رویداد

پرداخت ۷۸ میلیون خسارت برای مرسولات پستی

● **ایسنا:** مدیرکل مدیریت عملکرد و کیفیت شرکت پست، بحث پرداخت غرامت برای مرسولات پستی را رقمی بسیار اندک دانست و بیان کرد: در برابر درآمد ۷۰۰میلیاردتومانی این شرکت در سال گذشته، حدود ۷۸میلیون تومان خسارت وارد آمده و غرامت به صاحبان مرسولات پرداخت شده است. علی اکبر هادوی گفت: در کشور سه‌هزارو ۵۰۰ نقطه مبادله پستی وجود دارد و در چنین شبکه‌ای به‌دلیل تحویل و تحول ثبتی مرسولات و استفاده از ابزارهای کنترلی و نظارتی، احتمال اینکه مرسوله‌ای به مقصد نرسد، بسیار اندک است؛ به‌طوری که از میان ۵۰۰هزار مرسوله شاید یک درصد مرسولات هم با این مشکل مواجه نشود. او ادامه داد: البته ممکن است گاه در برخی موارد، مرسوله‌های ما دچار آسیب شوند که آمار این آسیب‌ها نیز بسیار اندک است و تلاش و نظارت‌های مختلفی روی این موضوع صورت می‌گیرد تا کوچک‌ترین خطا و عدم‌انطباقی در فرایند قبول و ارسال مرسولات پیش نیاید. او افزود: نکته دیگر آنکه، تمام مرسولات بدون ارزش اظهارشده، مشمول بیمه عمومی تا سقف ۲۲۰هزار تومان برای مرسولات سفارشی و تا سقف ۵۳۰هزار تومان برای مرسولات پیشتاز و ویژه بوده و در صورت بروز مشکل، مطابق بررسی و اظهارات فرستنده، برای پرداخت خسارت اقدام می‌شود. او ادامه داد: ما در شرکت پست، وجوه نقد را تا سقف پنج‌میلیون تومان، اوراق و خزانه بانکی را تا سقف ۱۰۰میلیون تومان و بار انبوه را تا سقف ۵۰میلیون تومان بیمه می‌کنیم و سایر مرسولات هم تا ۲۰میلیون تومان، شامل بیمه می‌شوند که البته بابت این نوع بیمه، درصد بسیار ناچیزی، بر حسب میزان ارزش اظهارشده، از مشتری دریافت می‌شود.

رشد قارچ‌گونه فروشگاه‌های اینترنتی

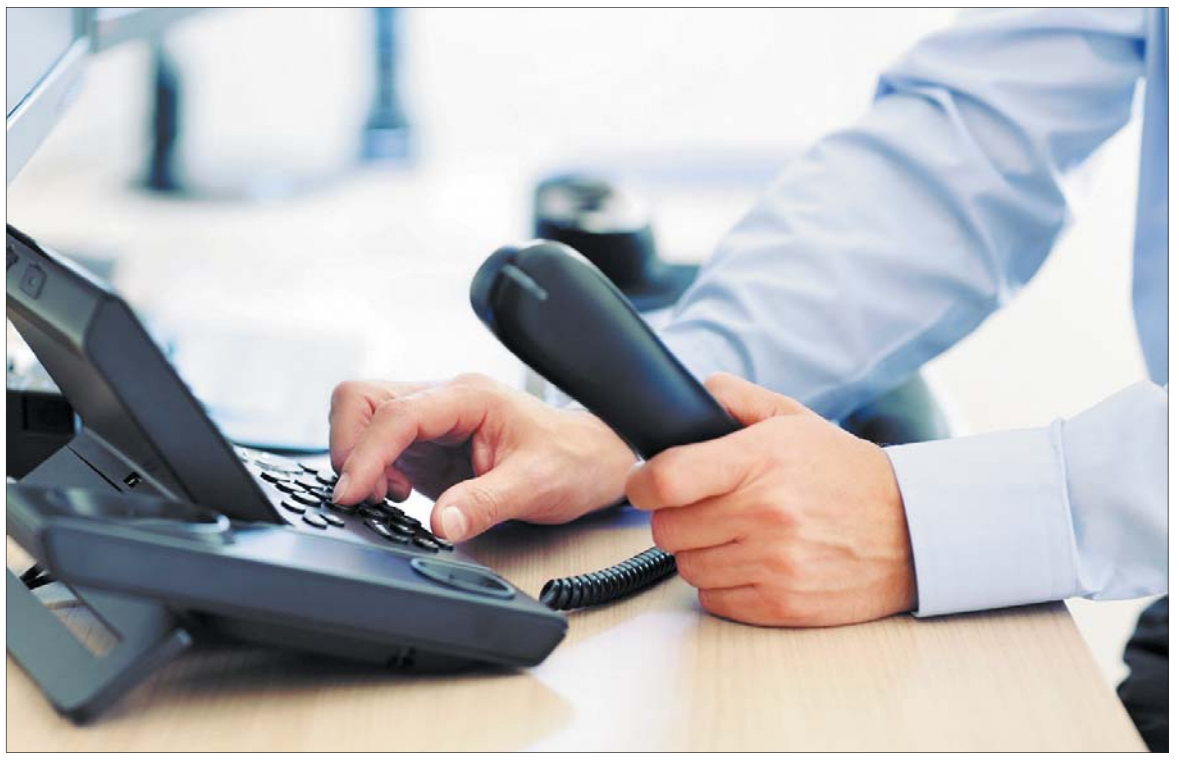
● **فارس:** به گفته رئیس اتحادیه فناوران رایانه، با وجود رشد قارچ‌گونه فروشگاه‌های اینترنتی که در تمام صنوف رخنه کرده‌اند، نظارتی بر فعالیت آنها نیست و کالای تقلبی، قاچاق و بدون منبع موثق، به معضل برخی از این فروشگاه‌ها تبدیل شده است. مهدی میرمهدی بیان کرد: مرجع مجوزدهی به سایت‌های خریدوفروش اینترنتی از ابتدای سال ۹۵ تغییر خواهد کرد. او گفت: فروشگاه‌های اینترنتی در رسته‌های مختلف فعالیت می‌کنند و معتقدیم هر فروشگاه برای ارائه هر نوع محصول، باید از اتحادیه مربوط به همان صنف مجوز بگیرد و نظارت نیز برعهده همان اتحادیه باشد؛ زیرا منطقی است. برای مثال، اتحادیه فناوران نمی‌تواند مانند اتحادیه پوشاک بر کالاهای این صنف نظارت کند یا فروش کالای لوازم بهداشتی تحت‌نظارت اتحادیه مربوطه بی‌اشکال‌تر خواهد بود. به گفته او، با وجود ایرادات آیین‌نامه، در گذشته اتحادیه فناوران رایانه، هر ۱۵روز همه فروشگاه‌های اینترنتی را بررسی و با تخلف‌ها برخورد می‌کرد و در صورت نیاز، پلمب می‌شدند. او افزود: با وجود رشد قارچ‌گونه سایت‌های خریدوفروش اینترنتی، نظارتی بر فعالیت این واحدها وجود ندارد. این در حالی است که فعالیت فعلی فروشگاه‌های اینترنتی با مشکلات زیادی درگیر است و بسیاری از این فروشگاه‌ها منبع موثقی برای کالاهای‌شان ندارند و در اجناس آنها، کالای تقلبی و قاچاق نیز دیده می‌شود.

ارائه راهکاری برای حفظ حریم کاربران اینترنت

● **مهر:** محققان دانشگاه صنعتی امیرکبیر روشی برای مدیریت و حفظ حریم خصوصی داده‌های کاربران در سیستم‌های ابری ارائه کردند. زهره رضایی‌کینجی، مجری طرح «ارائه روشی جدید برای مدیریت امنیت داده‌های بزرگ در سیستم‌های مبتنی بر ابر»، با اشاره به مشکلات موجود در زمینه حفظ حریم خصوصی، گفت: درحال‌حاضر بسیاری از اطلاعات خصوصی کاربران، شامل مواردی مانند: اطلاعات هویتی، اطلاعات مکانی، سوابق بیماری و دیگر داده‌های کاربران، در سیستم‌های مبتنی بر ابر ذخیره‌سازی می‌شود که حفظ این اطلاعات و داده‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. او افزود: با استفاده از اینترنت، می‌توان داده‌های زیادی را در سیستم‌های ابری بارگذاری کرد، این داده‌ها از طریق حملات سایبری دستخوش آسیب می‌شوند و این حملات می‌تواند از طریق برخی از اپلیکیشن‌ها یا برخی از کاربران که مجوز دسترسی را به این نوع سیستم‌ها دارند، صورت گیرد. او افزود: برای جلوگیری از این حملات، تاکنون روش‌های مختلفی عرضه شده است که در این راستا، در دانشکده مهندسی کامپیوتر دانشگاه صنعتی امیرکبیر، پروژه تحقیقاتی را در این زمینه اجرائی کردیم. به گفته او، در این مطالعات از روش K-Anonymity یا k گمنامی، به این دلیل که پایه و اساس سایر روش‌ها بود، استفاده شد و ازآنجاکه داده‌های بزرگ مدنظر بودند، برای اعمال این روش، از روش نگاشت-کاهش استفاده شد. او ادامه داد: استفاده از روش نگاشت-کاهش موجب شد سرعت و مقیاس‌پذیری روش ارائه‌شده از سایر روش‌های مردود مطالعه، بهتر باشد. روش k گمنامی روشی است که با ایجاد تغییراتی در اطلاعات، به حفظ حریم خصوصی کاربران اقدام می‌کند.

مصوبه رگولاتوری مبنی بر فروش قسطی خط تلفن ثابت متوقف شد

فروش خط تلفن ثابت ۲۰۰ تومان نقد



درحالی‌که طبق مصوبه کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات قرار بود سقف هزینه اتصال هر خط تلفن ثابت دو میلیون ریال (صد هزار تومان در زمان ثبت‌نام و پرداخت مابقی در ۳۶ ماه پس از راه‌اندازی خط) باشد اما فروش خط تلفن نقدی شد. این در حالی است که پیش از این محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، بیان کرده بود: «با توجه به اینکه سرمایه‌گذاری هر خط تلفن ۸۵۰ هزار تا یک میلیون تومان هزینه دارد، کمیسیون تنظیم مقررات با افزایش قیمت هر خط از ۵۰ هزار تومان به ۲۰۰ هزار تومان موافقت کرد؛ به این شکل که مشترک صد هزار تومان از آن را در زمان ثبت‌نام بپردازد و خط را دریافت کند و بقیه را در ۳۶ ماه و به صورت اقساطی بدهد. در این زمینه پیشنهاد مخابرات افزایش قیمت تلفن به ۲۵۰ هزار تومان بود که با آن موافقت نشد». از مرداد ماه سال جاری و هم‌زمان با تغییر تعرفه‌های اینترنتی و مخابراتی، تعرفه فروش تلفن ثابت نیز براساس مصوبه شماره شش جلسه شماره ۲۳۷ کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات تغییر یافت. براساس این مصوبه، تعرفه فروش هر خط تلفن ثابت از ۵۰ به ۲۰۰ هزار تومان رسید و از مرداد ماه در سیستم فروش مخابرات لحاظ شد. مصوبه یادشده به‌صراحت اعلام کرده بود که متقاضیان دریافت تلفن ثابت زمان ثبت‌نام به ازای هر خط مبلغ یک میلیون ریال پرداخت و مابقی مبلغ (یک میلیون ریال) در ۳۶ ماه پس از راه‌اندازی خط از مشترک دریافت می‌شود. این افزایش قیمت هم‌پای رشد هزینه مکالمه از ۳۰ به ۴۵ ریال و حداقل کارکرد ۲۰۰ و ۳۳۰ دقیقه مکالمه برای روستاها و شهرها (مکالمه اجباری) اتفاق افتاد. به گزارش تسنیم، محمود واعظی -وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات- پیش از این در توجیه چنین تصمیمی (مکالمه اجباری) گفته بود که هفت میلیون تلفن ثابت بلااستفاده در کشور داریم که هزینه نگهداری آنها درخورتوجه است؛ بنابراین تصمیم گرفتیم برای روستاها حداقل کارکرد ۲۰۰ دقیقه مکالمه و برای شهرها حداقل کارکرد ۳۳۰ دقیقه مکالمه را در نظر بگیریم به این معنی که حتی اگر کمتر از این میزان از خطوط استفاده کنند، ملزم به پرداخت هزینه به‌ازای این دقایق هستند. حال با گذشت سه‌ماه‌ونیم از این تصمیم‌گیری و ابلاغ مصوبات، فروش تلفن ثابت طبق مصوبه مذکور (صد هزار تومان هنگام ثبت‌نام و پرداخت مابقی رقم در ۳۶ ماه) متوقف شده است. درحال‌حاضر هر متقاضی خرید تلفن ثابت هنگام مراجعه به مراکز مخابراتی، پس از استعلام امکان دایری خط باید رقم ۱۹۰ هزار و ۹۰۰ تومان به صورت نقدی واریز کند تا پرونده‌اش برای تخصیص شماره و دایری تشکیل شود. یکی از کارشناسان بخش فروش تلفن ثابت یکی از مراکز مخابراتی دلیل چنین تصمیمی (برچیده‌شدن فروش اقساطی و فروش نقدی) را مشکلات ناشی از زمان تغییر نام (تغییر مالکیت) بیان کرد و گفت: در چند ماه گذشته بسیاری با این مشکل مواجه شده‌اند که بدون اطلاع از خرید قسطی فروشنده، کل رقم خط ثابت را به فروشنده داده و اکنون با اقساط هم مواجه شده‌اند. به گفته او کسانی که در این ۳.۵ ماه اقدام به خرید اقساطی تلفن ثابت کرده‌اند، به مرور در یکی، دو ماه آینده جهت واریز کل مبلغ تلفن فراخوانی می‌شوند.

