

افزایش معاملات خریدو فروش مسکن

سرمایه به مسکن آمد، تقاضا نیامد

صفحه ۲

فرصت آبی در بازار قطریجاد شد

میگوی ایرانی در مسیر دوحه

صفحه ۲

بورس در شروع هفته

عقب نشست

صفحه ۳

پاداش گزارش ماینر غیرمجاز

افزایش یافت

صفحه ۴

سرمقاله

تکنیک‌های توسعه خودآگاهی در

کسب‌وکار

همین صفحه



دکتر حسین چناری
مدرس دانشگاه و مشاور امور آموزشی

خودآگاهی اولین و بنیادی‌ترین مؤلفه هوش هیجانی است. دانیل گلمن، نظریه‌پرداز برجسته هوش هیجانی، خودآگاهی را به عنوان «توانایی درک دقیق احساسات...

یادداشت

مفهوم سبز شویی

همین صفحه



مرتضی ایران‌دوست
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

سبزشویی (Greenwashing) یک رویه‌ی بازاریابی گمراه‌کننده است که در آن، شرکت خود، محصولات یا خدماتش را دوستدار محیط‌زیست جلوه می‌دهد...

یادداشت

ما که مقصر نیستیم

همین صفحه



راضیه حسینی
روزنامه نگار

علت تبخیر بسته‌های اینترنتی

«کاربران از زود تمام‌شدن بسته‌های اینترنتی

ا اینترنت و نبود ...

ما که مقصر نیستیم

راضیه حسینی - روزنامه نگار

علت تبخیر بسته‌های اینترنتی

«کاربران از زود تمام‌شدن بسته‌های اینترنت و نبود شفافیت در محاسبه مصرف گلايه دارند؛ پیامک‌های «۸۰ درصد مصرف» یا «اتمام بسته و محاسبه نرخ آزاد» بدون توضیح، امکان راستی‌آزمایی را از کاربر می‌گیرد.» به نظرمان اپراتورهای عزیز سعی کرده‌اند ما را در بی‌خبری نگه دارند تا خیلی درگیر حجم و بسته و تمام‌شدن آن نباشیم، یک‌هو بگویند تمام شد و رفت. در واقع قائل به مثل قدیمی «بی‌خبری خوش‌خبری است» هستند و تا جایی که می‌توانند سعی می‌کنند ما را در بی‌خبری مطلق نگه دارند.

مشکل آن‌جا پیش می‌آید که ته این بی‌خبری، خیلی هم خوش نیست و مدام باید جیب‌مان بابت هزینه‌ی اینترنت خالی شود، البته جیبی که پادش نمی‌آید آخرین بار کی تا نیمه هم نه، قد یک قاشق چای‌خوری سرخالی پر بوده است.

مشکل دیگر، این‌جاست که خدا نکند شما بخواهید هزینه‌ی حجم بسته‌ها را روی قبض ماهانه بیاورید. آن‌وقت است که اپراتورهای عزیز ضرب‌المثل بی‌خبری و خوش‌خبری و این چیزها را آتش می‌زنند و هر روز سیصد شصت و پنج بار پیامک می‌دهند که پول قبض را پرداخت کن. بعد از چند روز، حتی زنگ می‌زنند و یادآوری می‌کنند. نمی‌دانیم شاید بعد از آن حتی ببایند دم در خانه و بگویند «همین‌الان کارت بکش.» اگر کسی خانه نبود. با پهلپادی که به گردنش یک کارت‌خوان وصل کرده‌اند، می‌گردند فرید موردنظر را در خیابان پیدا می‌کنند و همان‌جا پهلپاد را می‌فرستند سمتش و پول را می‌گیرند.

اگر یک‌صدم تلاشی که این عزیزان برای دریافت پول انجام می‌دادند، صرف کیفیت بهتر اینترنت می‌کردند حاضر بودیم بدون اطلاع از پایان حجم بسته، هزینه را بدسیم و اصلاً چیزی در این مورد نپرسیم.

می‌دانیم می‌پرسیدیم هم فایده نداشت، ولی ما که هیچ، خودتان وقتی هزینه و کیفیت و دوام بسته‌ها را می‌بینید اندکی، قد یک ارزن، شرم‌نده نمی‌شوید؟ شاید هم اصلاً نمی‌بینید که ذهن‌تان درگیر نشود. شاید هم می‌بینید و با خودتان می‌گویید «همینه که هست. ما که مقصر نیستیم.» شاید هم...

سازمان آکهی‌های

عصر اقتصاد

روزنامه عصر اقتصاد

۰۹۱۲۳۹۰۶۰۵۴

۸۶۰۹۶۲۴۵

www.asre-eghtesad.com

روزنامه بین المللی اقتصادی ایران



برگزاری همایش ملی
پیامدهای محیط‌زیستی
معادن در انگوران

صفحه ۴



تاکید مدیرعامل
فولاد سنگان
بر تداوم توسعه

صفحه ۴



روایت عصر اقتصاد از اینکه چرا بانک مرکزی به دنبال بستن حساب‌های مازاد است؟

ساماندهی حساب‌های بانکی در بستر قانون جدید

صفحه ۳

مفهوم سبز شویی

مرتضی ایران‌دوست (کارشناس ارشد مدیریت صنعتی) – مهندس مجتبی ایران‌دوست

- تصویرسازی گمراه کننده : ما اغلب پایداری را با تصویرسازی‌های سبز مثل درختان، جنگل‌ها، چمن یا گل‌ها پیوند می‌دهیم. متأسفانه این یک روش فریبکارانه است که شرکت‌ها از طریق آن می‌کوشند دوستدار محیط‌زیست‌تر از آنچه در واقعیت هستند به نظر برسند.

- تغییر جهت مسئولیت به سمت مشتری : تغییر جهت به سمت مشتری زمانی است که شرکت‌ها تلاش می‌کنند روایت را تغییر داده و تقصیر را به گردن مصرف‌کننده ببندازند و این‌گونه القا کنند که این مشتریان هستند که مقصردند.

- شستشوی سبز : در این نمونه از سبزشویی، شرکت‌ها اهداف ESG خود را پیش از آنکه حتی به آن‌ها دست یابند تغییر داده یا اصلاح می‌کنند و بدین ترتیب از پاسخگویی گریخته و هرگز در واقعیت به اهداف خود دست نمی‌یابند.

چگونه می‌توان سبزشویی را تشخیص داد؟

ادعاهای مطرح‌شده در سبزشویی غالباً فاقد شواهد و مدارک پشتیبان هستند. اگرچه گاهی راستی‌آزمایی این ادعاها دشوار است، اما می‌توانید به پژوهش‌ها و گزارش‌های تحلیلی نهادهای مستقل رجوع کرده و همچنین فهرست ترکیبات و اجزا محصول را بررسی کنید. محصولات پایدار و سبز واقعی معمولاً دارای تأییدیه رسمی از سوی سازمان‌های ارزیابی‌کننده و معتبر هستند که برچسب آن به‌روشنی روی محصول درج شده است. سبزشویی چه تأثیری بر محیط زیست و کسب و کارها می‌گذارد؟

برندهایی که دست به سبزشویی می‌زنند ممکنست تصور کنند با اتخاذ پیام‌های زیست‌محیطی در حال کمک به مصالح جامعه هستند، اما واقعیت این است که آنها بیش از آنچه تصور می‌کنند در حال وارد آوردن آسیب و زیان هستند. مطرح‌کردن ادعاهای زیست‌محیطی دروغین یا گمراه‌کننده و عدم دنبال‌کردن آن‌ها با اقدامات عملی، به سایر برندها و مصرف‌کنندگان مجوز می‌دهد تا آن‌ها نیز همین رفتار را تکرار کنند. این امر، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری را از بین می‌برد، به کسب‌وکارها اجازه می‌دهد تا به فعالیت‌های زیان‌بار زیست‌محیطی خود ادامه دهند و از شکل‌گیری یک اقتصاد پایدار جلوگیری می‌کنند.

متهم‌شدن به سبزشویی همچنین می‌تواند اعتبار و آبرو یک برند را نابود کند. با توجه به اینکه نسلهای جدید مصرف‌کنندگان روزبه‌روز دغدغه‌مندتر نسبت به پایداری می‌شوند و وفاداری مشتریان نیز از زمان همه‌گیری به کاهش مواجه شده است، تبلیغات منفی می‌تواند جایگاه یک سازمان را نزد مصرف‌کنندگان به خطر بیندازد.

سخن پایانی

امروزه حفاظت از محیط‌زیست و معیارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی به ملاحظات مهمی برای برخی از سرمایه‌گذاران تبدیل شده‌اند. این موضوع، بسیاری از کسب‌وکارها را برآن داشته تا از طریق کاهش پسماند، کاستن از انتشار آلاینده‌ها، بازیافت و استفاده از انرژیهای تجدیدپذیر ، به محیط‌زیست سازگارتر شوند. با این حال، برخی شرکتها به جای انجام این اقدامات، شیوه‌های میان‌بر و تقلب‌آمیز را در پیش می‌گیرند و ادعا می‌کنند که این کارها را انجام می‌دهند تا محبوبیت بدست آورند، در حالیکه در واقعیت چنین نیست. سبزشویی یک رویه غیراخلاقی است که می‌تواند سرمایه‌گذاران و عموم مردم را به گمراهی بکشاند.

سبزشویی (Greenwashing) یک رویه‌ی بازاریابی گمراه‌کننده است که در آن، شرکت خود، محصولات یا خدماتش را دوستدار محیط‌زیست جلوه می‌دهد، در حالی که فعالیت‌های واقعی آن پشتیبان چنین ادعایی نیست. این روش بر عبارات مبهم، تصویرسازی‌های سبز و برچسب‌های تأییدنشده متکی زیست ایجاد شده باشد. فرهنگ لغت کمبریج سبزشویی را به شکل زیر تعریف کرده است: « باعث شدن اینکه مردم باور کنند شرکت شما بیش از آنچه در واقعیت انجام می‌دهد، برای حفاظت از محیط‌زیست تلاش می‌کند».

سازمان ملل متحد، سبزشویی را مانعی بزرگ در مسیر مقابله با تغییرات اقلیمی می‌داند، زیرا راهکارهای کاذب را برای بحران محیط زیست ترویج می‌دهد که حواس جامعه را پرت کرده و مانع از اقدامات واقعی، ملموس و معتبر می‌شوند یا آن‌ها را به تأخیر می‌اندازند. در نتیجه، مردم پول بیشتری بابت محصولات می‌پردازند که هیچ کمکی به محیط‌زیست نمی‌کنند. حتی ممکنست این محصولات حاوی مواد شیمیایی مضر باشند که به سلامت انسان و محیط‌زیست آسیب وارد می‌سازند.

اما چرا سبزشویی به عنوان یک مشکل شناخته می‌شود؟ مشکل سبزشویی این است که باعث می‌شود تصور کنیم کسب‌وکارها و برندها بالاخره بحران‌های اقلیمی را جدی گرفته‌اند در نتیجه، نیاز به مقررات و نظارت‌های دولتی را کاهش می‌دهند؛ این درحالی است که در واقعیت، اقدام چندانی برای کاهش انتشار آلاینده‌ها انجام نمی‌شود. سبزشویی با ایجاد این توهم که همه چیز تحت کنترل است، مانع از شکل‌گیری اقدامات واقعی در قبال مسائل اقلیمی می‌شود. علاوه بر این، سبزشویی با ایجاد و هیاهو تبلیغاتی، تلاش‌های واقعی در زمینه پایداری را مخدوش می‌سازد، به‌طوری‌که تشخیص پیشرفت‌های واقعی از تاکتیک‌های بازاریابی تقریباً غیرممکن می‌شود. اگر سبزشویی بیش از حد گسترش یابد، دیگر قادر نخواهیم بود شرکت‌هایی را که گام‌های واقعی برای کاهش اثرات زیست‌محیطی خود برمی‌دارند، شناسایی و حمایت کنیم.

تکنیک‌های رایج سبزشویی که شرکت‌ها استفاده می‌کنند عبارتند از :

شرکت‌ها از چند ترفند استفاده می‌کنند تا مسئولیت‌پذیر در قبال محیط‌زیست به نظر برسند:

- اصطلاحات مبهم: آن‌ها از کلماتی مانند «طبیعی»، «سبز» و «دوستدار محیط‌زیست» استفاده می‌کنند، بدون اینکه هیچ اثبات واقعی یا مینا علمی پشت آن‌ها باشد.

- پنهان‌کاری پیامدها (موازنه‌های پنهان): آنها یک ویژگی سبز محصول را برجسته می‌کنند در حالیکه سایر اثرات زیان‌بار آن را مخفی نگه می‌دارند؛ مانند زمانی که محصولی را «قابل بازیافت» می‌نامند، در حالی که ساخت آن آلودگی فراوانی ایجاد می‌کند.

- ادعاهای بی‌ربط: آن‌ها در مورد انجام کارهایی که طبق قانون الزام‌آور است به‌گونه‌ای لاف می‌زنند که گویی کار ویژه‌ای انجام داده‌اند.

- گواهی‌نامه‌های دروغین: آن‌ها برچسب‌هایی با ظاهر رسمی می‌سازند که ابهام تأیید از سوی نهادهای مستقل و ثالث را ایجاد می‌کنند، در حالی‌که چنین تأییدیه و ارزیابی‌ای وجود خارجی ندارد.

آن فکر کنید.

۵. تشکر کنید: حتی اگر با بازخورد موافق نیستید، از فرد به خاطر صداقت و وقتی که گذاشته تشکر کنید.

مدل بازخورد خواهی SBI:

• Situation (موقعیت): مشخص کنید در مورد چه موقعیتی صحبت می‌کنید • Behavior (رفتار): رفتار مشخصی را که می‌خواهید درباره آن بازخورد بگیرید نام ببرید • Impact (تأثیر): بپرسید آن رفتار چه تأثیری بر دیگران داشته است

تکنیک سوم: نگارش خودزندگی‌نامه حرفه‌ای نگارش خودزندگی‌نامه حرفه‌ای، تکنیکی عمیق و تأمل‌برانگیز برای توسعه خودآگاهی است. این تکنیک فراتر از تأمل روزانه، به فرد کمک می‌کند تا الگوهای بلندمدت در مسیر شغلی خود را شناسایی کند.

خودزندگی‌نامه حرفه‌ای چیست؟ خودزندگی‌نامه حرفه‌ای، روایت مکتوب و ساختاریافته از مسیر شغلی فرد است، با تأکید بر تجربیات کلیدی، تصمیمات مهم، موفقیت‌ها، شکست‌ها و درس‌های آموخته شده.

مراحل نگارش خودزندگی‌نامه حرفه‌ای:

گام اول: خط زمانی

یک خط زمانی از شروع زندگی حرفه‌ای خود تا امروز رسم کنید. نقاط عطف مهم را مشخص کنید: اولین شغل، اولین ترفیع، تغییر مسیر شغلی، پروژه‌های موفق، شکست‌های مهم، مربیان و مدیران تأثیرگذار و...

گام دوم: شناسایی الگوها

به خط زمانی خود نگاه کنید و به دنبال الگوهای تکراری بگردید:

الف. در چه موقعیت‌هایی بیشترین موفقیت را داشته‌اید؟

ب. چه عواملی باعث شکست‌های شما شده‌اند؟

ج. در چه نوع محیط‌های کاری بیشتر شکوفا شده‌اید؟

د. با چه نوع افرادی بهتر کار می‌کنید؟

گام سوم: تحلیل تصمیمات کلیدی

سه تصمیم مهم شغلی خود را انتخاب کنید و برای هر کدام به این سوالات پاسخ دهید:

الف. چه عواملی منجر به این تصمیم شدند؟

ب. در آن زمان چه اطلاعاتی داشتیم و چه اطلاعاتی نداشتیم؟

ج. چه کسانی روی این تصمیم تأثیر گذاشتند؟

د. اگر امروز بود، همان تصمیم را می‌گرفتم یا متفاوت عمل می‌کردم؟

گام چهارم: استخراج ارزش‌ها و اولویت‌ها

بر اساس تجربیات خود، پاسخ این سوالات را بنویسید:

الف. چه ارزش‌هایی در مسیر شغلی من بیشترین نقش را داشته‌اند؟

ب. اولویت‌های من در مقاطع مختلف چه بوده و چگونه تغییر کرده است؟

ج. چه چیزی برای من در کار «معنا» ایجاد می‌کند؟

گام پنجم: تدوین بیانیه درس‌های آموخته شده

یک صفحه پایانی بنویسید که مهم‌ترین درس‌هایی که از مسیر شغلی خود آموخته‌اید را خلاصه کند. این بیانیه را هر سال بازبینی و به‌روز کنید.

فواید نگارش خودزندگی‌نامه حرفه‌ای:

الف. افزایش خودآگاهی از طریق نگاه بلندمدت به مسیر شغلی

ب. شناسایی الگوهای پنهان در تصمیمات و رفتارها

ج. تقویت عزت نفس از طریق مرور موفقیت‌ها و غلبه بر چالش‌ها

د. شفافیت در ارزش‌ها و اولویت‌ها برای تصمیمات آینده

ه. ایجاد منبعی ارزشمند برای مصاحبه‌های شغلی و ارزیابی عملکرد



شرکت ها و انرژی

تاکید مدیرعامل فولاد سنگان بر تداوم توسعه

کارخانه گندله‌سازی این مجموعه، یادآور نقطه عطفی در مسیر توسعه صنعت فولاد کشور و آغاز فصل تازه‌ای از شکوفایی ظرفیت‌های معدنی شرق ایران است.

این دستاورد ارزشمند حاصل همت، تخصص و تلاش شبانه‌روزی مدیران و کارکنانی است که با باور به توان داخلی، این مجموعه را به یکی از ارکان اصلی زنجیره تامین فولاد کشور تبدیل کردند. فولاد سنگان امروز با اتکا به سرمایه انسانی توانمند و برنامه‌ریزی راهبردی، علاوه بر تامین بخش مهمی از نیاز صنعت فولاد، نقشی مؤثر در توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و مسئولیت‌های اجتماعی در منطقه سنگان و شهرستان خواف ایفا می‌کند.

مدیرعامل فولاد سنگان در پیامی به همین مناسبت تبیین کرد که تمامی تلاش‌های صادقانه کارکنان و سهامداران، بستر پیشرفت این مجموعه را فراهم کرده است. وی ابراز امیدواری کرد که با وجود شرایط خاص کشور، مسیر تعالی، افزایش بهره‌وری و توسعه پایدار با همدلی و عزم جدی کارکنان تداوم یابد.

وی در پایان خاطرنشان ساخت که فولاد سنگان همچنان به عنوان نماد پیشرفت، خودباوری و افتخار صنعت فولاد ایران، نقش‌آفرینی مؤثر خود را در تحقق اهداف ملی و توسعه پایدار کشور حفظ خواهد کرد.



همزمان با سالروز افتتاح کارخانه گندله‌سازی فولاد سنگان، مدیرعامل این مجموعه، این دستاورد را نقطه عطفی در توسعه صنعت فولاد و شکوفایی ظرفیت‌های شرق ایران دانست. وی با تقدیر از همت کارکنان، بر تداوم مسیر بهره‌وری و خلق ارزش با تکیه بر دانش بومی تاکید کرد.

به گزارش عصر اقتصاد، به نقل از مدیرعامل شرکت فولاد سنگان، سالروز افتتاح و بهره‌برداری از

بازدید مدیران فولاد شاهرود از شرکت جمکو

مدیران فولاد شاهرود ضمن بازدید از خطوط تولید و آزمایشگاه‌های تخصصی جمکو، با فرآیندهای مهندسی و ساخت انواع الکتروموتورهای صنعتی آشنا شدند.شرکت جمکو هم‌اکنون به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده الکتروموتورهای صنعتی در ایران، نقشی محوری در تامین نیاز صنایع مادر نظیر نفت، گاز، پتروشیمی و نیروگاهی ایفا می‌کند. این مجموعه با اتکا به دانش فنی داخلی، ظرفیت بالایی در تولید تجهیزات استراتژیک و کاهش وابستگی به تامین‌کنندگان خارجی ایجاد کرده است.

در نشست مشترک مدیران دو مجموعه، طرفین بر ضرورت توسعه همکاری‌های فنی و مهندسی، ارتقای قابلیت اطمینان ماشین‌آلات و ایجاد زنجیره‌ای پایدار برای تامین تجهیزات تاکید کردند. فولاد شاهرود بومی‌سازی و حمایت از سازندگان داخلی را یکی از ارکان اصلی راهبرد خود برای افزایش بهره‌وری و پایداری تولید می‌داند و تعامل با جمکو را گامی در مسیر تقویت خودکفایی صنعتی کشور ارزیابی می‌کند.

تجهیز بخش دیالیز سیرجان با حمایت گل‌گهر

موجود در بخش دیالیز، دو دستگاه تخت همدیالیز از معتبرترین برندهای آلمانی تهیه و به سیستم درمانی این شهرستان افزوده شد. این مراسم صبح امروز با حضور استاندار کرمان و جمعی از مسئولان محلی برگزار شد.این اقدام در راستای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر و با هدف تقویت زیرساخت‌های بهداشتی منطقه انجام شده است. ارتقای کیفیت خدمات درمانی به بیماران خاص و کاهش دغدغه‌های رفاهی آنان در حین درمان، از مهم‌ترین اهداف این واگذاری تجهیزات به شمار می‌رود.

دو دستگاه تخت همدیالیز پیشرفته آلمانی توسط شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر با حضور دکتر طالبی، استاندار کرمان، به بخش درمانی شهرستان سیرجان اهدا شد. این اقدام که با هدف ارتقای کیفیت خدمات به بیماران صورت گرفت، بخشی از برنامه‌های مستمر این مجموعه در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی است.به گزارش عصر اقتصاد، به نقل از روابط عمومی شرکت معدنی و صنعتی گل گهر، پس از بررسی‌های تخصصی درباره نیازهای درمانی شهرستان سیرجان و شناسایی چالش‌های

بازدید رئیس سازمان زمین‌شناسی از ایستگاه پایش دماوند

دسترسی سریع به اطلاعات، زیربنای تصمیم‌گیری علمی در مدیریت مخاطرات طبیعی است.

در بخش دیگری از این سفر، کارشناسان سازمان گزارشری از وضعیت مطالعات آتشفشان دماوند ارائه دادند. بر اساس این گزارش، داده‌های موجود درباره این سامانه محدود است و شناخت رفتار آن نیازمند توسعه زیرساخت‌های پایش و استقرار یک شبکه تخصصی رفتارسنجی است. رحید شواهدی مبنی بر فوران قریب‌الوقوع آتشفشان دماوند وجود ندارد، اما رئیس سازمان زمین‌شناسی خاطرنشان ساخت که با توجه به احتمال فعالیت مجدد، پیش‌بینی دقیق بدون وجود شبکه جامع رفتارسنجی ممکن نیست. در ادامه این بازدیدها، فاطمی عقدا به همراه هیئت همراه از زمین پیشنهادی برای احداث مرکز رفتارسنجی و پایش آتشفشان دماوند در روستای ایراء در شهرستان آمل بازدید کردند. گفتنی است خروج گاز و بخار آب و وجود چشمه‌های آب گرم، از نشانه‌های فعالیت طبیعی این سامانه آتشفشانی محسوب می‌شود و دستیابی به ارزیابی‌های دقیق، مستلزم گردآوری حجم گسترده‌تری از داده‌های شاخص فعالیت‌های آتشفشانی و تداوم مطالعات تخصصی است.

سید محمود فاطمی عقدا، معاون وزیر صمت و رئیس سازمان زمین‌شناسی و اکتشافاتمعدنی کشور، در سفر به استان مازندران بر ضرورت تدوین طرح جامع پایش مخاطرات و توسعه شبکه رفتارسنجی آتشفشان دماوند تاکید کرد. وی با بازدید از ایستگاه‌های لرزه‌نگاری و بررسی محل‌های احداث مرکز پایش، خواستار تبدیل مطالعات علمی به برنامه‌های عملیاتی شد. به گزارش عصر اقتصاد، به نقل از روابط عمومی سازمان زمین‌شناسی و اکتشافاتمعدنی کشور، سید محمود فاطمی عقدا در جریان سفر استانی به مازندران از ایستگاه لرزه‌نگاری روستای ناندل در شمال قله دماوند بازدید کرد و از نزدیک در جریان آخرین وضعیت پایش لرزه‌ای این منطقه قرار گرفت.رئیس سازمان زمین‌شناسی و اکتشافاتمعدنی کشور در این بازدید تصریح کرد که طرح جامع پایش مخاطرات باید تمامی مطالعات این حوزه را ساماندهی کند تا نتایج پژوهشی از مرحله مطالعه فراتر رفته و به برنامه‌های عملیاتی و کاربردی برای مدیریت ریسک‌های زمین‌شناختی تبدیل شوند. وی همچنین با اشاره به اهمیت بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، خواستار همکاری با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای دریافت برخط و لحظه‌ای داده‌ها شد و تبیین کرد که

آگهی تجدید مناقصه عمومی شهرداری کرمانشاه

شهرداری کرمانشاه در نظر دارد مناقصه عمومی واگذاری تجميع بیمه‌ای شامل: بیمه عمر و حوادث گروهی مصوب کارکنان دولت / بیمه عمر و حوادث گروهی / بیمه مسئولیت مدنی شهر داری در قبال شهروندان / بیمه مسئولیت مدنی کار فرما در قبال کارکنان / بیمه مازاد در مان گروهی / بیمه آتش سوزی و حوادث طبیعی / بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث در اثر حوادث ناشی از وسایل نقلیه و بیمه بدنه اتومبیل را به شماره مناقصه ۰۲۲۰۰۰۰۵۲۳۳۰۰۰ (۲۰۰۵) (از محل اعتبارات داخلی شهر داری) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بر گزار نماید .
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به ادرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی راجعت شرکت در مناقصه محقق سازند

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: ۱۴۰۵/۰۵/۱۰ می‌باشد

مهلت زمانی در یافت اسناد مناقصه در سامانه: ساعت ۱۲ تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۵

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد در سامانه: ساعت ۱۲ تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۵

زمان بازگشایی پاکات: ساعت ۱۲ تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۶

مدت اعتبار پیشنهادها: ۳ ماه

مبلغ تضمین: ۵۴/۵۸۰/۰۰۰/۰۰۰

نوع تضمین: ضمانت نامه بانکی یا واريز وجه نقد

مدت بیمه: ۱۲ ماه

مقدار یا بر آورد میزان تعهد بیمه ها و سایر توضیحات در اسناد مناقصه می باشد

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف: آدرس کرمانشاه –میدان غدیر شهرداری مرکز شماره ۸۵۲۸۱۵۲-۰۸۳۳۷۲۲۴۴۴۷-۰۸۳۳۷۲۲۴۴۴۷

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۰۲۱-۴۱۹۳۴

دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷-۸۵۱۹۳۷۶۷

م. الف/ ۲۹۴۲/

شهرداری کرمانشاه— بیژن مرادی

شناسه آگهی: ۲۲۴۱۲۴۲

شناسه آگهی: ۲۳۳۸۲۵۵

بدیهی است کلیه فرآیندها بر مبنای مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام می پذیرد و به پیشنهادهای

خارج از سامانه هیچگونه تریب‌اترئی داده نخواهد شد و مناقصه گران بایستی نسبت به ثبت نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضا الکترونیکی اقدام نمایند.

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه