یادداشت

مقابله با کاتالیزورهای موج منفی

سیدامیرعباس عبداللهی
جامعه‌شناس

این روزها بسیاری از افرادی که در فضای مجازی مشهورند و تعداد زیادی هم مخاطب برای خود دست و پا کرده‌اند، دست به ترویج فرهنگ غیر دینی و اسلامی می‌زنند؛ فرهنگی که از کشورهای غربی وام گرفته‌اند. آنها به جای فرزندآوری، نگهداری از حیوانات را ترویج و گاهی حتی میلیاردها تومان برای این تفکر خود هزینه می‌کنند. در مقابل فقر و ناتوانی را بزرگنمایی می‌کنند و کمک مومنانه را که در فرهنگ غنی ایرانی-اسلامی، نشانه‌ای از دست‌گیری است به سخره می‌گیرند.

این رفتار نشان می‌دهد آنها سعی دارند فرهنگی را جایگزین فرهنگ ایرانی کنند که نه تنها کمکی به جامعه نمی‌کند، بلکه حتی آسیب‌رسان است و باعث دشمنی می‌شود. می‌توان گفت این رفتار آنها، نشانه یک ناهنجاری اجتماعی است، چراکه درصددند رفتاری را گسترش دهند که نه در راستای فرهنگ رفتاری جامعه ایرانی که مخالف آن است.

آنها شبیه کاتالیزور (در علم شیمی به سرعت بخشیدن تغییرات شیمیایی کمک می‌کند و گاهی ممکن است تغییرات شیمیایی را برهم بزند) رفتار می‌کنند و فضای جامعه را آندی (با موج منفی) می‌کنند. سپس حالا که اوضاع این‌گونه است ما باید از کاتالیزور مناسب برای جلوگیری از نفوذ آنها استفاده کنیم. فرهنگ ایرانی آکنده از افرادی است که از بستر بومی جامعه بلند شده‌اند و کارها کرده‌اند؛ دانشمندند، فرهنگ ایثار و شهادت را گسترش داده‌اند یا این که به مردم خدمت می‌کنند. ایران، پر از قهرمان است. باید هویت فرهنگی ایرانی با افرادی ارزش‌گذاری شود که بزرگ بودند. نویسندگان باید درباره زندگی آنها داستان بنویسند و ادبیات ایرانی را غنی کنند. باید انیمیشن‌ها و فیلم‌هایی درباره زندگی آنها ساخته و ابعاد مختلف زندگی‌شان بیان شود تا شهروندان بدانند معنای قهرمان چیست و آدم مشهور واقعی کیست تا به دنبال قهرمانان ملی و دینی بروند.

کارگاه زندگی

یک مهارت مهم در زندگی

راهکارهایی برای مسؤولیت‌پذیر شدن

مسؤولیت‌پذیری از ویژگی‌های رفتاری افراد قابل اعتماد است؛ ویژگی‌ای که می‌تواند در زندگی فردی و شغلی به کار بیاید اما هیچ کسی از ابتدای تولد این ویژگی را با خود ندارد بلکه مسؤولیت پذیری با مهارت به دست می‌آید.

برای مسؤولیت پذیری بهتر است ابتدا وظایفی را که در حد توان‌مان است، قبول کنیم. هنر این نیست که افراد همه وظایف را قبول کنند بلکه مطلوب است هر فردی توانایی خود را بشناسد و بسته به ظرفیت‌هایش، وظایف را قبول کند و آنها را به بهترین شکل انجام دهد.

مسؤولیت‌پذیری به ما گوشزد می‌کند هر فردی باید مسؤولیت کار خویش را بپذیرد حتی اگر نتیجه کار اشتباه باشد. همه افراد اشتباه می‌کنند پس دنبال مقصر گشتن این پیام را به دیگران می‌رساند که فرد مورد نظر مسؤولیت‌پذیر نیست.

شکایت از رویدادهای طبیعی و غیرطبیعی نیز می‌تواند به مسؤولیت‌پذیری صدمه بزند. شکایت کردن می‌تواند در روند کاری و انجام وظیفه، خدشه وارد کند. اطرافیان کسانی که همیشه شکایت می‌کنند، معتقدند آنها مسؤولیت‌پذیر نیستند و غرغر کردن بر روند کاری آنها تاثیرگذار است.

گزارش

قبح‌زدایی در فضای مجازی تا کجا ادامه دارد؟

حرمتی که دیگر نیست

نرگس خانعلی‌زاده
گروه جامعه

مدت‌هاست که بیان خیلی از حرف‌ها و انجام خیلی از رفتارها، چشم‌های کسی را گشاد نمی‌کند و روی کسی را برنمی‌گرداند. انگار که زشتی آن حرف و آن عمل ریخته و عادی‌تر از آنی شده که کسی بخواهد واکنش متعجبانه‌ای به آن نشان دهد و رویش را به سمت دیگری بگرداند. این پدیده‌ای است که فضای مجازی و برخی از محتواهای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی برای سبک زندگی ما به همراه داشته‌اند؛ آن‌قدر که دیگر تشخیص زشت و زیبا برای نوجوانان و جوان‌های امروزی کاری دشوار شده است.

عادی‌سازی ناهنجاری‌ها همان چیزی است که می‌تواند سبک زندگی ایرانی و اسلامی را به انتهای خط برساند؛ جایی که هیچ خط و مرزی درباره بیان موضوعات وجود ندارد و پرده حیا و عفت کنار زده می‌شود اما بدون تردید، عادی‌سازی ناهنجاری‌ها یا همان قبح‌زدایی یک‌شبه اتفاق نمی‌افتد. همه‌چیز آن‌قدر آهسته و پیوسته و برنامه‌ریزی‌شده پیش می‌رود که خودمان هم باور نمی‌کنیم ناگهان در چه جایگاهی قرار گرفته‌ایم. مثلا این‌که در فرآیند عادی‌سازی، هیچ‌کس دختران و زنان را تشویق به کشف حجاب نمی‌کند بلکه بسیاری از ابزارهایی که به بدحجابی ختم می‌شوند مانند لباس‌های مد غربی و لوازم‌آرایش و ... را پیش‌رویشان قرار می‌دهد تا افراد خودشان کم‌کم به این سبک زندگی علاقه‌مند شوند. آن‌وقت است که با کلیدواژه آزادی، افراد در راستای بی‌حجابی کامل پیش می‌روند. در چنین مواقعی است که معتقدیم قبح بی‌حجابی ریخته است.

نمونه بارز قبح‌زدایی از بی‌حجابی در فضای مجازی که البته این روزها به دنیای واقعی هم کشیده شده است، یادآوری محتاط بودن دخترها در سال‌های گذشته است. روزهای دوری نیست زمانی که نوجوانان و جوانان از پخش‌شدن عکس‌های باحجاب و چارچوب‌دارشان واهمه داشتند و با دیگر کاربرانی که در فضای مجازی تعامل داشتند، بسیار بااحتیاط برخورد می‌کردند اما حالا و با گذشت فقط چند سال، کار به جایی رسیده که اصلی‌ترین هدف بسیاری از کاربران، انتشار عکس‌های بی‌حجاب است به طوری که هیچ واهمه‌ای از دیده‌شدن تصاویر خصوصی‌شان توسط غریبه‌ها ندارند. این همان معضلی است که امروز گرفتارش شده‌ایم؛ قبح‌زدایی؛ موضوعی که بسیاری از کارشناسان معتقدند اولین قدم‌های آن از همین فضای مجازی آغاز می‌شود و به‌تدریج وارد دنیای واقعی، جامعه، خانواده و سبک زندگی افراد می‌شود.

جعلی‌های هنجارشکن

حتی اگر بخواهیم هم نمی‌توانیم فکر دیگری بکنیم؛ این‌که چرا بسیاری از حساب‌های کاربری که ترویج رفتارهای هنجارشکن می‌کنند به صورت ناشناس و با نام‌های غیرواقعی و مستعار فعالیت می‌کنند؟ به نظر می‌رسد یک برنامه کاملا مشخص برای سمت‌وسو دادن و جهت‌گیری فرهنگ جامعه وجود دارد که توسط گروه‌هایی هدایت می‌شود. البته در این میان هستند افرادی که بدون بهره‌بردن و کسب هیچ سودی ترجیح می‌دهند نام مستعاری داشته باشند تا بتوانند در شبکه‌های اجتماعی، آزادانه حرف بزنند و نظرات‌شان را بیان کنند. متاسفانه این جریان زمانی سرعت قابل قبولی می‌یابد که نظارت و مدیریتی بر محتوای ارائه‌شده در فضای مجازی نیز وجود ندارد و هرکسی در هر جایگاهی می‌تواند شبیه یک رسانه مقتدر عمل کند و آنچه را که در ذهن و باورش می‌گذرد به خورد مخاطبانش از هر سن و سالی بدهد. البته که این موضوع تنها محدود به کشور ما نیست و در همه کشورهای دنیا جریان دارد اما باید بپذیریم که ایران تاثیرپذیری بیشتری دارد، چراکه رویکرد فرهنگی کشور ما همیشه جنبه نصیحت‌گرایانه داشته است.

از آرایشگری مردان تا شکاف دینی

تعارف نیست اگر بگوییم امروز در یک جنگ رسانه‌ای هستیم که دشمن تلاش می‌کند میان باورهای مردم فاصله عمیق بیندازد؛ باوری که مردانگی در مردان را به واسطه آرایش‌کردن‌شان زیر سوال می‌برد و با شبهه ایجادکردن در مقدسات دینی، اعتقادات مخاطبان و کاربران فضای مجازی را نشانه می‌گیرد؛ راهی که می‌تواند به شکافی عمیق میان افراد جامعه منجر شود.

اما غفور شیخی، جامعه‌شناس و محقق از پوست‌اندازی عرفیات جامعه می‌گوید که دیگر در میان جوانان و نوجوانان خواهان ندارد. او به جام‌جم می‌گوید: بر کسی پوشیده نیست بسیاری از مسائلی که در گذشته به‌عنوان ارزش در میان خانواده‌ها پذیرفته بود مورد توجه و علاقه نسل امروز نیست. از آنجا که ما گزینه‌ها و بهتر است بگوییم جایگزین‌های بهتر و جذاب‌تری هم به آنها ارائه نداده‌ایم این هنجارشکنی‌ها توانسته است جای خودش را بین مخاطبان و کاربران فضای مجازی باز کند. چنان‌که می‌بینیم وارد سبک زندگی آنها شده و دیگر از آن به‌عنوان یک ناهنجاری یاد نمی‌شود.

شیخی همچنین معتقد است که هدف اصلی بسیاری از افرادی که چنین قبح‌زدایی‌هایی را انجام می‌دهند این است که ساختار و لایه‌های بالایی اخلاق و فرهنگ و دین و مقدسات را تغییر دهند. این جامعه‌شناس می‌گوید: از آنجا که ما تلاشی برای حفظ باورهای قدیمی نکرده‌ایم، کمی رنگ‌ولعاب و جذابیت و ترویج این نوع رفتارها از جمله بی‌حجابی، روابط آزادانه دختر و پسر، آرایش‌های غربی، برانداختن حیا از مسائل خصوصی و زناشویی زوجین و ... توانسته است نسل جدید را به این باور برساند که ما روشنفکر هستیم و آزادانه فکر و زندگی می‌کنیم درصورتی‌که از پیامدهای این به قول خودشان تفکر روشنفکرانه آگاه نیستند.

نگاه

معضل نصیحت‌های تاریخ‌مصرف‌گذشته

«دارایی‌های امروزمان بی‌استفاده‌شده‌است»؛ این را غفور شیخی می‌گوید و ادامه می‌دهد که قبح‌زدایی نشانه پوست‌اندازی جامعه به سمت‌وسویی است که گزینه تازه‌ای برای مصرف ندارد. این جامعه‌شناس توضیح می‌دهد: باید قبول کنیم که جوان امروز دیگر نصیحت نمی‌پذیرد و به هرشکل و نحوی آن را کنار می‌زند. برای همین است که در برابر نصیحت‌های از تاریخ‌مصرف‌گذشته سراغ زشتی‌هایی می‌رود که در قالب‌های جذاب به او ارائه می‌شود و در نظرش زیبا و مصرفی جلوه می‌کند.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۲۱۷
عادی

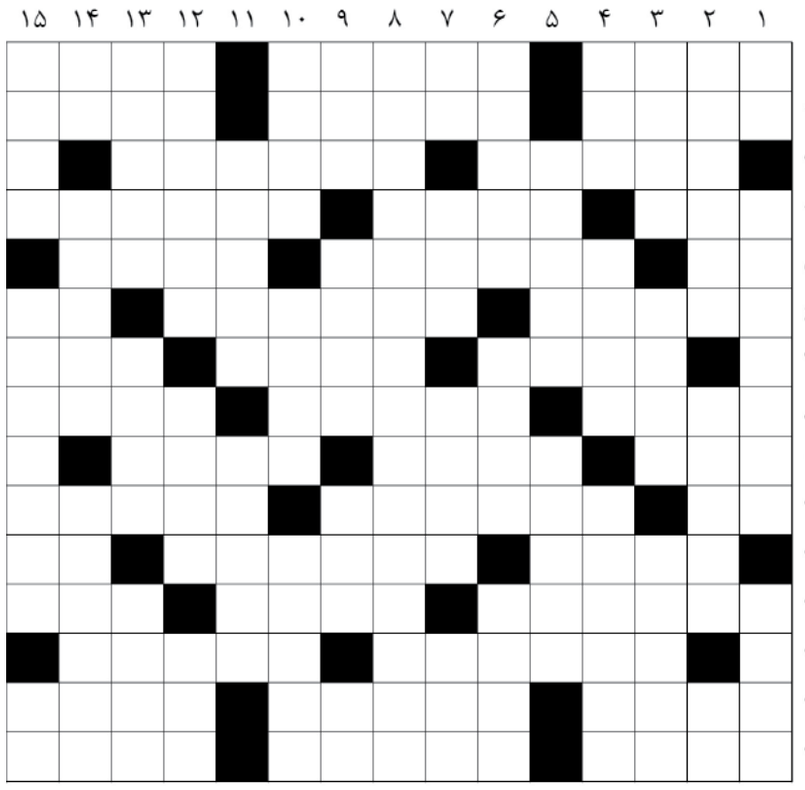
افقی: ۱) شبکه نشاط و سرگرمی سیما- شهری در غرب آلمان- بالش ۲) مظهر سردرگمی- منافقان جنگ نهروان- کفایت‌کننده ۳) صمغ برخی درختان- بسیار حریص ۴) خالکوبی- دزد، سارق- پیامبر مدفون در شوش ۵) کجاست- موجب آرامش خاطر- کفر... از کفت بیرون کند ۶) طول- ناهمگون- جایگاه ویژه در سالن نمایش ۷) بخش خارجی هرچیز- خیانتکار- تک‌نوازی در موسیقی ۸) ارابه- نکند که- مرطوب ۹) کامیون ارتشی- گلی زینتی- خدای هند و ۱۰) بله انگلیسی- پزشک دربار فراعنه مصر- رسیدن به حداکثر وضوح در عکاسی ۱۱) قطعه موسیقی برای سه نوازنده- آلبومی با آواز سالار عقیلی- حرف دهن‌کجی ۱۲) گوشه‌ای در دستگاه ماهور- بیمار- شکاف ۱۳) محصل دانشگاه- هدایت‌کننده ۱۴) سواره- درخشندگی- شبیه ۱۵) اندک- کاری که به طور معمول و مکرر انجام می‌شود- واحد پول مراکش.

عمودی: ۱) مخفف اینک- از پدیده‌های زشت اجتماعی است- بیرون ۲) کلید انتخاب مسیر الکتریکی- فاقد تحرک- زیاده‌خواهی ۳) تکیه‌کلام درویش- سایبان چشم- شاعر معروف دوره سامانیان ۴) گریزگاه- سرقت- بخش ابتدایی معده گاو ۵) بی‌اعتبار بودن چیزی از جنبه قانونی- ظرف نوشیدن مایعات ۶) شهری در ازبکستان- اشاره به دور- نوعی کارد نوک‌تیز ۷) تکرار حرفی- باغ دیدنی شیراز- بیابانگرد- پیش ۸) رمانی از داستایوفسکی که از آثار مشهور ادبی جهان است ۹) آماس- معنی و مفهوم- بی‌فایده- قدم یکپا ۱۰) موی پیچیده- پنجمین ماه سریانی- خارج ۱۱) پایگاه- فیض رساندن ۱۲) جلوگیری کردن- جلوه- نوعی پارچه کلفت ۱۳) بزرگداشت- ماهی‌فروش- خرمافروش ۱۴) محصول آب و صابون- نمایشنامه تراژدی شکسپیر- آشیانه جغد ۱۵) برج دیدنی فرانسه- از دوره‌های زمین‌شناسی- مادر عرب.

ویژه

افقی: ۱) نمایشنامه‌ای نوشته نغمه ثمینی- صاحب کتاب بوطیقا- حشره‌ای مزاحم ۲) همدم- ساخته شده از خاک حمام قدیم- ناشنوا ۱۲) محل استقرار مجسمه زئوس- قسمت پشت به آفتاب ساختمان- زندان مسعود سعد ۱۳) درخواست عاجزانه- تشنه نیست ۱۴) شیون- گوشه‌ای ضربی در دستگاه شور- ظرف طبخ آبگوشت ۱۵) خصم- حرکتی در جودو- خرگوش عرب.

