کارگاه زندگی

تاثیرات ازدواج اجباری بر زندگی فردی و اجتماعی افراد

متاسفانه گاهی شاهد این موضوع هستیم که برخی خانواده‌ها زمانی که سن ازدواج جوانان‌شان فرامی‌رسد، به‌جای ترغیب آنان به ازدواج، با معرفی افرادی طبق معیارهای خود، او را به فرزندشان معرفی می‌کنند. در بسیاری مواقع با ازدواج اجباری و پیشنهادهایی که خیلی هم با ملاک‌های جوانان همخوانی ندارد مواجه می‌شویم و جوان بدون داشتن قدرت تصمیم‌گیری و برخلاف میل خودتن به ازدواجی می‌دهد که به اجبار یا خواست والدین و اطرافیانش بوده است. پیوندهایی که به جهنمی برای زن و مرد تبدیل می‌شود. والدین به‌دلیل تجربه چندین و چندساله‌شان تصور می‌کنند که فرزندشان تجربه کافی را نداشته و نمی‌تواند همه جوانب را بسنجد، بنابراین در ازدواج جوان خود دخالت می‌کنند. با وجود این‌که ازدواج و تشکیل خانواده یکی از مهم‌ترین اتفاقات هر فرد است اما نارضایتی تنها یکی از زوجین در این امر به اختلاف و تنش در درون خانواده، طلاق عاطفی، ارتباطات نامشروع و ... منجر می‌شود.

درحالی‌که ازدواج در زوجین، امید، نشاط و انگیزه مضاعفی ایجاد می‌کند. زمانی که ازدواج به‌صورت اجباری شکل بگیرد تبدیل به کابوسی برای آنان می‌شود و افسردگی، دلسردی، پرخاشگری و ... را برای آنان نیز به همراه دارد. بسیاری از مردانی که به شکل اجباری ازدواج کرده‌اند تمایلی به برقراری رابطه عاطفی با همسر خود نشان نداده و دچار خیانت در زندگی مشترک می‌شوند و بسیاری از زنانی که به اجبار ازدواج کردند از اختلالات عاطفی و روانی رنج می‌برند.

ایستگاه

کاهش سن متقاضیان عمل‌های زیبایی

توجه به ظاهر طی دهه‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است و تاکید به جذاب‌بودن از سوی برخی سلبریتی‌ها و به‌صورت کلی فضای مجازی، به جوانان القا می‌شود. نسل جدیدی که درحال‌حاضر از سنین نوجوانی متقاضیان اصلی عمل‌های زیبایی محسوب می‌شوند؛ به‌گونه‌ای که انجام اقدامات زیبایی در دختران پس از دوران بلوغ و از ۱۴ سالگی و در پسرها از ۱۶ سالگی انجام می‌شود. تزریق انواع ژل، بوتاکس، اکستنشن (اضافه‌کردن مو و مژه موقتی)، پرسینگ (سوراخ‌کردن پوست)، تتو (خالکوبی) و موارد دیگر از جمله کارهایی است که با استقبال و تمایل زیادی در بین جوانان همراه شده است. این درحالی است که بسیاری از این جوانان حاضرند تا علاوه بر پرداخت هزینه‌های گزاف، عوارض جسمانی این‌گونه عمل‌ها را نیز بپذیرند؛ اما متاسفانه بعضی افراد غیرحرفه‌ای که حتی برخی‌شان پزشک هم نیستند، با تبلیغات نادرست در فضای مجازی اقدام به جذب این بیماران

