

خبر
<p>به بهانه روز جهانی تنوع زیستی</p> تخریب زیستگاه‌ها، بزرگ‌ترین چالش تنوع زیستی کشور

یک کارشناس اکولوژی و مدیریت حیات وحش با بیان اینکه یکی از مسائل و مشکلات اساسی ما در حوزه تنوع زیستی موضوع تخریب زیستگاه‌ها است، گفت: با آموزش، آگاهی‌رسانی و فرهنگ‌سازی در زمینه تنوع زیستی وضعیت بهتری خواهیم داشت. روز ۲۲ می مصادف با اول خردادماه روز جهانی تنوع زیستی است. سازمان ملل متحد ابتدا ۲۹ دسامبر ۱۹۹۳ برابر با تاریخ تشکیل کنوانسیون تنوع زیستی را به عنوان روز جهانی تنوع زیستی تعیین کرد اما در دسامبر ۲۰۰۰ مجمع عمومی این سازمان، با هدف افزایش سطح درک و آگاهی عمومی مردم از مسائل مربوط به تنوع زیستی، ۲۲ می را تحت عنوان روز بین المللی و جهانی تنوع زیستی (IDB) نامگذاری کرد.امسال شعار این روز «از توافق تا عمل: بازسازی تنوع زیستی» است که به انجام اقدامات عملیاتی جهت احیای تنوع زیستی اشاره می‌کند.

عبداله سالاری درباره شعار امسال این روز جهانی اظهار کرد: براساس یک استراتژی کلی در سازمان ملل اگر در حوزه‌های کلی مانند اجتماعی، اقتصادی، محیط زیست و … بحرانی به وجود آمد باید بهتر از قبل عمل کنیم. شعار امسال از این استراتژی نشأت گرفته است.

سالاری با اشاره برگزاری نشست سازمان ملل متحد درباره تنوع زیستی موسوم به کاپ ۱۵ در ۱۵ کشور درباره تنوع زیستی تعهدات بیشتری را به ویژه در راستای اشتراک در منافع اقتصادی ناشی از داده‌های ژنتیکی گیاهان و حیوانات برعهده گرفتند، توضیح داد: هر ساله در هر

نشست اهدافی را مدنظر قرار می‌دهند که تا نشست بعدی سازمان ملل درباره تنوع زیستی به آن برسند. سالاری ضمن اشاره به اینکه ارزش و اعتبار تنوع زیستی به آگاهی افرادی است که از آن باخبر هستند، اظهار کرد: متأسفانه اکنون در حوزه تنوع زیستی آگاهی مردم بسیار کم است، به‌طوری‌که به عنوان نمونه مردم روسیای آنقدر دنبال یک خرس می‌یوند که خرس براثر این اقدام از استرس تلف می‌شود و می‌میرد. این موضوع نشانه ناآگاهی از ارزش تنوع زیستی کشور است. بدین جهت نمی‌توانیم درست از آن بهره‌مند شویم.این کارشناس ارشد تنوع زیستی تاکید کرد: سازمان حفاظت محیط زیست با توجه به اختیارات و توانمندی‌هایی که دارد باید اقدامات بسیاری در زمینه حفاظت از تنوع زیستی کشور انجام دهد اما در این زمینه کم‌کاری بسیاری دارد که باعث شرایط کنونی شده است. در عین حال در این شرایط اگر رسانه‌های و سازمان‌های مردم نهاد تمام توان خود را بر موضوع آگاه‌سازی و آموزش برای تنوع زیستی بگذارند قطعاً بسیار موثر است.



در جوامع مدرن امروزی که زوجین تا حد زیادی امکان تصمیم‌گیری درمورد تعداد فرزندان و زمان به دنیا آوردن آن‌ها را دارند، ترجیحات و تمایلات باروری مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های رفتار باروری به شمار می‌رود. هدف مطالعهٔ پیش رو بررسی تمایلات فرزندآوری افراد ازدواج‌کردهٔ همسردار و عوامل مؤثر بر آن و نیز موانع و محدودیت‌های تمایل به داشتن فرزند در ایران است. بر این اساس، داده‌های گردآوری‌شده در پیمایش ملی خانواده، که سال ۱۳۹۷ در سطح کشوری اجرا شده بود، تجزیه‌وتحلیل شد. نتایج نشان داد که حدود ۳۰ درصد افراد بدون فرزند و ۴۸ درصد افراد دارای یک فرزند تمایلی به داشتن فرزند دیگری ندارند. یافته‌ها رابطهٔ منفی بین تحصیلات و تمایلات باروری افراد را نشان داد. از طرفی، تمایلات باروری در بین پیروان اهل تسنن در مقایسه با پیروان اهل تشیع بیشتر بود. مردان نیز تمایلات باروری بیشتری در مقایسه با زنان داشتند. همچنین رضایت از زندگی و روابط زناشویی تأثیر معناداری بر تمایلات فرزندآوری افراد دارد.

مشکلات زندگی شهروندان دیده نمی شود

مهم‌ترین علل عدم تمایل به فرزندآوری در چهار دستهٔ مشکلات و نگرانی‌های مرتبط با فرزندان و آیندهٔ آن‌ها، شرایط کاری و هزینه فرصت، روابط بین همسران، و مشکلات سلامتی و جسمانی افراد قرار گرفتند. بر این اساس، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان، برای افزایش مجدد باروری به سطح جایگزینی، نیاز است تا مجموعه‌ای از سیاست‌هایی را اجرا کنند که به خانواده‌ها در پوشش هزینه‌های مراقبت از کودکان کمک کند و تلفیق زندگی شغلی و خانوادگی زنان را تسهیل کند.

در دهه‌های اخیر میزان باروری در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و برخی کشورهای رو به توسعه از جمله ایران، به زیر سطح جایگزین (کمتر از دو فرزند به ازای هر زن) کاهش یافته است. مداوم میزان زیر سطح جایگزین باروری، سالخوردگی جمعیت و کاهش نیروی کار را تسریع می‌کند و در نتیجه پیامدهای نامطلوبی برای توسعه اقتصادی و مدنی کشور به دنبال خواهد داشت.

پوستر برای فرزندآوری

این در حالی است که مسولان شهری به نظر می‌رسند فعلاً فقط امیدوار هستند با بیلپورد تمایل به فرزند

آوری در میان ایرانیان را افزایش دهند.

به گزارش خیراتلاین، سال ۹۲ نیز «خانه طراحان انقلاب اسلامی» پوسترهایی را با عنوان «با یک گل بهار نمی‌شه!» منتشر کرد. این پوسترها با محوریت ترویج شعار «فرزند بیشتر، زندگی شادتر» طراحی شده بودند. این بیلبوردها با شعار «با یک گل بهار نمی‌شود» مردم را به داشتن فرزند بیشتر تشویق می‌کردند. چند سال پیش هم مجسمه مرد موتورسوار با ۴ فرزند، محور انتقادهای شهروندان به شهرداری در حوزه تشویق به فرزندآوری شد. امسال نیز همزمان با هفته ملی جمعیت بیلبوردهای شهری با تصاویری از خانواده‌ها پرجمعیت همراه با شعارهایی که «برکت خونه به چچه‌هاشه»، «زندگی شادش خوبه، بچه زیادش خوبه» موضوع شوخی و کنایه‌های برخی شهروندان شد. یک مددکار اجتماعی با انتشار این بیلبوردها از خانوارهایی گفته که به جای شیرخشک به نوزادانشان جای و نبات می‌دهند و گاهی فرزندانشان به خاطر سوء تغذیه فوت می‌کنند.

علی بهادری جهرمی، سخنگوی دولت از موافقان این تبلیغات است. او به مشوق‌های دولت برای فرزندآوری

ممنوعیت نمایش زندگی مجردی در تبلیغات شهری

بیلبوردهایی برای فرزندآوری

تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر پر شده از تصاویر تشویقی برای فرزندآوری، بیلبوردهایی که در فضای مجازی واکنش برانگیز شده است. بیلبوردهای تبلیغاتی شهرداری تهران درخصوص ترویج خانواده پرجمعیت باز هم حاشیه‌ساز شد. کاربران توییتر در کنار تصاویر منتشر شده از سوی شهرداری با کنایه نوشته بودند تلاش شهردار انقلابی برای افزایش جمعیت و ترویج ۴ فرزندی با بیلبوردهای شهری!



سال ۹۲ نیز

«خانه طراحان

انقلاب اسلامی»

پوسترهایی را با

عنوان «با یک

گل بهار نمی‌شه!»

منتشر کرد و

این پوسترها با

محوریت ترویج

شعار «فرزند

بیشتر، زندگی

شادتر» طراحی

شده بودند

من با محتوا مشکل ندارم اما روش تبلیغ سلیقه‌های مختلف دارد و ممکن است یک عده موافق باشند و عده‌ای نه.»

سال گذشته بود که ضوابط سیاستی جمعیت در حوزه تبلیغات شهری از سوی اداره کل سلامت معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران منتشر شد. در این دستورالعمل اشاره شده بود با توجه به شرایط بحرانی جمعیت کشور و در راستای سیاست‌های کلی جمعیت ابلاغی مقام معظم رهبری، قانون حمایت از خانواده مصوب مجلس و همزمان با آغاز فعالیت «ستاد مدیریت جمعیت شهر تهران» در اداره کل سلامت و به منظور پرهیز از هرگونه فعالیت تبلیغی ترویجی ناسازگار با سیاست‌های جمعیتی کشور ۵ راهبرد مورد توجه قرار گیرد. ممنوعیت نمایش زندگی

مجردی در فضاهای تبلیغاتی شهری، پرهیز از هرگونه نمایش زندگی مجردی یا بازنمایی مثبت خانوار یک نفره اولین نکته‌ای است که باید در فضاهای تبلیغاتی شهر به آن توجه شود، تنها شرط نمایش خانواده تک فرزندی در بیلبوردهای شهری، پرهیز از ترویج زندگی سرشار از تجمل و اشرافی‌گری مخصوصاً در بازنمایی نوج‌های جوان، پرهیز از بازنمایی و نمایش خانواده‌های تک‌فرزندی مگر کودک کمتر از ۲سال سن داشته باشد، پرهیز از بازنمایی و نمایش خانواده‌های دو نفری اگر مادر خانواده باردار نمایش داده شود از دیگر مواردی است که باید در تبلیغات شهری به آن توجه می‌شد.

در این دستورالعمل تاکید شده بود که تبلیغاتی که به بازنمایی مثبت ترویج الگوی خانواده کامل خانواده (چهار فرزندی) و خانواده گسترده (پدربزرگ و مادربزرگ، دایی، عمه و…) فرزندآوری می‌پردازد با رویکرد تشویقی مشمول تخفیف قرار گیرند. در این دوره از مدیریت شهری برای تشویق به فرزندآوری تخفیف‌هایی در حوزه خدمات شهری نیز پیش‌بینی شده بود از جمله تخفیف در عوارض ساختمانی اما اینکه چقدر تبلیغات فرهنگ تاکنون در موفقیت سیاست‌های جمعیتی تأثیرگذار بوده مشخص نیست.

تخفیف‌هایی در حوزه‌های مختلف دیده شده بود که این موارد مکمل هم باید باشند.»

احمد علوی، عضو دیگر کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شورای شهر تهران هم درباره انتقادهایی که این روزها در فضای مجازی از سوی شهروندان نسبت به بیلبوردهای تبلیات خانواده پرجمعیت می‌شود به خیراتلاین گفت: «این انتقاد درست است اگر فکر کنیم موضوع جمعیت با یک بعد اطلاع‌رسانی حل می‌شود اشکال دارد، موضوع جمعیت متغیرهای زیادی دارد که یکی از آن اقتصادی است، دیگری عوامل اجتماعی است و به لحاظ روانی خانواده‌ها یک تعداد از جمعیت را پذیرفته‌اند و یکی از عوامل هم می‌تواند تبلیغات محیطی باشد.»

کارشناسی فراموش شده است

او ادامه داد: «در شهرداری هم از شروع ستاد جمعیت تکمیل فعالیت‌ها را تعریف کردندوما هم‌در شورا در راستای کمک به ستاد جمعیت در شهرداری مصوباتی داشتیم، اما مانند خیلی از موضوعات دیگر اطلاع‌رسانی درستی درخصوص آن نشده است.»

علی اصغر قائمی، عضو شورای شهر تهران معتقد است اظهار نظر درخصوص جمعیت نیاز به نگاه کارشناسی دارد. او به خیراتلاین گفت: «نظر فریدمی را می‌گویم و نه اینکه به عنوان یک عضو شورای شهر نظرم صائب باشد چون این موضوع موضوعی تخصصی است که مجلس هم آن را قانون کرده است. اگر ایرادمان به شیوه تبلیغ است، این یک مسئله است و اگر به ماهیت مسئله نقد داریم بحث دیگری است. شخصاً درخصوص ماهیت قضیه جزو موافقان هستم و با خانواده پر جمعیت موافقم و خودمان هم خانواده پرجمعیت بزرگ شده‌ایم و الان هم خانواده کم جمعیتی نیستیم اما پر جمعیت هم نیستیم، اما اگر اشکال به شیوه تبلیغ است بحث تخصصی است و دوستانی که جامعه‌شناسی می‌شناسند و فضای رسانه و تبلیغ را می‌شناسند، باید در این خصوص اظهارنظر کنند چه مدل تبلیغی برای این مفهوم مناسب است. اما به نظر می‌آید روش‌های بهتری حتماً وجود دارد

اشاره کرده و نوشته: «جمعیت سرمایه اولی و اصلی پیشرفت ایران است.» پاسخ مردم به توییت او لیست وعده‌های محقق نشده، وضعیت اقتصادی و بیکاری و افزایش اندک حقوق و دستمزد است. در وضعیت اقتصادی فعلی چقدر تبلیغات شهری می‌تواند در حوزه فرزندآوری موثر باشد؟ علیرضا نادعلی، سخنگوی شورای شهر تهران درباره تبلیغات شهری طرح جوانی جمعیت به خیراتلاین گفت: «وقتی می‌خواهیم از یک خانواده پرجمعیت صحبت کنیم، چه کار باید کنیم؟ جز با تصویر و شعار و کارهای توصیه‌ای کار دیگری هم مگر می‌توان کرد؟ فقط می‌توانیم با تبلیغات و استفاده از فضاهای محیطی برای فعالیت‌های فرهنگی ترویج انجام دهیم و فکر می‌کنم نقد ما به این خاطر است. همواره مقاومتی در ذهن‌ها وجود دارد که با شرایط اقتصادی این صحبت‌ها تأثیرگذار نیست.»

بحران کهنسالی جمعیت

او ادامه داد: «اما اگر دچار کهنسالی جمعیتی شویم که اکنون دچارش شده‌ایم وضع بدتر می‌شود بنابراین اصل حرکت درست است و هر چه هنرمندانه‌تر اتفاق بی‌افتد بهتر است.» او در پاسخ به این پرسش که وقتی مردم با چالش‌های اقتصادی عمیقی مواجه هستند تصویر خانواده‌ای با ۵ فرزند با این شعار که «زندگی شادش خوبه چچه زیادش خوبه» آیا دلیل تمسخر مردم زمانی که با این بیلبوردها مواجه می‌شوند، نیست، گفت: «نه. زیرا باید این سد ذهنی را شکست و من خانواده‌هایی را می‌شناسم که وضعیت اقتصادی خوبی ندارند اما ۴ بچه دارند اتفاقاً این خانواده‌ها بیشتر فرزندآوری می‌کنند و خانواده‌های متحول یا ازدواج هم نمی‌کنند یا اگر ازدواج کردند بچه‌دار نمی‌شوند و اگر فرزند اول را به دنیا آوردند برای فرزند دوم اقدام نمی‌کنند، در حوزه فرزندآوری مشکل فرهنگی است اما موافق این هستم که هر چه این تبلیغات محیطی هنرمندانه‌تر باشد تأثیرگذاری بیشتری دارد.»

او درخصوص اینکه مدیریتی شهری به جز تبلیغات محیطی مشوق‌های دیگری برای خانواده‌های پرجمعیت دیده بود هم گفت: «در بودجه سال ۱۴۰۲

خبر
<p>آغاز بخشودگی جرائم بیمه‌ای کارفرمایان تأمین اجتماعی</p>

سازمان تأمین‌اجتماعی طرح بخشودگی جرائم بیمه‌ای کارفرمایان را به‌منظور حمایت از کارفرمایان کارگاه‌های فعال تولیدی، صنعتی، معدنی و خدماتی و اصناف را از ابتدای خردادماه و به مدت سه ماه اجرا می‌کند. براساس اعلام میرهاشم موسوی، مدیرعامل سازمان تأمین‌اجتماعی، طرح بخشودگی جرائم بیمه‌ای کارفرمایان تأمین اجتماعی، با توجه‌به نام‌گذاری سال جاری به نام سال ”مه‌ار تورم و رشد تولید“ از سوی مقام معظم رهبری و به‌منظور مساعدت با کارفرمایان واحدهای تولیدی، صنعتی، معدنی، خدماتی و اصناف و تقویت توان تولیدی کشور، از ابتدای خرداد تا پایان مرداد سال جاری اجرا می‌شود.براین اساس کارفرمایان متقاضی استفاده از بخشودگی جرائم بیمه‌ای می‌توانند اصل بدهی بیمه‌ای خود را به صورت نقدی پرداخت کنند و یا طی توافق با شعب سازمان، روش پرداخت اقساطی را انتخاب کنند.

در صورتی‌که برای پرداخت اصل بدهی بیمه‌ای، تعداد اقساط ماهانه ۱۲ ماه انتخاب شود، کارفرما از ۱۰۰ درصد بخشودگی جرائم برخوردار می‌شود؛ در صورتی‌که در ۱۸ ماه اقساط بدهی خود را پرداخت کند از ۸۵ درصد بخشودگی جرائم استفاده می‌کند و در صورتی که تعداد اقساط را ۲۴ یا ۳۶ ماه انتخاب کند به ترتیب از ۷۵ درصد و ۵۰ درصد بخشودگی بهره‌مندمی‌شود.

شرایط استفاده کارفرمایان از این تسهیلات

این طرح با محوریت حفظ اشتغال موجود کارگاه‌ها اجرایی می‌شود و کارفرمایانی مشمول استفاده از این تسهیلات خواهند بود که حداقل به مدت یک سال از زمان تقسیط بدهی، نسبت بر مبنای لیست اسفندماه سال ۱۴۰۱ و ارسال لیست و پرداخت کامل حق بیمه کارکنان شاغل کارگاه در دوره تقسیط اقدام کنند.

نحوه ثبت درخواست و تقسیط جرائم

موسوی با بیان اینکه کارفرمایان متقاضی این تسهیلات باید درخواست خود را از طریق سامانه خدمات غیرحضوری سازمان تأمین‌اجتماعی به نشانی es.tamin.ir حادکنند تا تاریخ سی‌ویکم مرداد ماه ثبت کنند توصیه کرده است که به منظور سهولت کار، این عزیزان درخواست خود را به روزهای پایانی مهلت ذکر شده موکول نکنند. همچنین کارفرمایان محترم توجه داشته باشند که بعد از توافق با شعب سازمان تأمین‌اجتماعی در زمینه پرداخت اقساطی بدهی بیمه‌ای، چنانچه هریک از اقساط بدهی‌های تقسیط شده در سررسید مقرر پرداخت نشود؛ بدهی تبدیل به حال شده و جریمم متعلقه، نسبت به مانده بدهی مطالبه و مجدداً قابل تقسیط نخواهد بود.بنابراین به کارفرمایان توصیه می‌کنیم با توجه به شرایط مالی خود، تعداد اقساط را به نحوی انتخاب کنند که بتوانند تمام اقساط بدهی را در موعد مقرر پرداخت کنند.



آگهی فراخوان مناقسه عمومی دو مرحله ای

شماره **RNP-0151037-MD**

تحت عنوان خرید یک دستگاه الکتروپمپ (P-1503)

شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) سازند در نظر دارد تأمین موضوع صدرالاشاره را از طریق مناقسه عمومی طبق اسناد مناقسه به تأمین کننده / تولیدکننده/ سازنده واجد شرایط واگذار نماید.
شرکت‌های متقاضی می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر و شرایط شرکت در مناقسه به سایت **www.IKORC.ir** مراجعه نمایند.
۱- موضوع مناقسه:

الف) شرح مختصر:

ردیف	شماره مناقسه	شرح مختصر کالا	تعداد	مبلغ برآورد (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)
۱	RNP-0151037-MD	الکتروپمپ (P-1503)	یک دستگاه	۱۳/۹۰/۵۰۰۰۰۰	۳۱۰/۹۰۵/۰۰۰

ب) تضمین مورد قبول شامل: ضمانتنامه بانکی / چک تضمینی / چک بی‌بانی / واريز وجه نقد
شرکت در رد یا قبول هر یک یا تمام پیشنهادها بدون آنکه محتاج به ذکر دلیل باشد مختار است.
**۲- کلیه اشخاص حقوقی/حقیقی واجد شرایط می‌توانند مطابق تاریخ های ذیل جهت دریافت اسناد استعلام ارزیابی به آدرس اینترنتی فوق الذکر مراجعه نمایند و پس از دریافت اسناد و مطالعه آن مستندات ارزیابی کیفی را در قالب لوح فشرده در مهلت مقرر به آدرس ذیل ارسال نمایند ، بدینهی است پیشنهاد هایی که با شرایط مندرج در فراخوان اختلاف داشته و ارسال مدارک مناقسه از سوی متقاضیان بعد از مهلت مقرر قابل پذیرش نمی باشد. پس از ارزیابی کیفی از متقاضیان تأیید شده جهت ادامه فرآیند مناقسه دعوت بعمل خواهد آمد.
۳ مهلت دریافت اسناد:
۱-۳ مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۰
۲-۳ مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی: روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۰
۳-۴ نام و نشانی دستگاه مناقسه گزرا: اراک، یکپومتر۲۰جاهد بورجرد- دو راهی سازند- شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) سازند - اداره تدارکات کالا- اتاق ۱۲۰
تلفن تماس: ۰۸۴-۰۲۳۲۹۹۰۹۰۸۴
فکس: ۰۸۴-۲۳۲۹۱۵۰۷ یا ۰۸۴-۲۳۱۶۶۰۱۳**

روابط عمومی شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره)سازند

۱۶۸۸

» آگهی مزایده شماره ۱۴۰۲-۳۰۰۲ «

نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر در نظر دارد فروش ۴۰ لیتر بر ثانیه پساب به همراه اجاره ۱۰۰ هکتار از زمین تصفیه خانه فاضلاب شهر بوشهر را با مشخصات مندرج در اسناد مزایده از طریق مزایده عمومی بفروش برساند ، لذا از کلیه متقاضیان دعوت به عمل می آید که از ساعت ۱۵:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۰۱ لغایت ۰۹:۰۰ تا یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۷ جهت دریافت اسناد مزایده به سامانه ستاد به نشانی **www.setadiran.ir** مراجعه نمایند.

توضیحات:

- ۱- شماره فراخوان در سامانه ستاد:** ۱۰۰۲۰۰۱۳۴۴۰۰۰۰۱
- ۲- محل استقرار:** استان بوشهر – شهرستان بوشهر – جاده عالی شهر
- ۳- مبلغ تضمین شرکت در** ۱.۶۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال می باشد که باید به صورت ضمانت نامه بانکی به نفع این شرکت یا واريز نقدی به حساب شرکت ارائه گردد.
- ۴- هزینه درج آگهی در روزنامه طبق تعرفه آزاد در دو نوبت علاوه بر کارمزد سامانه ستاد ، ارزش افزوده و هزینه کارشناسی به عهده برنده مزایده می باشد .**
- ۵- آخرین مهلت بازگذاری مدارک به صورت الکترونیکی در سامانه ستاد و تحویل فیزیکی تضمین شرکت مزایده به دفتر حراست و امور محرمانه شرکت ساعت ۰۹:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۷ می باشد .**
- ۶- پاکتهای مزایده در ساعت ۱۰:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۹ گشوده خواهد شد . حضور یک نفر به عنوان نماینده مزایده گر همراه با معرفی نامه در جلسه بازگشایی پاکتها بلامانع می باشد .**
- ۷- متقاضی باید مشخصات خود (نام و آدرس و شماره تماس) و موضوع و شماره مزایده را بر روی پاکت « الف » درج نماید .**
- ۸- به پیشنهادهای مهم ، مشروط و مخدوش مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد .**
- ۹- سایر اطلاعات و مشخصات مربوطه در اسناد مزایده مندرج می باشد .**
- ۱۰- نشانی شرکت:** بوشهر – خیابان ریسهلی دلوری – کوچه تنگسیر ۱ – کد پستی ۷۵۱۴۶۱۹۱۳۹
- ۱۱- سایت اینترنتی شرکت:** **https://abfa-bushehr.ir/**
- ۱۲- تلفن تماس:** ۰۷۷-۳۱۶۴۰۰۰۰

نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۳/۰۱ نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۳/۰۲

دفتر حقوقی و قرار دادها – شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر