

پروژه‌های مهم‌ترین مشاغل حوزه فناوری اطلاعات کدامند؟

دنیای رایانه و فناوری اطلاعات، در تمام وجوه زندگی مدرن نفوذ کرده و به جزء لاینفک زندگی انسان‌ها تبدیل شده است؛ به نحوی که تمام امور زندگی افراد از جمله رانندگی خودرو یا تشخیص بیماری به فناوری گره خورده است. به گزارش ایسنا، از آنجا که در سال‌های اخیر پیشرفت تکنولوژی، سرعت بسیار بالا و غیرمنتظره‌ای را پیموده است، مشاغل که در این حوزه بوده‌اند نیز از مزایای خیلی خوبی برخوردار شده‌اند. همچنین کارهای زیادی هم که پیشتر حتی نامشان برایمان آشنا نبود، به مشاغل روز جهان اضافه شده و گوی رقابت را از سایر شغل‌های قبلی و قدیمی ربوده‌اند. در حال حاضر رشته‌ای‌تی به‌عنوان یکی از رشته‌های اشتغال‌آزا در کشور به شمار می‌رود که دارای سرعت اشتغال بالایی است. در دوران کرونا که امکان فعالیت بسیاری از کسب‌وکار وجود نداشت، بیشتر مشاغل در بستر اینترنت و از طریق فضای مجازی توانستند فعالیت خود را ادامه دهند. افرادی که این روزها به دنبال شغل در حوزه تکنولوژی هستند، باید از این پس دقت بیشتری در انتخاب و تعیین شغلشان داشته باشند، چراکه می‌توانند با توجه به فهرست زیر، در آمد بیشتری را برای خود کسب و آینده خود را با علم و دانش بیشتری پایه‌ریزی کنند. بنابراین آگاهی از اینکه این روزها چه مشاغلی از درآمد بهتر و شرایط مطلوب‌تری بهره‌مند هستند، برای افراد بخصوص جوانان و نوجوانانی که در حال تصمیم‌گیری برای رشته و شغل آینده خود هستند، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. توسعه‌دهنده نرم‌افزار، تحلیلگر امنیت اطلاعات، مدیر بخش ارتباطات و فناوری، تحلیلگر سیستم‌های رایانه‌ای، مهندس شبکه رایانه، دانشمند داده، تحلیلگر اطلاعات تجاری، توسعه‌دهنده مرکز داده (دیتاسنتر) و سرپرست امنیت سایبری و داده برخی از مهم‌ترین مشاغل پردرآمد در حوزه فناوری اطلاعات (IT) معرفی شده‌اند و طبق اعلام منابع رسمی این مشاغل در برخی کشورها از جمله ایالات متحده آمریکا، کانادا و استرالیا از درآمد و شرایط بهتری برخوردارند و کارچوبان باید برای بهره‌مندی از مزایای آن باید به سراغ این دسته از مشاغل بروند. علاوه بر موارد گفته شده مشاغل بر طرفدار و پردرآمد دیگری در این حوزه وجود دارد که در ادامه این گزارش به آن اشاره می‌شود. برنامهنویسی: استخدام برنامهنویس به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین و البته پردرآمدترین مشاغل در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شناخته می‌شود. برنامهنویسی شامل فرآیند نوشتن و توسعه انواع نرم‌افزارهاست. در واقع برنامهنویس کسی است که می‌تواند انواع نرم‌افزار و کدها را به زبان‌های مختلف مانند C#، Java، پایتون، پایلیکیشن‌های موبایل و... تولید کند. برنامهنویسان در رده‌ها و شاخه‌های مختلف دسته‌بندی می‌شوند. پنج دسته رایج در شغل برنامهنویسی عبارتند از: برنامهنویسان اپلیکیشن، برنامهنویسان سیستمی، برنامهنویسان بازی، برنامهنویسان موبایل و برنامهنویسان وب.

طراحی سایت: استخدام طراح وب با همان طراح سایت، مخصوصا طراح سایت دورکاری یکی از پر تقاضاترین مشاغل است که خیلی از سازمان‌ها و کسب‌وکارها به آن احتیاج دارند؛ یک طراح سایت تمام وظایف مربوط به ایجاد و راهاندازی سایت تا جنبه‌های فنی آن را بر عهده دارد. در شغل طراحی سایت، طراح پس از بررسی نیازهای مشتریان، کار ایجاد یک سایت را شروع می‌کند. به همین خاطر، طراح وب سایت باید بتواند مطابق حوزه فعالیت مشتریان، ظاهر سایت را در ذهن خود تصویر سازی کرده و در کد این موضوع نیازمند درک طراحی ارفیک و برنامهنویسی کامپیوتری است.

وب‌مستر: استخدام وب‌مستر هم بین شغل‌های حوزه فناوری اطلاعات خیلی پرطرفدار است. وب‌مستر با همان مدیر سایت وظیفه مدیریت محتوای سایت، طراحی، توسعه و نگهداری آن را بر عهده دارد. وب‌مستر، بسیار متفاوت از برنامهنویسی و طراحی سایت است. شغل وب‌مستر، همیشه در جایگاه مدیر یک سایت تعریف می‌شود. یک وب‌مستر باید سرعت دسترسی به وب سایت و در دسترس بودن صفحات را مرتب، بررسی می‌کند و اگر سایت به مشکلی بر بخورد در سریع‌ترین زمان ممکن مشکل را حل کند.

کارشناس شبکه: استخدام کارشناس شبکه در شرکت‌ها و سازمان جزء پر تقاضاترین مشاغل حوزه فناوری اطلاعات است. وظیفه اصلی یک کارشناس شبکه، راهاندازی و پشتیبانی انواع شبکه‌های کامپیوتری همچون شبکه WAN و شبکه‌های LAN است. علاوه بر راهاندازی، نگهداری مستمر از سیستم‌ها و شبکه‌های کامپیوتری نیز از دیگر مسئولیت‌های یک کارشناس شبکه است. مهندسان شبکه باید توانایی پاسخگویی به نیازهای مشتریان و نیز امنیت در شبکه‌های کامپیوتری را هم داشته باشند.

کارشناس امنیت اطلاعات: استخدام کارشناس امنیت اطلاعات به دلیل افزایش سطح حملات سایبری، هر روز تقاضای بیشتری پیدا می‌کند. مسئولیت اصلی یک کارشناس امنیت اطلاعات به‌عنوان یکی از شغل‌های پردرآمد حوزه ای‌تی، حفاظت و نگهداری از اطلاعات سیستم‌های کامپیوتری است. یک متخصص یا تحلیلگر امنیت اطلاعات، با تسلط بر راه‌های مقابله با حملات سایبری و نفوذ، از اطلاعات یک مجموعه محافظت می‌کند. کارشناسان امنیت اطلاعات باید با آخرین روش‌های مورد استفاده مهاجمان برای نفوذ در سیستم‌های کامپیوتری و جدیدترین تکنولوژی‌های امنیتی برای محافظت از این سیستم‌ها آشنا باشند. در همین رابطه به دلیل اهمیت بسیار زیاد مشاغل گفته شده در سایر کشورها در ایران هم چند سالی است که به این حوزه توجه ویژه‌ای می‌شود به گونه‌ای که مهرماه سال گذشته طرحی در دست اجرای سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای با رویکرد مهارت آموزی به فارغ‌التحصیلان دانشگاهی قرار داشت که به موجب آن به فارغ‌التحصیلانی که برای رشته‌های آنها بازار کار وجود ندارد، به مدت شش ماه مهارت‌آموزی لازم در حوزه فناوری اطلاعات آموزش داده می‌شود که طبق پیش‌بینی‌ها ظرفیت اشتغال در این حوزه به میزان ۵۰۰ هزار فرصت شغلی فراهم است.

مصوبه مهم شورای اجرایی فناوری اطلاعات برای حذف کاغذبازی

وزیر ارتباطات، در صفحه وب‌سایتی خود از سه مصوبه مهم در بیست‌وششمین جلسه شورای اجرایی فناوری اطلاعات برای تثبیت گام‌های هوشمندسازی دولت خبر داد. به گزارش فارس، سیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در صفحه وب‌سایتی خود در خصوص گزارش بیست و ششمین جلسه شورای اجرایی فناوری اطلاعات نوشته است: «در ۲۶امین جلسه شورای اجرایی فناوری اطلاعات با حضور رئیس جمهور تصمصیات خوبی برای شتاب بخشی به اجرای دولت هوشمند گرفته شد. ممنوعیت اخذ اسنادی که سرخوس بر خط استعلامی آن وجود دارد، فراهم کردن زیر ساخت ارائه خدمات به ایرانیان خارج از کشور و تکمیل خدمات دستگاه‌ها در «پنجره ملی خدمات دولت هوشمند» از جمله آنهاست. در همین راستا، رضا باقری‌اصل، معاون امور دولت، مجلس و استان‌های وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، در پاسخ به وب‌سایت وزیر ارتباطات نوشته است: «امروز سه مصوبه مهم برای تثبیت گام‌های هوشمندسازی داشتیم. ۱- امروز سه پنجره ملی دولت هوشمند. ۲- خدمات پر کاربرد و مشارکت الکترونیکی ۲۰، ۳- پروژه پیشران دولت هوشمند. با همراهی اعضای شورای این مصوبات کمک زیادی به هوشمندسازی دولت خواهد نمود. این جلسه چهارم شورای در دولت سیزدهم بود.» لازم به ذکر است؛ شورای اجرایی فناوری اطلاعات با ریاست رئیس جمهور و با حضور وزرای ارتباطات و فناوری اطلاعات، کشور، تحقیقات و فناوری، علوم، صنعت، معدن و تجارت، دادگستری، دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، آموزش و پرورش، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، تعاون، امور اقتصادی و دارایی، کار و رفاه اجتماعی، رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی، رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور، وزیر اطلاعات و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور، معاون علمی و فناوری رئیس جمهور، دبیر شورای عالی فضای مجازی و سه نفر از متخصصان فناوری اطلاعات بر گزار می‌گردد. وظیفه این شورا ایجاد زمینه و بستر گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، توسعه و استقرار دولت الکترونیک و برنامه‌های توسعه شغل‌های مختلف در چهارچوب سیاست‌های کلی نظام، مصوبات شورای عالی فضای مجازی و قوانین مربوط در قلمرو فناوری اطلاعات و تعیین روش‌های اجرایی است.

رئیس سازمان فضایی ایران، گفت: قرارداد ساخت اولین منظومه ماهواره‌ای ایرانی با هدف ارائه خدمات اینترنت‌اشیاء ابرانی با بین سازمان فضایی و یک کنسرسیوم داخلی امضاء شد. حسن سالاریه؛ در گفت‌وگو با مهر، در خصوص آخرین وضعیت منظومه ماهواره شهید سلیمانی، گفت: سازمان فضایی ایران در راستای ارائه خدمات فزاینده در حوزه ارتباطات به‌خصوص اینترنت‌اشیاء، مشخصات فنی اولین منظومه ماهواره‌ای مخابراتی باند باریک را که به نام شهید والامقام حاج قاسم سلیمانی نام‌گذاری شده است را تعیین و سپس با هدف تقویت بخش خصوصی و استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه فضایی، مناقصه واگذاری این پروژه را برگزار کرد. وی افزود: با انجام فرآیند هر حله اول مناقصه این پروژه مهم، ابتدا شرکت‌ها و کنسرسیوم‌های متقاضی واجد شرایط، شناسایی و سپس با انجام مرحله دوم مناقصه برنده مناقصه که کنسرسیومی متشکل از شرکت‌های خصوصی و دولتی است، انتخاب شد. سالاریه؛ ادامه داد: قرارداد منظومه ماهواره شهید سلیمانی با هدف جمع‌آوری داده از ایستگاه سطح زمین منعقد، امضاء و ابلاغ شده



است و در حال حاضر با تعیین مجری و همچنین انجام اقدامات مربوطه قرارداد طراحی، ساخت، پرتاب، آزمون و تحویل در مدار منظومه مخابراتی اینترنت‌اشیاء (IoT) میان سازمان فضایی ایران

و کنسرسیوم داخلی منعقد و فرآیند طراحی و ساخت توسط مجری پروژه آغاز شده است. وی به زمان پرتاب این منظومه اشاره کرد و افزود: این منظومه به مرور تکمیل می‌شود و به دلیل

وجود ماهواره‌های زیاد و پرتاب‌های متعدد، باز زمانی پرتاب این پروژه حدود دو سال است به این منظور که اولین پروژه منظومه ماهواره‌ای مخابراتی دو سال آینده در مدار زمین قرار

امریه سر بازی دانش بنیان‌ها برای مقطع کارشناسی حذف شد؟!!

امید داریم این مشکل حل شود. طبق گفته سردار موسی کمالی؛ مشاور ستاد کل نیروهای مسلح، سرلشکر باقری دستور داده این موضوع با همکاری معاون علمی رئیس‌جمهور ظرف ۱۰ روز بررسی و مشکل را برطرف کنند. جذب امریه در شرکت‌های دانش‌بنیان تا پیش از این نیز با سخت‌گیری و کمبود ظرفیت دنبال بود، حال با این ابلاغیه دشوار تر نیز می‌شود. به همین خاطر لازم است تا اقدامات حمایتی و تسهیل‌کننده جهت افزایش ظرفیت و همچنین جذب امریه در این شرکت‌ها انجام شود تا گام‌های خروج بی‌رویه‌ارز، هر چه سریع‌تر آمار دقیقی از واردات کوشی‌های سامسونگ و شیامی تهیه شده و درصد میزان فعال بودن آنها را بعد از ترحیم در شبکه مخابراتی ایران بررسی فرمایید و به اطلاع عموم مردم برسایید. ضمن توجه به هشدارهای

کل نیروهای مسلح از اعزام آذر ۱۴۰۲ سهمیه بهره‌مندی از تسهیلات نظام وظیفه امریه را برای مقطع تحصیلی کارشناسی بسته است و این اقدام، در خصوص شرکت‌های دانش بنیان، به نوعی متناقض با افزایش ظرفیتی است که موافقتنامه آن را با معاونت علمی و فناوری امضاء کرده است. از آن طرف، رضا ادبی‌فر، معاون توسعه شرکت‌های دانش بنیان در معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در «پیام‌رسان بومی «ویراستی» در پاسخ به یک کاربر نوشت: «در جلسه‌ای که اخیراً آقای دکتر دهقانی با سردار باقری داشتند، این موضوع پیگیری شد و بعد از آن گزارش توجیهی در مورد ضرورت حفظ ظرفیت امریه گزاریشناسی برای شرکت‌های دانش بنیان ارائه شد. خیلی

و فناوری، به افراد کلیدی و حائز شرایط که در شرکت‌های دانش بنیان کار می‌کنند، این امکان را می‌داد که دوره سربازی خود را به‌عنوان امریه در همان شرکت بگذرانند. این طرح به دنبال آن است که افرادی که روی محصول دانش بنیان شرکت کار می‌کنند و در تولید این محصولات نقش کلیدی دارند شرکت را ترک نکنند و فعالیت دانش بنیان با اختلال مواجه نشود. در اوایل سال جاری نیز روح... دهقانی فیروزآبادی؛ معاون علمی و فناوری رئیس جمهور، خبر از افزایش سهمیه شرکت‌های دانش بنیان به ۱۰ هزار نفر در سال، با موافقت ستاد کل نیروهای مسلح داد؛ اما چندی بعد، معلوم شد که این افزایش ظرفیت محقق نشده است. با این حال طبق ابلاغیه جدید، ستاد

پیرو ابلاغیه ستاد کل نیروهای مسلح، برای حذف سهمیه امریه با مدرک کارشناسی، موسی کمالی؛ مشاور ستاد، از دستور سردار باقری برای حفظ این سهمیه برای دانش بنیان‌ها خبر داد. به گزارش فارس، پیرو ابلاغیه ستاد کل نیروهای مسلح، فارغ‌التحصیلان پسر مقطع کارشناسی که تاریخ اعزام به خدمت سربازی آنها از آذر ۱۴۰۲ به بعد است، امکان بهره‌مندی از تسهیلات نظام وظیفه امریه در تمامی سازمان‌ها و ارگان‌های دارای سهمیه را نخواهند داشت؛ این یعنی از این تاریخ به بعد هیچ فارغ‌التحصیلی با مدرک کارشناسی نمی‌تواند سربازی خود را به صورت امریه بگذراند. این در حالی است که تا پیش از این، طرح موسوم به طرح «سرباز فناور» در معاونت علمی

در نامه‌ای به معاون اول مطرح شد

آیا تلفن همراه ایرانی ساخت داخل است؟!!



می‌رسند که این جریان باعث ضایع شدن حقوق مصرف‌کننده خواهد شد. قابل ذکر است، در بعضی از موارد واردکننده‌های تلفن همراه با برند تجاری شیائومی و سامسونگ بعد از ترخیص کالاها می‌توانند در نهایت آنها را به‌صورت غیرقانونی از کشور خارج کرده و در کشورهای همسایه به فروش می‌رسانند و صرفاً واردکننده از تفاوت ارز تا ۱۰هزار تومانی بین ارز ناشی از صادرات و ارز تخصیص یافته برای واردات استفاده می‌کند. بدیهی است که ادامه این تصمیمات جز رانت و انحصارطلبی برای چندین نفر، سودجو و بی‌کاری تعداد بی‌شماری جوان متخصص در این صف، نتیجه دیگری به دنبال نخواهد داشت. نکته قابل تأمل بعدی، استفاده از تسهیلات، معافیت‌های مالیاتی و گمرکی بعضی شرکت‌ها به اسم تولید داخلی است که گوشی‌های چینی و هندی را فقط با کسب و بستهبندی ایرانی سفارش می‌دهند و وارد کشور می‌کنند که در این فرآیند نه از کارگر ایرانی استفاده می‌شود، نه انتقال فناوری، انجام می‌گردد

به واردات موجب شده است تا ضمن خروج واردکنندگان حرفه‌ای از این بازار، تجار غیر مرتبط و غیرمتخصص از جمله صادرکنندگان محصولات داخلی، پرتوشیمی و فولادی به جای اظهار ارزش صادرات در سامانه، اقدام به واردات تلفن همراه کنند و زنجیره واردات، عرضه و خدمات پس از فروش به هم بخورد. این واردکنندگان غیرمتخصص همچنین با خرید و فروش‌های صوری و فاکتورسازی، باعث اختلال در سیستم بانکی و مالیاتی کشور شده و می‌شوند و کالاهای خود را با قیمت دالار آزاد و حتی بالاتر به دلار ارز می‌رسانند. تصمیم ممنوعیت واردات آی‌فون با هدف جلوگیری از خروج منابع ارزی و اختصاص منابع محدود ارزی به واردات گوشی‌های ارزان‌تر بود، در صورتی که تلفن همراه آی‌فون نیز در سید فروش خود دارای مدل‌های ارزان قیمت می‌باشد و تولید آنها هم مانند شیامی و سامسونگ در چین انجام می‌شود. اما متأسفانه با گذر از منطق و محتوای این تصمیم و غلطی‌ن به دام ظاهر گرایی،

رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس در نامه‌ای به معاون اول رئیس‌جمهور بر لزوم شفافیت در بازار تلفن همراه به جای ممنوعیت در واردات آن تأکید کرد و گفت: مجلس روند تخصیص ارز به واردات تلفن همراه و رانت‌های احتمالی به‌وجود آمده و همچنین شرکت‌های مدعی تولید تلفن همراه را بررسی خواهد کرد تا از انتهای شکل گرفته و تضییع حقوق مردم جلوگیری شود. به گزارش ایسنا، متن نامه مجتبی توانگر؛ عضو کمیسیون اقتصادی مجلس به مجبر معاون اول رئیس‌جمهور به این شرح است: «جناب آقای دکتر مجبر؛ معاون اول محترم رئیس‌جمهور، با سلام و احترام و عرض خدایقت بابت زحمات حضرت تعالی و سایر مسئولان محترم اجرایی، به اطلاع می‌رساند؛ بازار تلفن همراه کشور در سال‌های اخیر با مشکلات جدی مواجه بوده است و همچنان تلاش اثرگذاری برای خروج این بازار از چالش‌های گذشته و اصلاح تصمیمات غلط قبلی صورت نگرفته است. در این فضا، طیف وسیعی از فعالان صنفی و کارشناسان حوزه ای‌تی با مراجمه به غیبتی، دانش بنیان و اقتصاد دیجیتال مجلس، مسائل و مشکلات این حوزه از جمله انحصار واردات، تصمیمات سلیقه‌ای در واردات انواع تلفن همراه و معضلات تخصیص ارز را گوشزد کرده‌اند لذا بر خود لازم دانسته ضمن انعکاس این معضلات و بیان برخی راهکارها، پیگیری حل این معضلات را از جنابعالی درخواست نمایم؛ پس از معضلات ارزی سال ۱۳۹۶ به بعد، روند تخصیص ارز به این بخش با مشکلاتی مواجه شد و به بهانه جلوگیری از هدررفت منابع ارزی بر روی تصمیمات در محدودیت واردات بعضی از انواع گوشی صورت گرفت که شاید به‌طور مقطعی ناگزیر بود، اما تداوم آن به‌ویژه در سال جاری، در روند درآمدهای ارزی بهبود نسبی یافت نشده، جای تأمل دارد. مسئله تخصیص ارز و مسیر اختصاص از صادرکنندگان

و نه از خروج ارز جلوگیری می‌شود. بر این اساس، خواهشمند است با بررسی دقیق تر فعالیت این نوع مدعیان توسط کارشناسان و ایجاد شفافیت در این بازار با متخلفین و سوداگران برخورد جدی شود که با اسم ایران و ایرانی عوام‌فریبی و سوءاستفاده شخصی نکنند. لذا از جنابعالی که پیشتر مبارز با رانت و سوءاستفاده اقتصاد می‌هستید می‌خواهم جلوی تقویت رانت و تضییع حقوق مردم و کاربران را بگیرید. جناب آقای دکتر مخبر از جنابعالی به‌عنوان فرمانده اقتصادی دولت درخواست دارم با توجه به داشتن زیرساخت‌های رجیستری در داخل کشور برای جلوگیری از خروج بی‌رویه‌ارز، هر چه سریع‌تر آمار دقیقی از واردات کوشی‌های سامسونگ و شیامی تهیه شده و درصد میزان فعال بودن آنها را بعد از ترحیم در شبکه مخابراتی ایران بررسی فرمایید و به اطلاع عموم مردم برسایید. ضمن توجه به هشدارهای

آگهی دعوت به مناقصه عمومی همراه با حق ارزیابی کیفی

ارائه خدمات مشاوره فنی تصفیه پساب

یک مرحله‌ای

از آنجایی که شرکت پلیمر آریاساسول در نظر دارد انجام خدمات مشاوره فنی تصفیه پساب خود را به شرکت مشاور توانمند و دارای صلاحیت واگذار نماید؛ از کلیه شرکت‌های فعال و سابقه مرتبط با موضوع دعوت می‌شود با توجه به شرایط زیر نسبت به دریافت اسناد و مدارک مناقصه اقدام نمایند:

- ۱- **موضوع مناقصه:** ارائه خدمات مشاوره فنی تصفیه پساب؛
- ۲- **نوع مناقصه:** عمومی یک مرحله‌ای با حق ارزیابی کیفی.
- ۳- **مهلت دریافت اسناد و مدارک مناقصه:** حداکثر تا روز پنج‌شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۷
- ۴- **نحوه دریافت و محل دریافت اسناد و مدارک مناقصه:** اسناد مناقصه به صورت الکترونیک و از طریق رایانامه به آدرس رایانامه معرفی شده ارسال خواهد شد.
- ۵- کلیه شرکت‌های متقاضی شرکت در مناقصه بایستی نسبت به ارسال نامه کتبی (اعلام آمادگی) به همراه آدرس رایانامه معتبر به نشانی safadela@aryasasol.com
- ۶- **مهلت ارسال پیشنهادات قیمت، اسناد و مدارک فنی و کیفی:**
- ۷- اسناد و مدارک فنی و کیفی بایستی مطابق با دستورالعمل شرایط مناقصه تا ساعت ۱۶:۰۰ عصر مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۷ ارائه شود.

شرکت پلیمر آریاساسول در نظر دارد انجام خدمات مشاوره فنی تصفیه پساب خود را به شرکت مشاور توانمند و دارای صلاحیت واگذار نماید؛ از کلیه شرکت‌های فعال و سابقه مرتبط با موضوع دعوت می‌شود با توجه به شرایط زیر نسبت به دریافت اسناد و مدارک مناقصه اقدام نمایند:

تلفن تماس: ۰۹۱۲۸۷۲۸۷۸۱-۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

واحد قراردادهای شرکت پلیمر آریاساسول

تجدید مناقصه عمومی

به همراه ارزیابی فنی و بازرگانی پروژه خرید تجهیزات و اجرای سامانه کنترل تردد، پلاک خوان و توزین به صورت یکپارچه را به شرکت‌های پیمانکار ذیصلاح دارای

پلاک خوان و توزین به صورت یکپارچه

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴

شماره تماس: ۰۲۱-۵۵۹۲۳۸۹۴



قسمت اول

تأملی بر خلق، پویایی و توسعه برند



علیرضایی مشاور و مدرس حل مسأله در کسب و کار
Alireza.rezaei@gmail.com

مقدمه:

از نظر متخصصان بازاریابی، برند، نام تجاری محصول یا کسب و کاری است که دارای هویت متمایز در نظر و درک مصرف کنندگان است. نام تجاری از طریق عناصر طراحی، بسته بندی و تبلیغات ایجاد می شود که به طور کلی محصول را از رقبا خود متمایز می کند. یک نام تجاری که با موفقیت اجرا شده است، ارزش زیادی برای یک شرکت ایجاد می کند و به آن برتری رقابتی نسبت به سایرین در همان صنعت را می دهد. به این ترتیب، بسیاری از شرکت ها با ثبت علامت تجاری خود، به دنبال حمایت قانونی برای برندهای خود هستند. برند یک دارایی نامشهود است که از عناصر زیادی تشکیل شده است. این عناصر با هم به مصرف کنندگان کمک می کنند تا یک محصول را شناسایی کنند و در مقایسه با رقبای آن، نسبت به انتخاب آن اقدام نمایند. کلمه «برندینگ» را می توان آغازی برای برندینگ دانست که ماندگار قرن نوزدهم استفاده شده باشد، زمانی که دامداران غربی شروع به استفاده از داغ زدن بر روی احشام خود برای علامت گذاری دام های خود با حروف اول مزرعه یا نماد خاص صاحب آن ها کردند. البته هدف اولیه آن ها بازاریابی نبود، بلکه شناسایی و محافظت از سرت و پا کشتار مدنظر بود، اما به هر حال این روش را می توان آغازی برای برندینگ دانست که ماندگار شد. همچنین می توان گفت که برندسازی (خلق برند) به منظور بازاریابی انبوه و توسعه بازار در قرن نوزدهم، هنگامی که فروشندگان محصولاتی مانند آرد، به فکر راه هایی برای متمایز کردن خود از رقبای افتادند، و اعلام و نام های تجاری خود را ایجاد و تبلیغ کردند، شروع گردیده است.

دسته بندی نام های تجاری:

نام های تجاری را می توان به ۹ دسته اصلی زیر تقسیم کرد:

۱- نام های مبدأ (خاستگاه):

این نام ها معمولاً براساس کشور، شهر یا مؤسسان برند، انتخاب می شوند. برای مثال، دی جال، بیانگر ابتدای نام سه شرکتی است که این شرکت پستی را راه انداخته اند. یا مک دونالد، نام فامیل برادرانی است که این فست فود زنجیره ای را تأسیس کرده اند.

۲- نام های احساسی:

نام هایی هستند که براساس احساسی که برند می خواهد به مشتریان هدش منتقل کند، انتخاب می شوند. برای مثال، اوبر، مبدع تاکسی های اینترنتی، به معنای «خیلی عالی» است و می خواهد همین احساس را به مشتریان منتقل کند.

۳- نام های توصیفی:

نام هایی هستند که کسب و کار برند را به صورت شفاف توصیف می کنند. برای مثال، نام های مثل رنت (که به معنای یک خودرو اجاره کن) و برگر کینگ (که معنای پادشاه برگر، کسب و کار اصلی برند را بیان می کنند).

۴- نام های مخفف:

نام هایی هستند که مخفف چند نام یا صفت

می باشند. برای مثال، ای بی ام (IBM) مخفف ماشین های تجاری بین المللی می باشد.

۵- نام های سرزنده (انرژی بخش):

نام هایی هستند که در نگاه اول، هیچ ارتباطی با برند یا کسب و کار ندارند، ولی احساس خوبی را به مشتریان منتقل می کنند و راحت به خاطر سپرده می شوند. اپل، معروف ترین نامی است که در این گروه قرار می گیرد.

۶- نام های ابدایی:

نام هایی هستند که قبلاً وجود نداشته اند و توسط شرکت ابداع شده اند و معمولاً هم معنای خاصی نمی دهند. برای مثال، کدداک و زیراکس از جمله نام های ابدایی موفق در جهان هستند.

۷- نام های ترکیبی:

نام هایی هستند که از ترکیب نام اصلی برند و یک عدد، به وجود می آیند و معمولاً نسل محصول را نشان می دهند. برای مثال، مزدا ۳ یا فیسون ۱۲. نام های ترکیبی هستند که نسل محصول را نشان می دهند.

۸- نام های ترکیبی:

نام هایی هستند که از ترکیب دو یا چند کلمه به وجود می آیند. مثلاً فکس که نام بزرگ ترین شرکت پستی آمریکا است، ترکیبی از دو کلمه فدرال و اکسپرس است.

۹- نام های استعاره ای:

نام هایی هستند که از اسطوره های تاریخی، ادبی و... نشئت می گیرند. برای مثال می توان به نام نایکی اشاره کرد که نام اله پیروزی در یونان باستان است.

نحوه انتخاب نام تجاری (برند):

مجله اکونومیست سال ۱۹۸۸ را سال نام تجاری (Brand) نامید. در این سال فیلیپ موریس، کرفت (Kraft) را در آمریکا و نستله، رون تیری (Rown Tree) را در اروپا خریدند. فیلیپ موریس چهار برابر ارزش دارایی های شرکت کرفت بابت خرید آن پول پرداخت کرد و نستله بیش از پنج برابر بابت خرید رون تیری.

در سال ۱۹۸۸ تنها چهار نام تجاری به ارزش ۵۰ میلیارد دلار فروخته شد. پرداخت چنین مبالغ کلانی بابت این نام ها، بیانگر ارزش یک نام تجاری به دلیل انتظار کسب سود و منفعت از آن در بلندمدت است. از آن پس میادلات تجاری ادامه یافت و قدرت نام های تجاری روز به روز بیشتر شده، به طوری که اکنون با قیمت های بسیار قابل توجهی مبادله می شوند. انتخاب یک نام تجاری نیاز به دقت فراوانی دارد. یک نام مناسب می تواند نقش مهمی در موفقیت یک کالا ایفا کند. بیشتر شرکت های بزرگ بازاریابی برای انتخاب نام تجاری یک کالا، از روش های ویژه ای استفاده می کنند. انتخاب بهترین نام تجاری برای کالا وظیفه دشواری است و برای انتخاب آن باید کالا و مزایای آن، بازار هدف و خط مشی های بازاریابی مربوط به کالا را دقیقاً مورد بررسی قرار داد. چندین روش برای تعیین نام تجاری وجود دارد که با توجه به شرایط مختلف و منافع شرکت مورد استفاده قرار می گیرد. در اینجا به چهار خط مشی اصلی که در انتخاب نام تجاری معمولاً مورد استفاده قرار می گیرد، اشاره می شود.

۱- نام های تجاری منفرد:

از این سیاست، شرکت پروکتر اند گمبل به خوبی استفاده کرده، به طوری که محصولات مختلف خود را با نام های تجاری گوناگون نظیر تاید، کرسنت و... به بازار عرضه کرده است. در نتیجه هر محصول با نام تجاری خاص خود، با محصولات مشابه موجود در بازار به رقابت می پردازد. شرکت شیرین عسل هم دارای ده ها نام تجاری برای محصولات خود می باشد.

۲- یک نام گروهی برای همه کالاها:

نظیر شرکت ای بی ام (IBM) که برای تمامی محصولات تولیدی خود از نام تجاری ای بی ام استفاده می کند. این روش بیشتر از روش نام تجاری منفرد، مرسوم می باشد. خصوصاً وقتی محصولات متنوع یک شرکت جزء یک دسته محصولات بزرگتر باشند. مثلاً شرکتی که پخچال، اجاق گاز و جارو برقی و حتی قهوه ساز، تولید می کند که همگی را ذیل لوازم خانگی دسته بندی می شوند.

۳- اسامی گروهی جداگانه برای کالاها:

به طور مثال، شرکت سیرز از این خط مشی تبعیت کرده است. به این معنا که این شرکت برای وسایل و ادوات نام کمنور، برای ابزار آلات نام کرافترمن و برای تأسیسات خانگی نام هومارت را برگزیده است.

۴- تلفیقی از نام تجاری شرکت و اسامی کالاها منفرد:

شرکت کلاگ از این خط مشی استفاده کرده است و کورن فلیکس کلاگ، رایس کریسپیز کلاگ و رایزن بران کلاگ از آن جمله اند.

پرورش برند از خانه و محل تولد و رشد آن:

برایمان تیل، گفته است به خوبی می دانید که پرورش و آموزش درست یک کودک از خانه آغاز می شود. به همین دلیل است که می گویند پرورش درست یک برند هم از خانه آن برند شروع می شود. خانه هر برندی، سازمان و شرکتی است که مالک آن برند است. پس برای خلق یک برند قوی و موفق، شما هم باید کارتان را از خانه آن برند آغاز کنید.

برند یک دارایی

نامشهود است که از عناصر

زیادی تشکیل شده است. این عناصر

با هم به مصرف کنندگان کمک می کنند تا

یک محصول را شناسایی کنند و در مقایسه با

رقبای آن، نسبت به انتخاب آن اقدام نماید. کلمه

«برندینگ» برای بازاریابی محصول ممکن است

اولین بار در قرن نوزدهم استفاده شده باشد، زمانی

که دامداران غربی شروع به استفاده از داغ زدن بر

روی احشام خود برای علامت گذاری دام های خود

با حروف اول مزرعه یا نماد خاص صاحب

آن ها کردند

این اصل به ما یادآوری می کند چطور می توان توقع داشت که مشتریان یک برند، آن را به خوبی بشناسند و به آن وفادار باشند. در حالی که افراد داخل خانه برند، آن را به خوبی نمی شناسند؟ یا به آن وفادار نیستند؟ به همین دلیل، مراقبت از برند و پرورش آن باید به تعهد اصلی مدیران ارشد شرکت تبدیل شود زیرا اگر مدیران ارشد به اهمیت پرورش و مدیریت برند خود واقف نباشند، پیام برند توسط کل سازمان درک نخواهد شد. در حقیقت، اگر مدیران ارشد به پیام و معنای اصلی برند پایبند نباشند، آیا می توانیم توقع داشته باشیم که بقیه سازمان و بازار به آن پایبند باشند؟ نتیجه این که پایبندی شفاف مدیران ارشد به مفاهیم و ارزش های برند، باعث پایبندی دیگران به برند می شود. از همه مهم تر، حمایت و مراقبت از برند باید به صورت عمیق در فرهنگ و روح شرکت جاری شود به این معنا که همه کارمندان، به خصوص

آن هایی که به طور مستقیم با مشتریان در تعامل هستند، باید با برند «زندگی کنند».

در حقیقت، بسیاری اوقات می شنویم که مسئولیت اصلی برند با واحد بازاریابی است. اما واقعیت ماجرا این است که واحد بازاریابی، تنها گروهی نیست که با بازارها و مشتریان شرکت در تماس است. بنابراین هر فعالیت یا واحدی که با بازارها و مشتریان در تماس است، باید مراقب و حامی برند باشد. اگر اعضا و کارمندان یک شرکت نتوانند ارزش ها و معنای یک برند را به یکدیگر منتقل کنند، چگونه می توانند آنها را به بازارها و مشتریان منتقل و القاء کنند؟

به عنوان مثال، شرکت هتل های ماریوت توانسته اسم و رسم خوبی برای خود در صنعت خدمات ایجاد کند. اما فرهنگ «ارائه خدمات عالی به مهمانان» فقط در میان کارمندانی که به صورت مستقیم با مهمانان در تماس هستند، جاری نیست. این فرهنگ حتی بر نوع رفتار کارمندان با یکدیگر نیز حاکم است.

این فرهنگ از زمانی آغاز شد که جسی دبلیو ماریوت، بنیانگذار هتل های ماریوت، ساعات ها می نشست و به مشکلات شخصی کارمندان گوش می داد زیرا عمیقاً معتقد بود که وقتی کارمندان با یکدیگر به خوبی رفتار می کنند، می توانند با مشتریان هم به خوبی رفتار کنند.

بزرگ ترین وظیفه ما در برندینگ چیست؟
هلموت پاتکبه؛ مدیرعامل سابق خودروسازی بی ام دبلیو، می گوید: «بزرگ ترین وظیفه ما در خلق یک برند قوی و دوست داشتنی، این است که بتوانیم بگوییم نه!»

یک مدیرعامل، مدیر بازاریابی یا مدیر برند، چه وقتی باید بگوید نه؟!

یکی از اصول مهم برندینگ، ثبات و نپردن از این شاخه به آن شاخه است. مدیران حرفه ای به خوبی می دانند لازم است درآمدهای کوتاه مدت ناشی از عرضه محصولات و خدمات متنوع با یک برند معروف و دوست داشتنی را قربانی کنند تا بتوانند محبوبیت و معروفیت برندشان را حفظ کنند. به بیان دیگر، توسعه یک برند و عرضه هر نوع محصول یا خدمتی با آن، باعث گیجی مشتریان هدف آن برند می شود. برای همین، مدیران حرفه ای باید در برابر وسوسه خطرناک گسترش بیش از اندازه برندشان مقاومت کنند، زیرا می دانند این وسوسه، آن ها را در دام خطرناک زیر می اندازد:

■ همه شرکت ها نیاز دارند که درآمدها را با عرضه محصولات و خدمات جدید با برندی که ساخته اند، افزایش دهند!

بنابراین، برندشان را توسعه می دهند و محصولات و خدمات جدید و متعددی را با آن به بازار عرضه می کنند. این کار، درآمد و سود شرکت در کوتاه مدت را افزایش می دهد. اما، در بلندمدت، تمرکز برند را از بین می برد. در نتیجه در بلندمدت منجر به کاهش درآمد و سود شرکت و تضعیف برند می شود. و در نهایت، عمر برند را کوتاه می کند.

روش های مختلف تحقیقات بازار در رابطه با جایگاه برند:

۱- آگاهی از برند (Brand Awareness):

این معیار نشان می دهد که مشتریان هدف آیا از وجود برند شما در بازار مطلع هستند یا نه؟ برای اندازه گیری این معیار معمولاً این سؤال را در تحقیقات بازاریابی از مشتری می پرسند: تمام برندهای عرضه کننده محصول ... را نام ببرید. اگر برند شما جزء پاسخ های مشتری باشد، آگاهی از برند شما بالاست ولی اگر نباشد یعنی آگاهی از برند شما پایین است و باید تبلیغات تان را افزایش دهید.

۲- اولین بودن برند

(Brand Top of Mind):

این معیار نشان می دهد که برند شما اولین برندی است که مشتری به ذهنش می رسد این معیار بیانگر قدرت یک برند است. برای اندازه گیری این معیار معمولاً این سؤال را در تحقیقات بازاریابی از مشتری می پرسند: اولین برند عرضه کننده محصول ... که به ذهن تان می رسد را بگویید. برندی که اکثر مشتریان از آن نام می برند را می توان قوی ترین برند آن صنعت دانست.

۳- شناخت برند (Brand Knowledge):

این معیار نشان می دهد که مشتری تا چه حد با محصولات و مزایای برند شما آشنا است. برای اندازه گیری این معیار معمولاً این سؤالات را در تحقیقات بازاریابی از مشتری می پرسند: برند ... چه محصولاتی دارد؟ و مهم ترین مزیت برند ... چیست؟ هر چقدر پاسخ های مشتریان به این دو سؤال دقیق تر باشد، یعنی برندتان را بهتر می شناسد.

۴- یادآوری برند (Brand Recall):

این معیار نشان می دهد که مشتری هنگام خرید آیا به یاد برند شما می افتد یا نه. برای اندازه گیری این معیار معمولاً این سؤال را در تحقیقات بازاریابی از مشتری می پرسند: فرض کنید می خواهید محصول ... را بخرید. چه برندهایی را ممکن است انتخاب کنید؟ اگر برند شما در پاسخ های مشتریان باشد، یعنی در حال تبدیل شدن به یک برند دوست داشتنی هستید.

۵- توجه به برند (Brand Consideration):

این معیار نشان می دهد که مشتری چقدر احتمال دارد برند شما را بخرد. برای اندازه گیری این معیار معمولاً این سؤال را در تحقیقات بازاریابی از مشتری می پرسند: چه تحقیقات بازاریابی از ... را بخرید. به احتمال زیاد چه برندی را انتخاب می کنید؟ برندی که اکثر مشتریان آن را نام می برند، دوست داشتنی ترین برند آن صنعت است. هنگام سنجش این معیار، معمولاً از این سؤال تکمیلی هم استفاده می کنند: چرا به احتمال زیاد این برند را می خرید؟ پاسخ های مشتریان برتری ها و مزایای برند را نشان می دهد.

۶- تصویر برند (Brand Image):

این معیار نشان می دهد که مشتری چه تصور و ذهنیتی نسبت به برند شما دارد. برای اندازه گیری این معیار معمولاً این سؤال را در تحقیقات بازاریابی از مشتریان می پرسند: وقتی نام برند ... به گوش تان می خورد، چه تصویری به ذهن تان می رسد؟ ویژگی ها و تصویرسازی ذهنی که مشتری در توصیف شما به کار می برد، اگر مثبت باشند یعنی برند شما یک برند دوست داشتنی است اما اگر منفی باشند یعنی برند شما یک برند معمولی یا حتی منفور است.

۷- وفاداری به برند (Brand Loyalty):

این معیار نشان می دهد که مشتری چقدر به برند شما وفادار است. برای سنجش این معیار معمولاً یک یا هر دو سؤال زیر را در تحقیقات بازاریابی از مشتریان می پرسند:

تعداد بیشتری از مشتریان از برند شما نا می برند، یعنی وفاداری به برندتان بالاتر است.

اگر برند ... را پیدا کنید، چه کار می کنید؟ اگر مشتری پاسخ بدهد برند دیگری را می خرم، یعنی وفاداری به برند شما پایین است اما اگر جواب های دیگری بدهد و مثلاً بگوید به فروشگاه دیگری می روم تا برند ... را پیدا کنم یا خریدم را عقب می اندازم تا آن برند را پیدا کنم و... یعنی وفاداری به برند شما بالا است.

اجرای طرح ثبت رسمی معاملات اموال غیر منقول مشکلی برای مالکیت‌ها ایجاد نمی‌کند

سامانه پنجره مدیریت واحد زمین مطمئن ترین مسیر کاهش تخلّفات حوزه زمین

محمد قره داغلی | مناقصه مؤهله

[illegible]

مدیر کل آموزش و پژوهش سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، گفت: طرح ملی ثبت و پیوسته معاملات املاک غیرمنقول به شکل یکی از ماکتباته ها در مقایسه با وضعیت کنونی اجاره نمی‌کند. به گزارش ناقصه مزاید، بهرام حسن‌زاده؛ در پاسخ به ابهام مطرح شده، بیان اینکه تا برپاستاخت لازم در این موضوع تهیه و ایجاد نشود، پاسخ ماه‌آزما اجرای آزمایشی این برپاستاخت‌ها بگذرد این تفاهوت اجرایی نمی‌شود، گفت: این نکته که متأسفانه برخی عنوان کرده‌اند که این طرح بدقیقه اجرا می‌شود نیست و مواعد مناسبی برای آن در نظر گرفته شده است، وی افزود: برای این اساسی، کمک لیساندا دی که قبل از لازم‌الاجرا شدن این طرح تنظیم شده‌اند، پاسخ شده و با رعایت راستین و مقررات مربوطه به دستور رسمی تبدیل شوند و در اولین گام، کمک موانع غیرعاری در صورت رسیدن برای اقدامات رسمی بر داشته می‌شود. حسن‌زاده با اعلام اینکه سازو کارهای حقوقی و انبئی برای الزام به دستور رسمی و تسهیل معاملات و دنگاری از انبئی و مشخص شدن وضعیت معاملات در این طرح پیشینی شده است اظهار کرد: برای آن دسته از معاملات که تا قبل از (۱۰) اردیبهشت ماه مسومه به صورت عادی انجام شده‌اند، در ماده (۱۰) این طرح مسومه‌های پیشینی شده هم مشخصی ذیغی علی‌یون گدار گدار و فرصت دو ساله پیاوندانه با برگزاری اسناد و ادعای خود در سامانه مذکور، حقوق خود خود را محفوظ نگاه دارند و به سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، درخواست نسبت را برای پاسخ صحیح در استعلامات به متعاملین اقدام کند. مدیر کل آموزش و پژوهش سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، با اشاره به رسمی حدود ۲۰ ماه از اجرای مصوبه «طرح انقبائی اعتبار انقبائی» به جمعیت مسومه صلبت که در گزارش هر یک پژوهش‌های مجلس نیز آمده است، در هر که سازمان به سر می‌شود معاملات املاک غیرمنقول پس از ابراد شورای نگهبان و اصلاحات مجلس نسبت به این موادان،

معاون وزیر راه و شهرسازی، از راهاندازی سامانه پیامکی یگان حفاظت سازمان ملی زمین و مسکن برای گزارش مردمی از تعرض یا تصرف اراضی دولتی خبر داد. به گزارش مناقصه‌مزایده، ارسلان مالکی، با اعلام راهاندازی سامانه پیامکی یگان حفاظت سازمان ملی زمین و مسکن، اظهار کرد: راهاندازی این سامانه می‌تواند راهکار

مناسبتی برای کمک به دولت در جلوگیری از هرگونه تعرض به اراضی دولتی و زمین خواری در کشور باشد. مدیرعامل سازمان ملی زمین و مسکن افزود: هموطنان در صورت مواجهه

با موارد مشکوک تا
دولتی می‌توانند با
۳۵۱۷۴۰۰۳، این
همیار نیروهای یگان

ض و یا تصرف اراضی
مال پیامک به سامانه
وارد را گزارش داده و
لت و دولت در مبارزه

بازمین خواری باشند
افزود: گزارش دهی مر
۲۴ ساعته خواهد بود.
در هر ساعت شبانه ر

آن سرعت بدهند. وی
این سامانه به صورت
ترتیب، افراد می توانند
صورت مشاهده موارد

برهه بعد سازمان بوده و مقرر شده که شش ماه پس از راهاندازی این سامانه، محقق شده (۱) مبنی بر ممنوعیت تعارض معامله به صورت اوراق، عقد و سفته و سازمان ثبت براساس ماده (۱۰۰) قانون ثبت، یکسال بعد از تصویب قانون، سامانه مربوط به بارگذاری اسناد اداری را برای عموم مردم طرح می کند و این نهاد فرصت دارد تا بارهای آن را خواست و پذیرش شده عدای اقدام کنند، لذا این بار به قول برخی از اشخاص یکدفعه اگر نمی شود و مواعد مناسبی برای آن در نظر گرفته شده است. وی افزود: در این طرح پیش بین شده است که شخصی که مستدکی به سند رسمی ملک یا بنا باشد، با اجرای این قانون هیچ گونه مشکلی ندارد و صرفاً باید از این بار به دو معاملات اداری به صورت رسمی انجام دهد و مشایق بودن یا مغرور بودن مال غیر متغیر مؤثر بر تمام نمودن، همچنین در صورت اختلاف ثبت مالکان، از طریق قوانین مربوط موضوع از طریق اداره ثبت احوال از طریق دادگاه جهت دستور فروش، پیگیری می شود. حسن را ده؛ تصریح کرد: در مورد اشخاصی هم که به موجب سند عدای ملک محسوب می شوند باید در طرح قانونی به سامانه مراجعه و با بارگذاری مستندات خود و نقشه ملک، ادای خود را ثبت کنند و بعد از آن، با حسب مورد به باید به مرجع قضایی جهت ادای اوراق به تنظیم سند رسمی، ادای اثبات ملک، ادای اراضی و معایر و سایر امور مورد نظر خود کنند و با این امر اعتبارات، قبیل وزارت جهاد کشاورزی و سازمان ثبت اراضی زراعی و باغی، هبات خاک اختلاف قانون نموده تکلیف اراضی فاقد سند و حیات خاک اختلاف قانون نموده بین الحاق نمودن به سامانه و احیای آن تولید و عرضه مسکن مراجعه و قانونی صدور سند رسمی برای ملک خود ارائه دهند. وی گفت: بنابر این اجرای این قانون هیچ مشکلی برای مالکین به مقاصد با وضعیت کنونی ایجاد نمی کند براساس ماده (۱۰۰) مفسره مجلس است که پس از انقضای مهلت قانونی، در صورتی که ادای مدعیان به اشخاص ثالث قابل استناد باشد واهی بودن ادای ثبت شده در سامانه ثبت انبار نکرده، به حال واهی بودن ادعا در مراجع قضایی قابل اثبات و رد نیستی خواهد بود.



فساد در نظام حقوقی و اقتصادی کشور است. گفت: ایجاد بستر زمین خوری، ترزل ملکی دولت و شاخص بر اراضی املاک، عدم امکان انجام حاکمیت و سیاست گذاری در زمینه اراضی، ملاک و ناکارآمدی حکمرانی در این حوزه، افزایش پرونده‌ها و افزایش قضایای مازاد و موضوع اختلاف ملکی ایجاد بستر بلوکه‌ای، افزایش امکان کلاهبرداری و معاملات مراض، عدم امکان انجام معاملات امن در حوزه معاملات اموال غیر منقول و بالا بردن ریسک، عدم تشکیل بانک اطلاعاتی از ملک و زمین در کشور، عدم امکان شناسایی اموال غیر منقول و فرسار از دیدن اراضی دیگر آسیب‌ها استناد عادی نامبر که موجب اشتگی و اختلال در معامالت می‌شود. مدیر کل آموزش و پژوهش سازمان ثبت، با اشاره به این موضوع، در پاسخ‌ها و نظر اراضی را، سامانه‌ها و نرم‌افزارهای لازم، گفت: طراحی نحوه اراضی ماده ۱۴ قانون (بنیادهای صورت گرفته است که زمان آغاز اجرای قانون در سامانه ثبت اراضی استناد و املاک کشور قرار داده) این توضیح که طراحی اراضی املاک موضوع ماده ۱۴ صوبه

در نهایت طرح به مجمع تشخیص مصلحت نظام ارجاع شده است. مطابق مصوبه مزبور، ضمن تأکید بر الزام به تقصید شدن سیستم در معاملات اموال غیر معقول و بیش‌پیشی‌های اجرائی، حقوقی و انضباطی، مواعد مختلفه در مواد (۱ و ۲) این طرح برای مشارکت در تطبیق ارزش‌های چندین‌دسته‌ای طرح برای رسمی‌سازی معاملات بر طبق اموال غیر معقول بیش‌پیشی‌زده و پس از گذشتن این مهلت‌ها، در صورت عدم ثبت رسمی اموال، اقدام برای ارائه مستندات، ابیان از ویژگی‌ها و نظر گرفته شده است. حسن‌رأی‌زاده افزود: البته از ویژگی‌های دیگر این طرح، تسهیل ثبت رسمی معاملات است و مشروطه کرد که معاملات مذکور به صورت آنی در سامانه الکترونیک سازمان ثبت اسناد و املاک به ثبت برسد و کلیه معاملات مربوطه به صورت آنی و الکترونیک انجام شود. همچنین در صورت مجلس، تسهیلیات زیر برای صدور سند رسمی املاک برای آن دسته از اعضای املاکی که فاقد سند رسمی هستند پیش‌بینی شده است. وادامه داد: این‌ها اینکه اسناد عادی نشان‌گر یک ایجاد

راه اندازی سامانه پیامکی حفاظت از اراضی ملی

دست‌درازی و تجاوز به زمین‌های دولتی و ملی با ارسال پیامک به شماره ۰۴۱۳۳۰۰۰ گزارشات خود را اعلام کنند. مالکی، گفت: پیشگیری از تعرض به اراضی دولتی مهم‌ترین وظیفه یگان حفاظت است که امیدواریم با همکاری دو سویه مردم و یگان حفاظت بتوانیم دست زنی‌خواران و سرودگیان را از اراضی دولتی کوتاه کنیم.

آگهی تجدید برگزاری ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی

[illegible]

آگهی تجدید برگزاری ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی

نویت دوم **و اسناد تخصصه عمومی** **یک مرجع‌ها**

موضوع و مناصبه: عملیات احداث بخشی از زهکشی اصلی و سیلاب بازه نجی ۲ زمکشی اراخی اولویت‌دار اسناد گلسنان - ناحیه دو زهکشی اصلی بند ولی محدوده زمکشی اراخی ۱۱۰۷۸۰-۱۴۲۸۰

دستگاه مناصبه گراز:

موسسه جیاس - هلدنیت نیرو - گرازگاه سازندگی خاتمالانیا (ص)

نشانای محل تحویل اسناد: دفتر مرکزی، تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)، خیابان بهمن شاهروز (هفتم)، پلاک ۱۹، موسسه جیاس

تلفن: ۸۸۵۵۵۸۰۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱، ۸۸۵۵۵۸۰۲، ۸۸۵۵۵۸۰۳، ۸۸۵۵۵۸۰۴، ۸۸۵۵۵۸۰۵، ۸۸۵۵۵۸۰۶، ۸۸۵۵۵۸۰۷، ۸۸۵۵۵۸۰۸، ۸۸۵۵۵۸۰۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۹، ۸۸۵۵۵۸۰۲۰، ۸۸۵۵۵۸۰۲۱، ۸۸۵۵۵۸۰۲۲، ۸۸۵۵۵۸۰۲۳، ۸۸۵۵۵۸۰۲۴، ۸۸۵۵۵۸۰۲۵، ۸۸۵۵۵۸۰۲۶، ۸۸۵۵۵۸۰۲۷، ۸۸۵۵۵۸۰۲۸، ۸۸۵۵۵۸۰۲۹، ۸۸۵۵۵۸۰۳۰، ۸۸۵۵۵۸۰۳۱، ۸۸۵۵۵۸۰۳۲، ۸۸۵۵۵۸۰۳۳، ۸۸۵۵۵۸۰۳۴، ۸۸۵۵۵۸۰۳۵، ۸۸۵۵۵۸۰۳۶، ۸۸۵۵۵۸۰۳۷، ۸۸۵۵۵۸۰۳۸، ۸۸۵۵۵۸۰۳۹، ۸۸۵۵۵۸۰۴۰، ۸۸۵۵۵۸۰۴۱، ۸۸۵۵۵۸۰۴۲، ۸۸۵۵۵۸۰۴۳، ۸۸۵۵۵۸۰۴۴، ۸۸۵۵۵۸۰۴۵، ۸۸۵۵۵۸۰۴۶، ۸۸۵۵۵۸۰۴۷، ۸۸۵۵۵۸۰۴۸، ۸۸۵۵۵۸۰۴۹، ۸۸۵۵۵۸۰۵۰، ۸۸۵۵۵۸۰۵۱، ۸۸۵۵۵۸۰۵۲، ۸۸۵۵۵۸۰۵۳، ۸۸۵۵۵۸۰۵۴، ۸۸۵۵۵۸۰۵۵، ۸۸۵۵۵۸۰۵۶، ۸۸۵۵۵۸۰۵۷، ۸۸۵۵۵۸۰۵۸، ۸۸۵۵۵۸۰۵۹، ۸۸۵۵۵۸۰۶۰، ۸۸۵۵۵۸۰۶۱، ۸۸۵۵۵۸۰۶۲، ۸۸۵۵۵۸۰۶۳، ۸۸۵۵۵۸۰۶۴، ۸۸۵۵۵۸۰۶۵، ۸۸۵۵۵۸۰۶۶، ۸۸۵۵۵۸۰۶۷، ۸۸۵۵۵۸۰۶۸، ۸۸۵۵۵۸۰۶۹، ۸۸۵۵۵۸۰۷۰، ۸۸۵۵۵۸۰۷۱، ۸۸۵۵۵۸۰۷۲، ۸۸۵۵۵۸۰۷۳، ۸۸۵۵۵۸۰۷۴، ۸۸۵۵۵۸۰۷۵، ۸۸۵۵۵۸۰۷۶، ۸۸۵۵۵۸۰۷۷، ۸۸۵۵۵۸۰۷۸، ۸۸۵۵۵۸۰۷۹، ۸۸۵۵۵۸۰۸۰، ۸۸۵۵۵۸۰۸۱، ۸۸۵۵۵۸۰۸۲، ۸۸۵۵۵۸۰۸۳، ۸۸۵۵۵۸۰۸۴، ۸۸۵۵۵۸۰۸۵، ۸۸۵۵۵۸۰۸۶، ۸۸۵۵۵۸۰۸۷، ۸۸۵۵۵۸۰۸۸، ۸۸۵۵۵۸۰۸۹، ۸۸۵۵۵۸۰۹۰، ۸۸۵۵۵۸۰۹۱، ۸۸۵۵۵۸۰۹۲، ۸۸۵۵۵۸۰۹۳، ۸۸۵۵۵۸۰۹۴، ۸۸۵۵۵۸۰۹۵، ۸۸۵۵۵۸۰۹۶، ۸۸۵۵۵۸۰۹۷، ۸۸۵۵۵۸۰۹۸، ۸۸۵۵۵۸۰۹۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۰۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۱۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۲۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۳۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۴۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۵۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۶۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۲، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۳، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۴، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۵، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۶، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۷، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۸، ۸۸۵۵۵۸۰۱۷۹، ۸۸۵۵۵۸۰۱۸۰، ۸۸۵۵۵۸۰۱۸۱، ۸۸۵۵۵۸۰۱۸۲، ۸۸۵۵

آگهی مناقصہ عمومی



وزارت امور اقتصادی و دارایی
مرکز ارزی ایران

آگهی مناقصه عمومی

دو مرحله‌ای
نوبت دوم

۱- نام دستگاه مناقصه‌گزار: شرکت سنگ آهن مرکزی ایران- بافق

۲- موضوع مناقصه: ساخت و نصب مگنت درام اسکونجر مجموعه خردایش و پر عیار سازی خشک HPGR

۳- نحوه تهیه اسناد مناقصه: به صورت اینترنتی بر اساس شرایط مندرج در سایت WWW.CIOCI.R

۴- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه:

ضمانتنامه بانکی یا اوراق بهادار مبلغ تضمین به حساب شماره ۰۱۰۵۱۸۱۷۶۶۰۰۹ بانک ملی شعبه آهنشهر بافق به مبلغ ۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

۵- زمان فروش اسناد: از مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۱۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۷/۲۴

۶- شرایط شرکت در مناقصه:

داشتن حداقل رتبه ۵ رشته صنعت و معدن (گرایش صنعت) از سازمان برنامه و بودجه و دارای ظرفیت آزاد و یا دارای حسن تجربه و سابقه اجرایی مشابه موضوع مناقصه

۷- زمان تحویل اسناد مناقصه: تا ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۶

۸- محل تحویل اسناد مناقصه: یزد، میدان امام حسین (ع)، ابتدای بلوار شهید بهشتی، شرکت سنگ آهن مرکزی ایران (سهامی خاص)، دبیر خانه کمیسیون معاملات

تلفن تماس: ۰۳۵-۳۶۲۸۵۶۳۰

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره های: ۰۳۵-۳۱۴۵۴۴۱، ۰۳۵-۳۱۴۵۴۴۲، ۰۳۵-۳۱۴۵۴۴۳ تماس حاصل نمایند.

آگهی مناقصہ عمومی



آگهی مناقصه عمومی

دو مرحله ای

نوبت دوم

۱- نام دستگاه مناقصه گزار: شرکت سنگ آهن مرکزی ایران- بافق

۲- موضوع مناقصه: رانداندازی سیستم آماده سازی نمونه گیری معدن سه چاهون

۳- نحوه تهیه اسناد مناقصه: به صورت اینترنتی بر اساس شرایط مندرج در سایت WWW.ICIOC.IR

۴- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه:

ضمانتنامه بانکی یا واریز مبلغ تضمین به حساب شماره ۰۱۰۵۱۸۱۷۶۶۰۰۹ بانک ملی شعبه آهنشهر بافق به مبلغ ۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

۵- زمان فروش اسناد: از مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۱۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۷/۲۶

۶- شرایط شرکت در مناقصه:

داشتن حداقل رتبه ۵ رشته صنعت و معدن (گرایش صنعت) از سازمان برنامه و بودجه و دارای ظرفیت آزاد و دارای احسن تجربه و سابقه اجرایی مشابه موضوع مناقصه

۷- زمان تحویل اسناد مناقصه: تا ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۶

۸- محل تحویل اسناد مناقصه: یزد، میدان امام حسین (ع)، ابتدای بلوار شهید بهشتی، شرکت سنگ آهن مرکزی ایران (سهامی خاص)، دبیرخانه کمیسیون معاملات

تلفن تماس: ۰۳۵-۳۶۲۸۵۴۳۰

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن های ۰۳۵-۲۱۴۵۴۴۴۱-۰۳۵-۲۱۴۵۴۴۳۷ تماس حاصل نمایند.

مناقضه عمومی

[illegible]

آگهی مناقصہ



NAK
World Class Manufacturing Institute

آگهی مناقصه

نقش اول کیفیت (ناک) در نظر دارد، نسبت به برگزاری مناقصه عام
دوم حلهای بر اساس شرایط زیر اقدام نماید.

موضوع مناقصه: خرید چکپورد، فیبر نوری و تجهیزات انتقال
شماره مناقصه: ۱۴۰۲۰۷۱-۰۰۱

مهلت خرید اسناد مناقصه:

ساعت ۱۶۰۰ روز سه شنبه مورخ ۲۵ مهرماه ۱۴۰۲

مهلت تحویل پیشنهادات:

ساعت ۱۶۰۰ روز یکشنبه مورخ ۳۰ مهرماه ۱۴۰۲

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:

۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال که یابستی به صورت ضمانتنامه بانکی و یا وجه نقد
معادل سپرده جهت واریز به حساب شماره ۳۹۲۲۲۰۱۰۰۲۸۶۷۳۴۲۲۰۱

پس بابت شرکت نقش اول کیفیت مطابق با اسناد مناقصه ارائه گردد.

مستضایان می توانند جهت دریافت اسناد مناقصه به پورتال نقش اول کیفیت
به آدرس ذیل مراجعه نمایند:

<https://tenders.nak-mci.ir>

- سایر موارد در اسناد مناقصه درج گردیده است.
- هزینه نرخ آگهی بر عهده برنده مناقصه خواهد بود.
- مناقصه گران می توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن های
(داخلی: تحده تأمین، تماس: حاصا، نمایند.

Ahmad.Bayati@nak-mci.ir و ایمیل ۸۱۷۱۷۵۰۸ و ۹۱۲۰۲۲۷۰۳۹

آگهی مناقصہ



آگهی مناقصه

شرکت نقش اول کیفیت (ناک) در نظر دارد، نسبت به برگزاری مناقصه عام
دومرحلهای بر اساس شرایط زیر اقدام نماید.

موضوع مناقصه: خرید تجهیزات و اجرای خدمات نصب و راهاندازی رکتیفایر

شماره مناقصه: ۰۳-۷۱۷-۱۴۰۲۰۷۱۷

مهلت خرید اسناد شرکت در مناقصه:
ساعت ۱۶:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۲۳ مهرماه ۱۴۰۲

مهلت تحویل پیشنهادات:
ساعت ۱۶:۰۰ روز شنبه مورخ ۲۹ مهرماه ۱۴۰۲

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:
۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (ششصد میلیون ریال) که می بایست به صورت
ضمانتنامه بانکی و یا وجه نقد معادل سپرده جهت واریز به حساب شماره
۳۹۲۲۳۱۰۱۰۲۸۶۷۳۴۷۲۲۰۱ پست بانک شرکت نقش اول کیفیت مطابق
با اسناد مناقصه ارائه گردد.

- سایر موارد در اسناد مناقصه درج گردیده است.
- هزینه درج آگهی بر عهده برنده مناقصه خواهد بود.
- متقاضیان می توانند جهت دریافت اسناد مناقصه به پورتال شرکت نقش اول
کیفیت به آدرس ذیل مراجعه نمایند:

<https://tenders.nak-mc-iir>

مناقصه گران می توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن
۰۹۱۲-۲۲۷۰-۳۹ احمد بیاتی (واحد ذخیره تأمین) تماس حاصل و
ناام، احمد ahmad.bavati@nak-mc-iir

روزنامه صنعت - ۰۲۱-۷۱۷-۳۹۲۰

اجرای آزمایشی «بازار آب» در ۵ دشت بحرانی کشور

گروه انرژی | مناقشه |

مدیرکل دفتر اقتصاد و بهره‌وری آب، مدیریت مصرف و تقاضای شرکت مدیریت منابع آب ایران، از اجرای آزمایشی طرح بازار آب در پنج دشت بحرانی کشور خبر داد. به گزارش مناقصه‌مزایده، سیدمحمد آهویی؛ اظهار داشت: طرح بازار آب به صورت نمونه و پایلوت در استان قزوین و شهرستان خواف استان خراسان‌رضوی اجرای شده و بررسی نتایج آن نشان می‌دهد که بازار آب می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری و ارزش اقتصادی آب شود. وی در زمینه ضرورت اجرای طرح پیاده‌سازی و اداره بازار آب در مناطق منتخب پایلوت در کشور، گفت: ضروری گونه بسر تاریخچه مدیریت منابع آب نشان می‌دهد که در دهه ۱۳۵۰ و ۱۳۶۰ پروژه‌ها و برنامه‌های آبی کشور برای پاسخگویی به تقاضاهای موجود تنظیم می‌شد و در این بین به موضوع سیانت از منابع آب توجه کافی نمی‌شد. مدیرکل دفتر اقتصاد و بهره‌وری آب شرکت مدیریت منابع آب ایران، ادامه داد: از اواسط دهه ۱۳۷۰ و پس از آن در دهه ۱۳۸۰ به دلیل کاهش منابع آب‌های سطحی و زیرزمینی و همچنین رشد جمعیت و افزایش تقاضا برای اجرای طرح‌های توسعه در کشور، برنامه‌های مدیریت منابع آب کشور تا حدودی اصلاح و این بار تلاش شد تا به جای سیاست‌های عرضه بی‌رویه آب، موضوع مدیریت تواسان عرضه و تقاضا در دستور کار قرار بگیرد. وی ادامه داد: از دهه ۱۳۹۰ به این سو نیز با توجه به کاهش شدید منابع آبی کشور و ارزیابی‌های که حکایت از فقر منابع آبی، افزایش اضافه برداشت از منابع آب زیرزمینی و تشدید فشار برآبخون، کاهش کیفیت آب و پیامدهای زیست‌محیطی و بروز مشکلات جدی در مدیریت آب کشور وجود داشت، موضوع سیانت از منابع آب در دستور کار قرار گرفت و تلاش شد تا

برنامه‌هایی در جهت مدیریت تقاضا و مدیریت بهینه منابع آب اجرایی شود. آهویی، گفت: تقویت و ساماندهی بازار آب یکی از برنامه‌هایی است که براساس مصوبه شورای‌عالی آب در طرح تعادل‌بخشی در برنامه کار وزارت نیرو قرار گرفته است و مطالعاتی نیز در این زمینه انجام شده و تلاشی می‌شود تا با کمک آن ضمن ضابطه‌مند کردن میزان و نحوه مصرف آب، بخشی از آب مورد تقاضا را از طریق اجرای سیاست‌های باز تخصیصی آب از طریق جابه‌جایی مصرف به بخش‌های کاراتر و بهره‌ور تر، در چارچوب فراهم و مقررات تنظیمی، برای متقاضیان فراهم کند. وی ادامه داد: علاوه بر این تمهیداتی باید اتخاذ شود که تأمین تقاضاهای روزافزون از

صاحب امتیاز: مؤسسه روزنامه مناقصه مزایده
مدیر مسؤول: جلیل قنادزاده ■ **سردبیر و مدیر عامل:** علی قره‌داغلی
نشانی: تهران، خیابان کریم‌خان زند، خیابان ایرانشهر شمالی، روبروی دانشگاه آزاد، دشت تهران جنوب، پلاک ۲۳۴، طبقه ۲، واحد ۴، تلفن: ۰۲۰-۸۸۲۵۷۹۰
سازمان آگهی‌ها: ۰۹۰۲۲۵۴۲۳۳۸ ، ۰۹۰۲۸۸۴۷۵۷۹
لیتوگرافی و چاپ: چاپخانه صمیم (چادهمخصوصی کرج، کیلومتر ۱۶)، توزیع: شرکت نشر گستر امروز نیون

ایرانگاز تحریریه: eмонаqeseh1@gmail.com | ایرانگاز سازمان آگهی‌ها: eмонаqeseh5@gmail.com | ایرانگازمدیر اجرایی: eмонаqeseh@gmail.com

انرژی نفت و نیرو



طریق مدیریت مصرف و افزایش بهره‌وری آب به‌بهره‌برداران مجاز موجود تأمین و از افزایش برداشت غیرمجاز و فشار بر منابع آب جلوگیری شود. مدیرکل دفتر اقتصاد و بهره‌وری آب شرکت مدیریت منابع آب ایران، اظهار داشت: از جمله اهداف اصلی که این پروژه دنبال می‌کند، موضوع ارتقای بهره‌وری آب است که در مبادلات آبی بسیار محدودی که در برخی مناطق پایلوت نیز انجام شده است، ارزیابی‌های اولیه نشان می‌دهد که بازار آب می‌تواند نقش مؤثری در این زمینه ایفا کند. آهویی، در ادامه، گفت: وزارت نیرو به‌عنوان نماینده دولت در اجرای طرح بازار آب نقش تسهیلگر را ایفا می‌کند و چندین کارگزارى در این حوزه فعال می‌شوند که وظیفه ایجاد

ارتباط میان عرضه‌کنندگان آب با متقاضیان را برعهده دارند. وی در بخش دیگری از سخنان خود، اظهار داشت: در حال حاضر این طرح در برخی دشت‌های بحرانی در پنج استان کشور در مناطق محدودی از استان‌های یزد، اصفهان، البرز، قزوین و هرمزگان و سمنان به صورت نمونه در حال اجراست و امیدواریم با فراهم‌شدن بسترهای لازم و رفع ایرادات این طرح به‌زودی در دیگر دشت‌های بحرانی کشور نیز اجرایی شود. مدیرکل دفتر اقتصاد و بهره‌وری آب، ادامه داد: اجرای طرح بازار آب نیازمند الزامات و مقدماتی است که از جمله آن، راه‌اندازی سامانه معاملات است که تعدادی از شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه قرار است با وزارت نیرو همکاری کنند.

آهویی؛ همچنین با اشاره به اینکه از جمله شروط اجرایی شدن این طرح در دشت‌های مختلف کشور این است که پیش از اجرایی شدن آن دیگر مقدمات مدیریت بهینه آب مانند نصب کنتورهای هوشمند، تحویل حجمی آب، مسدود کردن چاه‌های غیرمجاز و اصلاح الگوی کشت اجرایی شود، تأکید کرد: در صورتی که این مقدمات در دشت‌های بحرانی کشور اجرا نشود، آن دشت استانداردهای لازم برای اجرای طرح بازار آب را به دست نمی‌آورد. وی با اشاره به عملیاتی کردن این طرح در دشت قزوین و دشت خواف، افزود: استانداردهای لازم برای اجرای طرح بازار آب را به صورت پایلوت در استان قزوین و شهرستان خواف استان خراسان‌رضوی اجرا شده و بررسی نتایج آن نشان می‌دهد که بازار آب می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری و ارزش اقتصادی آب شود. آهویی؛ در مورد سازوکار عملیاتی اجرای طرح بازار آب نیز، گفت: مالک یک کشاورزی که دارای پروانه بهره‌برداری معتبر است و روی چاه کنتور هوشمند نصب کرده است می‌تواند در صورت رعایت الگوی کشت آب مازاد ناشی از صرفه‌جویی خود را که در چارچوب پروانه بهره‌برداری مجاز به برداشت آن می‌باشد، با قیمتی که در بازار تعیین می‌شود عرضه کند. وی در بخش پایانی سخنان خود، با اشاره به نقش مؤثر بازار آب در سیانت از منابع آبی و ارتقای بهره‌وری در حوزه مصرف آب، افزود: در حال حاضر هزینه تمام‌شده انتقال آب از خلیج‌فارس برای صنایع فلات مرکزی در ازای هر مترمکعب حدود چهار دلار تمام می‌شود، اما با اجرای این طرح صنایع می‌توانند با قیمت‌های به مراتب کمتر مازاد آب بخش کشاورزی ناشی از صرفه‌جویی را دریافت کنند و کشاورزان نیز می‌توانند ضمن افزایش بازده تولید محصول، مازاد آب خود را در بازار به فروش برسانند و از محل در آمد آن نسبت به ایجاد تمهیدات لازم جهت کاهش مصرف آب و افزایش بهره‌وری اقدام کنند.

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران عنوان کرد

ایران رتبه نخست منطقه در اکتشافات با کشف ۲٫۶ میلیارد بشکه نفت و گاز

گرفت که هدف آن ارزیابی کامل پتانسیل هیدروکربوری سازندهای آسماری، سروک، کزدومی، داریان، گدوان و فهلپان این میدان بوده است. وی افزود: عملیات حفاری این چاه از اردیبهشت ۱۴۰۰ آغاز شد و در شهریور ۱۴۰۲ با کشف نفت به پایان رسید. میدان تنگو در جنوب میدان نفتی-گازی رگسفید و در نزدیکی شهر هندیجان در استان خوزستان قرار گرفته است. خجسته‌مهر؛ ادامه داد: میدان گناهو در بخش ساحلی استان بوشهر قرار گرفته است. باانجام حفاری چاه اکتشافی و با رسیدن به عمق نهایی ۴۵۷۲ متر، در مخزن سروک به مقادیر قابل توجهی از هیدروکربور مایع دست یافته شد. معاون وزیر نفت، با اشاره به اکتشاف میدان

گازی چشمه‌شور نیز، افزود: حفاری چاه چشمه‌شور- ۱ از اردیبهشت ۱۴۰۱ آغاز شده و این چاه در عمق ۴۵۰۵ متری به مقادیر قابل توجهی گاز رسید. این میدان گازی، در شمال شرق استان خراسان‌رضوی و در مجاورت میدان خانگیان واقع شده است. وی تأکید کرد: در برنامه هفتم توسعه قصد داریم که با سرمایه‌گذاری حدود ۱٫۵ میلیارد یورویی اقدام به حفاری ۳۸ حلقه چاه اکتشافی خشکی، حفاری هفت حلقه چاه اکتشافی دریایی، برداشت ۶۷۵۰ کیلومتر لزه‌نگاری دوبعدی، برداشت ۶۰۰۰ کیلومتر مربع لزه‌نگاری سه‌بعدی و برداشت ۱۰ هزار کیلومتر مربع لزه‌نگاری سه‌بعدی دریایی کنیم.

انجام عملیات لزه‌نگاری سه‌بعدی نسبت به چندسال قبل بیش از ۳۰۰ درصدافزایش یافته است و ما در رتبه یکم اکتشافی در بین کشورهای منطقه قرار گرفته‌ایم. خجسته‌مهر؛ گفت: حفاری چاه اکتشافی هیرکان- ۱ در گرگان از فروردین ۱۴۰۰ آغاز شد و در نهایت با انجام حفاری به عمق ۲۹۷۱ متر در فروردین سال گذشته، وجود نفت قابل تولید در این میدان اثبات و میدان هیرکان اکتشاف شد. این میدان در ۳۰ کیلومتری شمال شهر گرگان واقع شده و دارای نفت سنگین است. مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران، اشاره کرد: دربرابر میدان تنگو، پس از اطمینان از وجود مخازن هیدروکربوری، حفاری چاه اکتشافی تنگو- ۲ در دستور قرار

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران، گفت: در دولت سیزدهم چهار میدان نفتی و گازی با ظرفیتی ۲٫۶ میلیارد بشکه معادل هیدروکربور مایع کشف شده که ایران را در رتبه یکم اکتشافی منطقه قرار داده است. به گزارش مناقصه‌مزایده، محسن خجسته‌مهر؛ با اشاره به اکتشافات جدید میادین نفتی و گازی در دولت سیزدهم، عنوان کرد: میزان اکتشافات انجام شده در دولت سیزدهم بالغ بر ۲٫۶ میلیارد بشکه معادل هیدروکربور مایع بوده و چهار میدان نفتی و گازی هیرکان، گناهو، تنگو و چشمه شور کشف شده است. وی افزود: این میادین نفتی و گازی در شمال‌شرق و جنوب‌غرب کشورمان کشف شده است. در دو سال گذشته

با تصویب نمایندگان مجلس صورت می‌پذیرد

جریمه ۵ تا ۷۵ درصدی وزارت نفت در صورت سوختن گازهای مشعل



تصویب هیئت وزیران می‌رسد. بند (ث) ماده ۴۶ بدین شرح است: جرایم موضوع ماده (۲۶) قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی بر مبنای قیمت صادراتی اخذ می‌گردد و همچنین عوارض گازهای مشعل (فلر) سوزانده شده در تأسیسات نفت و گاز به‌ازای هر مترمکعب گاز، برای سال اول برابر با پنج درصد و تا پایان برنامه ۷۵درصد بر مبنای متوسط قیمت وزنی صادراتی اخذ و به حساب بهینه‌سازی مصرف انرژی موضوع جزء (۲) بند «الف» این ماده واریز می‌گردد. در مورد گازهای مشعلی که جمع‌آوری آن‌ها طی قراردادهایی که قبیل از لازم‌الاجرا شدن این قانون واکار شده است، عوارض دریافتی از زمان اتمام قراردادهای منعقدشده محاسبه می‌گردد، در صورت استنکاف شرکت‌های تابعه ذی‌ربط وزارت نفت از پرداخت عوارض عدم جمع‌آوری گازهای مشعل، میزان این عوارض از سهم منابع داخلی شرکت‌های مذکور در لایحه بودجه سنواتی کسر و پس از واریز به خزانه، به حساب بهینه‌سازی مصرف انرژی منظور می‌گردد. آیین‌نامه اجرایی این بند، توسط وزارت‌خانه‌های نفت و نیرو تهیه می‌شود و به تصویب هیئت وزیران می‌رسد. داود منظور؛ رئیس سازمان دارایی، بانک‌مکزی و سازمان ظرف دو ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این قانون نتیجه می‌شود و به درخواست سرمایه‌گذار (توانیر)، با اشاره به طراحی ۱۸۰ اقدام عملیاتی در بخش‌های بهره‌برداری و مدیریت مصرف برای عبور از تابستان ۱۴۰۳، هوشمند در شبکه انتقال و فوق توزیع برق کشور تأکید کرد. به گزارش مناقصه‌مزایده، ارش کردی؛ در گردهمایی معاونان بهره‌برداری شرکت‌های برق منطقه‌ای، به تبیین چالش‌ها و الزامات بخش بهره‌برداری شبکه انتقال و فوق توزیع برق در کشور همسو با سخنان اخیر وزیر نیرو مبنی بر شناسایی دقیق نقاط ضعف و قوت شبکه به تفکیک استان‌ها و شهرها و مطابقت با ۱۸۰ اقدام عملیاتی برای عبور بی‌دغدغه از تابستان ۱۴۰۳، پرداخت. مدیرعامل توانیر،

نمایندگان مجلس شورای اسلامی، مقرر کردند جریمه و عوارض گازهای مشعل سوزانده شده در تأسیسات نفت و گاز به‌ازای هر مترمکعب گاز، برای سال اول برابر با پنج درصد و تا پایان برنامه ۷۵درصد بر مبنای متوسط قیمت وزنی صادراتی که معادل ۱۶۵ هزار میلیارد تومان است اخذ و به حساب بهینه‌سازی مصرف انرژی واریز شود. به گزارش مناقصه‌مزایده، نمایندگان مجلس در ادامه رسیدگی به جزئیات لایحه برنامه هفتم با جز (۲) بند(پ) و بند(ث) و بند(ث) ماده ۴۶ مواقت کردند. جز (۳) بند(پ) ماده ۴۶ بدین شرح است: در مورد طرح (پروژه)‌های بهینه‌سازی مصرف انرژی، «سازمان بهینه‌سازی و مدیریت راهبردی انرژی» مکلف است نسبت به عقد قرارداد با سرمایه‌گذاران دولتی و غیردولتی اقدام نموده و با صدور گواهی، بخشی از اصل فرع سرمایه‌گذاری‌ها را در صورت انجام هر واحد از کارهای موضوع طرح‌های بهینه‌سازی، از طریق «حساب بهینه‌سازی مصرف انرژی» بازپرداخت نماید. خاکثر زمان اعلام نتیجه صحت‌سنجی انجام کارهای موضوع قرارداد را در توسط «سازمان بهینه‌سازی و مدیریت راهبردی انرژی»، شش ماه پس از درخواست سرمایه‌گذار است. در صورت عدم اعلام نتیجه در مدت تعیین شده، «سازمان بهینه‌سازی و مدیریت راهبردی



Qanoon.ir

پرسش و پاسخ معاملات | خود را در این سایت بیا بید

یک اتفاق خوب برای پرسشگران قانون دوست

دانستن؛ رمز ماندن



شبکه اجتماعی

کیوسک اخبار

ساخت پتروپالایشگاه راه‌برون رفت از خام‌فروشی است

عضو کمیسیون انرژی مجلس گفت: ساخت و راه‌اندازی پالایشگاه‌ها افزون بر مزیت‌هایی نظیر تولید فرآورده، تسریع در انتقال و توزیع فرآورده‌های مختلف نفتی به نقاط دورافتاده و سخت‌گذر، سبب تسهیل ورود بخش خصوصی به صنعت پالایش می‌شود. به گزارش مناقصه‌مزایده به نقل از شانا، حسین حسین‌زاده؛ با بیان اینکه امروز دنیا به سمت ساخت پتروپالایشگاه می‌رود، زیرا این مهم یکی از راه‌های برون‌رفت از مشکلات مرتبط با خام‌فروشی و نیمه‌خام‌فروشی است، اظهار کرد: بدون‌شک احداث چنین پروژه‌هایی سبب می‌شود نقدینگی‌های سرگردان به تولید تزریق شوند. وی افزود: یکی از راه‌های دستیابی به توسعه در نفت، تأسیس پتروپالایشگاه‌است، از این‌رو ایجاد پتروپالایشگاه باید به‌عنوان سیاستی راهبردی از سوی همه دولت‌ها اجرایی شود. عضو کمیسیون انرژی مجلس، تصریح کرد: ساخت و راه‌اندازی پالایشگاه‌ها افزون بر مزیت‌هایی نظیر تولید فرآورده، تسریع در انتقال و توزیع فرآورده‌های مختلف نفتی به نقاط دورافتاده و سخت‌گذر، سبب تسهیل ورود بخش خصوصی به صنعت پالایش می‌شود. هادی بیگی‌نژاد؛ دیگر عضو کمیسیون انرژی مجلس نیز، ضمن تأکید بر ضرورت ایجاد پتروپالایشگاه، گفت: پالایشگاه‌سازی سبب توسعه صنایع پایین‌دستی و تولید محصولات پتروشیمی می‌شود و به تقویت منابع ارزی کمک می‌کند. وی با اشاره به اینکه احداث پروژه‌های نفت و گاز به‌ویژه پتروپالایشگاه‌ها سودآور است و بازگشت سرمایه خوبی دارند، اظهار کرد: احداث پالایشگاه‌ها و پتروپالایشگاه‌ها، جلوگیری از فروش نفت‌خام، تبدیل آن به فرآورده‌های باارزش، ایجاد ارزش اقتصادی برای کشور، اشتغال، بی‌آرت کردن تحریم‌ها، افزایش در آمد ارزی، رسیدن به تنوع مشتری و... را در پی خواهد داشت.

صدور گواهی صرفه‌جویی؛ ماحصل سازوکار تشویقی بهینه‌سازی سوخت در برنامه هفتم

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس، گفت: در برنامه هفتم توسعه با تعیین سازوکار تشویقی قرار است هر مشترکی که مصرف خود را نسبت به سال گذشته کاهش و بهینه کند، گواهی صرفه‌جویی داده شود که قابلیت خرید و فروش در بورس انرژی را دارد است. به گزارش خانه‌ملت، مصطفی نخعی؛ با بیان اینکه مباحث مربوط به انرژی از جمله مهم‌ترین بخش‌های سیاست‌های ابلاغی برنامه هفتم توسعه بوده است، ادامه داد: این در حالی است که دولت نیز برخلاف برنامه‌های قبل، توجه ویژه‌ای را به مبحث انرژی در برنامه هفتم توسعه داشته است که البته بر برخی از موارد آن در کمیسیون تلفیق مورد اصطلاحاتی قرار گرفت. نخعی؛ با بیان اینکه در فصل مربوط به انرژی در لایحه برنامه هفتم توسعه دو موضوع مبنای کار قرار گرفته است، گفت: در گام نخست موضوع افزایش تولید؛ چه در بحث فرآورده‌های نفتی – تولید بنزین و نفت و گاز – و – برق تجدیدپذیر و هسته‌ای و همین‌طور تولید نفت خام مدنظر قرار گرفته و هدف‌گذاری‌های لازم لحاظ شده است. این نماینده مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه در لایحه برنامه هفتم توسعه چند بند مهم در زمینه بهینه‌سازی مصرف سوخت پیش‌بینی شده است، ادامه داد: سمانلی نظیر افزایش راندمان نیروگاه‌ها و سازوکارهای تشویقی برای بهینه‌سازی مصرف سوخت در لایحه فوق در نظر گرفته شده است. همچنین در این لایحه تلاش شده تا بهینه‌سازی را به سمت مردمی‌سازی بربریم. در راستای این مهم سازوکارهای تشویقی مناسبی در برنامه هفتم توسعه در نظر گرفته شده است تا هر کسی مصرف خود را نسبت به سال گذشته بهینه تر کرد و مصرف کمتری داشت، گواهی صرفه‌جویی به وی داده شود تا این گواهی قابل خرید و فروش در بورس انرژی باشد. این نماینده مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه مجلس مبحث بهینه‌سازی مصرف سوخت را تنها در بخش‌های دولتی، سیستم‌های بزرگ و کارخانجات دنبال نمی‌کند، بیان کرد: مجلس تلاش دارد بهینه‌سازی را به سمت مردمی‌سازی سوق دهد.

تغییر شیوه اختصاص بنزین تکذیب شد

وزارت نفت، با تکذیب خبری که در بعضی رسانه‌ها به نقل از وزیر نفت در مورد تخصیص سهمیه ۱۵ لیتر بنزین به هر کارت ملی منتشر شده است، اعلام کرد: هیچ تصمیم تازه‌ای درباره تخصیص سهمیه بنزین گرفته نشده است. به گزارش مناقصه‌مزایده، وزارت نفت با انتشار اطلاعیه‌ای ضمن تکذیب خبری که در بعضی رسانه‌ها به نقل از جواد اوچی؛ وزیر نفت، درباره تخصیص سهمیه ۱۵ لیتر بنزین به هر کارت ملی منتشر شده است، اعلام کرد: هیچ تصمیم تازه‌ای درباره تخصیص سهمیه بنزین گرفته نشده است. در این اطلاعیه آمده است: وزیر نفت طی روزهای گذشته مصاحبه با اظهارنظری در این زمینه نداشته است و بر مبنی رسانه‌ها با باز نشر بخشی از خبری در این زمینه که مربوط به دو سال پیش (دی‌ماه ۱۴۰۰) بوده است، خبر جدیدی منتشر کرده‌اند که عاری از واقعیت است. وزارت نفت از همه فعالان رسانه‌ای تقاضا دارد درباره اطلاع‌رسانی پرسش‌های بنزین مصرف‌افزاینده رسمی نقل خبر کنند و از باز نشر شایعات و حدسیات در این باره جداً پرهیز کنند.

اخبار شرکت‌ها

پیشهاد شهردار بجنورد در اولین نشست مشترک فرمانداران و مدیران دستگاه‌های اجرای استان

در اولین نشست مشترک فرمانداران، مدیران دستگاه‌های اجرایی و شهرداری‌های استان که به میزبانی شهرداری شیروان انجام گرفت، محمدعلی کشمیری؛ شهردار بجنورد، به‌عنوان یکی از سخنرانان اصلی مراسم، نکاتی را در ضرورت هم‌افزایی و تعامل بیشتر در راستای تصمیم‌سازی‌های کلان متذکر شد. به گزارش مناقصه‌مزایده به نقل از مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل، کشمیری؛ با ابراز قدردانی از میزبانی شهرداری شیروان و تدارک بر گزاری مراسم، گفت: آنچه شهرداری‌ها و دستگاه‌های اجرایی را محدود و معطوف به کمبودها می‌کند، تصمیم‌سازی و اقدام جزیره‌ای است، درحالی‌که با مشکلات و چالش‌های مشترکی مواجه‌ایم و باید فرامتنقه‌ای تصمیم بگیریم و اقدام کنیم. شهردار بجنورد؛ گفت: در اجرای بازگشایی و توفقات املاک اداری با مقاومت و مشکلات زیادی مواجه می‌شویم، در حالی‌که توقع می‌رود بیش‌ترین مشارکت از سمت و سوی دستگاه‌های اداری با شهرداری شکل بگیرد. کشمیری؛ در ادامه، در حوزه مالی و کمبود منابع در شهرداری‌ها اشاره کرد و گفت: تبدیل وضعیت نیروهای انسانی، این‌مزند تدبیر در پرداخت‌های مالی بیشتر خواهد بود و ادامه داد: چالش‌ها و مشکلات مدیریت شهری محدود به استان ما نیست و اشتراکات فراوانی در شهرداری‌ها وجود دارد و اگر بتوانیم فرآیند مشترک تدبیر کنیم برای عبور از مشکلات می‌توان اقدام داشت که تغییری زیرساختی رقم بخورد. دکتر حسین نژاد؛ استاندار خراسان شمالی، شهردار یکه‌نوع، دکتر احمدی؛ شهردار شیروان، مهندس باقرپور؛ فرماندار بجنورد، از دیگر سخنرانان این مراسم بودند. در ادامه این نشست، شهردار شیروان از چیردین پروژه مدیریت شهری رونمایی کرد و در انتهای مراسم، کلیه مدیران در مزار مطهر شهدا حضور پیدا کردند و به مقام بلند شهدا، ادای احترام کردند.

انتقال و فوق توزیع برق را مورد تأکید قرار داد. کردی؛ با بیان اینکه مکانیزاسیون اطلاعات به ویژه در بخش‌های نگهداری و بهره‌برداری را از اهمیت اساسی برخوردار است، میزان به حدود چهار برابر کاهش یافته و این وضعیت علاوه بر اینکه ظرفیت ذخیره شبکه را با اشکال مواجه کرده، به عوارض پربرای و فرسودگی شبکه دامن زده است. مدیرعامل توانیر، جایگاه بهره‌برداری را به لحاظ ارتباط مستقیم با پست‌ها، بهره‌برداری و رفع نواقص مشکل دار شبکه را همچون موضوعات مربوط به طرح و توسعه حائز اهمیت دانست و از پیگیری مستمر معاون انتقال و تجارت خارجی برق توانیر برای بهبود بودجه شرکت‌ها در این بخش خبر داد.

عبور افتخار آمیز از تابستان با وجود تنگناها را، نقطه عطف صنعت برق به ویژه در دو سال اخیر عنوان کرد و رویکرد مثبت و سازنده مشترکان، مسئولان و مراجع قانون‌گذاری را به همراه داشت و فرصت تاریخی را برای رسیدگی به مسائل عمده و کلان صنعت برق ایجاد کرد. کردی، برق را پایه و مبنای رشد و توسعه کشور عنوان کرد و با اشاره به افزایش حساسیت‌های صنعت برق در سال‌های اخیر، رشد نامتعرف مصرف برق و تبعیت سرمایه‌گذاری‌های توسعه‌ای شبکه از رشد غیرقابل پیش‌بینی مصرف که اسماال در برخی استان‌ها به ۱۲ درصد هم رسید را از معضلاتی عنوان کرد که باید با تدابیر خاصی کنترل شود. وی با اشاره به روند کاهشی ظرفیت خطوط و ترانسفورماتورهای فوق توزیع