کم‌سن‌وسال می‌کنند و این جراحی‌ها را در مراکز غیرمجاز انجام می‌دهند. حساس‌بودن دوره نوجوانی، نیاز شدیدی را نسبت به توجه و دیده‌شدن می‌طلبد و از طرفی چهره خود را خیلی دوست ندارند و همین امر اینها را به انجام عمل‌های زیبایی نامتعارف هدایت می‌کند. با وجود هشدارهای مکرر در خصوص تزریق انواع ژل به صورت ازجمله لب‌ها و دیگر اعضای صورت، بازهم در معابر عمومی نوجوانان و جوانانی مشاهده می‌شوند که چهره معصوم و زیبای خود را دستخوش تزریقات نامتقارن و نامناسب قرار داده‌اند و چهره‌هایی بعضا ناشایست برای خود ایجاد می‌کنند. بااین حال به نظر می‌رسد که تقویت عزت‌نفس تنها راه چاره برای جلوگیری از گرایش افراطی جوانان به زیباسازی‌های کاذب باشد. مشاهده جوانانی با چهره‌های تغییریافته و در برخی موارد غیرطبیعی این هشدار را می‌دهد که باید فکری برای تقویت هویت و اعتمادبه‌نفس این نسل صورت پذیرد.

واکاوی «جام‌جم» درباره نقش رسانه‌ها و سلبریتی‌ها در گرایش افراد به عمل‌های زیبایی

سلبریتی‌ها در خدمت بی‌هویتی

امروزه انجام عمل‌های زیبایی یکی از شایع‌ترین اقدامات در سطح جهان به‌شمار می‌رود و متقاضیان زیادی هم دارد که البته ایران هم از این قاعده مستثنا نیست. در این بین رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی و سلبریتی‌ها برای تغییر ذائقه افراد نقش بسزایی دارند. گویا در خصوص این موضوع دیگر نمی‌شود به تفکیک جنسیت پرداخت، چراکه در سال‌های اخیر روی‌آوردن مردان نیز به انجام بسیاری از کارهای زیبایی افزایش یافته است.

جریان‌های رسانه‌ای و سلبریتی‌های مختلف، هر روز استانداردهای جدیدی از زیبایی را به افراد القا می‌کنند. استانداردهایی که حالا دیگر به یک صنعت فراگیر تبدیل شده است. البته بسیاری از افراد مشهور در کنار رسانه‌ها و فضای برخط، در اکثر مواقع به‌صورت غیرمستقیم این زیبایی‌ها را القا می‌کنند و نوعی بی‌هویتی و ازخودبیگانگی را برای افراد رقم می‌زنند. سلبریتی‌ها از عناصر مهم رسانه‌ها محسوب می‌شوند و جوانان و نوجوانان ازجمله مهم‌ترین دنبال‌کننده‌های آنان هستند. آنها سعی دارند که به همه لحاظ خود را به این سلبریتی‌ها نزدیک کنند، ولو با انجام عمل‌های سنگین و گزاف که حتی ممکن است سلامت‌شان را به خطر اندازد.

نقش مهم رسانه‌ها در معیارهای زیبایی

از مهم‌ترین دلایل گرایش به عمل‌های زیبایی تمایز و دریافت نوعی مقبولیت اجتماعی است. بااین حال باید نقش تبلیغات رسانه‌ای را هم بسیار تاثیرگذار دانست. دکتر امیر یزدیان، پژوهشگر سواد رسانه‌ای و مدرس دانشگاه با اشاره به این موضوع و نقش مهم رسانه‌ها در معیارهای زیبایی به جام‌جم می‌گوید: «دنیای معاصر دنیایی است اشباع از پیام‌های رسانه‌ای؛ به‌نحوی‌که اکثر انتخاب‌ها و تصمیم‌های ما در زندگی از رسانه‌ها متاثر است. این رسانه‌ها هستند که در یک فرآیند شناختی بلندمدت با پیام‌های مختلف در ناخودآگاه ما تاثیر گذاشته و انتخاب‌ها و اولویت‌ها و به‌طورکلی نیازهای ما را به نحوی تعیین و تعریف می‌کنند. تصمیم‌گیری راجع به تغییر ظاهر یا معیارهای زیبایی هم از این مقوله مستثنا نیست.» به‌هرحال امروزه ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که رسانه‌محور است چراکه رسانه‌ها موارد بسیاری را القا و افراد فکر می‌کنند که خودشان تصمیم می‌گیرند.

یزدیان بر این باور است که امروزه پژوهش‌های بسیار زیادی با محوریت این موضوع در سراسر دنیا به انجام رسیده که بر تعیین اولویت‌های زیبایی جامعه از سوی رسانه‌های جمعی یا حداقل تشدید آنها در سطح جامعه، صحه می‌گذارند. وی همچنین تصریح می‌کند: «این رسانه‌ها اغلب زنان لاغر و با اندام متناسب را به‌عنوان زیباترین زنان معرفی می‌کنند. همین امر باعث می‌شود که بسیاری از زنان به‌دنبال کاهش وزن و رسیدن به این استانداردهای زیبایی باشند.»

زیبایی برای موفقیت و خوشبختی!

به نظر می‌رسد که تمام رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بر روند گرایش به عمل‌های زیبایی تاثیر بگذارند. البته در دوره‌های مختلف معیارهای زیبایی‌شناختی مدام در حال تعریف و بازتعریف است و این‌طور نیست که حتی در کوتاه‌مدت و میان‌مدت ثابت بماند. طبق گفته این پژوهشگر رسانه‌های جمعی، ویژگی‌های خاصی از صورت را به‌عنوان زیباترین ویژگی‌ها معرفی می‌کنند که علاوه بر تاثیر بر ویژگی‌های ظاهری، این رسانه‌ها می‌توانند بر نگرش افراد نسبت به زیبایی نیز تاثیرگذار باشند. یزدیان نیز می‌گوید: «رسانه‌ها اغلب زیبایی را با موفقیت، خوشبختی و محبوبیت مرتبط می‌سازند. همین امر باعث می‌شود که بسیاری از افراد احساس کنند که برای موفقیت و خوشبختی باید زیبا باشند.»

سلبریتی‌ها، بازوی اصلی رسانه‌های جمعی

«سلبریتی‌ها و چهره‌های مشهور نیز بازوی اصلی رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی برای ترویج و تبلیغ چنین نگرش‌هایی هستند. در چنین جامعه‌ای سلبریتی‌ها معمولا به‌عنوان الگوهای رفتاری و سبک زندگی برای بسیاری از شهروندان (به‌ویژه جوانان) شناخته می‌شوند. این چهره‌ها با ظاهری آراسته و زیبا در رسانه‌ها ظاهر شده و موجب می‌شوند تا جوانان احساس کنند که برای زیبا بودن باید شبیه آنها باشند.» این را یزدیان می‌گوید، چراکه همین سلبریتی‌ها معیارهای زیبایی‌شناختی را ایجاد می‌کنند و احتمالا پس از مدتی آن را تغییر می‌دهند و اگر افراد، هویت مناسبی برای خود تعریف نکرده باشند قطعا تحت تاثیر این بازنمایی قرار می‌گیرند. همان‌طور که یزدیان نیز می‌گوید: «سلبریتی‌ها ممکن است با تبلیغ محصولات و خدمات زیبایی و به‌اشتراک‌گذاشتن تصاویر و ویدئوهای دستکاری‌شده از خود در رسانه‌های اجتماعی موجب تغییر معیارهای زیبایی در سطح جامعه و در میان شهروندان شوند.»

