چگونه فرزندان قدرشناسی تربیت کنیم؟

نوع رابطه‌ای که والدین با فرزندان خود دارند، طرز رفتار و گفتار و توجهاتی که به کودک می‌کنند، اولین قدم برای تعلیم و تربیت است و بیشتر رفتار کودکان در آینده نتیجه روش تربیتی والدین با آنان است. داشتن فرزندانی قدرشناس، آرزوی هر پدر و مادری است. البته بماند که اکثر والدین از ناسپاسی فرزندان‌شان گلایه دارند. حس قدردانی هم برای والدین و هم فرزندان خوب است. بسیاری از پدر و مادرها انتظار قدردانی دارند اما در بیشتر مواقع بچه‌ها به حدی در خواسته‌های خودشان غرق می‌شوند که دیگر نمی‌توانند قدردان نعمت‌های اطراف‌شان باشند. والدین ابتدا باید قدردانی را به خود بیاموزند تا بتوانند فرزند آنقدرشناسی داشته باشند. زمانی که کودک را به دلیل کارهای خوبش تشویق یا از او تشکر می‌کنند، به او می‌فهمانند که چقدر برای آنان ارزشمند و مورد توجه است. پدر و مادر آگاه باید قدردان کارهای هرچند کوچک افراد خانواده، دوستان و اقوام باشند و سعی کنند اینقدردانی را در مقابل فرزندان نیز نشان دهند. وجود حس قدردانی در روابط بین پدر و مادر از موضوعات مهمی است که اگر توسط کودک دیده نشود، او هم این‌گونه استنباط می‌کند که هرگونه محبت والدین جزئی از وظیفه آنان تلقی می‌شود. تقویت روحیه مشارکت و همکاری از دیگر مواردی است که به قدردانی کودکان کمک می‌کند. این‌که برای آنان مسئولیت‌هایی را برای مثال در کارهای خانه در نظر بگیریم نیز در این موضوع مؤثر است.

ذره‌بین

دیجیتال مارکتینگ اینفلوئنسرها

نمایش کالاها که پیش از این در شبکه‌های اجتماعی متداول بوده و به‌عنوان اینفلوئنسر مارکتینگ با چرخش مالی ۷/۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ شناخته می‌شد، اکنون به لطف رابطه بالای بین میکروواینفلوئنسر و فالوئرهایش به ۸/۱۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ رسید و نهایتا به یک روش رسمی بازاریابی در عرصه شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام و تیک‌تاک تبدیل شد. چنان‌که حدود ۸۰ درصد این کسب‌وکارها اینستاگرام را ترجیح می‌دهند. این پلتفرم‌ها به لطف اینفلوئنسر مارکتینگ به سودآوری ۸۰۰ میلیون دلاری در سال ۲۰۲۱ رسیدند که البته رشد مالی اینها در سال ۲۰۲۲ به بالای ۹۵۸ میلیون دلار افزایش یافت. از سویی شرکت‌های مرتبط با اینفلوئنسر نیز ۲۶ درصد در سطح جهانی پیشرفت کردند و به ۱۸ هزار و ۹۰۰ کمپانی متخصص در حوزه دیجیتال مارکتینگ رسیدند. این فعالان در پلتفرم‌های اینستاگرام و تیک‌تاک بسیار باقدرت ظاهر شدند و میکروواینفلوئنسرهای اینستاگرام بیشتر مربوط به زنان ۲۴ ساله و جوان‌تر تعلق دارد. حال سؤال اینجاست که چرا زنان در این زمینه پررنگ ظاهر شدند؟ پرسشی که گای دوبور این‌گونه پاسخ می‌دهد: «حجت تماشا فقط این است که هرچه ظاهر شود نیکوست و هرچه خوب است ظاهر شود.» به عبارت دیگر منظور فیلسوف امروزی فرانسه این است که زیبایی علی‌رغم قانون طبیعی بودنش در جهان، اکنون بر تمام جوانب زندگی ما به شرط نمایش‌دادن آن سایه می‌افکند. موضوعی که مرتبط با بحث بصری است و درحال‌حاضر بیشتر با قدرت شبکه‌های اجتماعی و میکروواینفلوئنسرهایش به اوج می‌رسد. افرادی که با جاذبه و صداقت خود به ساخت یک شبکه اعتمادی با طرفداران‌شان دست می‌زنند و همین عامل تبدیل به رسانه‌ای ارزشمند برای تبلیغ کالاها جهت دستیابی به مخاطبان‌شان هدف‌گذاری می‌شود. با استناد به آمارهای بالا متوجه شدیم که از پس این ارتباط، علاوه بر سود بردن کسب‌وکارهای اینترنتی، پلتفرم‌ها هم از گردش مالی بالایی برخوردار می‌شوند.

موج‌سازی مجازی علیه واقعیت

چگونه میکروواینفلوئنسرها تبدیل به غول‌های مجازی شدند؟

فائزه‌سادات حسینی
گروه جامعه

امروزه شاید واژه میکرو اینفلوئنسریا خرده‌تأثیرگذار را زیاد شنیده‌اید و حتما برای فهم آن جست‌وجوهایی در گوگل داشته‌اید. در بررسی‌های خودتان متوجه شدید که این افراد در صفحات شبکه‌های اجتماعی مثل توییتر، اینستاگرام و تیک‌تاک و یوتیوب مخاطبانی به تعداد هزار تا ۱۰۰ هزار دارند. سؤال اینجاست که میکرو اینفلوئنسرها به‌رغم تعداد پایین فالوئر با چه ویژگی‌هایی قادر به جریان‌سازی در شبکه‌های اجتماعی هستند؟ جهت پاسخ باید گفت که آنان در ابتدا روی یک موضوع خاص تمرکز دارند تا بعدها در آن تبدیل به یک مرجع خاص یا شاخص شوند؛ پس این‌طور هم بیشتر مورد بازدید قرار می‌گیرند.

اگر دقتی روی رفتارهای میکروواینفلوئنسرها داشته باشید، می‌بینید که در بیان گفتارها و محتواهای خود بسیار مراقبت می‌کنند تا اعتماد مخاطبان خود را از دست ندهند یا به‌اصطلاح ریزش نداشته باشند. جهت اعتمادسازی هم پاسخگویی قوی برای فالوئرهای خود هستند که در قالب Post-by-Post مشاهده می‌شود و همین امر یک شبکه‌ای از مخاطبان وفادار را با مشارکت بالا ایجاد می‌کند. پس با ساخت یک شبکه اعتمادی از طرفداران خود به بیان نظرات یا میتینگ‌های سیاسی روی می‌آورند که در این حالت هم تنها نیستند و به‌راحتی از پشتیبانی فالوئرهای خود برخوردارند. در نتیجه نرخ تعاملی بین آنان رشد می‌کند و در برخی بررسی‌ها به بالای ۶۰ درصد هم افزایش پیدا می‌کند. البته گاهی اوقات آنان به‌منظور بالا بردن روابط بین خود و فالوئر اقدام به برگزاری رویدادهایی زنده یا ضبط شده می‌پردازند که این امر موجب تحریک احساسات مخاطب برای واکنش می‌شود. یکی از بسترهای مناسب نیز به‌منظور انتشار رویداد و به‌طور کلی جلوه‌های بصری همین اینستاگرام است که غالب میکروواینفلوئنسرها از آن استفاده می‌کنند. اپلیکیشنی که بنابر تحقیق مک نیلی و دوستانش در سال ۲۰۲۰ بعد از فیسبوک، مقام دوم را به لحاظ میزان استفاده روزانه ۵۱ درصدی دارد اما در زمینه سطح درگیر کردن هر پست با میزان ۱/۶ درصد جهت تبلیغ یک کالا از فیسبوک جلوتر است. مطلبی که امروزه در ایران با عنوان میکروواینفلوئنسر مارکتینگ آغاز شده و با تهیه فیلم‌های کوتاه از مراسم‌های تجملی مثل ماهگردها یا جشن‌هایی در اینستاگرام قوت می‌گیرد؛ موضوعی که نیازمند بیان ارتباط دیجیتال مارکتینگ با فعالیت‌های میکروواینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی است و ما در قسمت بعد به آن خواهیم پرداخت.

میکروواینفلوئنسرها چگونه برای ما قاب رؤیایی می‌سازند؟

بنابر آمار جهانی گفتیم که چگونه فعالیت‌های خرده‌تأثیرگذاران در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام در صدر پرمخاطب‌ها قرار گرفت. افرادی که سلبریتی نیستند اما فقط به‌سبب قدرت گفتاری و صداقت در آن توانسته‌اند دسته‌ای از فالوئرها را جذب و بر سبک زندگی‌شان تأثیر بگذارند. الیزا سرافینلی درباره علت این موضوع در تحقیقش می‌نویسد: «تجربه واقعی کارهای ما معمولا توسط دستگاه‌ها در قالب فرم‌های مبتنی بر رسانه نمایش داده می‌شود که چیزی بیش از یک واسطه نیستند و در دو وجه از زندگانی ما مشخص می‌شوند: ۱) ضبط ۲) اشتراک‌گذاری و پخش آنان. در بخش دوم ما دیگر شاهد فرد، مکان و موضوع مورد نظر نیستیم بلکه شواهدی از اندیشه و ایدئولوژیک‌شان در بستر بازسازی واقعیت هستیم.» این یعنی شما با واقعیت خودفرد روبه‌رو نیستید و اصل رسانه هم برمبنای نمایش بخشی از صحنه یا شاید هم ساخت آن است.

تولیدی که امروزه در فضای شبکه‌های اجتماعی مخصوصا اینستاگرام به‌نام رویدادهای ساختگی شناخته می‌شود و هدف آن، افزایش جنبه نمایش زندگی روزمره است تا افراد بیشتری را جذب و سپس به پایه ثابت‌های صفحه ارتقا دهد. حال خرده‌تأثیرگذاران از این ابزار به‌عنوان یک پل اصلی ارتباطی میان خود و مخاطبان‌شان استفاده می‌کنند که همان مراسم‌های معمولی هستند اما توسط خود رویداد ایجاد و برای آن نیز وسعت داده می‌شوند. پلتفرم‌های مورد استفاده آنان اینستاگرام است و از این طریق سبک جدید زندگی‌شان یا آن چیزی که در رؤیای فالوئرشان آرزوست، به نمایش بصری درمی‌آورند. پلتفرم بصری که نقش مهمی در انتقال مفاهیم واقعیت ساختگی با درگیر کردن مخاطبان در آن دارد. این مشارکت به‌صورت فیزیکی در مراسم‌ها یا حضور آنلاین در آنان است که برای میکروواینفلوئنسرها بار فیزیکی‌اش به جهت ارزش گرافیکی یا زیبایی شناختی آن مانند نوع پوشش، آرایش، چیدمان و رنگ و رفتارها اهمیت بیشتری دارد، زیرا از همین‌ها می‌توانند اعتبار کسب کنند و بر تعداد مخاطبان‌شان بیفزایند.

برای خواندن متن کامل کیوآرکد را اسکن کنید

برش

چرا میکرو اینفلوئنسرها، ملیجک تبلیغاتی هستند؟

گفتیم یکی از علل برجسته شدن خرده‌تأثیرگذاران همانا ایجاد روابط اعتمادی پایدار است که باید از صداقت گفتار آنان حاصل شود. همین عامل امروزه موجب جذب صاحبان کالاها به این افراد شده تا به‌جای سلبریتی‌های بزرگ، از جذابیت میکروواینفلوئنسرها جهت تبلیغ خود استفاده کنند. عده‌ای از محققان به‌منظور اثبات این تأثیرگذاری اقدام به نظرسنجی از میان ۵۴۰ زن با رده‌سنی ۱۸ تا ۲۵ در سال ۲۰۱۸ کردند. موضوع از این قرار بود که چقدر خرده‌تأثیرگذاران شبکه‌های اجتماعی می‌توانند بر قصد خرید یک رژلب در میان فالوئرهای‌شان اثرگذار باشند. آزمایش نشان داد که این افراد از نفوذ خوبی بر زنان برخوردارند و حتی قابلیت تبلیغات بیشتر را هم دارند.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۶۷۸

جدول عادی

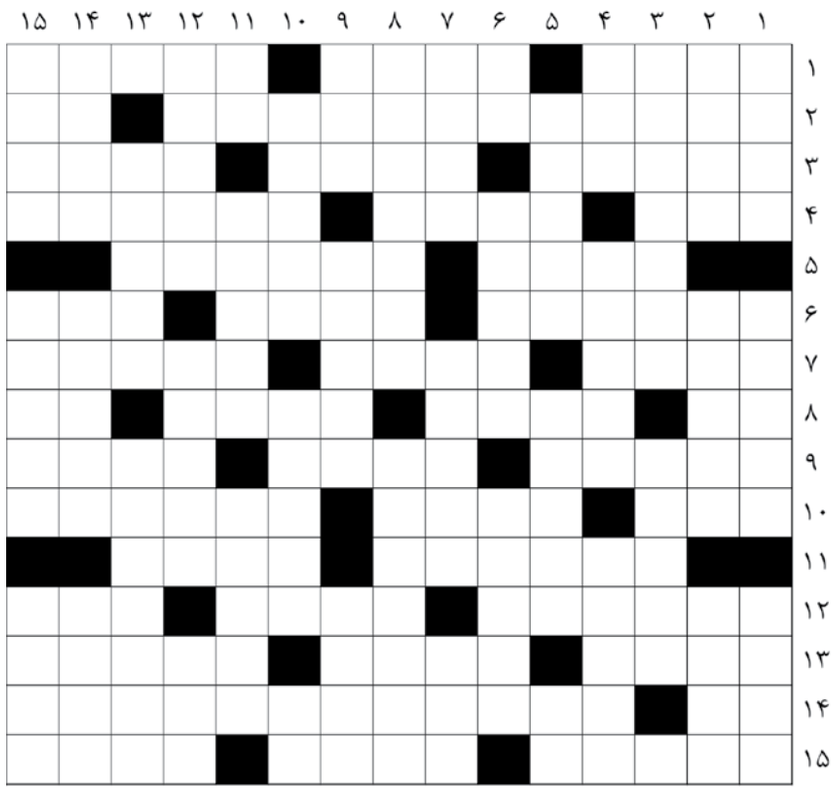
افقی: ۱) خاتون- گداخته شده- ترنم ۲) سرمربی آلمانی تیم ملی کره جنوبی- ضمیری عربی ۳) لندهور و بدقواره- از القاب امرای ترک- تکخوان اپرا ۴) نیروها- غذای مجردی- خاطره‌ای که در ذهن می‌ماند ۵) سست- نقطه ضعفی که با استفاده از آن می‌توان کسی را مطیع خود ساخت ۶) چاپگر کامپیوتر- رشته باریک و دراز- منزلت ۷) درآمد نامشروع با امکانات دولتی- قاطر- سپهسالار قشون اشکانی ۸) آخرین یک رقمی- اسب بارکش- از القاب اشرافی زنان اروپا- مفقود ۹) رنجبر- تازه زایمان‌کرده- شیعه بودن ۱۰) دستپاچه- نوعی ماهی استخوانی دریای خزر- آلبومی با نوازندگی تنبور سید خلیل عالی‌نژاد ۱۱) بالکن- تخم کنان ۱۲) آسانسور- سرگرمی- پوست دباغی شده ۱۳) ضرباهنگ- غذای روزه‌داران در سحر- اپراتور ۱۴) شخص- خواننده ترانه سلام ای ناله بارون ۱۵) هنر ششم- سرنیزه- برادر رستم در شاهنامه.

عمودی: ۱) پیاده در شطرنج- عاشق پرواز- فراوانی و رونق ۲) نوعی اسباب بازی- راه باریک و سرپوشیده- جریان متناوب برق ۳) متدی در خیاطی- راهنمایی کردن ۴) پیشوندی در دستگاه یکاهای بین‌المللی به معنی میلیون- عتیقه- مجانی ۵) دوره‌ای از بیماری- هر طبقه ساختمان- تکرار حرفی ۶) سرراست- آبیار- زبان رسمی ایرانیان ۷) خوار- دارای گرمای بسیار- گمانه ۸) شبکه رایانه‌ای فراگیر- از اجزای سازنده اتم ۹) عمارت- نویسنده روسی رمان مادر- فدراسیون بین‌المللی شنا ۱۰) دلباخته یوسف (ع)- دلپذیر- N ۱۱) باد سرد- بلندترین قله دنیا- اتاق قابل حمل ۱۲) فراخوانده شده- فیلم کابویی- کماندار ایرانی ۱۳) شلیک پیاپی- مهم‌ترین مرکز مذهبی شیراز ۱۴) آماده- رنگارنگ- خواب خیال انگیز ۱۵) داد و فریاد- توده مردم- ارادتمند.

جدول ویژه

افقی: ۱) سست و ناتوان- ثابت و قطعی شده- مقدمه اندیشیدن ۲) داستانی نوشته سیدمهدی شجاعی- N ۳) آکنده- تیری که با کمان اندازند- تکیه‌کلام درویش ۴) گوژپشت- بیعانه- نوعی ماهی کنسروی ۵) ماه دهم قمری- اخلاص و صمیمیت ۶) واحد اقتصادی که برای تأمین منافع همه اعضا تشکیل می‌شود- خداوندی- گروهی از ترکیب‌های آلی اکسیژن‌دار ۷) همداستان کلیله- زمزمه کردن- در دل افکندن ۸) مخفف اگر- خوراک قناری- مربوط به ادبیات- من و تو ۹) عکس العمل- کلیسای قدیمی اصفهان- ترسناک ۱۰) کوهی در مکه- کرانه‌ها- بازیکن شاغل در تیم خارجی ۱۱) لباس مردانه قدیمی- دارایی و ثروت ۱۲) نوعی اردک- شهری در استان زنجان- شکلک ۱۳) دارای طول زمانی- هوو- پندارها ۱۴) میان- پدر نمایشنامه‌نویسی کمدی ایتالیا ۱۵) فعال- از هفت قلم آرایش قدیم- عقیق سلیمانی.

عمودی: ۱) اندیشمندان- ادامه یافتن- دیکته ۲) به رنگ خاکستر- نام پدر حضرت مریم (س)- ماهی فروش ۳) کوهستانی در مغرب چین- کلاه ایمنی ۴) قرآن را روی آن گذارده و تلاوت کنند- شهر مبدأ کورنا- شاعر نابینا ۵) سردار شهید دهلاویه- دلاوری- ضمیر غایب ۶) مخفف مشهدی- نوعی بازی سریع در شطرنج- از جزایر خلیج فارس ۷) از هفت سین- نقاش فرانسوی سبک امپرسیونیسم- تکنوازی ۸) از صفات خداوند- بزرگ‌ترین زیست بوم کره زمین ۹) عشق بیگانه- لبه تیز شمشیر- خاتون ۱۰) پیوسته- مطلبی را با آب و تاب خواندن- صوت شگفتی ۱۱) عید ویتنام- دندان‌های نیش- فیلم معروف باستر کیتون ۱۲) ریزترین رگ خونی- علم طلسمات- کتاب هندو ۱۳) از آثار هومر- بادی رینگ ۱۴) نوعی کاغذ نامرغوب- آماده ساختن- خردمند ۱۵) این عنصر در مای معمولی گاز است- فاکس- اثر ژان ژاک روسو.



حل جدول عادی ۶۶۷۷

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

حل جدول ویژه ۶۶۷۷

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

مزایده عمومی سراسری
ویژه فروش املاک مازاد بانک صادرات ایران
مدیریت شعب استان مازندران
شماره ۱۴۰۲/۵ - نوبت دوم
بانک صادرات ایران مدیریت شعب استان مازندران در نظر دارد تعداد ۵۵ رقبه از املاک مازاد خود را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و مشاهده املاک به قسمت مناقصه و مزایده سایت بانک به نشانی: www.bsi.ir مراجعه وحداکثر تا ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۲ نسبت به خرید اسناد مزایده اقدام و در صورت هر گونه ابهام با شماره تلفن‌های ۳۳۳۷۰۴۳۴ - ۳۳۳۷۴۹۱۰ - ۰۱۱ تماس حاصل نمایند.
شایان ذکر است آگهی نوبت اول مزایده در روزنامه وارش استان مازندران در تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۷ منتشر گردید.
بانک صادرات ایران

تجدید فراخوان مناقصه عمومی
دو مرحله‌ای با ارزیابی کیفی (یکپارچه)
خرید ۲۴۴ کیلومتر انواع کابل روشنایی باند و فشار ضعیف
شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران
شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران در نظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) به شماره ۲۰۰۲۰۰۱۰۱۰۰۰۰۰۸۷ خرید ۲۴۴ کیلومتر انواع کابل روشنایی باند و فشار ضعیف را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۹ می‌باشد.
مهلت زمانی ارسال پیشنهاد: ساعت ۱۷ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۷
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۷ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۰
زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰ صبح روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۸
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف: آدرس: فرودگاه مهرآباد، خیابان معراج، ساختمان اداره کل تدارکات و تأمین تجهیزات شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران، تلفن ۶۱۰۲۲۴۶۳
م الف/ ۴۶۳۹ شناسه ۱۶۷۴۹۷۵

فراخوان مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) یک مرحله‌ای
تجدید مناقصه تعمیر و بازسازی ۶ دستگاه مبدل حرارتی مربوط به توربین نفسکی
شماره آگهی: ۸۷۳۲۰۱۰۴
نوبت دوم
شرکت انتقال گاز ایران
منطقه دو عملیات انتقال گاز
شرکت انتقال گاز ایران / منطقه دو عملیات انتقال گاز در نظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) موضوع فوق به شماره ۹۶ - ۲۰۰۲۰۹۲۶۷۸۰۰۰۰ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.
مواعد زمانی:
تاریخ انتشار فراخوان: روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۸
مهلت دریافت اسناد فراخوان: تا ساعت ۱۲ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۰
شناسه ۱۶۷۴۲۹۱
مهلت ارسال پیشنهادات: تا ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۸
زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۵ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۰۴
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند اجراع کار:
نوع: به صورت یک یا ترکیبی از تضامین مورد اشاره در ماده ۶ آیین‌نامه تضمین در معاملات دولتی مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲
مبلغ: ۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: آدرس: اصفهان، کیلومتر ۱۷ جاده اصفهان- نجف آباد، منطقه دو عملیات انتقال گاز، کدپستی: ۸۴۳۴۱۱۴۹۶۲
شماره تماس: ۰۳۱-۳۴۰۴۳۴۸۶ و ۰۳۱-۳۴۰۴۳۴۱۹
ضمنا آگهی فوق در سایت های زیر قابل مشاهده می باشد:
WWW.SHANA.IR http://district2.nigtc.ir http://iets.mporg.ir
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۲/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹
روابط عمومی منطقه دو عملیات انتقال گاز