان اینترنت بیشتر صفتی می کند که خود را زیاده تر از افراد دیگر با رسانه های جدید تطبیق می دهند.

۵ تجارت الکترونیک

این امکان به استفاده از اینترنت برای اهداف اقتصادی و مالی، کالا و خدمات اشاره دارد. این امر به امکان انتقال الکترونیکی وجه، بازاریابی اینترنتی و پردازش داده ها و تراکنش های مالی بانکی توسط اینترنت اشاره دارد. مراکز خرید مجازی، بهدست آوردن اطلاعات مشتریان بالقوه از راه اینترنت و خرید و فروش اینترنتی از قابلیت هایی هستند که اینترنت برای تجارت فراهم کرده است. قدمت این سیستم هم



بر «سبک زندگی» داشته باشد. «سبک زندگی مجازی» شده با «سبک زندگی سنتی» و واقعی تفاوت های بسیاری دارد. گذشته از تغییرات فضا و زمان، در سبک زندگی سنتی، ارتباطات رو در رو و چهره به چهره، زمینه مساعدی برای سلامت و بقای فرد فراهم می‌آورد که در این سبک زندگی ایجاد نمی‌کند. به نوعی سبک زندگی مجازی برای فرهنگ ایرانی، بیش از هر چیزی ناموزون است و گسترش تدریجی آن می‌تواند برای جوانان در آینده نوعی «ژ جاکندگی» خاص ایجاد کند که با گذشته آنها تفاوت زیادی دارد. لذا پیشنهاد می‌شود برای مصون ماندن از چنین آسیب‌های جدی موارد ذیل مورد توجه مسئولین دستگاه‌های نظارتی و فرهنگی بخصوص دستگاه‌های مرتبط با آموزش و پرورش نسل جوان قرار گیرد:

۱. ارتقای سطح «سواد رسانه ای» جامعه با بهره گیری از امکانات آموزشی رسانه ها بخصوص رسانه ملی به منظور ارتقای سطح آگاهی خانواده‌ها. ۲/ گنجاندن آموزش مباحث مرتبط با فضای مجازی و سایتهای «زندگی دوم» در برنامه درسی مدارس و دانشگاه‌ها. ۳/ بومی سازی تکنولوژی مربوط به فضای مجازی متناسب با فرهنگ و باور مردم ۴/ بستر سازی در آموزش؛ سامانه مدیریت آموزش LMS، وب کنفرانس و کلاس مجازی، ویدئو کنفرانس، موبایل و تبلت و تلویزیون های هوشمند ۵/ توجه ویژه به اهداف مستتر در برخی محصولات تکنولوژیک و پرهیز از نگاه‌های سطحی به این پدیده‌ها به عنوان ابزارهای سرگرمی و امثالهم ۶/ برگزاری کلاس‌های آموزشی و تحلیلی ویژه معلمان، آموزشیاران، مربیان و حتی اساتید دانشگاه به منظور آموزش مستقیم و دقیق به دانش آموزان و دانشجویان.

۷. قانون مند کردن در ساخت و تکثیر و پخش بازی‌های رایانه‌ای و توجه جدی تر به درجه بندی آن و ممیزی سلامت محور بازی‌های رایانه‌ای و در نهایت توجه به محیط‌های فیزیکی کافی نته‌ها و گیمنته‌ها و مشخص شدن مسئولیت در موضوع مکان‌های مزبور. ۸/ توجه به بخش‌های خصوصی و دانشگاهی علمی در امر آموزش الکترونیک و تشکیل کمیته علمی در امر آموزش الکترونیک و تشکیل کمیته علمی بررسی وب ۹/ اطلاع رسانی گسترده از طریق رسانه ها خصوصا رسانه ملی

استان کرمانشاه به عنوان اولین استان مجازی در کشور

در عصر اطلاعات و متناسب با اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله و با تلاش روزافزون دولت و تمامی احاد جامعه برای شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی و جامعه دانش پایه، به سمت کشوری حرکت می‌کنیم که در آن، مفهوم شهروندان به افرادی اطلاق می‌گردد که مسئولیت‌پذیر، پاسخگو و فعال، کمک‌دهنده و دارای نقشی مؤثر در فرآیند توسعه ملی بوده و منفعل، ساکن و مندجو نباشند. از این رو حصول اطمینان از کاربرد فناوری اطلاعات در همه ابعاد زندگی و سیستم‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجب تحولی بزرگ در شیوه زندگی، کار و فعالیت آنها و از حقوق اساسی هر شهروندی به حساب می‌آید. در چنین جامعه‌ای، توانمندی شهروندان در پردازش، ذخیره، انتقال، تولید و به کارگیری داده، اطلاعات و دانش از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در سایه تحقق حقوق ملت در چنین جامعه‌ای، افراد شایسته، با مهارت، دارای شوق و انگیزش، پاسخگو و نوآور می‌توانند در ارتقاء سطح کیفیت زندگی فردی و اجتماعی یک شهر و حتی کشور وظایف بزرگی را به عهده می‌گیرند. این‌گونه شهروندان قادرند در بازار جهانی فعالیت نموده و به مبادله ثروت و دانش خود به دور از هرگونه محدودیت جغرافیایی، فیزیکی و اقتصادی در کوتاه‌ترین زمان و در هر مکانی مشغول شده و شکل‌دهنده اقتصادی متنوع، توأم با افزایش قدرت رقابت باشند. جامعه‌ای که در آن با رعایت حقوق و قوانین الکترونیک حاکم بر فضای دیجیتال، قدرت جذب دانش و استعداد از اقصی نقاط جهان نیز امکان پذیر می‌گردد. از این رو دسترسی به جامعه اطلاعاتی در سطح ملی و منطقه‌ای و توسعه دولت الکترونیک با ایجاد شهرهای الکترونیک و کاهش زمان و هزینه ارائه خدمات به شهروندان نیازمند فراهم آوردن فرصت‌های برابر، عدلانه و امن اطلاعاتی برای همه شهروندان توأم با رعایت حقوق فردی و اجتماعی آنان است. عوامل متعددی وجود دارد که سیاستگذاران را تشویق می‌کند تا جوامع خود را به سمت الکترونیک شدن سوق داده و موجب توسعه فناوری اطلاعات را در کشورهای خود فراهم آورند و این با ایجاد و راه اندازی فضاهای الکترونیک

میسر خواهد شد چند مورد از این عوامل اشاره می‌کنیم:

- با ایجاد فضای الکترونیک و نقش فناوری بسیاری از مشکلات اقتصادی و سیاسی و اجتماعی کشور رفع خواهد شد / - بیشتر موسسات و نهادهای برای اجرای برنامه های خود از نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات بهره خواهند برد / - باعث خواهد شد که بین کشورها شکاف دیجیتالی ایجاد نگردد / - سرعت و دقت بالاتر و کاهش هزینه‌های سربار / - شهروند الکترونیک از سطح رفاه اجتماعی بالاتری برخوردار است و... در همین راستا شورای عالی فضای مجازی کشور در راستای تحقق طرح شبکه ملی اطلاعات تفاهم نامه اجرای طرح استان مجازی را به منظور ارائه خدمات به احاد شهروندان، ایجاد بستر توسعه فرهنگ ایرانی اسلامی و افزایش امنیت با استانداردی کرمانشاه امضاء کرد.

آیا کرمانشاه را با توجه به زیرساخت هایش می توان به شهر الکترونیک مبدل ساخت؟

پاسخ این سوال مثبت است اما باید به نکات ظریفی مانند توسعه زیرساخت ارتباطی، آموزش شهروند الکترونیک، کاهش هزینه های دسترسی، اصلاح فرآیندهای درون سازمانی برای کوتاه تر شدن مسیر فعالیت ها، ارتباط بین سازمان ها برای حذف اقدامات اضافی و موازی مانند احراز هویت، توجه به امنیت در حوزه فعالیت های مجازی و به تبع آن توسعه اعتماد جمعی و... به طور کاملا جدی پرداخت. اما از همه مهمتر توسعه خدمت و اطلاعات الکترونیک است که شرط اصلی موفقیت در این بخش به اراده مدیران بستگی دارد.

به عنوان نتیجه گیری؛ ضرورت توجه به شهر واقعی - مجازی

توجه به عوامل محیطی در فضای شهری از اهمیت مرکزی برخوردار است. نگاهی که موجب توجه به ظرفیت های طبیعی، تاریخی و ارزش های بومی در یک جغرافیای خاص می شود. اگر چه فضای مجازی، یک فضای بدون جغرافیا و رها شده فرض می شود، به نظر می رسد این وضعیت متعلق به دوران گذار از " تک فضایی بودن جهان " به " دو فضایی شدن جهان " می باشد. اما به مرور فضاهای مجازی از هویت های مشخص و مرتبط با جهان واقعی برخوردار خواهند شد و منعکس کننده جغرافیای قابل رویت و منطبق به جغرافیای جهان واقعی خواهند بود. در ساخت فضاهای مجازی خصوصا دولت های الکترونیک و شهرهای مجازی، توجه به هویت های مرتبط با فضاهای واقعی کشور و شهرها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. این مهم مستلزم توجه به شهرهای فرهنگی واقعی - مجازی است که آن نیازمند نگاه منظومه ای به شهر است. شهری که به منظومه هائی از نیاز های انسانی توجه می کند، نیازهای مثل تردد آسان، نیاز به گذران اوقات فراغت، نیاز به دسترسی به همه امکانات عمومی با حداقل زمان ممکن، نیاز به آسایش، آرامش و محیط زیست سالم و بالاخره نیاز به آشنائی و تعلق داشتن به شهر و ارتباط شهر با فرهنگ و تمدن پیشین از اجزاء مهم این منظومه شهر فرهنگی واقعی - مجازی است. تامین این منظومه نیازها، مستلزم توجه به چگونگی خلق یک اثر هنری شهری است. در واقع باید به این سوال توجه کرد که اثر هنری بر گرفته از چه فلسفه اجتماعی است؟ با چه تفسیری از جهان یک اثر هنری خلق می شود؟ در اینجاست که تفاوت فضاها، دیدگاه ها و جهان بینیها، بصورت واضح انعکاس پیدا می کند و شهر های متفاوت و معماری های متمایز از دل آن بر می خیزد. از آنجائی که شهرهای مجازی در آغاز راه خود هستند، هیچ نوع شهرسازی قطعی در این خصوص شکل نگرفته است. به عبارتی هنوز اجزاء و عناصر شهرهای مجازی، نوع معماری شهرهای مجازی و حتی نظام اجرایی و پاسخگویی آن از یک استاندارد تعریف شده مشخصی برخوردار نیست. در این روند، هر شهر متناسب با ضرورت ها، نیازهای اساسی و قابلیت های محیطی قالب ریزی متفاوتی از شهرسازی را ارائه می کند. به نظر می رسد اصلی ترین مشکل در راه اندازی شهر الکترونیک، عدم وجود نهاد راهبری مقتدر و با اراده قوی و قدرت تصمیم گیری فراگیر می باشد. لکن عواملی همچون توسعه خدمات الکترونیک، پسترسازی فرهنگی و آموزش شهروند الکترونیک، امنیت در شهر الکترونیک، تدوین و اجرای قوانین و مقررات شهر الکترونیک، زیرساخت های مورد نیاز از جمله اینترنت پرسرعت و امکانات سخت افزاری بسیار مؤثرند.

"برای مشاوره اقتصادی به اتاق بیایید"

• ناصر گلی

• دبیر مرکز مطالعات و پژوهش های اتاق بازرگانی کرمانشاه

اعتقاد به اصل مشاوره با خبرگان و کارشناسان و صاحب نظران در بخش خصوصی اقتصاد همواره از اصول کسب و کار و فعالیت اقتصادی بوده است چرا که بخش خصوصی بودجه مشخص یا منابع مالی معینی برای هزینه کردن از طرف نفر دوم یا دستگاه بالادستی نداشته و همواره ناگزیر بوده از دسترنج خویش برای پیشرفت و توسعه بنگاه اقتصادی خود بهره برد. لذا از این سو همواره بخش خصوصی نسبت به دیگر حوزه ها توجه بیشتر و تاکید خاص تری به موضوع کسب مشورت و مشاوره داشته است.

ملی سالیان گذشته و با مطالعه اسناد تاریخی اتاق بازرگانی کرمانشاه مصداق این مهم به وضوح قابل شهود است. مشاوران اتاق بازرگانی و تجارت هم همواره ازین بهترین، معتمدترین و با سواد ترین افراد انتخاب می شدند و علت این تاکید و انتخاب ریزبینانه، حساسیت سپردن عنان کار و رشته افکار وایده های صاحبان کسب و کار و فعالان اقتصادی به دست اینان بوده و هست.

اما این نیاز مهم در دوره هشتم هیات نمایندگان اتاق کرمانشاه رنگ و بویی تازه به خود گرفت. تصمیم به راه اندازی مرکز مشاوران در این اتاق دستور مستقیم هیات نمایندگان دوره هشتم بود که خوشبختانه امروز شاهد تحقق این مهم در اتاق هستیم.

حال حوزه مشاوران اتاق این افتخار را دارد که بزرگترین جامعه مشاوران خبره و صاحب نظر اقتصادی و مرتبط با حوزه فعالیت فعالین اقتصادی استان را در سطح دیگر استانهای کشور داشته باشد.

امروز همه اعضای حقیقی و حقوقی اتاق کرمانشاه و همه اعضای باشگاه فعالین اقتصادی می توانند به رایگان به مرکز مطالعات و پژوهش های اتاق کرمانشاه مراجعه و درخواست مشاوره نمایند.

ارائه مشاوره تخصصی در سطوح مختلف علاوه بر حوزه های اصلی و شاخص بازرگانی، صنعت، کشاورزی و معدن در حوزه های دیگر نیز تعریف شده است.

جمعی از کارشناسان و اساتید دانشگاهی و چهره های موفق در هر حوزه اقتصادی در شاخه های مالیاتی، بانکی، کار و تامین اجتماعی، گمرکی، ثبت اسناد و ثبت شرکت ها همواره آماده ارائه مشاوره به اعضای محترم ما در اتاق هستند.

شما فعالان اقتصادی می توانید در حوزه های امور بین الملل، حسابداری و مالی، امور توسعه ای، راهتمایی کسب و کارخویش نیز به این مرکز مراجعه و از خدمات مشاوره ای بهره مند گردید.

کسانی که در زمینه بازارهای سرمایه، کسب و کار، حقوقی، گردشگری، محیط زیست و سرمایه گذاری هم مایل به کسب مشاوره اند می توانند بر توان علمی و تخصصی مشاوران اتاق بازرگانی اعتماد کنند. صاحبان کسب و کار، تولیدکنندگان و همه فعالان اقتصادی در زمینه های بازاریابی، تبلیغات، امکان سنجی کسب و کارهای جدید نیز می توانند به افراد خبره و کاردان این حوزه مراجعه و از مشاوره ایشان بهره مند گردند.

نهایتاً امیدواریم این حرکت نو از اتاق بازرگانی کرمانشاه در این سطح کمی و کیفی وسیع بتواند به پیشرفت و توسعه بخش خصوصی استان کمک و مسیر را برای رشد هر چه بیشتر و بدنه فعالین اقتصادی در کرمانشاه هموار سازد.



رئیس اتاق تعاون کرمانشاه: باید با همکاری اتاق بازرگانی تلاش کنیم بازار عراق از دست نرود



این روند مهاجرت در سال های اخیر پرشتاب شده به گونه ای که قبلا سهم روستاها از جمعیت ۷۰ درصد بود که اکنون به ۳۰ درصد رسیده است که دلیل این امر نیز وجود جاذبه در شهرها و نبود جاذبه در روستا است.

موضوع دیگر این است که فعالیت اقتصادی در کشور یا خدمات، یا صنعت و یا کشاورزی که بخش کشاورزی عمدتا نیز در روستاها میباشد ارزش افزوده کمی دارد و دولت باید با دادن یارانه این بخش را کمک کند چون با موضوع غذای مردم که یک نیاز اساسی است در ارتباط می باشد.

اما متأسفانه سهم بخش کشاورزی از درآمد ناخالص ملی ۳۰ درصد از اشتغال ۲۳ درصد و از سرمایه گذاری کمتر از ۵ درصد است.



- در خصوص حوزه تعاون صحبت کنید، در کشور ما چقدر به تعاون پرداخته می شود؟

اقتصاد ایران سه بخش است، بخش دولتی، بخش خصوصی و بخش تعاونی.

در کشور ما بخش دولتی بسیار قدرتمند است و بخش خصوصی کم رنگ و با توجه به ناکارآمدی دولت در حوزه اقتصاد، سیاست های اصل ۴۴ خصوصی سازی از سوی مقام معظم رهبری مطرح شد.

در این بین بخش تعاون کمترین سهم و بهره را دارد و از همین رو اتاق های تعاون با هدف توسعه تعاونی ها و ارائه برنامه برای توانمند کردن تعاونی ها تشکیل شدند.

بر اساس برنامه پنجم توسعه قرار بود تعاونی ها از تولید ناخالص ملی سهم ۲۵ درصدی داشته باشند که متأسفانه این رقم اکنون کمتر از هفت درصد است.

- برنامه ای برای افزایش سهم تعاون از اقتصاد وجود دارد؟

یکی از برنامه های برای افزایش سهم تعاون اجرای مدل توسعه غیرمتمرکز با عنوان توسعه روستایی در قالب تعاونی با نقطه فشار بخش کشاورزی است که متأسفانه به دلیل عدم حمایت مدتی مغفول ماند.

برنامه دیگر ساماندهی مبادلات مرزی با حمایت و محوریت اتاق تعاون بود که طرح ساماندهی تعاونی های مرزی با هدف توسعه تعاونیهای مرزنشینان و مبارزه با قاچاق در کرمانشاه انجام شد.

تعاون یکی از مهمترین بخش های اقتصاد هر کشور است، بخشی که بر اساس برنامه پنجم توسعه باید ۲۵ درصد از تولید ناخالص ملی را بر عهده می گرفت.

تعاونی ها از این منظر اهمیت زیادی دارند که مردمی هستند و با سرمایه های خرد مردم به صورت مشارکتی ایجاد می شوند و اهداف خود را در بخش تجارت، کشاورزی، درمان، خدمات و ... پیش می برند.

در این بین تشکلی به نام اتاق تعاون که یکی از مهمترین تشکلهای بخش خصوصی است نیز برای ساماندهی و مدیریت تعاونی ها تشکیل شده است.

در استان کرمانشاه نیز مانند همه نقاط کشور، چند هزار تعاونی در بخش های مختلف فعال است که هریک در حوزه خاصی فعالیت دارند و اتاق تعاون نیز با هدف مدیریت و حمایت از این تعاونی ها تشکیل شده است.

در این بخش گفت و گویی با غفار محمدی، رئیس اتاق تعاون کرمانشاه داریم که در زیر می خوانیم.

- آقای محمدی اگر مقدمه ای مد نظر دارید برای ورود به بحث اصلی مطرح بفرمایید.

در ابتدا علاقه دارم به یک معضل اصلی در کشور اشاره کنم، معضلی به نام مهاجرت بی رویه و افسارگسیخته ساکنان روستا به شهرها که علاوه بر تخلیه روستاها، پدیده حاشیه نشینی و مشکلات ناشی از آن را در پی داشته است.



- در خصوص وضعیت تعاونی ها در کرمانشاه صحبت کنید
ما در استان کرمانشاه ۴۵۰۰ تعاونی داریم که به دلیل رکود و مشکلات سال های گذشته تعدادی از آنها راکد شدند و مابقی هم با ظرفیت حدود ۵۰ درصد فعالیت دارند.
این تعاونی ها در بخش های مختلف صنعت، کشاورزی، خدمات، درمان، حمل و نقل و سایر حوزه ها فعالیت دارند که بیشترین سهم مربوط به بخش کشاورزی، خدمات و صنعت است.
حدود ۲۸ تعاونی مرزنشینی نیز با ۳۱۲ هزار نفر عضو نیز داریم که دارای ۱۰۰ هزار کارت هوشمند برای سرپرست های خانوارهای مرزنشین هستند و امکان مبادله با عراق دو بار در ماه و هر بار تا سقف ۵۰ میلیون ریال، در قالب ۷۲ قلم کالایی که مشخص شده است را فراهم می کند.
این تعاونی ها با همکاری اتاق تعاون و به منظور جلوگیری از قاچاق ساماندهی شدند و درآمد حاصل از مبادلاتی که انجام می دهند به حساب مرزنشینیان واریز می شود که این امر به اقتصاد آنها کمک می کند.

- برای توسعه تعاونی های مرزنشینی برنامه دارید؟
چون در ایران در مجموع کار گروهی و مشارکتی هنوز به خوبی جا نیفتاده، برخی از تعاونی های مرزی خوب کار می کنند و برخی عملکرد قابل دفاعی ندارند.
در همین راستا پیشنهاد شرکت توسعه تعاونی های مرزنشینی را دادیم که با هدف ساماندهی و نظارت بر عملکرد تعاونی های مرزنشینی و کمک به اقتصاد آنها باشد.
به علاوه ما در حوزه تعاونی های مرزنشینی پتانسیل خوبی به عنوان کشور عراق داریم که باید بر اساس منافع مشترکی که بین دو طرف وجود دارد در این بخش نیز شرکت هایی را راه اندازی کنیم که بر پایه بخش خصوصی باشند، برای مثال شرکت های تعاونی حمل و نقل، ترانزیت و ...
به علاوه با همکاری اتاق بازرگانی و اتاق تعاون، تعاونی خدمات بازرگانی و صادراتی غرب کشور با مدیریت پنج استان غرب کشور نیز در حال تاسیس است.
کارهای دیگری که به عقیده ما می تواند به توسعه تعاونی های مرزنشینی کمک کند تسهیل بستر برای فعالیت آنها، ارائه خدمات پژوهشی، بازاریابی محصولات، برگزاری همایش های تجاری، تامین امنیت سرمایه ها و جذب منابع سرمایه ای و ... است.
به علاوه در مناطق ویژه اقتصادی استان که در حال احداث می باشد بخش خصوصی مانند اتاق تعاون و اتاق بازرگانی نیز باید حضور فعال داشته باشد.
ما همچنین به دنبال تشکیل شرکت تعاونی توسعه مبادلات نیز هستیم و همچنین تقاضا داریم اقلام قابل واردات و صادرات توسعه یابند.
همچنین لازم است بازارچه ها و زیرساخت های مرزی ما نیز با جذب سرمایه گذاران توسعه یابد که البته می توان از تسهیلات توسعه روستایی نیز استفاده کرد.

- آیا برای تعاونی های راکد هم برنامه دارید؟
بله، در حال شناسایی این تعاونی ها هستیم و پیگیری می کنیم که مشکلات آنها رفع شود.
بخشی از مشکلات تعاونی ها ناشی از عدم حمایت است و بخش دیگر به دلیل ضعف خود آنها.
اگر چه در اصل ۳۴ قانون اساسی در مورد واگذاری فعالیت های بخش دولتی به بخش تعاون اشاره شده اما این قانون به درستی اجرا نشد و کمکی به بخش تعاون نکرد و این در حالی است که برای مشارکت بیشتر مردم در اقتصاد از طریق تقویت تعاونی ها ظرفیت های قابل توجهی در این قانون وجود دارد.

- در پایان اگر صحبتی دارید بفرمایید
باید فرهنگ تعاون و کار جمعی نهادینه شود. موضوع دیگر بازار عراق است که نباید از آن غافل شویم و باید با همکاری اتاق بازرگانی و خانه صنعت برای توسعه صادرات به عراق تلاش کنیم.
در غیر این صورت بازار عراق را از دست خواهیم داد و از حد کشور ترکیه و صادراتی که به عراق دارد خیلی پایین تر می رویم.
باید به عراق توجه کنیم و البته دولت هم حمایت کند، زیرا صادرکنندگان کشوری مانند ترکیه که بازار عراق را در دست دارد، از مشوق صادراتی خوبی هم برخوردارند، که البته این جوایز در کشور ما حذف شد و به حذف آن نقد وارد است.



راه اندازی مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی در اتاق کرمانشاه



• ناصر کلی
• دبیر مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی
اتاق کرمانشاه

ملر
با رویکرد
اتاق بازرگانی کرمانشاه اتاقی بومرنگ

و فعالین اقتصادی استان به طور میانگین هر هفته با یک رویداد آموزشی روبرو بوده و از این فضا به بهترین شکل ممکن بهره برده اند. از برنامه های آتی مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی در حوزه آموزش نیز می توان به ۶ همایش بزرگ دیگر در حوزه های مختلف مدیریتی، اقتصادی، تبلیغات و بازاریابی و محورهای توسعه ای اشاره کرد. از سویی برگزاری بیش از بیست کارگاه علمی آموزشی دیگر در دستور کار مرکز قرار دارد.

به عنوان ایده ای نو از مهرماه جاری نیز در نظر است تورهای مطالعاتی، پژوهشی و آموزشی به استانهای خراسان رضوی، اصفهان، کرمانشاه مرکزی، بازرچه های مرزی و شهرک های خاص صنعتی در این اتاق برقرار و علاقه مندان بتوانند با هماهنگی لازم از برترین برندهای صنعتی کشور و همچنین روند تجارت و بازاریابی در بازرچه های مرزی مختلف بازدید به عمل آورند.

بیش از ۵۰۰۰ هزار نفر آموزش مستقیم و بالغ بر ۲۰۰۰۰ نفر ساعت آموزش در حوزه های مختلف اقتصادی در اتاق کرمانشاه هدف گذاری شده است و پیش بینی می شود روندی که در سه ماهه نخست حرکت این مرکز با آن مواجه بوده ایم دستیابی به این هدف را محقق سازیم.

۲- حوزه مطالعات و پژوهشها

اتاق بازرگانی در سالهای گذشته نیز همواره به این بخش نگاه جدی و ویژه داشته و اقدامات بسیار برجسته و شاخصی در این حوزه نیز صورت گرفته است اما با آغاز به فعالیت مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی اتاق کرمانشاه تمام تلاش همکاران ما در این اتاق آن بوده است که بتوانیم این مطالعات و پژوهش ها را به صورت علمی تر و بروزتر انجام و منتشر نماییم.

در اوایل فعالیت این مرکز و مطرح شدن بحث های پساتحریم و اقتصاد ایران پس از برداشتن تحریمها و برنامه هایی که باید در کشور و استان صورت پذیرد این اتاق اولین اتاق و مجموعه اقتصادی کشور بود که جلسات خود را با موضوع پایدها و نیایدهای پساتحریم آغاز و مطالعات و

عزم راسخ و حمایت دوره جدید هیأت نمایندگان دوره هشتم اتاق بازرگانی کرمانشاه به راه اندازی مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی به عنوان فضایی نو جهت بروز خلاقیت ها و ایده های نو مبتنی بر دانش و آگاهی مجموعه اتاق بازرگانی کرمانشاه را بر آن دانست که همزمان با آغاز این دوره اتاق فعالیت های پژوهشی، مطالعاتی، مشاوره ای و آموزشی بخش خصوصی اقتصاد استان را نظام مندتر و هدفمندتر از پیش ارائه نمایند.

با حمایت اعضای محترم اتاق، هیأت نمایندگان و هیأت رئیسه محترم این مرکز در تاریخ ۹۴/۴/۱ افتتاح و فعالیت خویش را به شکل رسمی آغاز کرد.

جهت استحضار فعالین اقتصادی استان اهم وظایف و شرحی از اقدامات صورت گرفته در یکمصد روز اول فعالیت این مرکز به محضر شریف سروران ارائه می گردد.

۱- حوزه آموزش:

ما در اتاق کرمانشاه به عنوان یکی از بهترین اتاقهای ایران در حوزه آموزش در سالهای اخیر با پتانسیل بسیار بالای این اتاق و همکاران حوزه آموزش بودیم که خوشبختانه با عزم موجود باز هم این ظرفیت افزایش و طی برنامه ریزی های انجام شده در مدت قیدشده از تاریخ افتتاح مرکز، این مهم مقرر گردیده است.

برگزاری کارگاه های سطح ۱ بازاریابی، تحقیقات بازار، کاربرد کارتهای بازرگانی و قوانین و مقررات مربوط به آن، آشنایی با قوانین مالیات بر ارزش افزوده، توسعه کنسرسیومهای صادراتی و مکاتبات بازرگانی به زبان انگلیسی و همچنین برگزاری همایشهای بزرگ و پر استقبالی از جمله "رازهای بازاریابی فردا" و "اصول و فنون مذاکره روز دنیا" و همچنین نشست های علمی تخصصی در حوزه آموزش که در این مجال نمی گنجد.

شایان توضیح است این اتاق در ۱۳ هفته گذشته ۱۳ برنامه آموزشی در سطح کارگاهی و همایش و سمینار برگزار نموده و مخاطبین ما در اتاق

ده ها ساله ایشان با این اتاق این تعیین حاصل گردیده است.

۴- حوزه دیده بان و نوآوری

ابتکاراً در این مرکز حوزه ای تعریف شده بنام حوزه دیده بان و نوآوری که اساس آن حفظ و ارتقاء چابکی مجموعه اتاق بازرگانی در همه زمینه های مربوطه به رسالت پارلمان بخش خصوصی است. اولین فعالیت این حوزه رصد وضعیت فعالین استان و علاقه مندی ایشان به عضویت در خانواده بزرگ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه بود که کارشناسان و هیأت رئیسه محترم اتاق در گامی ابتکاری اقدام به فراخوان عمومی جهت عضویت عموم علاقه مندان به فعالیت های اقتصادی در کمیسیونهای شش گانه این اتاق بود که به خوبی از سوی این جامعه بزرگ مورد استقبال واقع گردید و امروز شاهد عضویت و حضور بیش از ۲۰۰ فعال اقتصادی خارج از مجموعه اعضای اتاق در کمیسیونهای مشورتی و تخصصی این اتاق هستیم.

اعتقاد به ایجاد بستر حضور علاقه مندان در اتاق و استفاده از خدمات آموزشی، مشاوره ای و حمایتی این نهاد از ایشان، ما را بر آن داشت که اقدام به راه اندازی و تاسیس "پاشگاه فعالین اقتصادی کرمانشاه" در دستور کار خویش قرار دهیم که ساز و کار عضویت و فراسیمای حضور اقشار مختلف علاقه مند به اقتصاد و فعالیت در این زمینه را در محالی مناسب تر و در موقع مقتضی به سمع و نظر مخاطبان خواهیم رساند.

شایان ذکر است حمایت از پایان نامه های دانشجویی، حمایت از ثبت اختراعات، حمایت از چاپ مقالات، حمایت از صاحبان ایده و نوآوران و همچنین حمایت از چاپ کتابها و نشر دانش فرهیختگان حوزه های مختلف اقتصادی از دیگر اهداف حوزه دیده بان و نوآوری مرکز مطالعات و پژوهشهای اقتصادی اتاق کرمانشاه است که امیدواریم به زودی ثمرات این تلاشها به کام هم استانی های عزیز، تلاشگران عرصه های مختلف اقتصادی شیرین آید.

در پایان بر خود واجب می دانم از همه اعضای محترم هیأت نمایندگان و هیأت محترم رئیسه اتاق کرمانشاه که با دید باز و انعطاف قابل توجهی فضای ایجاد شده را حمایت نمودند تشکر و قدردانی نموده و این نوید را به مخاطبان محترم بدهم که هیأت نمایندگان دوره هشتم اتاق بازرگانی کرمانشاه با تمام قدرت و توان در حمایت از حقوق مادی و معنوی نه تنها اعضای این اتاق بلکه کلیه فعالین اقتصادی استان تلاش می نمایند.

لازم است در تلاشهای همکاران سخت کوش این اتاق در حوزه های مختلف تشکر ویژه نمایم و در همین فرصت بر اعتقاد خویش اصرار ورزم که تقارن اتاق کرمانشاه با همه اتاقهای کشور و برتری و بهترین بودن تنها از سه جنبه است.

اول از اعضای سخت کوش و اهل تلاش، دوم هیأت نمایندگان و هیأت رئیسه سخت کوش و متعهد و سوم کارمندان و کارشناسان محجوب، با تجربه و عملگرا.

مقالات و پژوهشهای کارشناسان خویش را منتشر نمود.

مطالعه بر روی برندهای صادراتی استان، ظرفیت های بازرگانی، بازارهای هدف، بررسی وضعیت اقتصاد ایران با حضور بزرگان و صاحب نظران ملی، بررسی نقش صندوقهای مالی و اعتباری در توسعه استان و... از برنامه های صورت گرفته در سه ماهه نخست فعالیت این مرکز بوده است. به شدت در تلاش هستیم بتوانیم از کارشناسان برجسته ملی که در زمینه های مطالعاتی در حوزه توسعه استان کرمانشاه و استان های مشابه در هر حوزه ای را دعوت به حضور در استان نماییم تا انجام طرح های مطالعاتی و پژوهشی در کنار صاحب نظران و کارشناسان صورت پذیرد.

بحث مهم بررسی محورهای توسعه ای استان و شناخت چالش ها و راهکارهای آن، شناسایی کشورهای هدف صادراتی در پساتحریم و انتخاب هیأت های خاص اقتصادی جهت دعوت به استان از شاخص ترین برنامه های حوزه مطالعات و پژوهشهای مرکز است که امیدواریم با حمایت اندیشمندان و صاحب نظران و کارشناسان همکار با اتاق به این مهم دست یابیم.

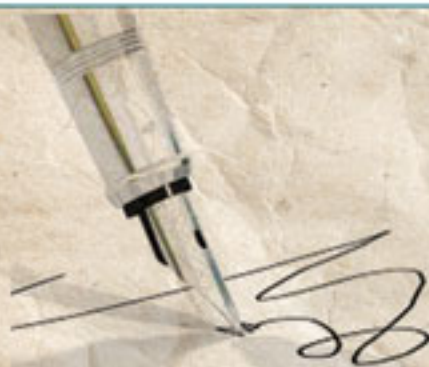
۳- حوزه مشاوران

اتاق کرمانشاه و مجموعه مدیران آن همواره بر اصل مشاوره با کارشناسان خیره و آگاه اعتقاد داشته اند و در دوره های پیشین نیز اتاق محلی برای حضور مستمر مشاوران در حوزه های مختلف مورد نیاز فعالین اقتصادی اختصاص داده بود اما با توجه به نیازهای مختلف و روبه رشد مخاطبین ما در آغاز فعالیت این مرکز تصمیم گرفته شد مرکز مشاوره ای در شأن و پاسخگوی نیازهای فعالین اقتصادی استان تاسیس گردد که با عنایت ویژه همه مجموعه همکاران و علاقه مندان به این حوزه "بزرگترین مرکز مشاوره اقتصادی غرب کشور در بخش خصوصی" به همت اتاق بازرگانی و در حوزه فعالیتی مرکز مطالعات و پژوهشها تشکیل و آغاز به کار نمود.

خبر خوب در این حوزه آنکه کلیه بازرگانان، صنعتگران، معدنکاران، کشاورزان و به تعبیری کلیه فعالین اقتصادی استان و حتی کسانی که علاقه مند به این حوزه هستند حتی اگر عضو این اتاق هم نیستند می توانند از خدمات مشاوره ای بیش از ۳۰ مشاور شاخص و کارآزموده و برندهای مشاوره ای این مرکز بهره ببرند.

امروز ما در اتاق کرمانشاه با افتخار شاهد حضور مشاوران خیره ای در حوزه های مختلف از جمله مالیات، کار و تامین اجتماعی، گمرک، مالی و حسابداری، بانکی، بازارهای سرمایه، اقتصادی، دانشگاهی، طراحی کسب و کارهای جدید، صنعتی، بازرگانی، حمل و نقل، حقوقی، ثبت شرکتها، زیست محیطی، سرمایه گذاری، بازاریابی، تبلیغات و رسانه و... هستیم.

شایان ذکر است تمام تلاشها صورت پذیرفته تا بتوانیم در بزرگترین کمپین مشاوره ای غرب کشور از حضور و همکاری بهترین مشاوران حرفه ای، اصلاح و معتمد بهره بجویم که به حمداله با تجربه همکاری



دیدگاه

رئیس خانه معدن کرمانشاه: خواستار معافیت مالیاتی برای معادن هستیم

رئیس خانه معدن کرمانشاه با اشاره به مشکلات اقتصادی فراوانی که برای معدن‌داران ایجاد شده، خواستار معافیت مالیاتی برای معادن شد.

محمدعارف ابراهیمی با اشاره به هزینه‌های بالای بخش معدن، اظهار کرد: در حالیکه روند کاهشی قیمت جهانی مواد معدنی همچنان ادامه دارد، به دلیل افزایش هزینه‌های تولید سود معدن‌کاران بسیار کم شده است.

وی ادامه داد: تغییر نرخ ارز، هزینه سوخت، هزینه حمل و نقل و ... همه بر قیمت تمام شده مواد معدنی اثرگذار است و این امر توان رقابتی معدن‌داران ما را در بازارهای جهانی کم کرده است.

به گفته این مسئول امروز معدن‌داران با مشکلات دیگری از جمله تعطیلی معادن، بیکاری نیروی انسانی، کاهش سرمایه‌گذاری برای اکتشافات جدید و ... مواجه هستند که این امر شرایط کار را سخت‌تر می‌کند.

ابراهیمی با بیان اینکه بالا بودن حقوق دولتی در بخش معادن نه تنها درآمد دولت را افزایش نمی‌دهد، بلکه باعث تعطیلی معادن می‌شود، یادآوری کرد: این شرایط فقط به معدن‌داران فشار وارد می‌کند، زیرا آنها هزینه‌های جانبی دیگری مانند مالیات، مالیات بر ارزش افزوده، درصد منابع طبیعی و ... را نیز دارند.

وی خاطرنشان کرد: موضوع دیگری که به معدن‌داران آسیب می‌رساند عدم تناسب بین دریافت‌های دولتی هنگام رکود و رونق بخش معدن است، برای مثال در زمان رونق بخش معدن هزینه‌های دولتی افزایش می‌یابد، اما به هنگام رکود شاهد کاهش هزینه‌ها نیستیم.

این مسئول خواستار بازنگری قوانین و آیین‌نامه‌های معدنی شد و تصریح کرد: در این بین معادن کوچک و متوسط که از قیمت مواد معدنی تاثیر بیشتری می‌پذیرند باید بیشتر مورد توجه قرار گیرند.

رئیس خانه معدن تنها راه حل مشکلات معدن‌داران را معافیت مالیاتی دانست و ادامه داد: از دولت تقاضا داریم معافیت مالیاتی را برای معادن لحاظ کند.

ابراهیمی با بیان اینکه دولت‌ها برای ایجاد رشد و توسعه در هر کسب و کاری برای آن معافیت مالیاتی لحاظ می‌کنند، تصریح کرد: تقاضا داریم دولت برای رشد این بخش و توسعه اقتصادی که در پی دارد معادن را از مالیات معاف کند.

وی در ادامه از عدم توجه کافی دولت به بخش معدن در سال‌های اخیر یاد کرد و دلیل آن را درآمدهای وافر حاصل از نفت دانست که باعث شده با اینکه ایران جزو ۱۵ کشور برتر دنیا در زمینه ذخایر معدنی است، اما سرمایه‌گذاری ناچیزی در این حوزه داشته باشیم.

این مسئول معتقد است: اگر دولت در بخش سرمایه‌گذاری معادن حمایت کافی داشته باشد، تولیدات این بخش بیشتر می‌شود و در نهایت توان پرداخت مالیات هم دارد.

رئیس خانه معدن کرمانشاه با اشاره به توان بالای بخش معدن در جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی، خاطرنشان کرد: رونق این بخش می‌تواند به اشتغال و افزایش تولید ناخالص ملی هم کمک کند.

ابراهیمی تصریح کرد: دولت عقیده دارد اولین قدم برای خروج از رکود رشد صنایع است و چون بسیاری از صنایع ما به مواد معدنی وابسته هستند در مرحله اول باید به معدن توجه شود، برنامه‌ریزی مناسب برای توسعه معادن صورت گیرد و زیرساخت‌های لازم برای معادن فراهم شود.



بین الملل

بررسی امکان شکل گیری منطقه بهینه پولی میان کشور ج.ا.ایران و کشورهای DS

معرفی استان های عراق
قسمت دهم، استان دیوانیه (قادسیه)

سفر به درون ذهن خلاق ترین طراح دنیا مدرن / جانی آیو؛ معمار زیبایی های اپل

رئیس اتاق کرمانشاه: اولین نمایشگاه بازار کار در کرمانشاه برگزار می شود

بررسی امکان شکل‌گیری منطقه بهینه پولی میان کشور جمهوری اسلامی ایران و کشورهای گروه D8



• سمانه درخشیده
• دکتری اقتصاد بین‌الملل



کشورهایی که دولشان بر عرضه پول کنترل دارد، نوعاً از سیاست‌های پولی برای اثرگذاری بر سطح فعالیت‌های انجام گرفته در اقتصاد داخلی استفاده می‌کنند. بنابراین این کشورها باید بر سر یک سیاست پولی واحد جهت رفع مشکل چرخه کسب و کار در چند کشور به توافق برسند.

کشورهای اسلامی به منظور همگرایی و گسترش همکاری‌های اقتصادی و تجاری در میان اعضای خود اقدام به ایجاد بستر لازم برای تشکیل سازمان کنفرانس اسلامی نموده‌اند؛ تشکیل گروه D8 نیز در همین راستا بوده است. این گروه متشکل از هشت کشور اسلامی در حال توسعه شامل ایران، ترکیه، پاکستان، بنگلادش، اندونزی، مالزی، مصر و نیجریه می‌باشد. تشکیل این گروه در واقع از جمله پیمان‌های منطقه‌ای است که به منظور ایجاد روابط مستحکم اقتصادی بین کشورهای در حال توسعه اسلامی و تقویت نفوذ این کشورها در بازارهای جهانی تشکیل شده است.

روش تحقیق

نظریه منطقه بهینه پولی چارچوب نظری است که بر اساس آن یک منطقه اقتصادی با هزینه‌ها و فایده‌های نرخ ارز ثابت و شناور برای کشورهای مختلف شرایطی برای شکل‌گیری پول واحد را مورد بررسی قرار می‌دهد و منطقه پولی بهینه (OCA) یک منطقه جغرافیایی است که از یک پول واحد برای حداکثر کردن کارایی اقتصادی استفاده می‌کند. تئوری منطقه پولی بهینه (OCA) هزینه‌ها و منافع تشکیل یک منطقه پولی بهینه را توضیح

باتوجه به اینکه روی آوردن به همگرایی‌های منطقه‌ای و تشکیل اتحادیه پولی موفق، یکی از مفیدترین و مؤثرترین ابزارها برای فراهم کردن مقدمات رشد و توسعه اقتصادی است، کشورهای جهان در قالب پیمان‌های منطقه‌ای و بعضاً فرامنطقه‌ای به دنبال بهبود وضعیت اقتصادی و گسترش روابط اقتصادی و خصوصاً تجاری بین یکدیگر هستند. این بحث در قالب تئوری یکپارچگی اقتصادی می‌گنجد. این تئوری به بررسی سیاست‌های تجاری تبعیضی و سایر همکاری‌های اقتصادی می‌پردازد که مبتنی بر کاهش و حذف محدودیت‌های تجاری میان کشورهای عضو و سایر همکاری‌های اقتصادی است. همگرایی اقتصادی دارای سطوح مختلف می‌باشد: اولین مرحله، موافقت نامه ترجیحی تجارت می‌باشد که در آن با کاهش یا لغو موانع شبه‌تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای و اتخاذ سایر تدابیر، موجبات گسترش بیشتر مبادلات تجاری بین کشورهای عضو فراهم می‌شود. در مرحله بعد به تدریج یکپارچگی تکامل می‌یابد. مناطق آزاد تجاری یک سطح بالاتر از موافقت نامه‌های تجارت ترجیحی می‌باشد در این حالت کلیه ی محدودیت‌های تجاری بین کشورهای عضو حذف می‌شود؛ اما در ارتباط با کشور غیر عضو مقررات رعایت می‌شود. اتحادیه گمرکی مرحله‌ی بعدی می‌باشد؛ در این سطح کشورهای عضو تمام موانع تعرفه‌ای بین خود را حذف می‌کنند و سیاست‌های تجاری مشترک را در مقابل سایر کشورها تدوین می‌کنند. سطح بالاتر همگرایی اقتصادی، بازار مشترک است. بازار مشترک علاوه بر مجاز دانستن جریان آزاد کالاها و خدمات، جریان آزاد عوامل تولید همچون سرمایه، نیروی کار و کارآفرینی را فراهم می‌آورد. اتحادیه کامل اقتصادی، کامل‌ترین نوع همگرایی اقتصادی است که علاوه بر داشتن تمام ویژگی‌های بازار مشترک، سیاست‌های پولی و مالی مشترک نیز بین اعضا وجود دارد. در این میان با توجه به اهمیت تشکیل یک اتحادیه پولی موفق میان گروه کشورهای می‌توان شاهد رفع ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های جدی در میان اعضا شد. با تشکیل یک اتحادیه پولی موفق طبیعتاً میزان تجارت بین اعضا با حذف محدودیت‌های مالی افزایش خواهد یافت. یکی از منافع تشکیل اتحادیه پولی آن است که تجار دیگر نگران تغییرات پیش‌بینی نشده در نرخ ارز نخواهند بود. اتحادیه پولی مثل تمام نظام‌های نرخ ارز ثابت این ریسک را از میان می‌برد. یکی از اثرات این امر، افزایش تجارت بین‌المللی میان اعضای این اتحادیه خواهد بود. شواهد تجربی نشان می‌دهند در حالی که کاهش عدم قطعیت نرخ ارز به تنهایی اثر قابل توجهی بر تجارت نخواهد گذاشت، اتخاذ یک پول مشترک می‌تواند تجارت را به میزان بسیار بیشتری افزایش دهد. در مقابل منفعتی که در افزایش تجارت بین‌المللی به همراه دارند، هزینه‌ها از دست رفتن کنترل بر سیاست‌های پولی کشورها را نیز به بار می‌آورند.



۱- از دست دادن استقلال سیاست پولی؛ با پیوستن به اتحادیه پولی درجه آزادی برای مقابله با شوک های بیرونی کاهش می یابد چند نکته زیر در این راستا قابل ذکر است:

الف) تشابه شوک ها: اگر کشورها با یک شوک غیر متقارن برخورد کنند این مسئله در صورت وجود کشور رهبر منجر آسیب به اتحادیه می شود. همچنین، سیکل های تجاری داخلی را تشدید می کند. بنابراین درجه تقارن شوک ها دارای اهمیت فراوانی است.

ب) هم زمانی در سیکل های تجاری: اگر اعضا با یک شوک مشابه برخورد کنند، ولی مراحل برخورد سیکل های تجاری در بین اعضا متفاوت باشد، کشورها به سیاست های متفاوتی نیاز دارند. این مسئله هزینه سیاست های پولی مشابه را افزایش می دهد. در نتیجه، درجه هم زمانی سیکل های تجاری بین اعضا یک معیار مهم است.

ج) ماهیت شوک ها: هزینه از دست دادن سیاست های پولی براساس طبیعت شوک ها متفاوت است. رویکرد مدرن بیان می کند که نرخ ارز ثابت در مواجهه با شوک های پولی تقاضا و شوک های عرضه کل برتری دارد در حالی که نرخ ارز شناور در مواجهه با شوک های تقاضای کل دارای برتری است.

۲- تخصص در تولید: در رژیم های نرخ ارز ثابت، کشورها به بکارگیری مزیت های نسبی تشویق می شوند (تولید تخصصی تر و متمرکز تر می شود). این مسئله هزینه تعدیل را در مقابله با شوک های غیر متقارن افزایش می دهد. بیان می کنند که این اثر به وسیله افزایش تجارت جبران می شود. همچنین، پیوستن به اتحادیه پولی منجر به هم زمان سازی شوک های تجاری می شود.

۳- اثر منفی سیاست های مالی: ولاسکو بیان می کند که نرخ ارز ثابت دارای نظم بیشتری نسبت به نرخ ارز شناور است. ولی در رژیم نرخ ارز ثابت افزایش پرداخت های عمومی ذخایر ارزی را تحلیل می برد. همچنین، فلدستین بیان می کند که مشکل سیگنالینگ وجود دارد. سیاست پولی واحد بدون توجه به سیاست های مالی اعضا باعث ایجاد سواری مجانی می شود. (کشورهای ولخرج از طریق نرخ های بهره بالاتر باعث اخلاص در نظم بازار می شوند).

۴- از دست دادن استقلال سیاست مالی: امکان فروپاشی اتحادیه پولی در صورت عدم وجود انضباط مالی وجود دارد. این مسئله باعث الزام و پایبندی اعضا به بعضی از معیارها در سیاست های مالی می شود. به طور کلی در تئوری منطقه پولی بهینه (OCA) شش عامل برای تشکیل اتحادیه پولی لازم است: تحرک نیروی کار در منطقه پولی، توانایی تحرک از لحاظ فیزیکی (عدم وجود قانون کارگری، ویزا و...) و فرهنگی (مانند زبان متفاوت و...)، بودن اقتصادی همراه با تحرک سرمایه و انعطاف پذیری قیمت ها و دستمزدها، وجود سیستم توزیع ریسک، سیکل های تجاری مشابه، تنوع تولید و ترجیحات مشابه

می دهد.

علاوه بر این، ابزار برای چگونگی انتخاب رژیم نرخ ارز بهینه است. به طور کلی دو رویکرد سنتی و مدرن از این تئوری مطرح است. در تئوری OCA سنتی به معیارهای زیر برای پیوستن به اتحادیه های پولی اشاره شده است.

انعطاف پذیری دستمزدها و قیمت ها: در مواجهه با شوک ها در صورت انعطاف پذیری دستمزدها و قیمت ها تعدیل به وسیله تغییرات در نرخ بیکاری، سطح قیمت ها یا نرخ ارز اسمی صورت می گیرد. تحرک بالای عوامل تولید بین مناطق: در این حالت یک کشور یا یک منطقه بدون نیاز به تعدیل در نرخ های ارز اسمی شوک ها را به وسیله جابجایی عوامل تولید جذب می کند.

درجه بالای باز بودن اقتصاد: اقتصاد بازتر به معنی کاهش هزینه های تخصیص مجدد منابع بین بخش های قابل مبادله و غیر قابل مبادله بعد از تعدیلات نرخ ارز اسمی است.

تنوع بالای تولیدات: نیاز به تعدیل مجدد نرخ های ارز اسمی را کاهش می دهد.

همگرایی بالای مالی: باعث جذب اثرات شوک های نامتقارن در طول نقل و انتقالات مالی از یک کشور به کشور دیگر می شود. در نتیجه نیاز به تعدیل مجدد نرخ های اسمی ارز کاهش می یابد.

همگرایی در نرخ های تورم: تفاوت زیاد در نرخ های تورم موجب تغییر در رابطه مبادلات می شود و این مسئله باعث عدم تعادل در حساب جاری اعضا می گردد. عوامل سیاسی وجود اراده سیاسی برای یکپارچگی اعضا لازم است.

تئوری مدرن به منافع و هزینه های اعضای منطقه پولی بهینه (OCA) اشاره دارد. از منافع اتحادیه های پولی برای اعضای این اتحادیه ها را می توان به موارد زیر اشاره کرد.

ثبات اقتصاد کلان: با پیوستن یک کشور با تورم پایین به اتحادیه پولی، مقامات پولی به سیاست های ضد تورمی متعهد می شوند، در نتیجه همگرایی به سمت نرخ تورم پایین ایجاد شده و مسئله ناسازگاری زمانی مطرح نمی شود. در حالت حدی و در کوتاه مدت (منحنی فیلیپس عمودی) این مسئله تنها باعث کاهش در نرخ تورم بدون افزایش در نرخ بیکاری می شود.

افزایش تجارت: پیوستن به اتحادیه پولی باعث افزایش تجارت می شود (به دلیل حذف نوسانات نرخ ارز، شفافیت قیمت ها و یکپارچگی مالی بالاتر) این مسئله باعث هم زمان شدن سیکل های تجاری اعضا می شود.

صرفه جویی در ذخایر ارزی: با پیوستن به اتحادیه پولی کشورهای اتحادیه دیگر به ذخایر بین المللی برای معاملات بین اعضا نیاز ندارند؛ علاوه بر این، ادغام ذخایر ارزی باعث سرشکن شدن ریسک می شود. مزیت های سیاسی: اتحادیه پولی در چانه زنی های بین المللی نسبت به هریک از اعضا دارای قدرت بیشتری است.

موارد زیر هزینه های پیوستن به اتحادیه های پولی برای اعضای این اتحادیه ها است.



برآورد مدل:

در این قسمت با استفاده از روش خوشه بندی فازی، به بررسی امکان تشکیل اتحادیه پولی مشترک و در نتیجه ایجاد یک منطقه بهینه پولی پرداخته می شود.

جامعه آماری تحقیق کشورهای گروه D8 می باشد و نتایج حاصل از خوشه بندی داده ها از سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۰ به تفکیک سال مورد بررسی قرار گرفته است. متغیرهای مورد بررسی عبارتند از:

۱- شاخص تراکم تجاری واردات: نشان دهنده سهم واردات یک کشور از کشور دیگر در کل واردات، در مقایسه با سهم صادرات کشور مقابل در کل صادرات جهانی بیشتر است یا کمتر. اگر شاخص تراکم تجاری واردات بزرگتر از یک باشد، به این معناست که سهم تجارت بین دو کشور از سهم مشارکت آنها در تجارت جهانی بیشتر است. در صورتی که شاخص تراکم تجاری کوچکتر از یک باشد، سهم تجارت بین دو کشور از سهم مشارکت آنها در تجارت جهانی کمتر است.

۲- متغیر لیندر به منظور بیان مشابهت های اقتصادی بین هر یک از جفت کشورهای طرف تجاری

۳- شاخص همزمانی چرخه های تجاری: همزمانی ادوار تجاری پیش شرطی برای ادغام و یکپارچگی کشورها قالب یک موافقتنامه تجاری منطقه ایی است؛ زیرا هزینه ی احتمالی اتخاذ سیاست های اقتصادی ضد سیکلی با همزمان شدن ادوار تجاری کاهش می یابد.

۴- درجه باز بودن اقتصاد: از جمع صادرات و واردات کشور و تقسیم آن به تولید ناخالص داخلی به دست می آید. این شاخص نشان می دهد که چه میزان از تولید آن کشور با اقتصاد جهانی در ارتباط است.

۵- برابری قدرت خرید: به اندازه قدرت خرید یک واحد ارز کشور A (و یا B) می باشد. به عبارتی PPP نوعی نرخ مبادله می باشد که برابر است با نسبت هزینه های دو سبد کالای یکسان در دو جامعه بر حسب ارزهای ملی.

۶- نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی: این شاخص بیانگر میزان نقدینگی نسبت به تولید ناخالص داخلی در اقتصاد است.

در این تحقیق خوشه بندی کشورها بر اساس متغیرهای مذکور، به تفکیک سال محاسبه شده است. لازم به ذکر است که خوشه بندی کشورها، تا زمانی که حضور کشورهای مورد بررسی، در خوشه ها معنادار باشد، ادامه خواهد یافت. بر این اساس ابتدا به بررسی نتایج حاصل از خوشه بندی داده ها به تفکیک تعداد خوشه ها پرداخته می شود و میزان تعلق کشورها به خوشه ها به صورت جداگانه در دوره زمانی مطالعه شده مورد بررسی قرار می گیرد و در نهایت با جمع بندی میزان تعلق کشورها به خوشه ها و بررسی تکرار این تعلق، نتیجه نهایی با بررسی آماری مجموعه کلاسترها به منظور تصمیم سازی ارائه خواهد شد.

نتایج تخمین مدل الگوریتم خوشه بندی فازی برای گروه d8

خوشه های ۲ تایی

آنالیز خوشه های دو تایی از سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۰

cluster in 1999	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2000	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2001	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2002	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2003	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2004	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2005	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2006	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2007	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2008	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2009	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}
cluster in 2010	{IRN},{BGD,BGR,IND,MYS,NGA,PAK,TUR}

تمامی جداول فوق و الگوریتم های خوشه بندی با تعداد خوشه های ۲ اذعان دارند که تمامی ۷ کشور بجز ایران می توانند در یک دسته قرار بگیرند و در نتیجه می توانند حوزه پولی مشترک داشته باشند.

	BGD	BGR	IND	IRN	MYS	NGA	PAK	TUR
BGD		12	12	0	12	12	12	12
BGR			12	0	12	12	12	12
IND				0	12	12	12	12
IRN					0	0	0	0
MYS						12	12	12
NGA							12	12
PAK								12
TUR								

- Clusters in 1999 : {BGD,IND,Pak},{Bul,Mal,TUR,Nig},{Ir}
 Clusters in 2000 : {BGD,IND,Mal,Nig,Pak,TUR},{Bul},{Ir}
 Clusters in 2001 : {BGD,IND,Pak,TUR},{Ir},{Bul,Mal,Nig}
 Clusters in 2002: {BGD,Pak},{Bul,IND,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2003: {BGD,IND,Pak},{Bulg,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2004: {BGD,Mal,TUR},{Bulg,IND,Nig,Pak},{Ir}
 Clusters in 2005: {BGD,IND,pak},{Bul,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2006: {BGD,IND,pak},{Bul,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2007: {BGD,IND,pak},{Bul,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2008: {BGD,IND,pak},{Bul,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2009: {BGD,IND,pak},{Bul,Mal,Nig,TUR},{Ir}
 Clusters in 2010: {BGD,IND,pak},{Bul,Mal,Nig,TUR},{Ir}

بررسی آماری مجموعه کلاستر ها

خوشه های ۳ تایی

آنالیز خوشه های سه تایی از سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۰

بررسی آماری مجموعه کلاستر ها

	BGD	BGR	IND	IRN	MYS	NGA	PAK	TUR
BGD		0	10	0	2	0	11	3
BGR			2	0	10	11	1	9
IND				0	2	3	11	4
IRN					0	0	0	0
MYS						11	2	11
NGA							2	10
PAK								2
TUR								

نتیجه: از خوشه بندی داده ها از سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۰، با توجه به جدول بالا نتیجه این می شود که دسته های زیر برای داشتن واحد های پولی مستقل با هم توصیه می شود.

$$C = \{BGD,IND,Pak\}, \{bulg,Mal,Nig,TUR\}, \{Ir\}$$

نتیجه گیری

تشکیل یک اتحادیه پولی موفق می تواند به دلایل مختلف باعث افزایش تجارت بین المللی میان اعضای اتحادیه شود. اهمیت این مساله در بوجود آوردن مقدمه ای برای ورود به بازارهای جهانی، بسیار زیاد است. در این تحقیق با بررسی امکان تشکیل یک اتحادیه پولی موفق میان کشورهای گروه d8 با استفاده از مدل الگوریتم خوشه بندی فازی، به بررسی نتایج حاصل از خوشه بندی داده ها به تفکیک تعداد خوشه ها بر اساس متغیرهای معرفی شده، پرداخته شده و میزان تعلق کشور ها به خوشه ها به صورت جداگانه در دوره زمانی مطالعه شده مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت با جمع بندی میزان تعلق کشورها به خوشه ها و بررسی تکرار این تعلق، نتیجه نهایی با بررسی آماری مجموعه کلاستر ها به منظور تصمیم سازی ارائه شد. نتایج به دست آمده از تخمین ها و تفسیر نتایج بیانگر آن است که امکان تشکیل اتحادیه پولی مشترک موفق بین کشورهای گروه با کشور جمهوری اسلامی ایران وجود ندارد.