مکث

تقویت هویت در مقابل سواد رسانه‌ای

در این عمل‌های زیبایی، عواملی همچون اعتمادبه‌نفس پایین، تصویر بدنی منفی از خود، نیاز به کسب توجه و تایید از سوی دیگران، همچنین تشویق‌کننده‌های بیرونی مانند خانواده، دوستان، فامیل و همسر با مقایسه فرد و دادن بازخورد منفی می‌توانند باعث سوق‌دادن افراد برای انجام عمل‌های زیبایی شوند. این مدرس دانشگاه اظهار می‌کند: «ما نیازمند شهروندانی هستیم که هویت خود را به نحوی شایسته پرورش داده باشند. از چنین شهروندی انتظار می‌رود که نخست، انگیزه‌ها و اهداف خود را برای زندگی در این جهان شناسایی کرده و متناسب با این اهداف، نیازهای اساسی خود را تعریف کند. ممکن است در این میان بنا به دلایلی چون تصادف، آتش‌سوزی یا سلامتی نیاز به تغییر ظاهر هم وجود داشته باشد که حتما موارد معدودی را در بر خواهد گرفت. هرچقدر شخص هویت قدرتمندتر و خودساخته‌تری داشته باشد، به احتمال زیاد کمترین تاثیرپذیری را از رسانه‌های جمعی خواهد داشت.» اما افرادی که همه زندگی‌شان درگیر چنین جراحی‌های زیبایی می‌شود، باید به این نکته توجه کنند که این اقدامات زیبایی الزاما زندگی آنها را تغییر نمی‌دهد و مشکلات فردی‌شان را حل نمی‌کند. این مدرس دانشگاه ضمن بیان تقویت مهارت سواد رسانه‌ای اظهار می‌کند: «این موضوع به‌هیچ‌وجه به معنای پرهیز از مصرف رسانه‌ها نیست. در زمانه‌ای که ما زندگی می‌کنیم گریزی از همزیستی با رسانه‌ها نیست چراکه سواد رسانه‌ای به ما این امکان را می‌دهد که از امکانات و ظرفیت‌های موجود بیشترین استفاده، بهره و در نهایت لذت را ببریم.»

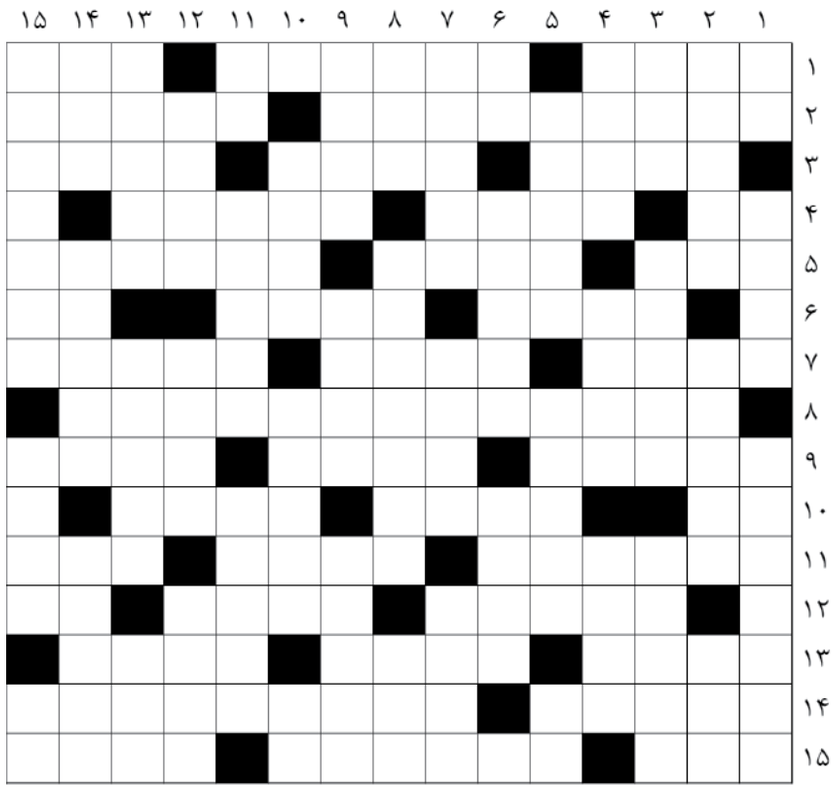
طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۶۵۴

جدول عادی

افقی: ۱) شیر کوهی- رمانی نوشته سیامک گلشیری- آزمون چندگزینه‌ای ۲) مسئولیت اجرای قانون اساسی را برعهده دارد- روی قاب پنجره می‌اندازند ۳) جهان- آگاهی- ثابت و پابرجا ۴) نت سوم- واحد اندازه‌گیری شدت جریان الکتریکی- نقصان ۵) قبیله- از صور فلکی- نام سابق اصفهان ۶) تمدن قدیمی در بین‌النهرین- خبر خوش- بله آلمانی ۷) بی‌نظیر- عهده‌دار شغلی شدن- آلبومی با آواز علیرضا افتخاری ۸) بانوی نویسنده بوشهری و خالق رمان کولی کنار آتش ۹) قاضی- حنا- غذای ثروتمندان ۱۰) رنگ‌نشده!- از نام‌های قرآن- ضروری ۱۱) ترکیب نیتروژن و فلز- درنگ کردن- سم حشره‌کش ۱۲) بالاترین درجه دانشگاهی- ترسناک- پسوند شباهت ۱۳) نفی‌کننده- فریادرس- زمان تعیین‌شده برای انجام کاری ۱۴) نامی دخترانه- منجم ۱۵) پایتخت یونان- خوراک- درنظرآوردن.

عمودی: ۱) خالی نیست- بسیار نزدیک- ویرگول ۲) دستگاه قدیمی نمایش فیلم- منسوب به یمن- ابزار، وسیله ۳) کاشتنی انفجاری- از شبکه‌های تلویزیونی کشورمان- به خاک سپردن میت ۴) قاره پهناور- برق را از کوئل به دلکو می‌رساند- ناپسند ۵) روزنامه پیش‌روی شما- حالت قانونی پیداکردن- برادر عرب ۶) حس بویایی- از باشگاه‌های فوتبال پرتغال- نوعی برنج مرغوب شمال ۷) از پرسنل کادر درمانی- واضح و آشکار- پدر عمار ۸) خواستاری- مراوده- میخ در گویش عرب ۹) سایه‌بان درشکه- خشمگین- آبادانی ۱۰) پوسیده- عبادت غیرواجب- شهری در جنوب تهران ۱۱) گل سرخ- سراینده صدای پای آب- طعام عروسی ۱۲) مثل و مانند- اپرای کوچک- پردیس ۱۳) سفارش- اضافه‌ها- قایق بزرگ موتوری ۱۴) جد رستم- از الفبای لاتین- آسیاب دستی ۱۵) پایانه مسافربری- مخترع پیل‌الکتریکی- زهر.



جدول ویژه

افقی: ۱) حنظل- سازی کوبه‌ای- قیمت ۲) پایتخت برونئی- خط‌الشعر ۳) غربال- قدیمی‌ترین رسانه- مباد ۴) یازده- پرتویی الکترومغناطیسی- ماترک ۵) یاری‌دهنده- برای این‌که- صدمین سوره قرآن ۶) بخش هلالی انتهای ناخن- سازمان پیمان مرکزی- راهی که به آخر نمی‌رسد! ۷) فرعی- خمیده- کلرید آمونیوم ۸) رمانی از پاتریک وایت، نویسنده نوبل برده استرالیایی ۹) نوعی پارچه ریزبافت- پسندیدن در فضای مجازی- رفع‌کننده ۱۰) رایحه- مقابل رفتن- امید بستن به خدا ۱۱) کنایه از مهارت و قدرت است- دشنامگو- چین و چروک پوست ۱۲) قطعی برای کتاب- سخاوتمند- F13) بیم‌دهنده- به حالت خمیده- داخل‌شدن ۱۴) منطقه‌ای کوهستانی بین اردن و سوریه- گوشه‌ای در دستگاه سه‌گاه ۱۵) بخشش، عطا- با چیزی ور رفتن- ذرات ریزتشکیل‌دهنده سنگ.

عمودی: ۱) مزه خرمالو- هدف، نشانه- نوعی حساسیت ناشی از گرده گیاهان ۲) از سرداران یزدگرد ساسانی- بیدادگر معاصر حضرت ابراهیم(ع)- گداختن ۳) گشت‌وگذار- ازاجزای برگ- اصطبل ۴) قالب زرگری- نامی دخترانه- چند وزیر ۵) مواد مذاب آتشفشانی- نوعی طاق در فضای معماری- پیشوندی منفی ۶) قلب دوم- میعادگاه حافظ- نافرمان ۷) نمای ساختمان- پدر- بنیانگذار مکتب روانشناسی تحلیلی ۸) برنج شوشتری- شکلی هندسی- باطل کردن ۹) ویتنام قدیم- حزب هیتلر- به کمال رسیدن ۱۰) پیمان بستن برای فرمانبرداری- نوشیدنی میوه‌ای- نفوذ به یک سیستم رایانه‌ای ۱۱) یادداشت- شهری در شهرستان کاشان- خلأ ۱۲) یکان- مجموعه مسکونی بزرگ- تکه پارچه سه‌گوش ۱۳) سه تایی- ساکنان محله- دوستی ۱۴) حیوان آزمایشگاهی- بزرگان دربار- گازی رادیواکتیو ۱۵) معادل فارسی گرافیک- علوفه فروش- پیشوندسلب.

حل جدول عادی ۶۶۵۳

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

حل جدول ویژه ۶۶۵۳

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

نوبت دوم
آگهی مناقصه عمومی
با اخذ سپرده
شرکت پالایش نفت بندرعباس (سهامی عام)
درخواست شماره: RHP-0026407008-T21
موضوع آگهی:
خرید EXPLOSION PROOF SOUNDER/HORN & FLASHER
برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت www.BAORCO.IR مراجعه نمایید.
روابط عمومی و امور بین‌الملل

نوبت دوم
آگهی فراخوان مناقصه
شماره ۱۴۰۲/۹۴
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گازاستان آذربایجان شرقی
شرکت گاز استان آذربایجان شرقی در نظر دارد پروژه خرید سرور را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir به شرح ذیل برگزار و به فروشنده ذیصلاح واگذار نماید.
خرید سرور
Unity 480 DPE 25x2.5 Customer Supplied Rack
به تعداد یک عدد
بدین منظور از کلیه شرکت‌های سازنده/تأمین‌کننده معتبر دارای حداقل رتبه ۲ انفورماتیک و عضو لیست تامین کنندگان شرکت ملی گاز ایران و توانایی تامین اقلام فوق و تهیه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار طبق آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی به مبلغ ۶/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (شش میلیارد و سیصد میلیون ریال) دعوت می‌نماید حداکثر تا ۱۰ روز پس از انتشار نوبت دوم این آگهی، اعلام آمادگی کتبی خود را و فرم‌های تکمیل شده پرسشنامه ارزیابی (کیفی تامین کنندگان کالا) و تصویر مدارک و مستندات مندرج در فرم ارزیابی را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ارسال نمایند.
ضمنا در اسناد مناقصه توزیعی، تاریخ تحویل پاکات و گشایش پیشنهادات قید گردیده است.
مناقصه‌گران باید در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ثبت‌نام و گواهی امضای الکترونیکی را دریافت نمایند.
تلفن: ۳۴۴۹۶۲۷۴ و ۰۴۱-۳۴۴۴۸۰۹۵
دورنگار: ۰۴۱-۳۴۴۴۷۰۸۹
روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی
شناسه ۱۴۲۱۹۳

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی
موسسه جهان ارتباط فجر
موسسه جهان ارتباط فجر در نظر دارد نسبت به شناسایی شرکت‌های واجد شرایط جهت دعوت در مناقصه تامین تجهیزات ابزار دقیق پروژه پالایشگاه مهر خلیج فارس شامل بسته‌های:
Displacer and Float Type Level Transmitters, Self Acting Control Valves, Control Valves, Orifice Plates and Restriction Orifices, Pneumatic Operated On-Off Valves, Pressure & Temperature Gauges, Pressure & Temperature Transmitters, Safety Valves, Process Analyzers, Level Gauges, Ultrasonic and Radar Type Level Transmitter, Rimseal Protection System, Electrical Motor Operated On-Off Valves
اقدام نماید. متقاضیان واجد شرایط می‌توانند جهت دریافت اسناد فنی و ارزیابی کیفی از روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۷ الی دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۲ از ساعت ۸ الی ۱۶ با همراه داشتن معرفی‌نامه رسمی و فیش واریزی به مبلغ ۴،۰۰۰،۰۰۰ ریال (به‌ازای خرید هر بسته) به شماره حساب جاری شماره ۵۱۵۱۷۱۸۰۳۸۰۰۵ (شماره شبا IR۰۷۰۱۵۰۰۰۰۰۰۵۱۵۱۷۱۸۰۳۸۰۰۵) بانک سپه شعبه بلوار مرزداران کد ۱۹۴۴ به‌نام قرارگاه خاتم- واحد اجرائی موسسه جهان ارتباط فجر به آدرس ذیل مراجعه فرمایند.
تهران، بلوار مرزداران، خیابان شهید پورجعفری، انتهای خیابان مالک، پلاک ۲۸، طبقه اول، واحد ۱ مدیریت حقوقی و امور قراردادها، تلفن: ۴۴۲۲۶۲۰۰ داخلی ۲۰۵، کدپستی ۱۴۶۳۷۵۳۸۶۱
■ مهلت تحویل اسناد به موسسه جهان ارتباط فجر تا ساعت ۱۶ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۷ در همان محل خرید اسناد می‌باشد.
■ موسسه جهان ارتباط فجر در پذیرش و یا رد پیشنهادها مختار می‌باشد.
■ ارسال اسناد و مدارک به صورت نسخه کاغذی باشد و از ارسال به صورت CD خودداری شود.
■ مناقصه‌گرانی که در لیست AVLهای شرکت پتروشیمی NPC و شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب NISOC باشند، در اولویت دریافت اسناد مناقصه هستند.
موسسه جهان ارتباط فجر

آگهی مناقصه عمومی
دو مرحله‌ای نوبت سوم
FALAT
FARADAST ENERGY FALAT CO.
شرکت فرادست انرژی فلات
۱ نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: شرکت فرادست انرژی فلات
به نشانی: تهران، میدان صنعت، بلوار پاک نژاد، بلوار دادمان خیابان شفق، کوچه آفتاب، پلاک ۲، ساختمان توحید، طبقه ۱
۲ موضوع: مناقصه تامین خدمات پزشکی مربوط پروژه پالایشگاه مهر خلیج فارس
۳ محل اجراء موضوع مناقصه: استان هرمزگان- بندر عباس
۴ زمان، مهلت و نشانی دریافت اسناد:
۴-۱- متقاضیان می‌بایست جهت دریافت اسناد مناقصه با ایمیل TenderAffairs@fefalat.com مکاتبه نمایند. (در متن ایمیل حتما موضوع و پروژه ذکر گردد.)
۴-۲- هزینه خرید اسناد معادل ۴،۰۰۰،۰۰۰ ریال است که می‌بایست به شماره حساب ۳۶۰۰۰۵۲۴۰ نزد بانک تجارت به‌نام شرکت فرادست انرژی فلات واریز و رسید بانکی واریز وجه تحویل دستگاه مناقصه‌گزار گردد.
۵ محل تحویل اسناد شرکت‌کنندگان در مناقصه: شرکت‌کنندگان می‌توانند اسناد شرکت در مناقصه خود را در وقت مقرر به مدیریت حقوقی و قراردادهای شرکت فرادست انرژی فلات تحویل نمایند.
۶ ارائه تضامین جهت شرکت در مناقصه الزامی است.
۷ سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.
۸ هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.

جام جم
سازمان آگهی‌های روزنامه جام جم
۴۹۱۰۵۰۰۰
daneshpayam.agahi@gmail.com