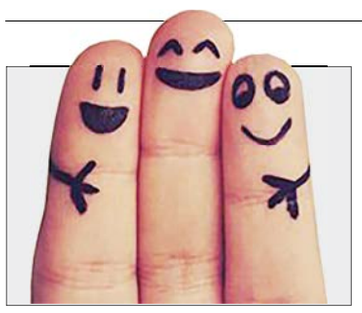
کارگاه زندگی

دوست خوب دیگران بودن را تمرین کنیم

اگر شما هم همیشه انتظار پیدا کردن یک دوست خوب و تمام‌عیار را دارید، مطمئن باشید قبل از یافتن چنین شخصی، اول باید خودتان را به یک دوست خوب تبدیل کنید، چون جاده دوستی دوطرفه است و در آن نمی‌توان فقط متوقع بود. یک دوست خوب چند ویژگی شاخص دارد. اول این‌که او هیچ‌وقت در ذوق دوستش نمی‌زند و توی دل وی را خالی نمی‌کند. در واقع یک دوست خوب همیشه با زبان و عمل پشتیبان دوستان خود است و در کارها و تصمیم‌گیری‌ها به آنها قوت‌قلب می‌دهد. البته این قوت‌قلب دادن مسلما جنبه نمایشی ندارد بلکه یک دوست خوب به آنچه که بر زبان می‌آورد قلبا ایمان دارد. او همچنین یک شنونده ماهر است و حرف‌های طرف مقابلش را به دقت گوش می‌دهد بدون این که قضاوتی داشته یاسعی کند خودش رانیز درگیر همان مسائل و مشکلات نشان بدهد. در واقع یک دوست خوب در همدلی کردن مهارت کافی دارد و احساسات دوستش را همان‌گونه که او تجربه‌اش می‌کند، می‌فهمد. یک دوست خوب همیشه سعی می‌کند مثبت حرف بزند و تا می‌تواند از جملات منفی پرهیز کند. چنین دوست ایده‌آلی به جای غرزدن و دائما ایراد گرفتن نیز پیشنهاد ارائه می‌دهد، آن هم پیشنهادی قابل اجرا. در نهایت این‌که یک دوست خوب آراسته به هنر قدردانی است و کوچک‌ترین قدم و اقدام در چشم وی بزرگ و ارزشمند می‌آید.



گفت‌وگوی «جام جم» با عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی

اقناع سازی، شرط فرصت سازی از دهه هشتادی ها

فاطمه عباس‌آباد
گروه جامعه

همه می‌دانیم که ایران کشوری است دارای پیشینه غنی، پویا، زنده و قوی در زمینه فرهنگ، دین و سبک زندگی ایرانی ـ اسلامی به‌طوری که در طول تاریخ، نسل‌های بی‌شماری را در خود پرورش داده است. ما توانستیم پس از پیروزی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی غنی و اصیل خود را در جهان و بین مردم کشورهای غربی و جامعه کنونی خود حفظ و ترویج کنیم و این ترویج باعث ایجاد ارتباط بین نسل‌های دهه شصت و هفتادی شد. شهید محسن حججی نمونه بارزی است که همگان فهمیدند شکل‌گیری چنین شخصیتی با زنده نگهداشتن نام و یاد شهدا و ترویج باورهای دینی و تفکرات ارزشمند شهدا و فرهنگ ایثار و شهادت بین نسل گذشته و امروز شکل گرفت. برخی براین باورند که نه‌تنها بین نسل‌های پیش از انقلاب اسلامی شکاف عمیق نسلی ایجاد نشده بلکه پس از پایان دوران دفاع‌مقدس، نوجوانان و جوانان دهه هفتاد، هشتادی، برای دفاع از کشور اعلام آمادگی می‌کنند، اجرای سرود سلام فرمانده در سراسر ایران اسلامی توسط گروه‌های سنی مختلف، گویای این حقیقت مهم است که نه‌تنها شکاف بین نسلی ایجاد نشده، بلکه رابطه عمیقی بین نسل z و نسل‌های گذشته نیز وجود دارد. دکتر محمود مشفق، جمعیت‌شناس و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی در گفت‌وگو با روزنامه «جام‌جم» به سؤالات ما درباره نسل z و زومرها پاسخ گفته است.

آقای دکتر، نظر شما درباره نسلی که به نسل Z معروف است چیست؟ و آیا این نسل بر مدار الگوی رسمی کشور کنش می‌کند؟

اگر امروز گریزی به سطح جامعه بزنیم مشاهده می‌کنیم که برخی ارزش‌ها و باورهای دینی به‌خصوص موضوع پوشش رو به افول است. همه می‌دانند الگوی رسمی کشورمان در بین همه مردم جهان، الگوی فرهنگ ایرانی ـ اسلامی است و ما بنا به دلایل درونی و بیرونی نتوانستیم این الگوها را در نسل‌های جدید جمعیتی نهادینه کرده و به آن عینیت ببخشیم. شاید یکی از علت‌های اصلی این مسأله، وجود جذابیت‌های بصری و مادیگرایانه در فرهنگ غربی و ارزش‌ها، نگرش‌های غربی برای نسل z است که از طریق فضای مجازی، اینترنت و فناوری‌های نوین ارتباطی شکل گرفته است. در واقع وجود جذابیت‌های بصری، صنعت سرگرمی که پشت آن کارتل‌های بزرگ اقتصادی قرار دارند، در بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به‌طور برنامه‌ریزی شده و هدفمند توانسته نسل z را به خود جذب کند.

چه راهکارهایی را برای مقابله با هجمه‌های فرهنگی غرب در فضای مجازی برای نسل z یعنی همان نسل دهه‌های هفتاد، هشتاد و نودی در ایران پیشنهاد می‌کنید؟

واقعیت امر این است که ما هنوز نتوانستیم به‌طور موفقیت‌آمیز الگوی رسمی پیشرفت ایرانی ـ اسلامی را برای نسل جدید که بخش قابل توجهی آنها همان نسل z در ایران است، بازنمایی، الگوسازی و عمومیت‌سازی کنیم. یکی از راه‌های مقابله با هجمه‌های فرهنگی غرب در جهت آگاهی‌بخشی به نسل z همان دهه هفتادی و هشتادی این است که باید فرهنگ اصیل ایرانی ـ اسلامی را از طریق اقناع‌سازی موثر در بین نسل‌های جدید نهادینه و درونی‌سازی کنیم. اقناع فکری برای نسل جدید (نسل z) خیلی مهم است، چون معمولا افراد در دوره جدید برای این‌که بخواهند چیزی را بپذیرند اول باید از نظر فکری و احساسی اقناع شوند. اقناعی که برای این نسل صورت می‌گیرد باید نسبت به گفتمان‌های رقیب، قوی‌تر و جذاب‌تر باشد. یعنی نسبت به روایت‌ها، فرهنگ‌ها و سبک زندگی غربی‌ها قوی‌تر و جذاب‌تر باشد. اگر چنین عمل نشود در اذهان عمومی به این معنی خواهد بود که ما در عرصه فرهنگ نتوانستیم به‌طور موفقیت‌آمیز برای نسل جوان امروز فرهنگ‌سازی کنیم. بنابراین ما باید به ابزارهای ارتباطی جدید یعنی فضای مجازی به‌عنوان یک فرصت جدید نگاه کنیم نه تهدید.

چرا ترویج فرهنگ ایرانی ـ اسلامی بین نسل z بسیار مهم است؟

ابعاد فرهنگی و تأثیر آن، برخلاف باور برخی، به احداث مراکز آموزشی و فرهنگی خلاصه نمی‌شود. گستره فرهنگ و کار فرهنگی از جزئی‌ترین فعالیت‌های فردی تا جدی‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی کشیده شده‌است و به تعبیر رهبر معظم انقلاب، فرهنگ از اقتصاد هم مهم‌تر است. اصلاح فرهنگ عمومی از همه کارها مهم‌تر است؛ چون این کار، محور همه کارهای دیگر است. باید در فرهنگ و اخلاق عمومی مردم، روزبه‌روز تحولاتی مثبت صورت گیرد و پیشرفت حاصل شود. زیرا فرهنگ یک ملت است که می‌تواند آن ملت را پیشرفته، عزیز، توانا، عالم، فناور، نوآور و دارای آبروی جهانی کند. ما با وجود فرهنگ غنی ایرانی ـ اسلامی همه چیز داریم. این فرهنگ غرب است که چیز باارزشی برای جوامعی چون جامعه ما ندارد زیرا عناصر فرهنگی این جوامع مختص خود آنهاست و با تاریخ و پیشینه فرهنگی ما همخوانی و سازگاری ندارد.

شکاف نسلی بین نسل z و نسل‌های گذشته چقدر می‌تواند برای جامعه و کشورمان خطرساز باشد؟

ما باید زمینه را طوری برای این نسل فراهم کنیم تا همه افراد جامعه در زیر یک چتر فرهنگی واحدی قرار گیرند در آن صورت است که می‌توانیم این نسل را با نسل‌های گذشته همراه کنیم اما اگر این امر صورت نگیرد جامعه دچار دوقطبی شدن نسلی خواهد شد. به این معنی که یک قطبی مسیر و راهی را که خودش می‌داند را در پیش می‌گیرد و قطب دیگر هم در راستای فرهنگ رسمی کشور یعنی ایرانی ـ اسلامی قدم خواهد گذاشت و این مسأله مشکل‌ساز خواهد شد. چنانچه دیدیم در اغتشاشات اخیر بخش‌هایی از نسل z تحت تاثیر هجمه‌ها و هیجانات خارجی‌ها قرار گرفت و در راستای اهداف شوم آنها حرکت کرد. ما باید از دوقطبی شدن در بین نسل z و نسل‌های گذشته جلوگیری کنیم و نباید بگذاریم این دوقطبی شدن شکل بگیرد چون هم به ضرر همه نسل‌هاست و هم به ضرر منافع کشور خواهد بود.

برای خواندن متن کامل گفت‌وگو کیوآرکد را اسکن کنید

آینده نسل دهه هفتادی، هشتادی و نودی در ایران

آینده این نسل بستگی به سه نوع تعامل دارد؛ یکی نحوه تعامل فرهنگ رسمی ایرانی ـ اسلامی با این نسل است و این‌که چگونه نسل z می‌تواند با این فرهنگ تعامل کند و این تعامل به چه صورتی باید شکل بگیرد و به چه سمت و سویی برود. دوم تعامل این نسل با فرهنگ جامعه جهانی است این‌که چطور این نسل بتواند با فرهنگ غرب تعامل فعالنه و نه منفعلانه پیدا کند و سوم این‌که ما چگونه می‌توانیم فرهنگ غنی ایرانی ـ اسلامی را با استفاده از راهکارهای مناسب در فضای مجازی الگوسازی کنیم و به آن عمومیت ببخشیم. جالب است بدانید این نسل، تغییرات هویتی بی‌شماری داشته است. ما اگر مسأله را به‌صورت گسترده در نظر گرفته و همه نسل‌ها را زیر یک چتر فرهنگی حمایتگرانه ببینیم این نسل می‌تواند احیا شود ولی اگر بخواهیم انفکاک ایجاد کنیم به تدریج عده‌ای با فرهنگ‌های بیگانه انس گرفته و از فرهنگ غنی کشور فاصله خواهند گرفت. بنابراین همه مسئولان و دلسوزان فرهنگی باید برای زنده کردن ومحافظت از نسل Z تلاش کنند. ما اگر بتوانیم یک شمولیت، یک عام‌گرایی و یک هویت بخشی برای این نسل داشته باشیم، می‌توانیم بگوییم موفق عمل کرده‌ایم. در واقع نسل امروز را طوری می‌توان هدایت کرد که در جهت منافع کشور و فرهنگ سنتی و مذهبی ما حرکت کند، ولی اگر دایره شمولیت و دربرگیرندگی خودمان را از این نسل محدود بکنیم، این نسل جدید با نسل پیشین و حتی فرهنگ ایرانی ـ اسلامی فاصله خواهد گرفت.

نگاه

نسل z و ویژگی‌های آن

نسل z به زبان انگلیسی (Generation Z) و (خلاصه Gen Z) است که به زبان عامیانه به‌عنوان زومرها نیز شناخته می‌شود. به نسل z، نسل نت (اینترنت) هم می‌گویند. در واقع این نسل به‌عنوان اولین نسل اجتماعی که از همان دوران کودکی و نوجوانی با دسترسی به اینترنت و فناوری دیجیتال قابل حمل رشد کرده است، لقب «بومی دیجیتال» را به خود اختصاص داده‌اند.

در آمریکا به متولدین بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ و در ایران هم به نسل‌های دهه ۷۰ تا ۹۰، نسل z گفته می‌شود. اعضای این نسل کسانی هستند که سن آنها بین ۶ تا ۲۴ سال است و از همان سال‌های ابتدایی زندگی‌شان از طریق تلفن‌های همراه هوشمند به اینترنت دسترسی داشته و سبک زندگی‌شان را براساس استفاده از اینترنت تغییر داده‌اند. در واقع نسل z در هر کشوری براساس زمان در دسترس قرارگرفتن و همگانی شدن اینترنت تعریف می‌شود. در ایران هم این نسل در طول زمان تغییراتی از نظر ارزش‌ها و نگرش‌ها، باورها و سبک زندگی داشته است. در واقع نسل z در ایران، خواهان سبک جدیدی از زندگی است که با نسل‌های قبلی تفاوت اساسی دارد. چون این نسل توانایی دسترسی به دیدگاه‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی را داشته این موضوع تفکر تحلیلی آنها را توسعه داده و به عاملی الهام‌بخش برای گرایش آنها به کنشگری و تغییر تبدیل شده است. از نظر جمعیتی در رده‌های سنی نوجوان و جوان بین ۱۰ تا ۲۵ سال قرار دارند و در قالب خرده‌فرهنگی‌های مجازی به‌طور قابل‌توجهی کنشگری دارند. آنها میل زیادی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌سازی دارند، استفاده از رسانه‌های دیجیتال، اظهار آزادانه عقاید و احساسات، توانایی بالا در خلق و نوآوری از ویژگی‌های مهم این افراد است. نیز باور زیاد به گفت‌وگو و مذاکره برای حل مسائل جامعه، تعهد نسبتا بالا به اصول اخلاقی و منافع جمعی و واقع‌نگری را می‌توان برخی از خصوصیات نسبتا مشترک این نسل دانست.

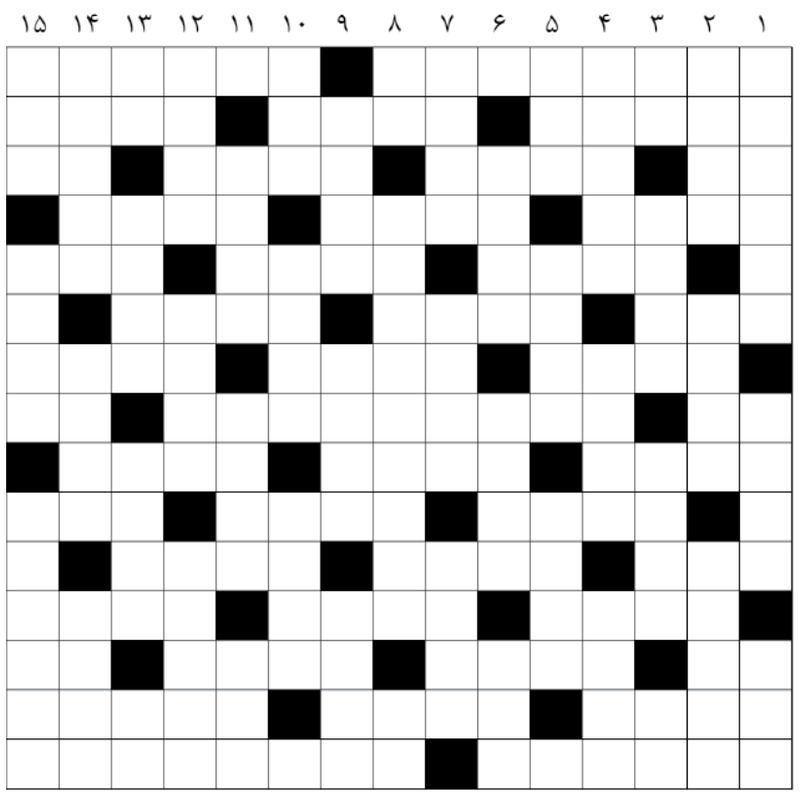
طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۳۴۱

جدول عادی

افقی: ۱- کسی که قدرت‌نمایی می‌کند- روزنامه چاپ پاریس ۲- سلول- زاپاس- لگن ظرفشویی ۳- گل سرخ- صدای باران- زاینده- مظهر زیبایی طبیعت ۴- در بیان علت به کار می‌رود- مردان عرب- ورزش زمستانی ۵- ریشه در آداب و رسوم قدیم دارد- توتیا- چشم دوربین عکاسی ۶- امت‌ها- گروه مجهز- فهرست‌نویسی پیش از انتشار کتاب ۷- غلاف شمشیر- افسانه‌گو- سبز تیره ۸- زندگی کن- مسجد باستانی و دیدنی استانبول- همسر زن ۹- از راست به چپ- وسیع- هدیه ۱۰- خوراک قناری- اشاره- نمو ۱۱- بنده- از مقاطع مخروطی- تنگه حیاتی خاورمیانه ۱۲- نوعی پارچه پنبه‌ای- پیرو مذهب شیعه- مقابل حضور ۱۳- شهرستانی در استان بوشهر- شنونده- مغازه‌دار- کتف ۱۴- برگزیده از هر چیز- مسیحی- زیبا ۱۵- ورزش پرطرفدار- کهکشان.

عمودی: ۱- مساحت فضای قابل استفاده هر واحد مسکونی- کشاورز- زشت و زننده ۲- گناهکار- بلند و والا- نی خیزران ۳- چهره- معروف- توانا- پیش درآمد آشغال ۴- نورانی و فروزان- زندانی جنگی- باعث و موجب ۵- سم کشنده- ژرف‌اندیشی- از تیم‌های فوتبال روسیه ۶- سهیم- سرکوفت- قصه عامیانه ۷- برادر سلم و تور- سمت چپ- محل به جا آوردن مناسک حج ۸- دست عرب- زبان رسمی کشور آرژانتین- پسوند شباهت ۹- خنک کن- فعلی که بر زمان گذشته دلالت می‌کند- هنرمند دوربین به دست ۱۰- شب عرب- نشاط‌آور- آماده ۱۱- سست- حیله‌گر- بخشندگی ۱۲- شش ضلعی- آشکار- زیان دیده ۱۳- جانشین او- کلاهبردار- خیاط قدیم- محکم کردن ۱۴- آلوده به ننگ- آشفته و پریشان- جرقه آتش ۱۵- تیر عمود بر عرشه کشتی- زنی که تازه زایمان کرده- ادامه هرچیز.



جدول ویژه

افقی: ۱- مجموعه شرایط بیرونی که در طول عمر یا زندگی یک موجود زنده اثر می‌گذارد- گیاهی با سم خطرناک ۲- به نقوش اسلیمی- پیرایه- گیاهی علفی از تیره گندمیان ۱۳- همه چیز را جمع می‌بندد- راه یافتن به داخل چیزی- نزدیک شدن- زهر ۱۴- اسب سیاه- رونق- دریچه‌ای در عنبیه چشم ۱۵- بیماری آب سیاه- هم‌میهنان.

عمودی: ۱- دوسویه- ظرف آزمایشگاهی- دانه نهانزا ۲- فیلسوف- پیامبر ذوالنون- عوض کردن ۳- ضمیر انگلیسی- قابل اجرا- پاک‌کننده- خدای درویش ۴- خوردنی‌های حلال- برجستگی سفت روی انگشتان- میوه‌ای آبدار ۵- چانه- پناهگاه- مسافر سرزمین عجایب ۶- انسان- مناسب تشریفات- آماس ۷- روش- خوراک قناری- کمین ۸- عید ویتنام- افزایش بیش از حد هورمون رشد پس از بلوغ- یک و یک ۹- از بخش‌های اوستا- ولخرج- ضروری ۱۰- چراغ شاعرانه- دارایی- دستگاه شکل دهی فلزات ۱۱- نایب‌السلطنه- دشمنان- روکار ساختمان ۱۲- عنوان هریک از پادشاهان ساسانی- آلیاژی از مس و نیکل- نوعی آجر ۱۳- پایتخت ایتالیا- طناب- مدافع موکل- نت اول ۱۴- پروتئین سلول‌های زنده- گزند- شعری که مرکب از چند بند هم وزن است ۱۵- پشیمانی- بنیانگذار کارتاژ- فیلمی ساخته رسول ملاقلی‌پور.

حل جدول عادی ۶۳۴۰

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

حل جدول ویژه ۶۳۴۰

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

نوبت دوم

آگهی فراخوان - تجدید مناقصه

شرکت ملی نفت ایران
مدیریت اکتشاف

موضوع: خرید ۵۰۰۰ کیسه ۲۵ کیلوگرمی PAC LV به شماره مناقصه ۰۰۱۳۴

با شماره ۲۰۰۱۰۹۲۹۲۱۰۰۰۰۸۷

بر روی برد سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)

مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران در نظر دارد **مناقصه خرید ۵۰۰۰ کیسه ۲۵ کیلوگرمی PAC LV را طبق شرایط و مدارک مربوطه از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای به شرکت‌های تولیدکننده و تامین‌کننده واجد شرایط واگذار نماید.**

از متقاضیانی که دارای شرایط ذیل می‌باشند، درخواست می‌گردد از زمان چاپ آگهی نوبت دوم تا حداکثر ۷ روز پس از درج آن جهت دریافت اسناد ارزیابی تکمیل و عودت آن در مهلت تعیین شده از طریق وبگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir اقدام نمایند.

لازم به ذکر است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه مذکور، مراحل ثبت‌نام در سایت فوق و دریافت گواهی امضا الکترونیکی جهت شرکت در مناقصه و دریافت اسناد به انجام رسانند.

برآورد مناقصه: ۷۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال می‌باشد و شرکت‌کنندگان در مناقصه می‌بایست توانایی ارائه ضمانتنامه شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ ۳،۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال (باستثنای ضمانتنامه‌های صادره از پست بانک) طبق تصویب‌نامه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ هیات محترم وزیران، را داشته باشند.

محل تحویل کالا: انبار کوار به نشانی: شیراز، ۴۵ کیلومتری جاده فیروزآباد، ورودی شهر کوار، مجتمع عملیات انبارداری مدیریت اکتشاف

مدت زمان تحویل کالا: ۴ ماه

مهلت دریافت استعلام ارزیابی کیفی مناقصه‌گران: ۷ روز پس از چاپ دومین آگهی روزنامه

مهلت تحویل استعلام ارزیابی کیفی مناقصه‌گران: ۱۴ روز پس از اتمام مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی

شرایط شرکت در مناقصه:

۱ داشتن شخصیت حقوقی
۲ داشتن تجربه کافی و سابقه مرتبط با موضوع مناقصه
۳ تایید حضور شرکت (مناقصه‌گر- سازنده) در فهرست بلند منابع واحد دستگاه مرکزی AVL صنعت نفت
۴ گواهی QC شرکت سازنده
۵ استانداردهای (OCMA یا API) یا استانداردهای داخلی

همه آگهی مناقصات مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران در سایت www.niocexp.ir قابل مشاهده است. در صورت نیاز به اطلاعات متقاضیان می‌توانند با شماره تلفن ۸۲۷۰۲۲۲۴-۰۲۱ و در خصوص سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) متقاضیان می‌توانند با شماره تلفن ۶۱۶۲۲۲۱۷-۰۲۱ تماس حاصل نمایند.

روابط عمومی مدیریت اکتشاف

۱۴۰۸۰۳۰

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شرکت آب و فاضلاب استان زنجان

شرکت آب و فاضلاب استان زنجان در نظر دارد **انجام پروژه برابر اطلاعات مشروحه ذیل را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای به شرکت‌های تشخیص صلاحیت شده سازمان برنامه و بودجه واگذار نماید.**

۱- نام و نشانی مناقصه‌گزار: شرکت آب و فاضلاب استان زنجان به آدرس: زنجان، کمربندی شمالی، ابتدای زیباشهر، کدپستی ۴۵۱۴۹۷۸۷۵۷

۲- عنوان و مشخصات کلی مناقصه:

شماره مناقصه	موضوع	برآورد اولیه (ریال)	مبلغ پیش پرداخت	مدت پیمان	محل تامین اعتبار	رشته و پایه مورد نیاز	تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار(ریال)
۴۰۱-۱۱۳ نوبت دوم	اجرای عملیات لوله گذاری فاضلاب قسمت غربی خیابان سعدی وسط شماره فراخوان ۲۰۰۱۰۰۱۲۳۰۰۰۰۱۰۰	۱۰۰/۰۶۷/۴۶۸/۳۹۲	٪۲۰	۹ ماه	منابع عمرانی به صورت ٪۵۰ نقد و ٪۵۰ اسناد خزانه ۳ ساله از اعتبارات سال ۱۴۰۱ طبق شرح در اسناد مناقصه	حداقل پایه ۵ در رشته آب	۵/۰۰۴/۰۰۰/۰۰۰

نکته ۱: ارائه صورت‌های مالی منتهی به سال ۱۴۰۰ که در سامانه پردیس به ثبت رسیده باشد، الزامی است.

۳- تاریخ و آدرس دریافت اسناد مناقصه: اسناد مناقصه از ساعت ۸ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۲۵ لغایت تا ساعت ۸ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۲ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir جهت دریافت موجود است و معامله از ثبت و دریافت اسناد تا ارسال پاکات توسط مناقصه‌گران، از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی انجام خواهد شد.

***نکته مهم:** مناقصه‌گران جهت شرکت در مناقصه حتما می بایست در بازه زمانی فوق نسبت به دریافت اسناد فقط از سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت اقدام نمایند، در غیر این صورت امکان شرکت در مناقصه فوق برای ایشان وجود نخواهد داشت.

۴- نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار می بایست به یکی از صور درج شده در آیین‌نامه تضمین برای معاملات دولتی ارائه گردد که جزئیات به صورت مشروح در اسناد مناقصه توضیح داده شده است.

۵- مدت اعتبار پیشنهادها: مدت اعتبار پیشنهادها ۳ ماه از تاریخ آخرین مهلت تسلیم پیشنهادها بوده و قابل تمدید تا ۳ ماه دیگر می‌باشد.

۶- سایتهای ثبت آگهی: http://iets.mporg.ir, http://tender.nww.ir

۷- مهلت تحویل پاکات مناقصه: پاکات مناقصه باید حداکثر تا ساعت ۸ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۳ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ارائه گردد و به پاکاتی که خارج از سامانه تدارکات الکترونیکی واصل شود، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

تذکر: مناقصه‌گران می بایست اصل تضمین شرکت در مناقصه را علاوه بر ثبت در سامانه ستاد، در یک پاکت دربسته تا یک ساعت قبل از بازگشایی پاکات به دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان تحویل نمایند.

۸- مکان تحویل اسناد: از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی به آدرس www.setadiran.ir

۹- زمان گشایش پاکات: پاکات مناقصه مذکور در ساعت ۹ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۳ در سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان زنجان بازگشایی خواهد شد.

۱۰ - شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول اختیارات و تکالیف دستگاه مناقصه‌گزار موضوع ماده ۱۰ آیین‌نامه معاملات دولتی می‌باشد. شرکت آبفا در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.

۱۱ - علاوه بر صلاحیت پیمانکاری، داشتن صلاحیت ایمنی جهت شرکت در مناقصه الزامی می باشد.

۱۲ - سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

۱۳ - به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و همچنین پیشنهاداتی که پس از مهلت مقرر در فراخوان واصل گردد، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۱۴ - هزینه کلیه آگهی‌ها به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

دفتر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان زنجان