عمودی: ۱) حس بویایی- ایستایی- پروردگار ۲) مجموعه داستانی نوشته امین فقیری- نوعی پارچه توری- غذای رقیق ۳) میزبان المپیک ۲۰۱۲- مدافع موکل- پشت سرهم ۴) جزئی از هر عدد صحیح- تروتازه- نوعی پارچه ظریف ملحفه‌ای ۵) چیزی را با دست و انگشت نشان دادن- زادگاه ۶) شیوه- خیاط قدیم- آخرین حرف یونانی ۷) طاقچه بالا- جگر سفید- ورزش مشت‌زنی- پاسخ مثبت ۸) کشوری در غرب آفریقا در خلیج گینه که از دو جزیره تشکیل شده است ۹) زر- رهرو- دارای اخلاق و رفتار خشک- نوعی حلوا ۱۰) زیرک- فرمان کشتی- قلب قرآن ۱۱) پایه ها- نام چند تن از پادشاهان فرانسه بود ۱۲) ناقد ادبی- پرستار کودک- بالاپوش بلند مردان قدیم ۱۳) داربست تاک- فلس ماهی- برقرار ۱۴) جهت- فرمانروایی- ماهر در دعوا ۱۵) واحد پول ایران در زمان هخامنشیان- گوشه‌ای در دستگاه ماهور- تیرپیکاندار.



حل جدول عادی ۶۲۱۶

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

حل جدول ویژه ۶۲۱۶

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	ط	ر	ب	ن	ا	ک	■	پ	ل	ا	ن	ک	ت	و	ن
۲	ر	س	ا	م	■	ا	س	ر	ا	ف	■	ر	و	ن	د
۳	ا	■	ز	د	و	ب	ن	د	■	ت	ر	ا	ز	و	■
۴	و	ا	ی	■	س	ی	ا	ه	ی	■	د	س	ی	س	ه
۵	ت	ل	■	پ	ا	ل	م	■	ا	ف	ی	و	ن	■	و
۶	■	ا	ت	ل	ی	ه	■	ا	ح	س	ا	س	■	ط	ا
۷	ز	ن	و	ا	ل	■	م	ح	س	و	ب	■	ا	ی	ب
۸	م	ح	س	ن	■	ت	م	ک	ی	ن	■	م	و	ق	ر
۹	ف	ا	ل	■	ا	س	ت	ا	ن	■	ا	ف	ر	ن	د
۱۰	ی	د	■	د	ل	ر	ح	م	■	م	ر	ص	و	ص	■
۱۱	ز	■	ا	ر	و	ی	ن	■	د	و	ا	ل	■	ر	ب
۱۲	م	ا	و	ر	د	■	ه	ر	م	ا	س	■	ب	ت	ن
۱۳	■	پ	ا	ف	ن	ک	■	س	ا	ل	م	و	ن	■	ل
۱۴	ن	ی	س	ت	■	ا	ب	ت	ن	ی	■	ر	ا	ج	ا
۱۵	ق	س	ط	ن	ط	ن	ی	ه	■	د	ر	د	م	ن	د

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت تعاونی مصرف کارکنان صدا و سیما

شرکت تعاونی مصرف کارکنان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (سهامی خاص)

نوبت اول

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱

از کلیه اعضا محترم شرکت تعاونی مصرف کارکنان دعوت می‌شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه **نوبت اول** که راس ساعت ۱۵:۳۰ روز **شنبه ۱۴۰۱/۰۴/۲۵** واقع در خیابان ولیعصر، سازمان صدا و سیما (سالن رضوان ساختمان بسیج) تشکیل می‌گردد، حضور بهم رسانند.

دستور جلسه:
۱ استماع گزارش هیات مدیره و بازرس
۲ طرح تصویب صورت‌های مالی سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰
۳ انتخاب اعضا هیات‌مدیره اصلی و علی البدل
۴ انتخاب بازرس اصلی و علی‌البدل

توجه: الف) در صورتی که هر یک از اعضا نتوانند در مجمع مذکور حضور یابند، می توانند استفاده از حق رای خود را برای حضور و اعمال رای به یک نماینده تام الاختیار واگذار نمایند و تعداد آرا وکالتی هر عضو حداکثر ۳ رای و هر شخص غیر عضو تنها یک رای خواهد بود، در این صورت نمایندگی تام الاختیار با تائید یکی از اعضا هیات‌مدیره و بازرس اصلی خواهد بود.

ب) افرادی که متقاضی کاندیداتوری هیات مدیره و یا بازرس هستند می‌بایست با در دست داشتن دفترچه تعاونی، کارت ملی و کارت شناسایی سازمان از تاریخ انتشار آگهی به مدت ۵ روز فرصت دارند به دفتر فروشگاه مراجعه و نسبت به ثبت‌نام اقدام نمایند.

هیات مدیره

نوبت دوم

آگهی فراخوان عمومی

موسسه عمران صنعت در نظر دارد، نسبت به خرید ۱۲۷۵۳۹ متر مربع ژئوگرید آسفالتی (فایبرگلاس) با مشخصات ذیل از طریق مناقصه عمومی اقدام نماید.

ردیف	شرح کالا	تعداد رول	مساحت (مترمربع) جمع
۱	ژئوگرید آسفالتی (فایبرگلاس) باکرنش گسیختگی کمتر از ۳٪ و مقاومت کششی دوسویه KN50 با عرض ۵/۳۷ متر و ۱۳۶۸۳ متر طول	۲۲۱	۷۳۵۹۳
۲	ژئوگرید آسفالتی (فایبرگلاس) باکرنش گسیختگی کمتر از ۳٪ و مقاومت کششی دوسویه KN50 با عرض ۱/۷۹ متر و ۳۰۱۱۷ متر طول	۴۸۶	۵۳۹۴۶
	جمع کل	۷۰۷	۱۲۷۵۳۹

● از کلیه فروشندگان با فعالیت و سابقه اجرایی مرتبط دعوت می‌شود حداکثر ظرف مدت ۲ روز از ساعت ۸ الی ۱۴ جهت خرید اسناد با ارائه رزومه مرتبط و معرفی‌نامه به آدرس ذیل مراجعه نمایند:
● تهران، چهارراه پاسداران، خیابان شهید کلاهدوز (دولت)، نرسیده به بلوار کاوه بن بست طلاکوب، پلاک ۱، طبقه چهارم، مدیریت امور حقوقی و قراردادها
● تحویل اسناد مناقصه منوط به ارائه رزومه کاملا مرتبط با موضوع مناقصه می‌باشد.
● جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانید با شماره تلفن‌های ۲۲۷۶۲۰۰۳-۰۲۱ داخلی ۲۲۷۸۳۸۳۱ داخلی ۱۶۵ تماس حاصل نمایید.
● هزینه این آگهی بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.

موسسه عمران صنعت

نوبت دوم

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد، اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل به‌صورت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(سامانه ستاد) تامین نماید.

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	۲۰۰۱۰۹۳۴۹۸۰۰۰۲۰۶
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای ۹۹۴۰۳۱۶- ۹۹۴۰۳۲۲- ۰۰۴۰۲۱۵- ۰۰۴۰۲۱۶- KZ مناقصه شماره ۰۰/۰۶۲
موضوع مناقصه/شرح مختصراقلام درخواستی	ماده شیمیایی مولکولارسیو 13X -اکتیو آلومینا
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	۱۱/۶۹۸/۸۴۱/۲۹۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به‌صورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین‌نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۵۶۹ هـ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می‌باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	مبلغ برآورد مناقصه ۱/۴۴۳/۹۰۹ یورو معادل ۳۸۹/۹۴۲/۰۶۴/۵۴۰ ریال می‌باشد.
آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد	۱۰ روز پس از درج نوبت دوم آگهی در صفحه اعلان عمومی سامانه ستاد ایران می‌باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه) در سامانه ستاد	ظرف مدت ۲ هفته پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می‌باشد.
آخرین مهلت بارگذاری پیشنهادات فنی/ مالی در سامانه ستاد	پس از ارزیابی کیفی مناقصه‌گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی به‌همراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می‌گردد.
آدرس مناقصه‌گزار	استان بوشهر، شهرستان عسلویه، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، ساختمان اداری مرکزی ستاد، مدیریت بازرگانی، اداره خرید، گروه خرید شیمیایی

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به‌نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می پذیرد و به پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد هیچ‌گونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه‌گران بایستی نسبت به ثبت‌نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. مناقصه‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن‌های ۲۲۴۲ -۰۷۷۳۱۳۱۲۲۴۸ تماس حاصل فرمایند.

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی