

نقش قرارداد کار در تنظیم روابط بین کارگر و کارفرما (۵)

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

برگزاری جلسات فروش



جو جلسات به جوی خصمانه و تنبیهی تبدیل نشود. انتقاد سازنده به همراه تجزیه و تحلیل عینی عوامل شکست،

در فروشندگان ایجاد انگیزه خواهد کرد و اشتیاق آنها را برای عملکرد بهتر افزایش می دهد، با این حال به یاد داشته باشید که کسب موفقیت، تقدیر کردن و پاداش، عوامل انگیزشی مهم‌تری هستند. برای تقویت روحیه افراد، به آینده روشن اشاره کنید. کاری کنید تا همه احساس کنند در گروهی عضو هستند که علی‌رغم ناکامی‌های ناخواسته، در بلندمدت پیروز است. بگذارید کار گروهی تحقق پیدا کند و فقط یک مفهوم انتزاعی نباشد.

همایشی که دربارہ موضوع فروش در شرکت‌ها برگزار می‌شود، اغلب یک رویداد سالیانه است که بیشتر با هدف ارتقای روحیه و ایجاد انگیزه، از طریق برگزاری جشن و سخنرانی ترتیب داده می‌شود. ناگفته نماند که هدف از برگزاری این قبیل همایش‌ها، دادن آموزش به اعضای گروه فروش نیست، در این همایش‌ها معمولاً از یک سخنران مهمان (مانند یک مدیر خیره یا شخصیت ورزشی) دعوت می‌شود و



موضوع اصلی صحبت‌های او بیشتر راجع به کسب موفقیت بر نتایج مثبت آن است. این روش اغلب باعث

برگزاری همایش‌های سالیانه

از دست رفتن فرصت‌های فروش می‌شود، چرا که همه فروشندگان، هم زمان در همایش حضور دارند. همیشه اهداف کاری مشخصی داشته باشید و این نوع رویدادها را در ارتباط با نیازهای آموزشی و شیوه رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی کنید. کاری کنید که همه افراد احساس کنند جزء گروهی موفق و پویا هستند که رو به جلو در حال پیشرفت است. همایش‌های سالیانه را به دقت بررسی و تجربیات به دست آمده را اعمال کنید.

بری دیلر، نابغه رسانه‌ها

بری دیلر در دوم فوریه سال ۱۹۴۲ در سانفرانسیسکو دیده به جهان گشود. اولین گام‌های نردبان ترقی‌اش را زمانی برداشت که در آژانس ویلیام موریس در بخش رسیدگی به نامه‌های رسیده فعالیت می‌کرد. پس از آن در سال ۱۹۶۶ به شبکه «ABC» پیوست و در بخش برنامه‌سازی مشغول به کار شد. تقریباً همان‌جا بود که مدیران ارشد کمپانی، بی به نبوغ ذاتی او بردند و تصمیم به ارتقای سطح شغلی او گرفتند و از این رو در سال ۱۹۶۹ به عنوان معاونت شبکه در امر توسعه فیلم‌ها و برنامه‌های شبکه به کار گرفته شد. به ابتکار او بود که شبکه «ABC» از پاییز ۱۹۶۹ برنامه «فیلم هفته» را به نمایش گذاشت و همین امر سبب شهرت بیش از پیش این شبکه گردید.

دیلر تجربه مدیریت در شبکه بزرگ فاکس (Fox) را در کارنامه خود دارد. شبکه تازه تاسیس فاکس که با برنامه‌های متنوع خود بینندگان بسیاری را به سوی خود جذب کرده بود، خود را در محاصره سه رقیب قدرتمند CBS، ABC، NBC مشاهده می‌کرد اما این بار نیز مدیریت «دیلر» توانست حلقه محاصره را شکسته و نجات فاکس را سبب گردد.

این روزها نیز دیلر، مدیریت شبکه‌های اینترنتی Expedia، Hotels، com و همچنین کمپانی «کوکاکولا» به همراه کمپانی «واشنگتن پست» را برعهده دارد. علاوه بر اینها او از اعضای هیأت‌مدیره «موزه رادیو و تلویزیون» و «کتابخانه عمومی نیویورک» می‌باشد.

او همچنین در حال حاضر عضویت در انجمن مدیران دانشکده سینما و تلویزیون دانشگاه «کالیفرنای جنوبی»، هیأت امنای دانشگاه نیویورک و نیز مدیریت هیأت‌مدیره دانشکده پزشکی دانشگاه «UCLA» را نیز دارا می‌باشد.

تدوین بیانیه چشم‌انداز

■ مترجم: ناصح قلی پور ■



در شمارهای گذشته، چشم‌انداز را تعریف کردیم و گفتیم که یک بیانیه چشم‌انداز، تصویری کلامی است از آنچه سازمان در نهایت می‌خواهد در آینده (به طور مثال ۵، ۱۰ یا ۱۵ سال بعد) به آن تبدیل شود. همچنین ویژگی‌های یک بیانیه چشم‌انداز اثربخش را که عبارت بودند از موجز بودن، ایجاد تعادل بین مولفه‌های درونی و بیرونی، جذابیت برای همه سهام‌داران، هم‌خوانی با ارزش‌ها و مأموریت، اثبات‌پذیری، عملی بودن و الهام‌بخشی توضیح دادیم. اما یک بیانیه چشم‌انداز را چگونه می‌توان تدوین نمود؟ در مورد خلق یک چشم‌انداز قوی، آثار مکتوب فراوانی وجود دارند. بنابراین با توجه به این منبع غنی، می‌توان انتظار داشت که شیوه‌های مختلفی نیز برای تدوین این

سند مهم وجود داشته باشند. در این بخش، چند گزینه ممکن ارائه می‌گردند. شما می‌توانید هر یک از موارد زیر یا ترکیبی از آنها را که از نظر شما کاربردی تر هستند بررسی نموده، به کار ببندید.

سؤالات کلیدی

این تمرین گروه کوچکی از افراد را به جالشی می‌کشاند تا پاسخ‌هایی به ۱۰ سؤال مهم ارائه دهند. هر یک از این سؤالات مربوط به حوزه خاصی از فرآیند خلق چشم‌انداز هستند.

بازبینی، ترکیب و تلفیق پاسخ‌ها به شما کمک می‌کند به چشم‌انداز مورد نظر خود برسید. این ۱۰ سؤال عبارت‌اند از:

۱- اگر ما در تحقق هدف خود موفق شویم، چه تغییر یاب‌به‌بودی در جهان حاصل خواهد شد؟ مهم‌ترین خدماتی که باید به عرضه آنها ادامه دهیم، آنها را تغییر دهیم یا ارائه آنها را شروع کنیم کدام‌اند؟

۳- برای تحقق بهتر هدف سازمان چه تغییری را باید در پرسنل و مزایا انجام دهیم؟

۴- مقامات برگزیده یا هیأت مدیران چگونه به ما در تحقق هدف‌مان کمک می‌کنند؟

۵- برای تحقق بهتر هدف سازمان، چه تغییری باید در توسعه (تأمین) منابع انجام دهیم؟

۶- برای تحقق بهتر هدف سازمان چه تغییری باید در تکنولوژی یا تجهیزات انجام دهیم؟

۷- برای تحقق بهتر هدف سازمان، چه تغییری باید در زیربنا، سیستم‌ها یا اطلاع‌رسانی انجام دهیم؟

۸- چگونه می‌توانیم خدمات خود را به صورت اثربخش‌تر یا کارآمدتر عرضه کنیم؟ اگر قادر بودید

تنها سه تغییر انجام دهید که به طور قابل توجهی بر توانایی ارائه خدمات کیفی به مشتریان/مراجعین تأثیر بگذارید، چه چیزهایی را تغییر می‌دادید؟

۹- چه چیزی ما را متمایز می‌سازد؟

۱۰- از نظر مشتریان/مراجعین، مهم‌ترین جنبه عرضه خدمات ما چیست؟ مشتریان/مراجعین ما،

ما چه انتظاراتی دارند؟

روش مصاحبه

همچنان‌که عنوان این بخش نشان می‌دهد، مصاحبه‌های مدیریت‌ارشد، مؤلفه

کلیدی این تکنیک برای مشخص کردن چشم‌انداز سازمان هستند. هر یک از مدیران ارشد سازمان به طور جداگانه مورد مصاحبه قرار می‌گیرند تا بازخورد خود را در مورد جهت آتی سازمان ارائه دهند.

توصیه می‌کنم برای انجام مصاحبه‌ها از یک مشاور یا تسهیل‌کننده بیرونی استفاده کنید؛ زیرا یک مشاور باتجربه، مصاحبه‌های بسیاری را از این قبیل انجام داده است و این توانایی را دارد که برای مدیر ارشد، محیطی توأم با آرامش ایجاد کند و اطمینان حاصل کند که تبادل اطلاعات لازم در فضایی همراه با اعتماد و عینیت صورت می‌گیرد.

مصاحبه باید حدود یک ساعت طول بکشد و سؤالات عمومی و تخصصی را به همراه آمیخته‌ای از سؤالات مربوط به گذشته، حال و آینده در برگیرد.

سؤالاتی که به طور معمول در مصاحبه‌ها پرسیده می‌شوند عبارت‌اند از:

«از چه جنبه‌ای و چرا در گذشته موفق بوده‌ایم؟

«از چه جنبه‌هایی در گذشته با شکست روبرو شده‌ایم؟

«چرا ما باید به سازمان خود افتخار کنیم؟

«چه روندها، نوآوری‌ها و دینامیک‌هایی در حال حاضر در حال تغییر محیط ما هستند؟

«مشتریان و مراجعین ما چه انتظاراتی از ما دارند؟

تأمین‌کنندگان، سیاست‌گذاران و کارکنان ما چه عنوان یا نامی دارند؟

«به عنوان یک سازمان، بزرگ‌ترین ویژگی‌ها و صلاحیت‌های ما کدام‌اند؟

«در سال آینده، چه جایگاهی برای سازمان ما تصور می‌شوید؟ در پنج سال؟ در ده سال؟

سؤالات عمده‌ای که این بازه زمانی چه تغییری کرده‌اند؟

«برای ماندن بر مسیر موفقیت چه کارهایی باید انجام دهیم؟

آگهی مناقصه عمومی



اداره کل
نوسازی مدارس استان
همدان

اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان همدان در نظر دارد به استناد قانون مناقصات مصوب ۸۳/۱۱/۲۹ مجلس شورای اسلامی نسبت به خرید اقلام و تجهیزات ذیل اقدام نماید.

متقاضیان واجد شرایط می‌توانند با مراجعه به واحد تدارکات و تجهیز طرح‌های این اداره کل و دریافت اسناد مناقصه حداکثر تا یازده روز پس از انتشار آخرین آگهی قیمت‌های پیشنهادی خود را به نشانی همدان- ۳۰ متری شکریه، ۱۸ متری توحید، کوچه دوم، واحد امور قراردادهای اداره کل نوسازی مدارس استان همدان ارسال نمایند.

موضوع خرید: تجهیزات مورد نیاز مدارس در سطح استان همدان

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: معادل ۵ درصد پیشنهاد قیمت به صورت ضمانت‌نامه بانکی یا واریز وجه نقدی به شماره حساب ۵۰۷۰۰۶۵۶۰۲۱۷۳۰ نزد بانک ملی یا اوراق مشارکت می‌باشد.

مهلت دریافت اسناد و زمان بازگشایی پاکت‌ها: به مدت ۱۰ روز پس از انتشار آخرین آگهی و زمان بازگشایی پاکت‌ها ۱۱ روز پس از انتشار آخرین آگهی می‌باشد.

نحوه ارائه پاکت‌ها: شرکت‌کنندگان در مناقصه باید اسناد و پیشنهاد قیمت خود را در پاکت‌های جداگانه و لاک و مهر شده شامل تضمین (پاکت الف) و پیشنهاد قیمت (پاکت ج) و کلیه مدارک ارزیابی شامل: مشخصات کالا، کشور سازنده، مدت گارانی کالا، اساس‌نامه و سوابق فعالیت شرکت که به مهر و امضا پیشنهاد دهنده برسد در پاکت ب قرار داده شود. در صورت ناقص بودن اسناد شرکت در مناقصه، پیشنهاد قیمت بازگشایی نخواهد شد.

این اداره کل در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.

در صورت داشتن هرگونه شک یا ابهام می‌توانید با شماره‌تلفن ۰۸۱۱۸۲۶۹۳۰۰ واحد تدارکات و تجهیز طرح‌های اداره کل تماس حاصل نمایید.

روابط عمومی اداره کل نوسازی مدارس استان همدان

سفر به سرزمین‌های شمالی ایران (۵)

آقای حسینی که یک بار این مسیر را رفته بود، در نظر داشت از مرز آستارا به ترمینال آستارای جمهوری آذربایجان برویم- و آنجا با نفری ۵ منات تا باکو و شهرهای لنکران و چند شهر دیگر را هم بسر راه ببینیم، ولی با تغییر مسیر و با وارد شدن از مرز بیله‌سوار و استفاده از این سواری‌ها، فقط شهرهای بیله‌سوار به بعد را پشت سر می گذاشتیم. ناگفته نماند که آقای حسینی اتومبیلش را کاپتاژ کرده بود، ولی چون هنوز شماره آن تغییر نیافته بود، اجازه عبور داده نمی شد... حدود دو ساعت در راه بودیم، با اینکه در مسیر، چندان مناظر زیبایی وجود نداشت اما چند عکس گرفتم تا خیلی هم دست خالی نباشم. بالاخره پس از حدود ۲۵ ساعت سفر نه چندان پرماجرانه، به میدان آنرفت در حوالی مدخل شهر باکو رسیدیم. راننده کمک کرد تا به آدرس هتل در خیابان بابک برویم. و از آنجا به وسیله تاکسی دیگری که او هم مبلغی بیشتر از حد معمول دریافت کرد، ادامه مسیر تا خیابان بابک و هتل "شیرین" آقای سید امیر حسینی، آقاصابر و آقای عربی (نفراتی با انسان صحبت شده بود)، در لابی هتل نشسته بودند. سلام، عازم استادیوم آیدمان سرا بودند. استادیوم در خیابان نفت چی بسر و میدان آن رفت قرار داشت. آقای سید هادی عربی یک ایرانی متولد تبریز و ساکن باکو است و در واقع متولی این مسابقات. خوشبختانه هماهنگی‌ها برای در اختیار گذاشتن یک اتاق به سرعت انجام گرفت؛ اما نظافت، ساعتی به طول انجامید. سوئیتی دو تخته در اختیارمان قرار داده شد. ابتدا نهار خوردیم. غذای رستوران، برنج با گوشت چرخ کرده بود و نان باگت، پس از صرف نهار، گدازنامه‌ها را تحویل دادیم و راهی اتاقمان در دهکده جواهر. اتاق شماره ۱۰۲ ... یک اتاق کوچک با دو تخت برای استراحت، یک هال با میز، مبل و تلویزیون و یک واحد دستشویی و حمام.

جهانگردی در دوران سیطره سنت بر ابعاد جوامع انسانی باز نمود یک متن فضایی است که صورت‌بندی آن ناشی از انگیزه‌های متفاوت بر خاسته از نظام گفتمانی حاکم می‌باشد. جهانگردی در راستای هویت هستی جوامع سنتی، یکی از شیوه‌های باقیمند از انگیزه‌های در هیافتنه‌ای از تقابل‌ها و تخالف‌ها است که از تضادهای تفاهم‌های بین مفاهیم و دال‌های فضای سنتی بر خاسته و تبلور عینی می‌یابد. جهانگردی در عصر سنتی گونه‌ای از صورت‌بندی دانیی نظام‌های گفتمانی است که به ناشناخته‌ها ویا ساختار شکنی شناخته‌های پیشین می‌پردازد. از این رو با شکل دادن و ایجاد تمایز بین وجوه شناخت در ابعاد متغیر و به چالش کشیدن دانسته‌های نامتغیر به وسیله جهانگردی، به خصوص پیرامون برون رفتن از معلومات پیشین خطری برای معیارهای قدرت و امتیاز حاکم بر فضای سنتی راه به دنبال داشته است.

جهانگردی در قیاس با گردشگری، هیچ شباهتی را بازمی‌نماید هر کدام از این دو پدیده هرچند در پیرامون صورت‌بندی خود کنش‌پذیری جغرافیایی را در برمی گیرند ولی هریک دارای یکتاگونهگی خاصی خود در فضای سنتی و مدرن می‌باشند. جهانگردی برآمده از نیازهای جوامع سنتی در حال تکامل است و بیرون از انگیزه‌های فردی قرار دارد. از آن رو که در جوامع سنتی زندگی شخصی همیشه تابعی از زندگی اشتراکی و جمعی می‌باشد و تنها ارزش‌های اشتراکی جامعه سنتی تعیین کننده نوع اعتقاد و ارزش‌های فردی‌اند(صدرنسوی، ۱۳۵۱: ۷۹). جهانگردی نیز به تبع در این چارچوب قرارمی گیرد و به عنوان یک امر اقتصادی ـ اجتماعی، بازتابنده نیازهای اشتراکی جوامع می‌باشد و از حیطة فردی خارج است. در حالی که گردشگری در انگیزه فردی و بر پایه فردانیت خاص مدرن شکل می‌گیرد. سفر در گردشگری امر کاملاً فردی و مربوط به انگیزه‌های شخصی است.

جهانگردی در راستای خردورزی سنتی، بنیانی متافیزیکی را در برمی گیرد که در آن انسان سنتی دارای زهد و اهل دوری از دنیا در پی کسب رضایت خداوندی می‌باشد. هرچند در کنار آن نیز به کسب و کار برای زندگی دنیوی خویش به خصوص در چارچوب بازار گانی مشغول است. در این میان می‌توان به آداب جهانگردی و سیاحت در تمدن اسلامی اشاره کرد که در آن جهانگردی باسداشت تفکر متافیزیکی می‌باشد: «و مقصود سیاحتان جهان دانیی و سیاران عالم بینایی آن است که به تحمل ریاضات و مشقات جهان تکمیل نفس و تهذیب اخلاقی و رویه سیر و سلوک و شیوه معاشرت و رسومات معرفت و حکمت و قواعد طریقت از عرفا و حکما و ادبا و پیران راهبر و سالکان آگاه و باخبر یساذ گرفته مس وجود خود را از اکسیر معارف، در کامل عیار ساخته و در دار الضرب قبول، به سکه کمال مسلوک و رایج بازار اهل سلوک نماید»(سیاح، ۱۳۶۷: ۷۶)

گردشگری در این میان اما در چارچوب تدوین فرد و جامعه و توضیح دیالکتیک آن دو، پارادایمی نو در گسست با پارادایم امت در اندیشه سنتی (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۳۱۵) و برگزشتن از خردورزی سنتی، رویکرد به دنیای مادی در پردازش معنایی خود پیرامون تفریح و التذاذ از محیط‌ها و اماکن مختلف برای گذران اوقات فراغت است. تعارض جهانگردی و گردشگری در این گره‌گاه بازنمودن یکتاگونهگی هریک در دوران مربوط به

تفاوت‌های جهانگردی و گردشگری

■ مهدی سقایی ■



سنتی، مجموعه‌ای از شناخت‌ها را که موضوع هیچ آموزش به‌خصوصی نیست، پیش می‌کشد و در تعامل با جوامع خودی چالش‌های را سبب گردید. سفرنامه به عنوان دست‌آورد این سفرها، عینیت‌متنی این شناخت‌ها از منظور تفکری ناشی می‌شد که جهانگردان در طول سفر با آن روبرو شده و تجربه کردند. از آنجا که فرهنگ سنتی، فرهنگی است که در خاطره جمعی شکل گرفته و در راستای تذکر عینیت می‌یافت، سفرنامه بستری در پیرامون شناخت حاصله، تذکری را در تعامل با «غیر» باز می‌نماید که در رویکردی درون فرهنگی از نصیحت به متکی به شناخت‌های سابق می‌باشد از شکل دادند. در این مورد گلستان سعدی یکی از بهترین نمونه‌های این کنشگری جهانگردی در پیرامون فرهنگ سنتی می‌باشد.اما گردشگری در چارچوب تکنولوژی مدرن و پسامدرن، کوتاه زمانی برای سفر و کوتاه اقامتی در مکان، حتی در دور دست‌ترین نقاط جهان را امکان‌پذیر می‌نماید که در راستای تجربه گردشگری و فردانیت خاص آن، تنها اثباتش از شناخت ثانویه را برای فرد گردشگر به دنبال دارد که حاصل آن سفرنامه‌ای با تعامل با غیر برای توجیه‌پذیری جوامع خودی نیست، بلکه تنها در فردیت گردشگر تبلور عینی می‌یابد و کنشگری میزبان ـ گردشگر را شکل می‌دهد.

خود است. فضای سنتی زایش جهانگردی را تسهیل نمود و فضای مدرن شکل‌گیری گردشگری را به عنوان دمی آسودن از محیط پر تراکم مدرنیته را سبب شد. جهانگردی در جوامع سنتی که از تباطات نظامی خاص و متمایز از دیگر فرآیندهای اجتماعی ندارد، به عنوان انتقال‌دهنده حرفه‌ای اطلاعات معمولاً از خلال سلسله مراتب اجتماعی و یاروایط بین گروه‌های خاص جریان یافته و در کنش‌گری برون‌متنی و بینامتنی نقش مهمی را ایفا نمود. اما گردشگری در پیرامون اثباتش اطلاعات در پی جذب گردشگران به مکان‌های مختلف به عنوان مقاصد گردشگری با انگیزه التذاذ، رویکردی برون‌متنی و سفر بین دو مکان در چارچوب بازار بایی و برداشت عینی از اطلاعات موجود شکل می‌گیرد. جهانگردی در برابر مصائب سفر با قبول آن تاب تحمل از کف نمی‌دهد و سیر سفر را به پنداشت دست‌آوردی که مدنظر دارد، پی می‌گیرد. جهانگردی در فضای سنتی با تکیه بر نوآوری‌های تکنولوژیکی سنتی که برآق حرکت را تسهیل می‌کرد، پردازشی را در خرده مقیاس‌ها و کلان مقیاس‌ها را در مقاطع زمانی متفاوت در برمی‌گیرد. به گونه‌ای که انجام یک سفر برای دست‌آورد‌های آن، در مقیاس‌ها و زمان‌های مختلف و گاه طولانی را می‌طلبد. دست‌آوردهای فرعی این گونه از سفرهای دراز مدت متکی به تکنولوژی

در این میان جهانگردی در تمدن مسیحی، از رنسانس بدین سو و در قالب اکتشافات بزرگ و بعد از آن با گرایش‌های امپریالیستی و شرق شناسانه بیشتر پردازش گر تسلط بر یک سرزمین می‌باشد تا زمینه‌ساز شناخت آن و حتی فراتر از آن استعمار مناطق مختلف باشد. جهانگردی در این راستا بر خاسته از کنجکاوی سیری ناپذیر تمدن فاوستی، در تمامی لایه‌های شکل‌دهنده خود سوداگرایی و سود گرایی خاص این تمدن را باز می‌نماید. به خصوص هنگامی که تمدن مسیحی با عبور از تفکرات تنولوژیک (دینی ـ مذهبی) با برخورداری از مضامین بیکنی تسلط بر دیگر سرزمین‌ها و ساکنانش را در قالب جهانگردی پی‌گرفت این امر عینیت‌واقری می‌یابد. به عنوان مثال می‌توان به جهانگردانی همچون کرستف کلمب، ماژلان و نظیر اینها اشاره کرد که به هنگام کشف مناطق جدید آن را به نام حکومت و حاکم حامی خود ثبت می‌کردند.

سیطره فضایی حاصل از جهانگردی در این دوران باز نمود انتقال تجربه بحران و در نتیجه آگاهی ناشی از آن بر بنیان‌های ضرورت اقتصادی در دیگر مناطق می‌باشد. بدین گونه ایده‌ها، باورها، کنش‌ها و عملکردها در تمدن مسیحی در پیرامون جهانگردی جای خود را به نظام صورت‌بندی دانیی جدیدی می‌دهد که تولید و سازماندهی آن، مبین رابطه‌ای نو میان انسان و طبیعت و چیره شدن آن بر رابطه بین انسان‌ها می‌باشد. این خود در رابطه با جهانگردی پردازش مفهوم انسان اقتصادی جدیدی است که کنشگری بیرونی او سیطره بر دیگر فضاها را ضروری می‌سازد. این نکته نمی‌تواند پنهان بماند که جهانگردی از دوره رنسانس بدین سو، از یک سو اثباتش شناخت و از دیگر سو اثباتش سرمایه‌دار تمدن مسیحی سبب گردیده و تسهیل‌کنندگی زایش و شکل‌گیری سرمایه‌داری تجاری و طبقات بورژوازی را سبب گردید. گردشگری در این میان، نفس کشیدن در اقتصاد درهم تنیده سرمایه‌داری است که در عصر مدرن و پست مدرن صورت‌بندی خاص خود را دارا می‌باشد. هم‌تنیدگی گردشگری با سرمایه‌داری در این عصر باز نمود تمایز دایی امر اقتصادی و اجتماعی در پردازش انسان مدرن و پسامدرن می‌باشد. گردشگری در این راستا رویکرد به مصرف فضاها دارد که ناشی از خرجه کسب سود سرمایه‌داری می‌باشد که در آن تفریح و لذت نقش عمده‌ای در آن ایفا می‌کند.

به طور کلی بازنمایی از تباط گردشگری با جهانگردی عصر سنتی چیزی جز تفکر توجیه‌گر خطی نیست. شکاف عظیمی مابین جهانگردی سنتی به عنوان پدیده‌ای جغرافیایی پیرامون شناخت و نتایج حاصل از آن و گردشگری به عنوان پدیده‌ای مدرن و جغرافیایی در فضای اجتماعی که «رخصتی» است در کاشکش سرمایه‌داری، وجود دارد. جهانگردی رنج سفر بردن، شناختی از ناشناخته‌ها و گسترش دامنه آگاهی در اقق‌های اسطوره‌ای دین‌شناسانه (دین باوری) و ماوراءالطبیعه است. جهانگردی عشق به سیر آفاق و انفس همراه با عشق با دانستن است. هر چند نباید انگیزه‌های دیگر را دست کم گرفت. گردشگری، اما نتیجه مدرنیته است که در تمایز میان خانه و محل کار به عنوان شکلی از گذران اوقات فراغت رخ نموده و پیامدهایی را چون سفر، تجربه، تفریح، لذت بردن و سودجویی را برای انسان مدرن به ارمان آورده است.



جهانگردی در یک نگاه



نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

شرکت پتروشیمی مارون در نظر دارد ا قلام مورد نیاز ذیل را از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید.

ردیف	موضوع مناقصه	شماره تقاضا	نام کارپرداز مربوطه	مهلت تحویل اسناد	محل دریافت اسناد	تلفن محل دریافت اسناد	نحوه تهیه آن
۱	بگ فیلتر	KAS-870721	خلیفه	۱۴ روز کاری پس از درج آگهی نوبت دوم	تهران- خیابان کریمخان زند، پلاک ۴۶، طبقه ششم، (واحد تدارکات پتروشیمی (مارون)	۰۲۱-۸۸۳۰۷۰۶۹	تأمین کنندگان و ۲ درصد مبلغ پیشنهادی

هماهنگی متقاضیان قبل از مراجعه حضوری با شماره فوق الزامی است.

ضمناً متقاضیان می‌توانند متن آگهی فوق را در سایت WWW.MPC.IR ملاحظه نمایند.

تلاش

آفرینش

بالتدی

رابط عمومی شرکت پتروشیمی مارون



نوبت دوم

آگهی مناقصه

شرکت پتروشیمی مارون در نظر دارد تعداد ۲۰۰/۰۰۰ عدد پالت چوب روسی گندزدایی با ابعاد 130*110 CM مورد نیاز مجتمع خود واقع در ماهشهر منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی سایت ۲ را از طریق مناقصه عمومی از چند فروشنده واجد شرایط (تأمین کننده داخلی) خریداری نماید.

متقاضیان می‌توانند از تاریخ درج آگهی به مدت ۱۰ روز جهت دریافت شرایط و مشخصات موضوع مناقصه به نشانی مذکور (واحد تدارکات کالا) مراجعه نمایند.

تلاش

آفرینش

بالتدی

رابط عمومی شرکت پتروشیمی مارون



شرکت مخابرات استان تهران

آگهی عمومی

تعیین صلاحیت و ارزیابی کیفی مناقصه‌گران

پیمانکاران نگهداری، پشتیبانی راه‌های خدمات و انجام امور مراکز مخابراتی باتأمین مصالح

شرکت مخابرات استان تهران در نظر دارد: به استناد ماده ۱۶ آیین‌نامه بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی پیمانکاران واجد شرایط جهت طرح‌های فوق‌الذکر اقدام نماید.

به منظور ارزیابی توان اجرای تعهدات مناقصه‌گران، از کلیه شرکت‌های متقاضی دعوت می‌شود از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۸۸/۲/۲۶ با ارائه معرفی‌نامه کتبی به اداره کل پشتیبانی فنی ارتباطات شهری این شرکت به نشانی: بزرگراه کردستان، پایین‌تر از تقاطع ملاصدرا، نبش خیابان سهیل، ساختمان شاهد، طبقه ۱۱، اتاق ۱۱۰۲ مراجعه و اسناد لازم را دریافت و تکمیل نموده و متعاقباً با در نظر گرفتن شرایط اسناد مذکور و شاخص‌های ارزیابی به همراه کلیه مدارک لازم از قبیل اساس‌نامه و مدارک ثبت شرکت، میزان سرمایه، ماشین‌آلات و تجهیزات فنی، سوابق تحصیلی و تجربی مدیران و پرسنل اجرایی، کارهای اجرایی جهت شرکت مخابرات و سایر سازمان‌های دولتی و... در پاکت دربسته جهت رسیدگی تا ساعت ۱۴/۳۰ روز دوشنبه مورخ ۸۸/۳/۱۱ اداره کل مذکور به نشانی صدرالذکر تحویل نمایند.

رابط عمومی شرکت مخابرات استان تهران – اداره کل امور بازرگانی

آگهی مناقصه عمومی



شرکت آب و فاضلاب روستایی استان همدان

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان همدان در نظر دارد که اجرای پروژه های ذیل و خرید لوله را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکاران و شرکت های واجد شرایط و دارای صلاحیت و رتبه بندی از سازمان برنامه و بودجه واگذار نماید. واجدین شرایط می توانند ده روز بعد از انتشار آگهی جهت تهیه اسناد مناقصه و اطلاعات بیشتر به شرکت آب و فاضلاب روستایی استان همدان واقع در بلوار کاشانی، بلوک یک مراجعه نمایند.

مبالغ به ریال

ردیف	عملیات اجرایی پروژه	روستای	شهرستان	مبلغ اولیه	مبلغ ضمانت نامه شرکت در مناقصه	رشته	طبق فهرست بهای
۱	اجرای شبکه داخلی آب شرب به طول پنج کیلومتر - ۲۰ درصد سنگی	رباط (مجمع رباط زعفرانیه)	بهار	۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰	۶/۲۵۰/۰۰۰	آب	۱۳۸۷

مناقصه عمومی خرید لوله پلی اتیلن آب و فاضلاب

ردیف	خرید لوله پلی اتیلن	روستای	شهرستان	متر اژ مورد نیاز	ضوابط خرید لوله های پلی اتیلن
۱	خرید لوله پلی اتیلن ۱۰×۲۵۰ (مجمع دهلق)	دهنوآرزمان	ملایر	متر ۶۲۰۰	محل تحویل کالا در محل پروژه همامی باشد.
۲	خرید لوله پلی اتیلن تک جداره فاضلابی ۴ آتمسفر استاندارد سایز ۲۰۰	ارزنقود	همدان	متر ۷۶۸۰	
۳	خرید لوله پلی اتیلن تک جداره فاضلابی ۴ آتمسفر استاندارد سایز ۲۲۵	ارزنقود	همدان	متر ۱۵۶۰	
۴	خرید لوله پلی اتیلن تک جداره فاضلابی ۴ آتمسفر استاندارد سایز ۲۰۰	ابرو	همدان	متر ۹۹۶۰	
۵	خرید لوله پلی اتیلن تک جداره فاضلابی ۴ آتمسفر استاندارد سایز ۲۲۵	ابرو	همدان	متر ۴۸۰	پنج درصد قیمت پیشنهادی بابت ضمانت در مناقصه می باشد. به شماره حساب ۲۱۷۵۲۱۵۶۳۲۰۰۶ بانک ملی مهدیه همدان
۶	خرید لوله پلی اتیلن تک جداره فاضلابی ۴ آتمسفر استاندارد سایز ۲۵۰	ابرو	همدان	متر ۷۲۰	
۷	خرید لوله پلی اتیلن تک جداره فاضلابی ۴ آتمسفر استاندارد سایز ۲۰۰	یلقان	همدان	متر ۵۲۰۰	

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان همدان

۲۹۱ م/الف



شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران
شرکت پالایش نفت تبریز
(سهامی خاص)

شماره مجوز: ۸۶۲۸

آگهی شناسایی پیمانکار

شرکت پالایش نفت تبریز در نظر دارد خدمات مهندسی مشاور مندرج در جدول ذیل را با شرایط و مشخصات کلی مذکور، از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت های مهندسی مشاور واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	شماره مناقصه	موضوع مناقصه	مدت اجرای پروژه	محل اجرای پروژه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)
۱	۸۶-۳-۱۴/۱	واگذار طراحی تفصیلی سایت دفع پسماندهای شرکت های پالایش نفت تبریز و شرکت پتروشیمی تبریز	۹ ماه	شهرستان تبریز	۳۳/۴۰۰/۰۰۰
۲	۸۸-۳-۲	واگذاری خدمات فنی و مهندسی جهت طراحی و نظارت پروژه های در دست اجرای شرکت پالایش نفت تبریز	۲ سال	شهرستان تبریز	۳۸/۶۰۰/۰۰۰

از کلیه شرکت های مهندسی مشاور متقاضی واجد شرایط فعال در زمینه هر یک از خدمات فوق الذکر، دعوت می گردد با مراجعه به آدرس: تبریز-اول جاده تبریز/آذرشهر-شرکت پالایش نفت تبریز، ساختمان شماره ۲، طبقه سوم، دفتر امور حقوقی و قراردادها و یا به آدرس اینترنتی شرکت پالایش نفت تبریز WWW.TBZREFINERY.CO.IR نسبت به دریافت دفترچه خام شماره (۵) «اسناد استعلام ارزیابی کیفی مناقصه گران خدمات مشاوره» اقدام و حداکثر ظرف مدت ۱۴ روز پس از تاریخ انتشار نوبت دوم این آگهی، تقاضای کتبی خود را به همراه دفترچه شماره (۵) تکمیل شده «اسناد استعلام ارزیابی کیفی» و تصویر برابر اصل مدارک مورد نیاز، به دفتر امور حقوقی و قرارداد های شرکت پالایش نفت تبریز تسلیم نمایند. متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن های ۴۲۹۳۳۵۳ و ۴۲۹۳۳۵۰ و دورنگار ۰۴۱۱-۴۲۰۵۷۹۲ تماس حاصل نمایند.

در صورت تمایل به ارسال مدارک برای خدمات مندرج در ردیف های مختلف، ارایه مدارک جداگانه و مستقل برای هر ردیف الزامی است.

بدیهی است ارایه اسناد و مدارک مذکور هیچ گونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد و شرکت پالایش نفت تبریز پس از بررسی اسناد و مدارک در چارچوب ضوابط و مقررات داخلی خود از شرکت های واجد شرایط جهت شرکت در مناقصه دعوت به عمل خواهد آورد.

روابط عمومی شرکت پالایش نفت تبریز

۱۱۳۳ م/الف



شرکت ملی نفت ایران
شرکت نفت مناطق مرکزی ایران

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

موضوع: مناقصه شماره ۳۴ م/ن/۲۷۹/۸۷ مربوط به تهیه و طبخ و توزیع سه وعده غذا (صبحانه، ناهار، شام) و خدمات اتاق داری و سایر خدمات مورد نیاز خدمات پشتیبانی طرح های عمده

شرکت نفت مناطق مرکزی ایران در نظر دارد موضوع مناقصه فوق الذکر را با مشخصات و شرایط کلی زیر از طریق مناقصه عمومی به شرکت های واجد شرایط واگذار نماید.

الف) شرح مختصر خدمات مورد نیاز

تهیه و طبخ و توزیع سه وعده غذا (صبحانه/ناهار/شام) و انجام خدمات اتاق داری و نظیفات و خدمات مورد نیاز خدمات پشتیبانی طرح پالایشگاه پارسیان ۲ با بار مالی تقریبی ۱۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.

ب) مدت خدمات مورد نیاز

مدت پیمان یک سال و قابل تمدید تا یک سال دیگر می باشد.

ج) پیش پرداخت:

معادل ۱۰ درصد بار مالی پیمان می باشد

د) محل انجام خدمات:

محل انجام خدمات مورد نیاز واقع در کیلومتر ۳۵ جاده لامرد - مهر - پالایشگاه پارسیان ۲ می باشد.

ه) شرایط متقاضی

- داشتن شخصیت حقوقی
- داشتن تجهیزات و امکانات کافی و مناسب
- داشتن صلاحیت از مراجع ذی صلاح یا رتبه مشابه در صنعت نفت یا انجام حداقل دو کار مشابه
- داشتن توانایی ارایه ضمانت نامه بانکی شرکت در مناقصه به مبلغ ۲۶۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال

متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند «ه» فوق بوده و آمادگی اجرای پروژه را دارند می توانند حداکثر تا پایان وقت اداری روز سه شنبه مورخ ۸۸/۲/۵ ضمن ارایه درخواست کتبی، به همراه مدارک ذیل (ترجیحا به صورت فایل های PDF و بر روی CD-RW) به امور حقوقی و قرارداد های شرکت نفت مناطق مرکزی ایران به نشانی: تهران - خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، خیابان اسفندیار، پلاک ۲۲، طبقه دوم مراجعه نمایند.

- مدارک ثبت شرکت (اساس نامه شرکت، آگهی تأسیس و آخرین تغییرات)

- سوابق کاری همراه با تأییدیه های لازم

- ارایه مدارکی که نشانگر حسن سابقه در کار های قبلی باشد.

- ارایه مدارک جهت ارزیابی مالی

- فهرست تجهیزات و امکانات

مدارک مناقصه به تشخیص کارفرما به متقاضیان واجد شرایط ارایه خواهد شد، توزیع می گردد. بدیهی است ارایه مدارک فوق الذکر هیچگونه حقی را جهت شرکت کنندگان برای شرکت در مناقصه ایجاد نخواهد کرد.

در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر متقاضیان می توانند با تلفن ۸۸۶۵۰۱۰۰ داخلی ۲۲۱۲ تماس حاصل نمایند.

(WWW.ICOF.C.IR)

(WWW.SHANA.IR)

(IETS.MPORG.IR)

روابط عمومی شرکت نفت مناطق مرکزی ایران

۱۳۵۱ م/الف



شرکت ملی نفت ایران
شرکت نفت مناطق مرکزی ایران

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

موضوع: مناقصه شماره ۳۴ م/ن/۲۷۹/۸۷ مربوط به جمع آوری و نصب مجدد تسهیلات سرچاهی و ایجاد شبکه آب رسانی چاه های ۴ و ۱۱ تابناک

شرکت نفت مناطق مرکزی ایران در نظر دارد موضوع مناقصه فوق الذکر را با مشخصات و شرایط کلی زیر از طریق مناقصه عمومی به شرکت های واجد شرایط واگذار نماید.

الف) شرح مختصر کار

پروژه فوق الذکر مختصرا شامل جمع آوری قسمتی از فنس محوطه چاه های ۴ و ۱۱ تابناک همچنین جمع آوری تسهیلات سرچاهی موجود جهت حضور دکل حفاری، ایجاد شبکه آب رسانی با استفاده از لوله های ۴ و ۶ اینچ و نصب مجدد تسهیلات سرچاهی پس از ترخیص دکل حفاری می باشد.

ب) مدت اجرا

مدت اجرای پروژه ۶ ماه می باشد.

ج) برآورد کار

برآورد تقریبی پروژه ۳/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.

د) محل اجرای کار

محل اجرا پروژه در استان فارس منطقه لامرد می باشد.

ه) شرایط متقاضی

- داشتن شخصیت حقوقی
- داشتن امکانات، ماشین آلات، نیروی متخصص
- داشتن تجربه کافی و مرتبط با موضوع مناقصه
- داشتن پایه ۴ یا ۵ رشته تأسیسات و تجهیزات از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور
- داشتن توانایی ارایه ضمانت نامه بانکی به مبلغ ۷۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال جهت شرکت در مناقصه

متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند «ه» فوق بوده و آمادگی اجرای پروژه را دارند می توانند حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۸۸/۲/۵ ضمن ارایه درخواست کتبی، به همراه یک نسخه از تأییدیه رتبه بندی معتبر از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور به همراه مدارک ذیل (ترجیحا به صورت فایل های PDF و بر روی CD-RW) به امور حقوقی و قرارداد های شرکت نفت مناطق مرکزی ایران به نشانی: تهران - خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، بلوار اسفندیار، پلاک ۲۲، طبقه دوم مراجعه نمایند.

- مدارک ثبت شرکت (آگهی روزنامه رسمی، آخرین تغییرات، اساس نامه)

- سوابق کاری همراه با تأییدیه های لازم

- فهرست ماشین آلات

- فهرست کارکنان

- ارایه مدارکی که نشانگر حسن سابقه در کار های قبلی باشد.

- ارایه مدارک جهت ارزیابی توان مالی

- کد اقتصادی

مدارک مناقصه به تشخیص کارفرما بین متقاضیان واجد شرایط توزیع می گردد. بدیهی است ارایه مدارک فوق الذکر هیچگونه حقی را جهت متقاضیان برای شرکت در مناقصه ایجاد نخواهد کرد.

در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر متقاضیان می توانند با تلفن ۸۸۶۵۰۱۰۰ داخلی ۲۲۰۱ تماس حاصل نمایند.

(WWW.ICOF.C.IR)

(WWW.SHANA.IR)

روابط عمومی شرکت نفت مناطق مرکزی ایران

۱۳۴۷ م/الف



شرکت ملی صنایع پتروشیمی

پتروشیمی مبین (سهامی خاص)

تجدید آگهی ارزیابی

کیفی مناقصه گران

مناقصه شماره ۴۵۴/۱۰۶-۱۴۱ ص پ

بدیهی است آرایه اسناد مذکور هیچ گونه حقی را برای متقاضیان به وجود نخواهد آورد و اسناد و مدارک دریافتی غیر قابل استرداد می باشد.

تلفن ۰۷۷۲۷۳۲۴۱۵۶ فاکس: ۰۷۷۲۷۲۶۳۱۶۳

شرکت پتروشیمی مبین

12

نوبت اول

HOT OIL ۱۳۰ تن روغن

www.stpc.ir

روابط عمومی شرکت پتروشیمی شهید تندگویان (سهامی عام)

$$\text{CH}_2=\text{CH}_2 \quad \text{CH}_2=\text{CH}_2 \quad \text{CH}_2=\text{CH}_2 \quad \text{CH}_2=\text{CH}_2$$

سازمان منطقه آزاد اروند در نظر دارد پروژه ذیل را از طریق مناقصه به پیمانکاران واجد صلاحیت و دارای رتبه‌بندی واگذار نماید. لذا از متقاضیان دعوت به عمل می‌آید تا تاریخ ۸۸/۱/۲۵ تا تاریخ ۸۸/۱/۳۱ جهت دریافت اسناد مناقصه و تا ساعت ۱۲ ظهر مورخه ۸۸/۳/۳۱ برای تحویل اسناد مناقصه طبق شرایط ذیل اقدام نمایند.

نوع تضمین شرکت در مناقصه: طبق اسناد مناقصه
 منبع تأمین اعتبار: منابع داخلی سازمان
 محل خرید حضوری اسناد: آبان - بهمن، بلوار قایقرانی، سازمان منطقه آزاد اروند، امور قراردادها، حوزه فروش اسناد مناقصه
 آرایه رسید بانکی به حساب ۱۰۴۷۰۵۲۳۹۰ بانک تجارت شعبه بریم آبادان
 محل و زمان بازگشایی پاکت: ساعت ۱۵ بعد از ظهر مورخه ۸۸/۳/۳۱ در محل سالن اجتماعات سازمان منطقه آزاد اروند.
 مهلت پنهان آزاد به عهده پنده نامه آزاد.

info@arvandfreezone **<http://www.arvandfreezone.com>**

روابط عمومی سازمان منطقه آزاد اروند

مصرف، نمایان تر می شود.

دولت و خصوصی سازی واقعی ممکن نیست.»

نوب دوم

مناقضه عملیات نشست



قلاط) موجود در این بارش کت به مقادیر

۲۴۵. تلف: ۰۵۱۱-۸۸۹۴۰۴۳ و ۰۵۱۱-۹۶۱۰۳۱-۸۸۵۴۱۰۳۱ داخل: ۳۲۳۳

زمان: با ذکر تاریخ ۸۸/۱/۱ لغایت ۸۸/۱/۱ در ساعات اداری می باشد.

مشهد- نوی اب و برق، خیابان ۸ شهرپور، بالاتر از میدان خیام، جنب سالن ورزشی ۱۵ خرداد، انبرهای شرکت برق منطقه‌ای خراسان، تلفن: ۸۴۷۷۷۷۷-۵۱۱. ضمناً جهت بازدید: کارخانه معوضه منابده، ضمناً هم‌اگر قبل از اخذ معرفی‌نامه از امیر

رمان تحویل پانزدهم: پانزدهم شهریور ۱۳۸۸/۲/۱۳ م. باشد.

تدارکات و قراردادها

ضمناً سایر شرایط مزایده در اوراق و اسناد مزایده درج گردیده است.

E-Mail: bazargani@KREC.ir Website: www.KREC.ir

۹ مناقصه ها مناقصه ها

[illegible]

