یادداشت

خبرگان بازاریابی چه‌می گویند؟

کتاب «خبرگان بازاریابی چنین گویند» گزیده بهترین توصیه‌های فیلیپ کاتلر، جک تروت، مالکولم گلدول، ست گودین و دیگران است که توسط جوزف بویت و تیمی بویت به نگارش درآمده و با ترجمه پدرام فردنیا در انتشارات «دنیای اقتصاد» به چاپ رسیده است.

این کتاب در واقع، برای دو دسته از مدیران و کارشناسان بنگاه‌ها نوشته شده است: اول آنها که می‌خواهند نگرش‌ها و روش‌های گوناگون بازاریابی را بشناسند و به این توقایی برسند که در دنیای دگرگون‌شونده امروز، هیچ ناقلده و سلیقه‌ای را از قلم نیندازند؛ دوم برای کسانی که مشغله‌های شغلی، فرصت مطالعه انواع کتاب‌ها را از آنها گرفته و می‌خواهند با خواندن چند کتابه به اطلاعات فراوانی درباره بازاریابی دست یابند. این کتاب حاوی ایده‌های بهترین مشاوران بازاریابی در جهان است و به گونه‌ای طراحی شده که مطالبی دقیق و آموزنده درباره مباحث داغ بازاریابی در جهان امروز را پیش‌روی خواننده می‌گذارد. در عین حال، عرصه جدال و مناظره بزرگ‌ترین کارشناسان بازاریابی جهان هم هست. کتاب «خبرگان بازاریابی چنین گویند» مرجعی برای چالش‌های کلیدی بازاریابی است. هر موضوع به‌طور مجزا در یک فصل آورده شده و خلاصه‌ای از نظرات افراد خبره در بازاریابی که به‌صورت بالتی در ابتدا معرفی شده‌اند در هر فصل راجع به آن موضوع گنجانده شده است. در کتاب نشان داده شده که در کجا این قشر از این استادان با هم همنظر و در کجا با یکدیگر مخالفند و در واقع برآوردی از نقاط ضعف و قوت آنها ارائه شده است.

این کتاب در ۶ فصل اصلی نظرات این افراد را سازمان‌دهی کرده است.

فصل اول - آینده بازاریابی: در این فصل چالش‌های حیاتی که از نظر گروه خبره، بازاریابی با آن مواجه است از جمله: مشکلات مضاعف در ایجاد یک تمایزسازی برای محصول در بازار، اثر اینترنت در B۲B و B۲C، رکود اثربخشی در تبلیغات و به چالش کشیدن متدهای قیمت‌گذاری سنتی، بررسی شده است. در این فصل ابتدا تعریف مختصری از بازاریابی و آمیخته بازاریابی یا چهار «پی» ارائه شده و در ادامه توضیح داده می‌شود که بازاریابی در جریان سخت تغییرات اساسی قرار گرفته و دیگر فقط منحصر به این چهار فعالیت اصلی نیست و موارد دیگری مثل عقیده عمومی، پیچیدگی‌های بازار، مسئولیت‌پذیری، صرفه‌جویی و... به آن اضافه شده است. بنابراین، دیگر روش‌های سنتی تبلیغات جوابگو نیست و فرمول‌های جدیدتری برای موفقیت در این زمینه وجود دارد.

فصل دوم - تمام آنچه لازمه یک برند است: در این فصل، مفهوم برند به‌طور جامع توضیح داده می‌شود و اینکه تصورات غلطی در مورد آن وجود دارد. سپس با ذکر مثال‌هایی از مشهورترین برندهای دنیا گفته می‌شود که برای افزایش ارزش یک برند و متمایز کردن آن و در نهایت ساختن یک برند قوی، چه کارهایی می‌توان انجام داد. یک روش برای ایجاد برند قوی جایگاه‌یابی در بازار است که آن هم مراحل خاص خودش را دارد. طبق نظر استادان بازاریابی، برای اینکه یک برند در ذهن مشتری حک شود، به چهار ابزار نمایانگر گرافیکی، عبارت آغازین، عبارت پایانی و داستان‌های برند نیاز داریم.

فصل سوم - مدیریت برند: همه آن چیزی است که نیاز دارید: این فصل راهنمایی است برای کسب‌وکارهایی که می‌خواهند بیش از یک برند داشته باشند و پرتفوی برندهای خود را به خوبی مدیریت کنند. به همین منظور، استراتژی‌هایی برای سازماندهی رابطه برندها و نیز مراحلی برای طراحی معماری برند معرفی شده‌اند. کسب‌وکارها با این روش‌ها می‌توانند بازده پرتفوی برند خود را به حداکثر برسانند.

فصل چهارم - همه آنچه نیاز دارید، رابطه مشتری است: در این فصل گفته می‌شود با اینکه متمایز کردن برند موضوع مهمی است، اما مهم‌تر از آن چگونگی ارتباط برقرار کردن با مشتری است. از نظر کارشناسان بازاریابی، اهمیت مدیریت رابطه با مشتری در سال‌های آینده بیشتر هم می‌شود و یک «انقلاب مصرف‌کننده» در شرف وقوع است که از انقلاب اینترنت هم بزرگ‌تر خواهد بود. بنابراین، چهار مرحله که افراد پلن معتقدند برای اجرای مدیریت روابط با مشتری باید انجام دهند: بررسی شده است؛ اینکه چگونه به شرکت‌ها می‌گویند باید ساختار بازاریابی خود را بازبینی کنند و اینکه شرکت‌ها چگونه بفهمند که آیا مدیریت آنها درست انجام شده یا خیر. در این فصل همچنین مراحل محاسبه میانگین ارزش عمر مشتری به‌طور دقیق توضیح داده شده است.

فصل پنجم - همه آنچه نیاز دارید: ارزش مادام‌العمر از مشتری است: در این فصل مفهومی با عنوان «هرم پیچیدگی مرگ سودآوری محصول» معرفی می‌شود که می‌گوید اگر هدف شرکت صاحب‌کالا سودآوری محصول خودشان باشد و به سودآوری مشتری فکر نکنند، به دام خطرناکی می‌افتند. خبرگان بازاریابی معتقدند نه بزندینگ و نه مدیریت روابط با مشتری درمان واقعی برای بیماری‌های بازاریابی نیستند. آنها معتقدند که مشتری سرمایه است و باید تمام تلاش روی «ارزش مادام‌العمر از مشتری» تمرکز یابد و در نتیجه، دو رویکرد که افراد خبره برای اندازه‌گیری و ساختن این ارزش پیشنهاد می‌کنند با هم مقایسه می‌شوند.

فصل ششم - همه آنچه نیاز دارید: پیچیدگی بازار است: در این فصل رویکرد دیگری آورده می‌شود که کلید حل مشکلات را دیگر برندینگ، CRM یا ساختن ارزش مادام‌العمر مشتری نمی‌داند، بلکه تبلیغات دهان به دهان (ویرایج) را مناسب می‌بیند. در این فصل، با مثال‌هایی ملموس ابتدا گفته می‌شود که بازاریابی دهان به دهان چیست و چرا اهمیت حیاتی پیدا کرده است و اینکه آیا محصول یا سرویس شما قابلیت این نوع بازاریابی را دارد یا خیر.

کتاب «خبرگان بازاریابی چنین گویند» را می‌توانید یکسره در دست بگیرید و بخوانید یا مستقیما سراغ فصلی که به اطلاعاتش نیاز دارید یا برایتان جالب است بروید، چون هر فصل طوری طراحی شده که به‌طور مجزا هم کاربردی و قابل مطالعه است.

روایت وزیر از تبانی در بازار اجاره

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، وزیر راه و شهرسازی از نقش گروهی از واسطه‌های ملکی در به هم زدن رابطه موجر و مستاجر خبر داد. پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی با انتشار متن مصاحبه تلویزیونی محمد اسلامی، به نقل از وزیر نوشت: این وزارتخانه ملزم است یک قانون اجراءدارای حرف‌های را تصویب و اجرایی کند؛ هر چند در این مسیر انتقادی به مداخله دولت در کار بازار نیست اما بی‌عمل هم نمی‌توانیم باشیم. وزیر راه و شهرسازی درباره تبانی در بازار اجاره مسکن نیز گفت: شرایط قعلی قشار قوق‌العادمای را به قشر مستاجر می‌آورد به‌عنوان کسی که خوش این وضعیت را تجربه و لمس کرده آن را درک می‌کنم.

متوجه این موضوع هستم که یکسری واسطه‌ها با تحریک موجرها باعث می‌شوند تا مستاجر را بلند کنند و این ظالمی است که در حق این قشر انجام می‌گیرد. در این خصوص یک مطالعه جامع داشتیم و شرایط و تجربه‌های کشورهای گوناگون را مورد بررسی قرار دادیم. یک کمیته کار قعال در بحث اجاره ایجاد کردیم و با نخبگان و قعالان این حوزه جلسه داشتیم. با جمع‌بندی‌های صورت گرفته مصوباتی داشتیم که بتوانیم یک کمیته تعیین نرخ رشد اجرا می‌ها را ایجاد کنیم تا این کمیته رشد و نرخ اجاره را در سال اعلام کنند. باید مشخص شود مبنای قیمت‌گذاری و ارزش‌گذاری چیست و تکالیف موجر و مستاجر چه خواهد بود. همه این موارد گردآوری شده و به دنبال پیشبرد آن از مسیر جامعه سران سه قوه هستیم. محمد اسلامی در بخش دیگری از مصاحبه تلویزیونی خود تصریح کرد است: باید یکسری از عوامل همچون آژانس‌ها مسئولیت‌شان مشخص شود تا مردم اعتماد کنند. قطعا استارت آبی‌ها و نظارت بر آژانس‌ها می‌تواند نقش بسزایی در کنترل ایفا کند.

قول وزیر دیگر به اجاره‌نشین‌ها

وزیر راه و شهرسازی درباره طرح پرداخت وام رهن به مستاجرها نیز گفت: این قول، وزیر اقتصاد مطرح کردند. من با البشان صحبتی در این خصوص نداشتم. شاید ایشان از منابع قرض‌الحسنه بانک‌ها در نظر دارند میانی را در شهرها به کسانی که به وام ودیعه مسکن احتیاج دارند کمک کنند.

اما واگر درباره مالیات مسکن

متولی بخش مسکن درباره سرنوشت مالیات بر عایدی مسکن که مدت‌ها است هم دولتی‌ها و هم مجلسی‌ها از ضرورت تصویب و اخذ آن می‌گویند اما خبری از نهایی شدن این برنامه نمی‌شود. گفت: دولت روی عایدی بر سرمایه موافق است. در این خصوص طرحی در مجلس دنبال شد که روی عایدی بر مسکن تمرکز کرد. حرف دولت این است که اگر مالیات عایدی تنها برای مسکن باشد، باعث قرار سرمایه از این حوزه خواهد شد. عایدی سرمایه در همه جای دنیا انجام می‌شود و ما هم موافق هستیم و باید اتفاق بیفتد. اسلامی در ادامه گفت: گوی تلویزیونی خود درباره التهاب قیمت مسکن نیز افزود یک از مواردی که بسیار مهم است و باید به آن توجه کنیم تحولاتی است که در حوزه مسکن و التهابات قیمتی اتفاق می‌افتد. این موارد اصلا هیچ ارتباطی به عرضه مسکن ندارد، بلکه متأثر از تحولاتی بوده که خارج از بخش مسکن و به خصوص متاثر از شرایط بازار ارز به وجود آمد.

تهران هوشمند و معمای افزایش مراجعات اداری

مطالعات رسمی و تحقیقات میدانی از گزارش عملکرد ۸ ساله دفاتر خدمات الکترونیک شهری از تحقق وارونه وعده «تهران هوشمند» در راستای افزایش رضایتمندی شهروندان خبر می‌دهد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، در حالی که بیش از ۸ سال از آغاز تشکیل و راه‌اندازی دفاتر خدمات الکترونیک شهر به‌عنوان نمایندگان رسمی شهرداری تهران با ماموریت اصلی «کاهش بوروکراسی و حذف مراجعه حضوری شهروندان به شهرداری» می‌گذرد اما همچنان چرخه واگذاری ماموریت‌های خدماتی به این دفاتر از سوی شهرداری ناقص مانده است. همین موضوع نیز سبب شده تا به جای افزایش سرعت و سهولت خدمات‌رسانی به شهروندان، بوروکراسی و پیروسه اعمو اداری به دلیل نیاز مراجعه دو باره از یک‌سو به شهرداری و از سوی دیگر به دفاتر خدمات الکترونیک طولانی‌تر و دشوارتر شود.

موضوع نقص عملکرد این دفاتر برای اولین‌بار در خلوات مدیریت شهری دو سال پیش از سوی شهردار وقت به شکلی صریح مورد انتقاد قرار گرفت. شهردار همچنم با تاکید بر آنکه در دل شهرداری تهران یک سیستم هوشمند یکپارچه وجود ندارد و از سامانه‌های نرم افزاری استفاده درستی نمی‌شود، درباره نحوه فعالیت و خدمات‌رسانی دفاتر خدمات الکترونیک گفته بود: «دفاتر خدمات شهر از اهداف اولیه خود منحرف شده‌اند. امروز این دفاتر یک شکل کاریکاتوری از ارتباط شهروندان با شهرداری را به نمایش گذاشتند. بنابراین لزوم بازنگری اساسی در این کار و روند فعالیت آنها وجود دارد.»

با وجود ابراز این انتقاد از سوی شهردار وقت اما به نظر می‌رسد ماموریت رفع نقص از محور فعالیت‌های این دفاتر برای تبدیل پایتخت به «شهر تمام الکترونیک» همچنان معلق مانده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد هنت هدف اصلی برای کاهش مراجعه حضوری و فیزیکی شهروندان به شهرداری‌های مناطق در راستای ۸۲ حوزه خدماتی در آیین‌نامه اجرایی راه‌اندازی دفاتر خدمات الکترونیک شهر تعریف شده است.

چابک‌سازی سیستم شهرداری، سبک‌سازی نیروی انسانی، ارائه خدمات سریع و با کیفیت، ساده‌سازی مراحل انجام امور اداری، کاهش سفرهای درون شهری متعدد، ارائه خدمات به شکل غیرحضوری و در نهایت افزایش رضایت شهروندان از نوع خدمات‌رسانی مهم‌ترین اهداف تعریف شده هستند. آن‌طور که در اهداف اولیه راه‌اندازی این دفاتر و در آیین‌نامه آن بر‌ون‌سپاری بخشی از امور خدماتی شهرداری به آنها پیش‌بینی شده بود با اجرای تمام و کمال ماموریت‌های محوله بنا بود تا زمینه بروز قساد و دریافت‌های غیررسمی بین سیستم شهرداری و مراجعه کنندگان به‌طور کامل و در یک قرآیند تدریجی از بین بروداما هم‌اکنون پس از گذشت ۸ سال، نتیجه عملکرد دفاتری که قرار بود واسطه شهرداری و شهروندان برای تحقق این اهداف شوند، نشان می‌دهد تحت‌تاثیر مقاومت شهرداری در واگذاری کامل و موثر اختیارات به دفاتر، تحقق این هدف، هنوز نیمه کاره باقی مانده است. از این رو شهروندان این شکل واگذاری امور به حوزه خارج از شهرداری را شاهدی از نمایش طنز شهر الکترونیک در پایتخت می‌دانند.

صحت این ادعا از طریق سه شاخص شامل تحقیقات میدانی، پژوهش رسمی انجام شده از سوی مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهرداری تهران و همچنین اطلاعات ارائه‌شده از سوی خانواده شهرداری تهران قابل بررسی است. مجموعه تحقیقات انجام شده با توجه به این سه شاخص نشان می‌دهد طی سال‌های گذشته با وجود راه‌اندازی این دفاتر، اگرچه در ظاهر میزان مراجعه حضوری شهروندان به شهرداری‌های مناطق کاهش پیدا کرده اما از آنجاکه تمامی مراحل انجام امور اداری در ۹ حوزه خدماتی شامل شهرسازی و معماری، حمل و نقل، نظام مهندسی، توزیع برق، آب و فاضلاب، خدمات شهری، آب منطقه‌ای، فنی و عمران، مالی و اقتصادی از طریق این دفاتر قابل انجام و پیگیری نیست، بنابراین «باز به مراجعه حضوری به شهرداری» به‌طور کامل از میان نرفته و همین امر سبب شده تا مسیر انجام امور در مواردی حتی طولانی‌تر از گذشته شود که نشان از تحقق وارونه اهداف پیش‌بینی شده دارد.

گزارش رسمی منتشر شده از سوی شهرداری تهران تحت‌عنوان «میزان رضایت شهروندان از مراجعه به شهرداری و دفاتر خدمات الکترونیک شهر» با استفاده از چهار شاخص اصلی کیفیت ارائه خدمات و کار در دفاتر را مورد سنجش قرار داده که نمایی از واگذاری ناموفق ماموریت‌ها به دفاتر است. شاخص نخست نشان می‌دهد ۳۴ درصد از افرادی که نیازمند مراجعه به شهرداری هستند به دفاتر خدمات الکترونیک برای انجام امور مراجعه دارند و مابقی یعنی ۶۷ درصد به‌طور مستقیم به شهرداری مراجعه می‌کنند. این آمار نشانه‌ای از پوشش دهی پایین این دفاتر است.

شاخص دیگر نشان می‌دهد ۵۵ درصد از مراجعه کنندگان به دفاتر خدمات الکترونیک از سرعت انجام کار رضایت کامل و مناسب ندارند. سومین شاخص نیز که از نظرسنجی از شهروندان پایتخت بدست آمده حاکی از آن است که ۴۵ درصد از افرادی که به شهرداری به‌صورت مستقیم برای انجام امور مراجعه می‌کنند از سرعت انجام کار رضایت کامل ندارند. این موضوع نشان می‌دهد نرخ معطلی در شکل مراجعه حضوری که قرار بود به‌طور کامل از چرخه انجام امور اداری مربوط به شهرداری حذف شود، هم‌اکنون کمتر از زمان مراجعه به دفاتر خدمات الکترونیک است. بررسی‌ها نشان می‌دهد یکی از دلایل بروز این چالش، عدم واگذاری کامل سکان انجام امور اداری به دفاتر خدمات الکترونیک است.

شاخص دیگر که نمای واقعی از تحقق وارونه شهر الکترونیک با راه‌اندازی دفاتر خدمات الکترونیک است، بخشی از نظرسنجی است که نشان می‌دهد از هر ۱۰۰ نفر مراجعه کننده به شهرداری که مورد نظرسنجی قرار گرفته‌اند ۲۱/۴ درصد از افراد اعلام کرده‌اند برای انجام امورشان از آنها در خواست رشوه شده است. از میان ماموریت‌های ۸۲ گانه تعریف شده در ۹ حوزه اصلی برای دفاتر خدمات الکترونیک، دو خدمت اصلی که به‌طور کلی زمر مورد درخواست و پیگیری شهروندان قرار دارد مربوط به «خروخات مفاصاحساب شهرداری برای نقل و انتقال ملک» و دیگری «خروخات سازنده‌های ساختمان برای صدور پروانه ساختمانی، پایان کار و...» است. نکته جالب آنکه هر دو گروه شهروندان عنوان می‌کنند به دلیل عدم واگذاری تمام و کامل چرخه پیگیری این امور به دفاتر به‌عنوان نماینده‌های رسمی شهرداری، روند درخواست‌های آنها به‌صورت طولانی و نیازمند حضور دو-سه‌بار در شهرداری و در دفاتر) قابل پیگیری و انجام است. اگرچه تحقیقات انجام شده از برخی لایه‌های مدیریتی شهرداری تهران نشان می‌دهد که تجربه چندساله این دفاتر در شناسایی موانع و نارسایی‌های موجود در روند کار می‌تواند سرعت و سهولت ارائه خدمات را افزایش دهد اما به‌نظر می‌رسد این بخش از مجموعه شهرداری عملا در قرآیند تصمیم‌گیری‌ها، خاطلت داده‌نمی‌شود. نکته مهم دیگر آنکه واگذاری ناقص اختیار انجام امور به نمایندههای رسمی سبب می‌شود تا مشکل بزرگ تحقق خدمات به‌صورت تمام‌الکترونیک ایجاد شود. در این میان به‌نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایلی که موجب شده وعده تیم جدید مدیریت شهری برای به سرانجام رساندن تمامی امور اداری مربوط به شهرداری به‌صورت تمام‌الکترونیک نتواند به‌صورت هم‌جانبه دنبال شود، آن است که این موضوع از اولویت‌های برنامه‌های تیم مدیریت شهری خارج شده و به همین دلیل اگر بخش‌هایی از زیرمجموعه آنبوه مدیریت شهری درصدد اصلاح چرخه واگذاری امور هستند سایر بخش‌ها همکاری کافی برای پیشبرد این امور را ندارند. این در حالی است که کارشناسان شهری معتقدند تحقق شهر الکترونیک از جمله ماموریت‌هایی است که به دلیل مواجهه روزانه شهروندان با حوزه‌های خدماتی می‌تواند میزان رضایت عمومی از خدمات ارائه شده از سوی مدیریت شهری را افزایش دهد نکته مهم آنکه پیگیری واگذاری و برون‌سپاری امور خدماتی از مجموعه شهرداری به بودجه هنگفتی نیاز ندارد از این رو تنگنای مالی شهرداری نمی‌تواند مانع بزرگی برای انجام این خدمت محسوب شود. هرچند که به‌نظر می‌رسد مهم‌ترین شرط برای انجام ماموریت شهر الکترونیک ایجاد هماهنگی و یکپارچگی در خانواده شهرداری تهران است.

مجسمه‌های فاخر شهر را چگونه نگهداری کنیم؟

مجسمه‌سازی دارای سبک‌های مختلف است و مجسمه‌ای که در شهر قرار داده می‌شود یا مجسمه‌ای که قرار است در گالری به تمایش گذاشته شود، تفاوت دارد. تگهداری از این مجسمه‌ها هم با یکسری مشکلات روبه‌روست.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایران، مجسمه‌های شهری چند بخش هستند. یکی مجسمه‌های ماندگار که باید سازمان زیباسازی شهری و شهرداری و مردم از آنها بخوبی نگهداری کنند. یکسری از مجسمه‌ها هم مقطعی هستند که برای آلمان‌های توروزی است و بعد از گذشت تاریخ مصرفشان باید از سطح شهر جمع شوند.

یکسری مجسمه‌های مدرن هم وجود دارند که باید به آنها هم توجه کرد. برخی آثار دیگر دوباره ساخته نمی‌شوند. مثل آثار لیوالحسن صدیقی یا استاد صنعتی یا مددی؛ استادانی که کارشان در سطح شهر است و یادگاران این هنر است. تمونه‌اش مجسمه‌های فردوسی و خیام و... که باید بخوبی حفظ می‌شدند. اما مأنسفانه چند سال پیش مجسمه فردوسی را رتگ کردند و این کار اشتباه است. برخی مجسمه‌های برتزی را هم رتگ می‌کنند که این هم اشتباه است. کار تعمیر را باید به دست متخصصان داد.

برخی مجسمه‌های برتزی را می‌توان پتینه کرد. یکسری از مجسمه‌ها هم که جتستان از فایبر گلاس است متأسفانه عمرشان کوتاه است و از بین می‌روند. با وضعیت اقتصادی کتونی معمولا مسئولان شهری سفارش مجسمه‌های پلی‌استرمی‌دهند که بعد از مدتی از بین می‌روند. باید کمیته‌ای برای زیباسازی شهر تشکیل شود و برای تگهداری آثار تصمیم درستی گرفته شود. مثلا به مجسمه‌سازان ماهر شهر گفته شود از هر کار دوتومونه بسازند و تومونه اصلی را در موزه مجسمه‌سازان بگذارند و تومونه فرعی را در شهر تصب کنند و مجسمه‌های مقطعی را هم با مواد محکم‌تری بسازند تا عمر بیشتری داشته باشد. مسئولان باید سعی کنند از مجسمه‌سازان ماهر بدرستی استفاده کنند تا زمانی که در قید حیات هستند آثار فاخر بیشتری تولید شود. چون اکثر هنرمندان توان برگزاری نمایشگاه را ندارند. چرا که متلا برای ۱۰ اثر چیزی حدود ۲۰۰ میلیون تومان هزینه مواد می‌شود و این رقم بالایی است. بنابر این اگر مکانی برای آثار هنرمندان مجسمه‌ساز در نظر گرفته شود به‌عنوان موزه یا نمایشگاه این آثار حفظ می‌شوند.

اخبار

برداشت چوب از جنگل‌های ثبت جهانی ممنوع شد

رئیس سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور گفت: «با ثبت جهانی جنگل‌های هیرکانی طرح تنفس و ممنوعیت برداشت چوب از جنگل‌های شمال کشور برای همیشه ماندگار و اهمیت آن نوچندان شده است.»

به گزارش پیام آشنا به نقل از جمدان، خلیل آقایی با اشاره به ثبت جهانی جنگل‌های هیرکانی ایران گفت: «تنها راه برای رونق تولید کارگاه‌ها و کارخانه‌های مصرف‌کننده چوب در کشور واردات و زراعت چوب است.» او در پاسخ به برخی انتقادات از طرح تنفس جنگل گفت: «هیچ‌کس حق ندارد طرح تنفس جنگل را زیر سوال ببرد و همه باید بدانند که این طرح تنها یک طرح پنج ساله نیست، بلکه باید تداوم داشته باشد و هم باید قبول کنیم که برای تامین چوب واحدهای تولید راهی غیر از واردات و زراعت نداریم.» طرح تنفس جنگل از مصوبات مجلس شورای اسلامی است که از اواخر سال ۹۵ به اجرا گذاشته شد. براساس این طرح هرگونه برداشت چوب از جنگل ممنوع است و همچنین تمامی شرکت‌های قعال در برداشت چوب طی مدت سه سال از آغاز اجرا باید قعالیتشان را تعطیل کنند و دولت نیز حق تمدید قرارداد آنها را ندارد.

آقایی، زراعت چوب را از سیاست‌های اصلی وزارت جهاد کشاورزی برای تامین چوب مورد نیاز کشور دانست و افزود: «برای برداشت درختان شکسته و افتاده هم طبق مقررات باید مزایده برگزار شود و هر شرکت کننده‌ای که بیشترین قیمت را اعلام کند می‌تواند این کار را انجام دهد.»

لغو مجوز ۲۷ دفتر و شرکت گردشگری

رحیم عنبر، جانشین معاونت گردشگری استان تهران اعلام کرد: «در فصل بهار سال جاری با رسیدگی به بیش از ۳۷۹ شکایت ۱۱۴ ائمه اخطار صادر و در پی آن ۲۷ دفتر و شرکت خدمات مسافرتی در تهران لغو مجوز و ۸ دفتر تعلیق شدند که ملاک بررسی، شکایت مسافران از نحوه و میزان خدمات ارائه شده توسط دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری است.»

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایلنا، به گفته او، ملاک بررسی، شکایات مسافران از نحوه و میزان خدمات ارائه شده توسط دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری است که بر اساس مفاد و تعهدات اعلام شده در قرارداد فی‌مابین مسافر و آژانس خدمات مسافرتی در نظر گرفته می‌شود که پس از مطالعه دقیق مفاد قرارداد و آگاهی از شرایط سفر، آن را امضا کرده و نسبت به اخذ یک نسخه از قرارداد تنظیمی که دارای امضا و مهر دفتر خدمات مسافرتی و گردشگری باشد، اقدام شمال کنند. جانشین معاونت گردشگری استان تهران ادامه داد: «طی ۲ ماه گذشته، با درخواست تعطیلی ۱۴ دفتر مسافرتی موافقت شد که ۲ دفتر در فروردین، ۴ دفتر در اردیبهشت و ۸ دفتر در خردادماه تعطیل شدند. همچنین ۸ حکم تعلیق برای دفاتر و شرکت‌های گردشگری صادر و ۲۷ دفتر و شرکت گردشگری لغو مجوز شدند.»

اصلاحیه

آگهی مناقصه عمومی (نوبت دوم)

شهرداری فردیس در نظر دارد پروژه‌ی ذیل را از طریق تجدید مناقصه عمومی به اشخاص حقوقی واجد شرایط به شرح ذیل واگذار نماید.

ردیف	شرح‌تعدیات	برآورد مبلغ ریالی پروژه	مبلغ سپرده‌شرکت در مناقصه به ریال	گواهینامه‌لازم	محل اجرا	درصد نقد و تهاتر
۱	حفظ و نگهداری و ترمیم فضای سبز، میلمان، ابنیه و تاسیسات وابسته منطقه ۱ - ناحیه ۱	۳۰/۸۸۷/۰۴۷/۳۴۴	۱/۵۴۵/۰۰۰/۰۰۰	داشتن گواهینامه صلاحیت از اداره کار و تعاون	منطقه ۱ - ناحیه ۱	۱۰۰ ٪ نقد
۲	حفظ و نگهداری و ترمیم فضای سبز، میلمان، ابنیه و تاسیسات وابسته منطقه ۱ - ناحیه ۲	۳۰/۶۲۱/۴۸۳/۴۲۴	۱/۵۳۲/۰۰۰/۰۰۰	داشتن گواهینامه صلاحیت از اداره کار و تعاون	منطقه ۱ - ناحیه ۲	۱۰۰ ٪ نقد
۳	حفظ و نگهداری و ترمیم فضای سبز، میلمان، ابنیه و تاسیسات وابسته منطقه ۲ - ناحیه ۱	۲۴/۳۲۴/۰۸۹/۹۸۴	۱/۲۲۰/۰۰۰/۰۰۰	داشتن گواهینامه صلاحیت از اداره کار و تعاون	منطقه ۲ - ناحیه ۱	۱۰۰ ٪ نقد
٤	حفظ و نگهداری و ترمیم فضای سبز، میلمان، ابنیه و تاسیسات وابسته منطقه ۲ - ناحیه ۲	۲۳/۴۶۰/۶۵۲/۴۲۶	۱/۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰	داشتن گواهینامه صلاحیت از اداره کار و تعاون	منطقه ۲ - ناحیه ۲	۱۰۰ ٪ نقد

۱- سپرده شرکت در مناقصه به یکی از روشهای ذیل در وجه شهرداری فردیس ارائه گردد.
الف) ضمانت نامه بانکی معادل مبلغ به مدت ۹۰ روز اعتبار داشته و قابل تمدید باشد.
ب) واریز فیش نقدی به مبلغ فوق به حساب ۱۰۰۸۳۲۰۰۴۱۳۹ بانک شهر شعبه فردیس
۲- برندگان نفر اول و دوم و سوم مناقصه هر گاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
۳- شهرداری فردیس در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است.
٤- به غیر از سپرده شرکت در مناقصه کلیه اسناد و مدارک مربوطه به پیمانکاران در نزد مناقصه گزار باقی می ماند.
٥- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است و در هر شرایط مدارک مندرج در اسناد مناقصه ملاک تعیین برنده و عقد قرارداد خواهد بود.
٦- مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه خرید اسناد مناقصه به حساب شماره ٤٠٠٨١٩٦٨٨٦٤٥ نزد بانک شهر شعبه فردیس به نام شهرداری فردیس توسط متقاضی واریز و رسید آن را ارائه نمایند.
۷- برای خرید اسناد مناقصه به امور قراردادهای شهرداری فردیس واقع در جاده ملارد رویروی پارک منظریه شهرداری فردیس طبقه اول مراجعه نمایند.
۸- لازم به ذکر است هنگام خرید اسناد داشتن حداقل دو تاسه قرارداد مربوط مورد مناقصه با شهرداری های سراسر کشور به انضمام مفاصا تامین اجتماعی قرارداد و ارائه تأییدیه صلاحیت پیمانکاری از اداره تعاون، کار و امور اجتماعی و اعتبار در سایت old pmn.mporg.ir و یا Sajar.Mporg.ir معرفی نامه ممهور به مهر و امضای مدیر عامل، روزنامه تاسیس و آخرین آگهی تغییرات انتخابی شرکت، کارت مودیان مالیاتی و مالیات بر ارزش افزوده الزامی و تصویر کارت کد اقتصادی می باشد.
۹- داشتن تجهیزات وماشین آلات ونیروی انسانی و غیره برای شرکت در مناقصه و جهت اجرای پروژه الزامی است.
۱۰- مدت انجام کار پروژه های فوق به مدت یک سال شمسی می باشد.
۱۱- شرکت کنندگان در مناقصه می بایست کلیه فرم ها و اطلاعات مورد درخواست شهرداری را تکمیل و به همراه سایر اسناد مناقصه با امضاء همه اوراق در پاکت مربوطه قرار دهند.
۱۲- پیشنهادات مناقصه گران می بایست در پاکت های مجزا (الف - ب - ج) لاک وممهور به مهر شرکت شده و پس از الصاق هولوگرام بر روی پاکت تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۸/۰٤/۲۹ به آدرس: فردیس جاده ملارد رویروی پارک منظریه شهرداری فردیس طبقه همکف دبیرخانه شهرداری فردیس تحویل داده شود. لازم به ذکر است فقط پاکت متقاضیانی که اسناد مناقصه را خریداری نمودند توسط دبیرخانه تحویل خواهد شد. متقاضیان می توانند در مدت زمان فروش اسناد مناقصه برای پاسخگویی به سوالات با شماره تلفن ۳٦٦٥٨١١٠ داخلی ۲۰٤ تماس حاصل نمایند.
۱۳- ضمنا جلسه کمیسیون مالی معاملات در روز شنبه مورخ ۹۸/۰٤/۲۹ ساعت ۱۰:۰۰ در دفتر شهردار محترم بر گزار خواهد شد.
۱٤- هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.
۱٥- شرکت کنندگان در مناقصه، علاوه بر رعایت ظرفیت مجاز کار، فقط می توانند در ۲ مناقصه مشابه بطور همزمان برنده شوند، ترتیب بازگشائی پاکات از رقم بر آورد بالا به پائین می باشد.
۱٦- پیمانکارانی که در حال حاضر با قرارداد جاری و معتبر در شهرداری فردیس مشغول بکار می باشند ضمن رعایت بند ۱۵ فقط می توانند در کارهای غیر مشابه با قراردادهای جاری برنده شوند.
۱۷- گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکار صادره از اداره کار تعاون و رفاه اجتماعی برای شرکت در مناقصه الزامی می باشد.
۱۸- پیمانکاران مکلف به رعایت و تامین حدول حداقل امکانات (آنالیز نیرو و ادوات) می باشند در غیر این صورت کارفرما می تواند نسبت به کسر هزینه های کمبود نیرو و ادوات به صورت دو برابر قیمت پیشنهادی با احتساب کلیه کسورات قانونی در صورت وضعیت ماهیانه اقدام نماید.

بندهای ۸ و ۹ و ۱٦ و ۱۷ منتشر شده در نوبت اول به تاریخ ۹۸/٤/۱۱ مشمول اصلاح شده است.

محمود شعبانی – مدیر حقوقی، امور پیمان ها و املاک شهرداری فردیس