

به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان، مدیرعامل شرکت هیوا لهونیان، هدف از امضای این تفاهم‌نامه را استفاده از ظرفیت اصناف و بازاریان در ترویج فرهنگ صرفه جویی در مصارف انرژی برق در بخش‌های مختلف تولیدی، تجاری و خانگی ذکر کرد و گفت: این روزها با توجه به رشد بی‌سابقه مصرف برق، شاهد عدم توازن بین تولید و مصرف برق در کشور هستیم.

وی در ادامه اذعان داشت: با هدف توسعه و ترویج فرهنگ مصرف بهینه انرژی و تغییر رفتار مشترکان و ارائه راهکارهای بهینه سازی به مشترکان برق و ایجاد زمینه و بستر مناسب برای استفاده از انرژیهای تجدید پذیر برای کلیه مشترکان با اولویت مشترکین بخش‌های کشاورزی و صنایع و همچنین همکاری در جهت اجرای بخشنامه مربوط به تکلیف دستگاههای اجرایی به استفاده از پنل‌های خورشیدی به میزان حداقل ۲۰ درصد، این تفاهم‌نامه با اتاق اصناف مرکز استان کردستان به امضا رسیده است.

وی با اشاره به برخی مفاد تفاهم‌نامه مبنی بر تبلیغ و گفتمان سازی برای صرفه جویی در مصرف برق و در اختیار قرار دادن محتوای آموزشی در سطوح مختلف به گروه‌های بازاریان در استان گفت: در راستای تغییر نگرش افکار عمومی درباره نحوه استفاده از این انرژی، کارهای فرهنگی و محتوایی توسط این شرکت با تولیت دفتر روابط عمومی صورت خواهد گرفت و در اختیار اتاق اصناف قراردادده میشود تا در سطح بازاریان استان مورد استفاده قرار گیرد.

ایشان در ادامه با اشاره به مفاد تفاهم‌نامه مبنی بر آموزش مفاهیم مدیریت مصرف برق به اصناف و بازاریان فعال گفت: در راستای تغییر نگرش افکار عمومی درباره نحوه استفاده از این انرژی دوره‌های آموزشی به منظور انتقال دانش مدیریت مصرف به مشترکین اصناف و بازاریان برگزار خواهد شد.

عزت پور رئیس اتاق اصناف استان در ادامه با اشاره به این که در شرایط فعلی، محور تمامی برنامه‌های اجرایی بر مبنای کاهش تنش شبکه توزیع و تامین برق مورد نیاز مشترکان به ویژه مشترکان خانگی و صنایع و مراکز درمانی، پمپاژهای آب شهری و روستایی و ایستگاههای مخابراتی قرار گرفته است، گفت: در همین راستا و نظر به اثبات قابلیت‌های تخصصی و کارنامه درخشان بازاریان در شرایط بحران، ظرفیت‌های این بخش به منظور کنترل بار مصرف و تامین پایداری شبکه برق این استان به شکل تخصصی مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

وی در پایان نقش آفرینی بازاریان در شرایط اپیدمی کرونا و نهضت کاهش مصرف برق با هدف گذاری حداقل ۱۰ درصد صرفه جویی با شیوه‌های گفتمانی و تبلیغی را فرصتی ارزشمند خواند که برای ایجاد یک فرهنگ رایج با استفاده از کلیه ظرفیت‌های در اختیار، می‌توان به آن دست یافت.