۳ میلیارد دلار ضرر برای مدیرعامل فیس‌بوک

سهام شبکه اجتماعی فیس‌بوک که زمانی ارزش آن صد میلیارد دلار برآورد شده بود و در بازار بورس ۳۸/۴۲ دلار برای هر سهم قیمت‌گذاری شد که در نهایت به قیمت ۳۸ دلار برای هر سهم فروخته شد. همه چیز اما همان‌طور که همه انتظار داشتند، پیش نرفت و ارزش فیس‌بوک در بازار بورس رو به کاهش گذاشت و حتی به جایی رسید که قیمت هر سهام نصف شد، به‌این‌ترتیب که سهامی که در ابتدای عرضه ۳۸ دلار فروخته می‌شد، قیمتش به نصف یعنی ۱۹ دلار رسید. در اوایل سپتامبر هم رکورد ۵۵/۱۷ برای هر سهم فیس‌بوک ثبت شد. از این سقوط ارزش تنها سرمایه‌گذاران ضرر نکردند و دودش به چشم کارمندان این شرکت بزرگ هم رفت. اما نکته مهم آنکه مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک، روز پنجشنبه در پی سقوط ۵.۶درصدی ارزش سهام این شرکت، سه میلیارد دلار از دست داد.

به گزارش ایسنا، دیوید ونر، مدیر مالی فیس‌بوک چهارشنبه گذشته اعلام کرد حجم تبلیغات فیس‌بوک که منبع درآمد کلیدی این شبکه اجتماعی است، ممکن است پس از اواسط سال ۲۰۱۷ به میزان درخورتوجهی کاهش پیدا کند. ارزش هر سهم فیس‌بوک از ۱۲۷.۱۷ دلار به ۱۲۰ دلار در روز پنجشنبه کاهش پیدا کرد. کاهش سهام فیس‌بوک، ارزش سهام زاکربرگ را از ۵۳.۲ میلیارد دلار به ۵۰.۲ میلیارد دلار کاهش داد. او که یکی از مؤسسان فیس‌بوک است، ۴۱۴.۹ میلیون سهم کلاس A و ۳.۶ میلیون سهم کلاس B دارد. براساس گزارش شبکه سی‌آن‌بی‌سی، با وجود افت اخیر سهام فیس‌بوک، ارزش سهام این شرکت همچنان در رکورد بالایی قرار دارد. ارزش سهام زاکربرگ در پایان سال گذشته تنها ۴۴.۳ میلیون دلار ارزش داشت. فیس‌بوک اوایل سال جاری اعلام کرد ساختار سهام جدیدی را بنا خواهد گذاشت که تحت آن زاکربرگ، کنترل عمده این شرکت را به دست خواهد داشت و در عین حال می‌تواند ثروتش را از طریق ابتکار چان زاکربرگ، صرف امور بشردوستانه کند. این سازمان تاکنون سه میلیارد دلار در یک دهه آینده برای پیشگیری، مبارزه و درمان همه بیماری‌ها متعهد شده است. به نوشته وال‌استریت‌ژورنال هر کارمند فیس‌بوک به طور متوسط از زمان عرضه سهام تاکنون دو میلیون دلار ضرر کرده است. این میزان البته میانگین است و ضرر برخی از کارمندان به‌خصوص رده‌بالاها بسیار بیشتر از اینهاست. به عنوان نمونه شریل سندبرگ، مدیر اجرائی ارشد فیس‌بوک از زمان عرضه عمومی سهام تاکنون ۷۰۰ میلیون دلار ضرر کرده است. این در حالی است که ضرر مارک زاکربرگ، نفر اول فیس‌بوک، از ابتدا تا الان مبلغ گیج‌کننده و باورنکردنی ۵/۱۰ میلیارد دلار است.

خبر

آنچه باید درباره مک‌بوک بدانیم

● اپل، اکوسیستم داخلی خاص خود را دارد و نرم‌افزار و سخت‌افزارهای این شرکت، به صورت یکپارچه مکمل یک‌دیگر هستند؛ با این حساب، اگر قصد دارید به جمع کاربران مک‌بوک اضافه شوید یا اینکه به تازگی آی‌مک خریده‌اید، اقداماتی را در همان ابتدا باید انجام دهید؛ این روزها به لطف فضاهای ذخیره ابری، ممکن است فایل‌های مهم زیادی را روی مک‌بوک خود ذخیره نکنید؛ اما باز هم به قول قدیمی‌ها، کار از محکم کاری عیب نمی‌کند و بهتر است شیوه‌ای را برای تهیه نسخه پشتیبان در مک‌بوک در نظر بگیرید. در بین راه‌های مختلفی که با استفاده از آنها می‌توانید از مک‌بوک نسخه پشتیبان بگیرید، ابزار ماشین زمان (Time Machine) گزینه بسیار مناسب و راحتی است. همان‌گونه که اشاره شد، ابزارهای دیگری نیز برای پشتیبان‌گیری وجود دارد و انتخاب ابزار با شماست؛ مهم آن است که به هر ترتیب ممکن، از اطلاعات مک‌بوک، پشتیبان تهیه کنید. به گزارش فارنت، شاید به جرئت بتوان گفت حضور در اکوسیستم اپل، بدون امکان سینک و همسان‌سازی فایل‌ها که از آن با نام iCloud یاد می‌شود، لطفی ندارد. ایجاد یک حساب کاربری در فضای رایانش ابری iCloud، کاربران را قادر می‌کند تا عکس، فیلم، موسیقی، مستندات و دیگر اطلاعات مهم خود را روی فضای ابری که اپل در اختیار کابران قرار می‌دهد، ذخیره کنند.نرم‌افزار آی‌تیونز (iTunes) به صورت پیش‌فرض روی کامپیوتر مک تازه‌خریداری‌شده شما نصب است؛ اگر هم به هر دلیلی آی‌تیونز روی مک‌بوک یا آی‌مک شما نصب نبود، به‌راحتی می‌توانید این نرم‌افزار فوق‌العاده را از وب‌سایت اپل دانلود کرده و آن را نصب کنید. بد نیست بدانید آی‌تیونز وظیفه مدیریت تمامی ویدئوها، اپلیکیشن‌ها، موسیقی‌ها، کتاب‌ها و موارد دیگری را که روی سیستم نصب شده‌اند، بر عهده می‌گیرد. به‌این‌ترتیب، واردشدن به حساب کاربری آی‌تیونز پس از راه‌اندازی اولیه مک‌بوک، کاری ضروری و واجب به حساب می‌آید. سیستم‌عامل macOS که روی همه مک‌بوک‌ها و آی‌مک‌ها نصب است، همیشه از جانب اپل با آپدیت‌های زمان‌بندی‌شده، به‌روز نگه داشته می‌شود. در این بین، بعضی از کاربران وسواس زیادی به آپدیت‌بودن سیستم‌عامل مک‌بوک خود دارند. اگر شما هم از این دسته هستید، برای اطمینان خاطر بیشتر، می‌توانید دانلود خوکار آپدیت‌ها را تنظیم کنید تا بدون دخالت کاربر، آپدیت‌های جدید دانلود و نصب شوند. به جرئت می‌توان گفت مک‌بوک یا آی‌مک شما بدون اسپات‌لایت (Spotlight) یک چیزی کم دارد؛ این ابزار پرکاربرد و خوش‌دست، به شما کمک می‌کند تا برنامه‌های مدنظر و سایر اطلاعات و فایل‌ها را از درون مک‌بوک خود یا فضای اینترنت پیدا کنید. برای نمونه با استفاده از اسپات‌لایت، به راحتی می‌توانید به کمک نقشه، مسیریابی کنید، پنجره ترمینال را باز کنید یا به ابزارهای نصب‌شده روی کامپیوتر دسترسی داشته باشید.

مدل‌سازی فرایند در سیستم مدیریت

به منظور اجرای کارآمد مدل‌سازی فرایند، باید فراتر از خصوصیات رفت و یک متدولوژی پایه‌ای، بهترین روش‌های ممکن و الگوهای نموداری ویژه‌ای را برای استفاده در موقعیت‌های عادی فرا گرفت. برای روشن‌کردن این موضوع، در ادامه ۱۰ نکته برای مدل‌سازی کارآمد ارائه می‌شوند:

منطق فرایند را در نمودار آشکار کنید: این عمل بی‌شک بنیادین است، بااین‌حال مکررا در میان مدل‌سازان مبتدی نادیده گرفته می‌شود. خصوصیات موجود در BPMN علاوه بر اینکه منجر به توصیف اشکال و رابطه‌های مختلف در نمودار می‌شود، جزئیات تکمیلی را توصیف می‌کند که این جزئیات در ویژگی‌هایی دیده می‌شوند که تنها از طریق ابزار مدل‌سازی یا در مستنداتِ با جزئیاتِ وافر تولید می‌شوند. به مدل‌های خود اعتبار ببخشید: به‌واقع یک مدل فرایند، چیزی بیش از یک طرح و یک ابزار مدل‌سازی، بیش از یک ابزار طراحی است. یک ابزار مدل‌سازی، دارای قانون‌ها و معانی BPMN است که درون آن تعبیه شده‌اند و یک کلید «معتبرسازی» در اختیار شما قرار می‌دهد که فهرستی از خطاها را به نمایش می‌گذارد. مدل‌های خود را طبقه‌بندی کنید: موضوعی که BPMN را از دیگر شیوه‌های مدیریتی متمایز می‌کند، تأکید آن بر نگرش به کسب‌وکار از منظر عملکرد بین‌وظیفه‌ای است. ثبت فرایندها در مدل‌های مسطح که ۳۰ فوت از فضای دیوار را اشغال می‌کنند، اجازه درک تمامی بخش‌های آن را به صورت یک‌جا نمی‌دهد.روی فرایند خود عنوانِ «فعل-اسم» بگذارید: فعالیت‌ها، وضعیت یا کارکردهای کسب‌وکاری یا تعاملات موردهای کاربری نیستند. به منظور تقویت این ایده، ما از فراگیران درخواست می‌کنیم فعالیت‌های خود را به‌طور مداوم با استفاده از ساختار «فعل-اسم» نام‌گذاری کنند، برای نمونه: از «اعتبار را بررسی کنید» یا «سفارش را اعتبار ببخشید» به جای «بررسی اعتبار» (یک تابع) یا «سفارش معتبر» (یک وضعیت) استفاده کنید.

نوع وظیفه‌ها را مشخص کنید: یکی از ویژگی‌های BPMN بدون هیچ‌گونه نمود استانداردشده‌ای در نمودار، نوع وظیفه است. در واقع چندین نوع وظیفه وجود دارد، ولی در حقیقت دو مورد از آنها را باید متمایز کرد: کاربر (وظیفه انسانی) و سرویس (وظیفه سیستمی).

وضعیت‌های نهایی موفقیت و شکست را در یک زیرفرایند با استفاده از رویدادهای نهایی مجزا مشخص کنید: هر مسیر که در یک زیرفرایند فعال می‌شود، باید الزاما پیش از اینکه آن زیرفرایند تکمیل شود، به انتها برسد. شما می‌توانید یک رویداد نهایی مجزا برای زیرفرایند طراحی کنید و همه مسیرها را به آن جهت ببرید یا رویدادهای نهایی متعددی طراحی کنید و مسیرهای خاص را به هر کدام از آنها جهت‌دهی کنید. از آنجایی که «پیوستگی» ضمنی در تمامی رویدادهای نهایی وجود دارد، این موضوع به لحاظ فنی اهمیتی ندارد.

از زیرفرایندها برای ارزیابی رویدادهای وابسته بهره‌گیری کنید: رویدادهای بینابینی وابسته به فعالیت یک فرایند، به این معنی است که اگر رویداد در زمان اجراشدن یک فعالیت اتفاق بیفتد، از اجرای فعالیت صرف‌نظر کرده و به سمت پایین جریان ترتیبی به بیرون آن رویداد حرکت کرده است.

الگوهای خاص نموداری را استانداردسازی کنید: BPMN، علامت‌گذاری سازگار با کسب‌وکار را برای توصیف‌کردن رفتار کنترل استثناها فراهم می‌کند. با وجود اینکه خصوصیات BPMN برای مدل‌سازی، آزادی زیادی فراهم می‌کند، بهترین عمل یادگیری الگوهای متمایز نموداری به‌منظور تمیزدادن میان انواع استثناها و استفاده مداوم از آنهاست.

با استفاده دائمی از جریان‌های پیامی، محتوای تجاری را به نمایش بگذارید: علاوه بر جریان فعالیت فرایند خودتان، BPMN امکان نمایش‌دادن تعاملات میان فرایند شما و فرایندهای بیرونی را فراهم می‌کند که جریان‌های پیامی نامیده می‌شوند. جریان‌های پیامی به‌طور معمول درخواست‌ها، پاسخ‌ها و رویدادهای درخواست‌شده را -که با فرایند بیرونی مبادله می‌شوند- ارائه می‌دهند.

منبع: پایگاه دانش BPM

نوبت دوم

آگهی فراخوان عمومی شناسایی تامین کنندگان کالا و تجهیزات گروهی

شرکت تولید نیروی برق لوشان

شرکت تولید نیروی برق لوشان در نظر دارد جهت خریدهای خود به شرح آیتم‌های ذیل ، نسبت به شناسایی تأمین کنندگان کالا و تجهیزات مذکور اقدام نماید. به همین منظور از شرکت‌های واجد شرایط درخواست می‌شود مدارک خواسته شده را در قالب یک فایلPDF به ایمیل(lowshan@tpph.ir) ارسال نمایند. در عنوان ایمیل فقط نام شرکت و تاریخ درخواست درج گردد.(مثال: Subject: Company Name-date)همین نامگذاری برای اسم فایل ارسالی نیز رعایت گردد. بدیهی است در صورت صلاحدید نمایندگان این شرکت پس از ارزیابی و شناسایی متقاضیان واجد شرایط از آنان برای ارائه پیشنهاد در مناقصات محدود و استعلام‌ها، کتبا دعوت به عمل خواهند آورد.

تجهیزات و کالاهای مورد نیاز:

۱- تأمین سیستم خنک کننده ترانس واحدهای بخار نیروگاه شهید بهشتی لوشان

۲- تأمین ورق میکسینگ چمبر اتاق احتراق واحدهای گازی ۹۳/۱ V نیروگاه شهید بهشتی لوشان

۳- تأمین دستگاه گاز آنالایزر واحدهای بخار نیروگاه شهید بهشتی لوشان

مدارک لازم برای ارزیابی تأمین کنندگان

- **مشخصات کامل شرکت به همراه نام و نام خانوادگی مدیرعامل شرکت**
- **مجوزات مربوطه از وزارت صنعت، معدن و تجارت و یا سایر سازمان‌های مرتبط با محصولاتی که قرار است خریداری شود.**
- **مدارک فنی و مشخصات فنی محصولاتی که قرار است ارزیابی شود**
- **لیست قطعات مهم محصول با ذکر نام کشور سازنده**
- **مشخص کردن چگونگی خدمات بعداز فروش محصول**
- **گزارش و نتیجه تست آزمایشگاهی و یا تست میدانی از محصول**
- **سوابق فروش از محصول در ۵ سال گذشته به شرکت‌های داخل و یا خارج از کشور**
- **ارائه گواهینامه و تائیدیه‌های مرتبط با محصول از داخل و یا خارج از کشور**

توجه: کلیه مدارک فوق باید به مهر و امضاء مدیرعامل شرکت متقاضی برسد.

ضمناً مشخصات و مدارک فوق‌الذکر، حداکثر تا تاریخ چهارشنبه ۹۵/۰۸/۲۶ به آدرس-گیلان- رشت- بلوار نماز- کوچه گلباغ پلاک ۸ کدپستی ۴۱۶۷۶۹۷۶۳۷ دبیرخانه شرکت تولید نیروی برق لوشان ارسال شود. متقاضیان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۳۷۳۷۴۵۵-۰۱۳ داخلی ۱۱۳ و ۱۴۳ تماس حاصل فرمایند.

شرکت تولید نیروی برق لوشان