مهارت زندگی



۴ مهارتی که باید به فرزندان آموزش دهیم

تربیت، مهم‌ترین و حیاتی‌ترین وظیفه والدین است. برای پرورش و تربیت یک فرد والدین باید مهارت‌های مهمی را به آنها آموزش دهند. مهارت‌هایی که می‌تواند در شرایط مهم زندگی، تعیین‌کننده رفتارهای پرخطر یا درست فرزندان باشد. قبل از هر چیز والدین باید به فرزندان خود مهارت‌های شخصی را آموزش دهند؛ مهارت‌هایی که با عنوان‌های شناخت مسأله، تصمیم‌گیری، خودکنترلی، رفتارها و عادت‌های سالم، شناخت عواطف و احساسات، قضاوت‌های درست و مناسب و عزت‌نفس شناخته می‌شود. والدین باید مهارت مواجهه شامل مدیریت استرس، مقابله با ناامیدی، مقابله با شکست، درخواست کمک، سازگاری و انعطاف‌پذیری و مقابله با مشکلات و موانع را به فرزندان خود آموزش دهند. آموزش مهارت‌های اجتماعی شامل رشد مهارت‌های ارتباطی، در نظر گرفتن و توجه به دیدگاه‌های دیگران، همکاری و مشارکت با افراد دیگر، مقاومت در برابر فشار همسالان، دوست‌یابی مناسب و حفظ دوستان خوب و مهارت نه گفتن از مهارت‌هایی هستند که والدین برای داشتن روابطی سالم باید به فرزندان خود آموزش دهند. مهارت‌های شناخت خطر شامل شناخت خطرات و مخاطرات تهدیدکننده، شناخت زیان‌های دخانیات، شناخت نقش رسانه‌ها در گرایش به رفتارهای پرخطر، شناخت تأثیر رفتارهای پرخطر بر آینده و بر خانواده می‌تواند فرزندان را برای مدیریت بحران آماده کند.

یادداشت

نبض ذائقه‌سازی در دست بلاگرهای مجازی

زهرا چیذری
گروه جامعه

اگر در گذشته‌های نه چندان دور برای ایجاد مدهای تازه به برخی از افراد و مدل‌ها پول داده می‌شد تا در جامعه بچرخند و با ذائقه‌سازی و القای نیازهای تازه، این مدل‌های تازه را بین مردم باب کنند، حالا این ذائقه‌سازی و شکل‌دهی به جریان مد و لباس از طریق بلاگرهای فضای مجازی هدایت می‌شود.

ویترین مغازه‌ها و بورس‌های مد و لباس مانند میدان هفت‌تیر، تنها برای ساعاتی از روز باز است و مدهای تازه را پیش چشم عابران قرار می‌دهد اما بلاگرهای اینستاگرامی در هر ساعتی از شبانه‌روز که شما حال‌وهوای گشت‌وگذار در صفحات اینستاگرام به سرتان بزند، ویترین‌شان برقرار است و انواع و اقسامی از مدهای تازه را پیش‌رویتان به تصویر می‌کشند تا ذهن و ذائقه شما را به سمت و سوی این مدهای تازه پیش ببرند.

لباس‌هایی که اغلب پوشش مناسبی را ارائه نمی‌دهد و گاهی وقت‌ها نه فقط نمی‌توان نام لباس اسلامی و پوشیده را بر آنها گذاشت بلکه حتی به سمت و سوی عریانی و نیمه‌عریانی هدایت شده‌اند.

ماجرا به‌گونه‌ای پیش می‌رود که ذائقه نسل جوان به‌عنوان مخاطبان اصلی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در درست بلاگرهای فضای مجازی قرار گرفته و به آن شکل می‌دهند.

براساس ذائقه‌سازی صورت گرفته، بسیاری از تولیدکنندگان مد و پوشاک هم برای آن‌که در این بازار رقابتی بتوانند گلیم خود را از آب بیرون بکشند و بیشتر سود کنند، لباس‌هایی را تولید می‌کنند که بر تن مانکن‌های زنده فضای مجازی می‌بینیم و حتی برای فروش بیشتر یا به‌عبارت دقیق‌تر فروشی فارغ از نظارت‌های معمول روی اصناف و البته بدون پرداخت مالیات و حقوقی از این قبیل، بساط خرید و فروش‌شان را در فضای مجازی و صفحات اینستاگرامی پهن می‌کنند؛ فضای رهاشده‌ای که زیربنای بسیاری از چالش‌های امروز جامعه ماست.



برندهای اروپایی چطور در حال ذائقه‌سازی حجاب در فضای حقیقی و مجازی هستند

پوشش‌هایی که حجاب نیست!

آوید طالبیان
گروه جامعه

صنعت پردرآمد و پررمز و راز مد و لباس که سال‌هاست نرم‌نرمک بر ذائقه مردم جهان اثر گذاشته و از آنها آدم‌هایی به سبک خودش ساخته، حالا به‌قدری قدرتمند شده که نبض سبک زندگی میلیون‌ها نفر را در دست گرفته است. گردانندگان این صنعت، بخشی از مغز متفکر خود را معطوف دنیای اسلام و پوشاک مردمان این سرزمین‌ها کرده‌اند و در این راه، فضای مجازی را چنان به خدمت گرفته‌اند که تصاویر هفته‌های مد برندهای پوشاک اروپایی به‌سرعت در شبکه‌های مختلف دست به دست می‌شود و ذهن‌ها را برای پوشیدن لباس‌های خوش‌آب و رنگ که نام موجه «پوشیده» دارند، قلقلک می‌دهد.

اما در این ماجرا پای کارخانه‌های غربی و غول‌های صنعت مد و لباس در میان است که شاید به‌ظاهر مشفقانه کار کنند ولی در باطن در حال گرداندن چرخ‌های عظیم صنعت خود، کسب درآمدهای کلان و البته تغییر سبک زندگی مصرف‌کنندگان از زیر لایه‌های لطیف پوشاک هستند. ما از حجاب استایل‌هایی حرف می‌زنیم که شبکه‌های مجازی را تسخیر کرده‌اند و از آبشخورهای غربی سیراب می‌شوند و مشغول ذائقه‌سازی‌اند در حالی که در باطن، درگیر جنگ با حجاب به معنی اصیل آن هستند.

به نام حجاب، به کام برندهای پوشاک

اسمش را گذاشته‌اند «مد محجوب»؛ مدی که پوشیدگی را دنبال می‌کند. اسم دیگرش «مدیست» است که بر تولید لباس‌های پوشیده اشاره دارد؛ کاری که برندی معروف همچون دولچه گابانا انجام داده و در حوزه لباس محجبه‌ها صاحب کلکسیون است.

تولیدکننده‌های بزرگ پوشاک در فستیوال‌های مد مطرحی مثل جشنواره سالانه خرید اسلامی لندن نیز حسابی فعالند و در قالب رنگ‌ها و طرح‌های جذاب و برش‌ها و دوخت‌های خیره‌کننده، پوشیدگی را به سبک خود تبلیغ می‌کنند. حاصل اما چه می‌شود؟ سرازیر شدن تصاویر و ویدئوهای این مراسم در فضای مجازی و به جنب و جوش افتادن حجاب استایل‌ها برای تکرار آن صحنه‌ها در صفحات شخصی خود یا الهام‌گرفتن از مدل‌هایی که روی استیج هفته‌های مد، حجاب را به سبک و سیاق خود ترویج کرده‌اند.

در این میان برخی کشورهای اسلامی منطقه نیز دست در دست غرب داده و به رواج هرچه بیشتر پوششی که با حجاب اصیل اسلامی فاصله دارد، کمک کرده‌اند مانند عربستان که چندی پیش نمایشگاه مد محجوب را با حواشی فراوان برپا کرد و زنانی با لباس‌های پوشیده اما با آرایش‌های غلیظ و بعضا بدون حجاب سر را در معرض دید و انتخاب مردمش قرار داد.

در امارات متحده عربی نیز «جهان مد رنگارنگ» یک اتفاق خاص در حوزه پوشاک و پوشش این کشور است که به مدد فضای مجازی خیلی سریع به سایر کشورهای اسلامی و از جمله ما منتقل می‌شود و الگویی برای حجاب استایل‌های داخلی و در نهایت نسخه‌برداری مردم به‌عنوان مصرف‌کننده نهایی می‌شود.

حجاب راهی برای کسب پول

هیچ کسی باور نمی‌کند که برندهای مطرح پوشاک جهان ناگهان دغدغه حجاب پیدا کرده باشند چرا که در پیشینه آنها ترویج ناهنجاری در پوشش و عریان‌پوشی ثبت و ضبط شده است اما آنها مدتی است که دریافته‌اند برای بقا در این صنعت و تسخیر هرچه بیشتر بازار باید بر همه مخاطبان جهانی تمرکز کنند که این بار نوبت به کشورهای اسلامی رسیده است. البته نه فقط مسلمانان که به گفته مجید افتخاری، مدرس دانشگاه و فعال حوزه مد و لباس، بسیاری از اقوام در جهان به پوشیدگی باور دارند که صهیونیست‌ها و خاخام‌هایشان از این جمله‌اند. پس بازار هدف مدیست گسترده‌تر از آنی است که تصور می‌شود اما کاری که این صنعت می‌کند الزاما به معنی ترویج حجاب نیست چرا که در این صنعت نیز مثل سایر صنایع، هدف اول کسب درآمد است. سپیده یاقوتی، مدرس دانشگاه و پژوهشگر حوزه مد و لباس در این‌باره به جام جم توضیح می‌دهد که صنعت مد به‌عنوان صنعتی خلاق و درآمدزا در جهان اکنون به این دلیل به حوزه حجاب ورود کرده تا بازارهای جدیدی پیدا کند و محصولاتش را به دست مصرف‌کنندگان کشورهای اسلامی برساند که به این هدف نیز رسیده است و اکنون بسیاری از کشورهای عربی خریدار پوشاک اسلامی تولید غرب هستند؛ محصولاتی که تولیدکنندگان آنها نه دغدغه حجاب که دلمشغولی کسب درآمد و نفوذ در کشورهای بیشتری دارند.

المان‌هایمان را دزدیدند

در فرهنگ بومی اغلب کشورها، عریانی جایگاهی ندارد و هرچه هست پوشیدگی است. دلیلش هم فطرت است که خداداد به سمت عفت و حجاب گرایش دارد اما سال‌ها به مدد همین برندهای مطرح و طراحان مد و لباس در جهان، حجاب نفی شد و عریانی جایش را گرفت. حالا ولی این چرخه در حال معکوس شدن است و حجاب خریدار یافته حتی میان فمینیست‌های افراطی که عده‌ای‌شان به سمت عفاف و پوشش بازگشت کرده‌اند.

اما در صنعت مد و لباس به غیر از گرایش هدفمند به سمت حجاب و پوشیدگی، یک اتفاق دیگر نیز در جریان است که دانستن‌اش لااقل کام ما ایرانی‌ها را تلخ می‌کند و سپیده یاقوتی، کارشناسی است که از این تلخی پرده برمی‌دارد. او به ما می‌گوید که برخی از برندهای معروف مثلا زارا که به‌صورت جدی به تولید لباس‌های پوشیده روی آورده یا گروه محمد رسول ا... که در ایتالیا کار می‌کند در محصولات‌شان از المان‌های کاملا ایرانی مثل خوشنویسی، طرح قالی و سبک معماری ما استفاده می‌کنند که بسیار نیز مخاطب‌پسند است. خب ماجرا این است که دنیا با المان‌های ایرانی آشنا می‌شود اما بد حادثه این است که برند زارا، سوزن‌دوزی ایرانی را که ثبت جهانی نشده در پوشاک تولیدی‌اش به کار گرفته و به نام خودش زده است.

این چیزی جز عقب‌ماندگی ما در حوزه مد و لباس نیست؛ ما حتی از خودمان نیز جا مانده‌ایم و اصالت‌های فرهنگی‌مان را که می‌توانست در حوزه پوشاک کارساز باشد، وادادیم؛ در عوض عرصه را برای حجاب استایل‌های قلابی بازگذاشته‌ایم که همه کار می‌کنند به جز ترویج حجاب به معنی واقعی‌اش.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۲۵۸

جدول عادی

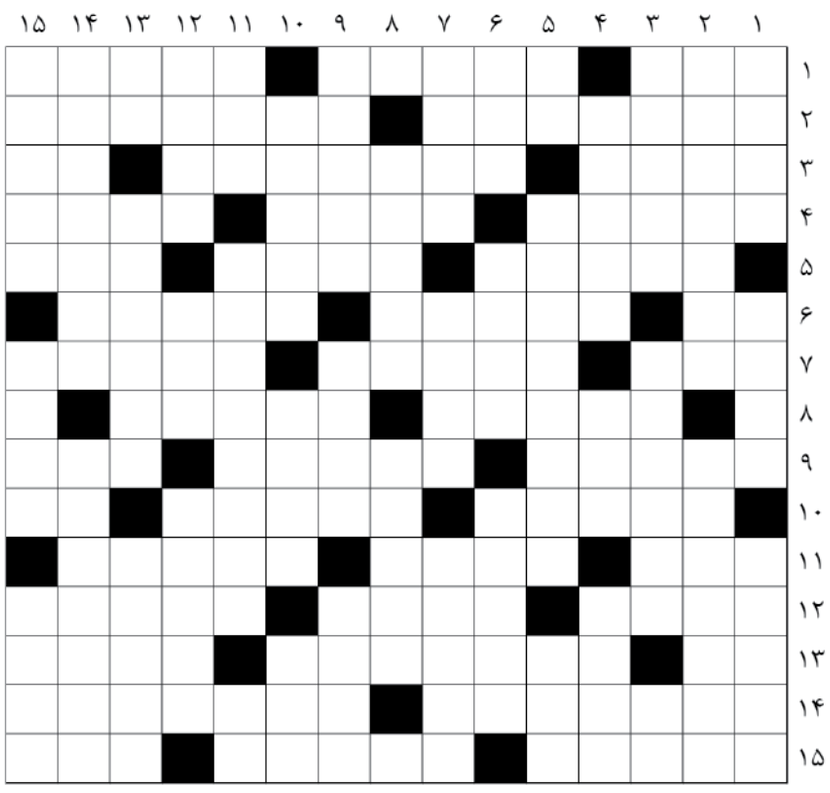
افقی: ۱) واحد شمارش لباس- زهرخورده- اتاق کوچک ۲) درختی جنگلی با میوه‌ای خوراکی- ازجمله مخاطرات طبیعی ۳) میت- از اجزای سازنده اتم- مادر عرب ۴) شعله آتش- گناهکار- رابطه خویشاوندی آبا و اجدادی ۵) از جان گذشته- پایتخت چک- قابل شنیدن ۶) ضمیر سوم شخص- بی‌خبر از خود- در حال نالیدن ۷) بت- رهسپار- دهقان ۸) شعر گفتن- ندادهنده ۹) پیشتاز لشکر- استهزا- کامیون ارتشی ۱۰) از پیامبران بنی‌اسرائیل- سردی- تعطیلی ۱۱) حکمت ارسطو- از خطرناک‌ترین جانوران دریایی- فلاپی دیسک ۱۲) روییدن- الهه عشق در اساطیر یونان- غذای ظهر ۱۳) آب دهان- نوعی پروفیل برای اسکلت‌بندی سازه‌های بتنی- برگه ۱۴) از ماهیان خاویاری دریای خزر- حمایت‌کننده ۱۵) دادگستری قدیم- شجاع- فوری.

عمودی: ۱) خصم- واحد شمارش درخت- برافراشته ۲) نوعی پیراهن زنانه- مرد مسن و قابل احترام ۳) ترساندن عمدی- برابری- تکرار حرفی ۴) نام چندتن از پادشاهان ساسانی بود- زینک- مشهور ۵) از محبت سرکه‌ها... می‌شود- هر دستگاه صنعتی که با فشار روغن کار می‌کند- مسیر حرکت ۶) منفک- قوم حضرت موسی(ع)- نفس سرزنش‌کننده ۷) نخستین بیت غزل- خودروی باربری کوچک- شعر گفتن ۸) پوشاک فصل سرما- حیران ۹) اندک و ناچیز- شریک زندگی- نوعی اتوبوس مسافربری ۱۰) سرخرگ- از حبوبات- نمو ۱۱) دستگاهی برای پخش صدا- نوعی پارچه پشمی با تار و پود فشرده- تپه کوچک ۱۲) اهل سنت بودن- لقب اروپایی- برابر بودن ۱۳) یازده- دارای شیب رو به پایین- صمغ برخی درختان ۱۴) فلاخن- مهم‌ترین بخش چرخشی موتور خودرو ۱۵) اکسیر- مهربان- گروی.

جدول ویژه

افقی: ۱) آسمان- صدای افتادن اشیای فلزی- ستایش کردن ۲) بانوی شاعر پارسی‌گوی هند در قرن یازدهم- تملق ۳) خبر رساندن- گوشه‌ای در دستگاه ماهور- نظریه ۴) پدر کیخسرو که به دست افراسیاب کشته شد- پند گرفتن- نشانه اختصاری سازمان بهره‌وری انرژی ایران ۵) از آتش افروزان- برگشتن- پرنده نوک دراز ۶) ضمیر انگلیسی- هدف متعالی- نوعی پارچه توری ۷) نوعی پارچه لطیف- درهم ریخته- آمرزش گناهان ۸) نژاد مردم پرو- از طایفه‌های بلوچ ایران ۹) نیاکان- قادر- هر طبقه از دیوار گلی ۱۰) باغبانی که تاک پرورش می‌دهد- پیوسته- همگی ۱۱) کنیزک- سختی کشیده- رفت‌وآمد زیاد ۱۲) کال- بیماری جذام- یاقوت سرخ ۱۳) نشانه مصدر جعلی- از رشته‌های ورزش اتومبیلرانی- خواهش‌های نفسانی ۱۴) موج متوسط رادیویی- نوعی جلبک طلایی رنگ تک‌سلولی ۱۵) نوعی برنج شمال- آماسیده- کامیون ارتشی.

عمودی: ۱) سیاستمدار- بدون آستر- دندان‌های نیش ۲) آراستن ناخن‌ها- مجموع پروتون‌ها و نوترون‌های موجود در هسته اتم ۳) لوازم- تریاق- رود آرام ۴) پشت‌سر- بیهوده- آش سرکه ۵) هفتاد و دومین سوره قرآن- ورزیده و نیرومند- درد و رنج ۶) خاخام- میوه تسکین رماتیسم- فقر و بی‌چیزی ۷) از پیامبران الهی- آفت‌ها- راست روده ۸) آشکار کردن- ورزشگاه انگلستان ۹) ایجاد نقش‌های برجسته تزئینی روی سقف و دیوار- بلبل- دین رایج در هند ۱۰) پیشوایان طریقت- نوعی میمون- دشواری در کار ۱۱) ضربه گیر خودرو- از اماکن تاریخی و دیدنی کابل- مادر عرب ۱۲) نوعی دستگاه مخابراتی- عبادت مستحب- سخن بیهوده و گزاف ۱۳) تکرار حرفی- عاری از میکروب- اسب آزموده ۱۴) حداکثر- اقتصاد ۱۵) نیستان- ماکارونی رشته‌ای- از موتورهای جست‌وجوگر اینترنتی.



حل جدول عادی ۶۲۵۷

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	س	ا	ک	ت	■	س	ن	ا	ت	و	ر	■	ز	ن	گ
۲	پ	د	ر	خ	و	ا	ن	د	ه	■	ت	ل	م	ی	ذ
۳	ت	ی	ا	م	ن	■	گ	ر	ی	پ	■	ا	ی	ا	ر
۴	ا	س	م	■	گ	ر	ی	س	■	ژ	ر	م	ن	■	ن
۵	م	■	ه	س	و	س	ن	■	ه	و	ا	پ	ی	م	ا
۶	ب	■	ه	و	گ	و	■	ف	ر	ا	د	ا	■	ل	م
۷	ر	م	و	ز	■	م	و	س	ا	ک	ا	■	گ	ا	ه
۸	■	ت	ی	ن	ر	■	ر	ف	و	■	ر	ا	ل	ی	■
۹	س	ف	ت	■	گ	و	س	ا	ل	ه	ژ	ا	ک	ت	■
۱۰	ر	ک	■	ا	ب	ی	ا	ت	■	ن	ا	ی	ب	■	ا
۱۱	گ	ر	گ	س	ا	ل	ی	■	م	د	ی	ر	■	خ	س
۱۲	ش	■	ف	ر	ا	■	ه	ا	و	ن	■	ا	م	م	■
۱۳	ا	ب	ن	■	ن	د	ا	ف	■	ت	و	ی	ا	■	■
۱۴	د	ا	ر	س	■	ر	ض	ا	و	ر	ز	ن	د	ه	■
۱۵	ه	ج	و	■	س	ل	ا	م	ت	ی	■	ن	ا	ه	ی

حل جدول ویژه ۶۲۵۷

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	ا	ب	ا	ن	■	م	ت	ن	ا	ه	ی	■	ه	ی	چ
۲	ن	ا	ت	ی	ن	گ	ه	ا	م	■	ر	ی	م	ی	ا
۳	پ	ر	و	ت	ز	■	ا	ی	ر	چ	■	گ	ا	ل	ن
۴	ا	ب	د	■	ا	ش	و	ب	■	ب	ر	ا	ی	■	ه
۵	س	ر	■	ی	ک	ا	ن	■	ف	ر	ا	ن	ش	ی	ز
۶	ا	■	ه	و	ت	ن	■	د	ر	ا	پ	ه	■	خ	ن
۷	ن	ک	ی	ر	■	ل	ژ	ی	و	ن	ر	■	م	چ	ی
۸	■	ا	م	ش	ب	■	ن	ن	ه	■	ت	ا	ک	ا	■
۹	ا	ن	ه	■	ک	ی	ت	ا	ر	و	■	م	ف	ل	س
۱۰	ب	گ	■	چ	ر	ا	ی	م	■	ل	ا	ر	ی	■	ی
۱۱	ژ	ا	ن	د	ا	ر	ک	■	ب	ر	خ	ی	■	م	ن
۱۲	ک	■	ش	ا	ن	گ	■	ح	ا	م	ی	■	ه	س	ه
۱۳	ت	ه	د	ی	■	ی	ه	و	د	■	ر	ا	م	و	ز
۱۴	ی	و	ن	ی	ت	■	د	ر	خ	ت	ا	ن	س	ا	ن
۱۵	و	ل	ی	■	ف	ل	م	ی	ن	ک	■	ت	ر	ک	ی

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی
شماره مناقصه: ۳۶-۰۵-۱۴۰۱

هیات امنای صرفه جویی ارزی در معالجه بیماران در نظر دارد خرید تعداد ۲۵ دستگاه سی آرم را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای به شرکت‌های واجد شرایط واگذار نماید.

تاریخ دانلود اسناد مناقصه در سایت سامانه تدارکات الکترونیک دولت: از ساعت ۸ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۲ الی ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۵

آخرین مهلت بارگذاری پیشنهادات در سامانه تدارکات الکترونیک دولت: حداکثر تا ساعت ۱۹ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۶

ضمانتنامه شرکت در مناقصه: معادل ۱۱/۸۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ضمانتنامه بانکی

محل دریافت اسناد: دانلود از طریق سایت سامانه تدارکات الکترونیک دولت به نشانی www.setadiran.ir به شماره فراخوان ۲۰۰۱۰۵۰۳۳۹۰۰۰۰۳۷

لطفا برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۴۲۶۰۱۳۲۰ واحد مناقصات تماس حاصل نمائید.

دبیرخانه مناقصات

نوبت اول

مناقصه
شماره TEG 1401/280-51

SEECO
شرکت مهندسی توسعه سایپا

شرکت مهندسی توسعه سایپا در نظر دارد، موضوع تهیه مصالح، حمل و اجرای آسفالت با دستگاه فینیشر در شرکت سایپا و سایت‌های تابعه را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا پیمانکاران دارای رزومه کاری مرتبط، می‌توانند جهت کسب اطلاع از شرایط مناقصه از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۰ به سایت www.seeco.ir مراجعه نمایند.

هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود.

آگهی فراخوان عمومی

امیرکبیر
شرکت عمران شهر جدید امیرکبیر

شرکت عمران شهر جدید امیرکبیر (مهاجران) یک عدد تابلو بیلبورد مستهلک را با مشخصات ذیل از طریق فراخوان عمومی به بالاترین پیشنهاد واگذار می‌نماید.

وزن بیلبورد ۵۹۴۳/۶۳ کیلوگرم (تیرآهن ۱۴ ورق ۱۲ و ۱۵ و ۱۸mm و قوطی ۴۰*۶۰ و ناودانی ۷* ۲۰ و ۵*۱۲ و نبشی ۶*۶ و میلگرد ۱۴)

متقاضیان محترم می‌توانند برای شرکت در این فراخوان به آدرس www.setadiran.ir به شماره مزایده ۱۰۰۱۰۰۱۳۴۱۰۰۰۰۰۲ مراجعه نمایند.

تاریخ انتشار در سامانه ستاد ایران: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۰ از ساعت ۱۰ صبح

مهلت دریافت اسناد: از مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۰ تا مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۹ ساعت ۱۶

مهلت ارائه پیشنهادات: از مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۰ ساعت ۱۰ تا مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۹ ساعت ۱۶

زمان بازگشایی پیشنهادات: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۳۱ ساعت ۱۰ صبح

متقاضیان محترم جهت بازدید از بیلبورد (تابلو) در شهر جدید امیرکبیر از ساعت ۸ صبح الی ۱۴:۳۰ روزهای شنبه لغایت چهارشنبه می‌توانند به آدرس: کیلومتر ۴۰ جاده اراک، سلفچگان، شهر جدید امیرکبیر، ساختمان شرکت عمران شهر جدید امیرکبیر واحد حقوقی و املاک دفتر مراجعه نمایند.

اطلاعات تماس: تلفن ۳۴۰۳۷۴۶۳ - ۰۸۶ داخلی ۱۱۸ و ۱۲۰ در شهر جدید امیرکبیر

روابط عمومی شرکت عمران شهر جدید امیرکبیر

نوبت اول

آگهی مزایده عمومی

سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد نسبت به اجاره کارگاه تولید شن و ماسه تحت اختیار خود واقع در اراضی هفت جوی کرج به مدت ۱۲ ماه شمسی به شرح ذیل اقدام نماید.

ردیف	موضوع مزایده	مبلغ اجاره ماهیانه (پایه) به ریال	میزان سپرده شرکت در مزایده (ریال)
۱	اجاره کارگاه شماره سه تولید شن و ماسه واقع در هفت جوی کرج	۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱،۲۰۰،۰۰۰،۰۰۰

مدت زمان خرید اسناد: از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۰ لغایت پایان وقت اداری روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

محل دریافت و تحویل اسناد مزایده: تهران، خیابان کارگر شمالی، تقاطع دکتر فاطمی، نبش فاطمی غربی، دایره امور پیمان‌ها و رسیدگی

شماره تماس: ۶۶۹۴۴۳۳۹-۰۲۱ و ۶۶۹۴۴۳۲۵-۰۲۱

سایر توضیحات: سپرده شرکت در مزایده به طریق ارائه ضمانتنامه بانکی معتبر می‌باشد. مدت اعتبار پیشنهادات می‌بایست ۳ ماه از آخرین تاریخ مهلت پیشنهادها معتبر باشد. واریز مبلغ ۲،۰۰۰،۰۰۰ ریال بابت خرید اسناد مزایده به حساب شماره ۶۱۵۸۸۰۰۱۸۴۳۰۷ بانک سپه شعبه جلالیه تهران به نام عواید داخلی دارایی سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا و ارائه اصل رسید به فروشنده اسناد مزایده

آخرین مهلت جهت تسلیم اسناد مزایده و پیشنهاد قیمت: ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۹

بازگشایی پاکات مزایده در ساعت ۹ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۳۰ و در محل اتاق جلسات دستگاه مزایده گزار انجام خواهد گرفت. نوع، کمیت و کیفیت خدمات و سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده درج گردیده است. سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا نسبت به رد یا قبول پیشنهاد مزایده گران مختار است. هزینه نشر آگهی در ۲ نوبت بر عهده برنده مزایده می‌باشد.

سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا