تحول سازمانی از آموزش و شعار آغاز نمی‌شود

۳ قانون مدیریت تغییر که مشاوران نمی‌گویند

نویسنده: Greg Satell
مترجم: مهدی نیکوئی

در سال ۱۹۸۳، «جولیان فیلیپس»، مشاور موسسه مک کنزی، مقاله‌ای در نشریه مدیریت منابع انسانی منتشر کرد که «جریمه انطباق» نام داشت: شرکت‌هایی که نمی‌توانند با سرعت کافی خود را انطباق دهند، ناگزیر عقب می‌افتند. ایده‌های او تبدیل به نخستین مدل مدیریت تغییر مک کنزی شد که او به مشتریانش می‌فروخت.

امروز و پس از گذشت ۴ دهه از آن تاریخ، مدیریت تغییر به تنهایی تبدیل به یک بازار و صنعت بزرگ شده است. هر شرکت مشاوره برجسته‌ای، طرحی برای تغییر و تحول دارد و شرکت‌های فروش نرم‌افزار نیز خدمات مدیریت تغییر را بخشی رایج از بسته پیشنهادی محصولاتشان کرده‌اند. یک سیستم جدید بخرید و تامین کننده نرم‌افزار شما با خوشحالی مشاوران مختلفی را به شرکت می‌فرستد تا به شما در اصلاح امورتان کمک کنند.

مشکل آنجاست که هدف اصلی آنها افزایش مقیاس فروش خودشان است، نه ایجاد تغییرات سازمانی ماندگار. به همین دلیل است که بیشتر تلاش‌های مدیریت تغییر بر برنامه‌های ارتباطی و جلسات آموزش و آشناسازی تاکید می‌کنند. چنین مواردی در کمال شگفتی، نقش چندانی در موفقیت یا شکست نهایی طرح تغییر ایفا نمی‌کنند. آنچه باید بدانید، از این قرار است:

۱- باید بر مقاومت غلبه کنید

در کتاب قوانینی برای افراط‌گرایان (Rules for Radicals)، «ساول الینسکی»، کنشگر مشهور، به این نکته اشاره کرده که هر کنش، محرک یک واکنش است؛ چرا که اگر ایده‌ای مهم باشد، تهدیدکننده وضع موجود است که آن هم هیچ‌گاه قدرت را به سادگی واگذار نمی‌کند. بنابراین اگر قصد دارید بر تمام یک سازمان اثر بگذارید، باید فرض کنید که تمام احتمالات علیه شما است و انتظار مقاومت را داشته باشید.

یک حقیقت ساده این است که انسان‌ها دلبستگی پیدا می‌کنند (به آدم‌ها، رویه‌ها، باورها، هویت‌ها و نهادها) و زمانی که آن دلبستگی‌ها تهدید شوند، چنان از کوره در می‌رویم که شاید کسی باورش نشود ما همان انسان قبلی هستیم. با آنکه شاید از اعتراف کردن بیزار باشیم، همه ما هرازگاهی چنین می‌کنیم. هرکس که تاکنون متأهل یا بخشی از یک خانواده بوده باشد، این را می‌داند. به همین دلیل است که هر گاه از افراد می‌خواهید طرز فکر خود یا طرز رفتار خود را تغییر دهند، در مقابل شما قرار می‌گیرند و هر تلاشی برای شکستتان انجام می‌دهند؛ هر قدر هم که نادرست، مخفیانه و فریبکارانه باشد. فقط زمانی که بتوانید این مقاومت طبیعی را درک کنید و بپذیرید، می‌توانید قدمی به جلو بردارید و پیشرفت را شروع کنید.

نکته کلیدی در غلبه بر مقاومت، پیش‌بینی کردن آن است. به همین دلیل است که پیش از شروع کار با هر سازمان و آغاز هر برنامه تغییر، باید عوامل و پتانسیل‌های تغییر شناسایی شود و برای کاهش آن فکری کرد.

۲- افراد باید تغییر کنند

یکی از بزرگ‌ترین تصورات اشتباه درباره مدیریت تغییر این است که افراد پس از درک لزوم تغییر، از آن استقبال می‌کنند. به همین دلیل است که بسیاری از برنامه‌های تغییر سازمانی با تلاش برای صحبت با افراد و متقاعدسازی آنها شروع می‌شود، اما ره به جایی نمی‌برد. حتی مشاوران برون‌سازمانی نیز در بسیاری از مواقع، کمک می‌کنند تا یک جلسه بزرگ آغازین و حتی یک گردهمایی بزرگ برگزار کنید و سپس به سرعت حرکت را آغاز کنید، مقیاس را افزایش دهید و پیروزی‌هایی سریع به دست آورید. اما حتی با فرض اینکه متقاعد کردن افراد به این شیوه، نتیجه‌بخش باشد، با همین منطق افراد می‌توانند دوباره نظرشان را تغییر دهند و به نقطه اول بازگردند. بنابراین، حتی اگر بتوان افکار و باورها را با موفقیت تغییر داد، راه‌حلی موقتی است. واضح است که اگر به دنبال تغییراتی پایدار هستیم، نه تنها باید باورها را تغییر دهیم، بلکه باید شبکه‌ها و ارتباطات افراد را هم تغییر دهیم.

> **هر گاه از افراد می‌خواهید طرز فکر خود یا طرز رفتار خود را تغییر دهند، در مقابل شما قرار می‌گیرند و هر تلاشی برای شکستتان انجام می‌دهند؛ هر قدر هم که نادرست، مخفیانه و فریبکارانه باشد. فقط زمانی که بتوانید این مقاومت طبیعی را درک کنید و بپذیرید، می‌توانید پیشرفت را شروع کنید**

گروه‌های کوچکی از افراد که ارتباطی آزاد و ضعیف با یکدیگر دارند اما توسط یک هدف مشترک متحد شده‌اند، می‌توانند تغییراتی بزرگ رقم بزنند. تغییر به تدریج و با گام‌های کوچک دلخواهانه اتفاق می‌افتد؛ به طوری که در ابتدا تقریبا به چشم نمی‌آید. اما همزمان که در سطح همه چیز مثل همیشه است، در لایه‌های زیرین ارتباطات بین افراد و گروه‌های سازمان شکل می‌گیرد. گروه‌های کوچک شروع به اتصال با یکدیگر می‌کنند و یک شبکه هدفمند می‌سازند. در نهایت، این گام‌های کوچک به یک نقطه بحرانی می‌رسد و شیوه انجام کارها تغییر می‌کند. خبر خوب این است که دهه‌ها پژوهش نشان می‌دهد که نقطه بحرانی (tipping point)، جایی که نقطه ثقل سازمان عوض می‌شود و تعادل جدیدی شکل می‌گیرد، بسیار کوچک‌تر از چیزی است که بیشتر مردم فکر می‌کنند. پژوهش منحنی «اس» توسط «اورِت راجرز»، برآورد کرده که نقطه بحرانی یک سیستم، در محدوده ۱۰ تا ۲۰ درصدی آن است (یعنی زمانی که تغییر به ۱۰ تا ۲۰ درصد اعضا یا فرآیندهای آن سیستم برسد، همه چیز تغییر می‌کند). پژوهش «اریکا چنوویس»، نقطه بحرانی را ۳٫۵ درصد از یک جامعه محاسبه کرده است. «دامون سنتولا» از دانشگاه پنسیلوانیا پیشنهاد داده که نقطه بحرانی در یک سازمان، ۲۵ درصد آن است.

هر یک از این ارقام را که قبول کنیم، هیچ‌گاه به معنای آن نیستند که برای شروع تغییر سازمانی نیاز به حمایت ۵۱ درصدی اعضا داریم. نکته این است که به دنبال یک درصد جادویی نباشید. شغل ما به عنوان رهبران سازمانی، پرورش شبکه‌هایی از افراد، کمک به آنها برای ارتباط و اتصال با یکدیگر و الهام‌بخشی برای یافتن ارزش‌ها و هدفی مشترک است. به این شکل است که می‌توان یک ایده را از نقطه بحرانی گذراند و به سطح خودپایدارسازی رساند.

۳- باید پیروزی را دوام بیاورید

«جان کاتر»، پیشگام مدیریت تغییر، که نخستین بار نوشتن کتاب‌هایی درباره تغییر و تحول سازمانی را در دهه ۷۰ میلادی آغاز کرد، توصیه‌ای جدی برای کسب پیروزی‌های کوچک داشت. او تاکید کرده که پیروزی‌های کوچک باید قطعی و بی‌چون‌وچرا باشند، از تمام سطوح سازمان قابل مشاهده باشند و به وضوح مرتبط با اقدامات و تلاش‌های انجام شده برای تغییر باشند. احتمالا به همین دلیل است که به پایان رساندن یک ناهار و افتخار کردن به آمارهای حضور کارکنان در جلسه توجیهی و آموزشی در زمره محبوب‌ترین روش‌های مشاوران مدیریت برای نشان دادن پیشرفت است.

در هر صورت، جشن گرفتن پیروزی‌های کوچک، به چند دلیل مشکل‌ساز است. اگر ما فقط به دنبال پروژه‌هایی بگردیم که بی‌چون‌وچرا موفق باشند و کسی در آنها تردید نکند، بعید است که پروژه‌ای معنادار و مرتبط انتخاب کرده باشیم.

به این دلیل، زمانی که رهبران سازمانی به دنبال تعدادی «پیروزی‌های سریع و آسان» می‌روند، برنامه‌هایشان بیشتر شبیه تزئین ویترین است تا یک تلاش جدی. در همین زمان، افرادی که مخالف تغییر هستند، در پشت صحنه هر تلاشی می‌کنند که احتمال دستیابی شما به اهدافتان را کاهش دهند.

آنها «پیروزی‌های کوچک» را نشانه‌ای از آن خواهند دانست که پیروزی‌های بزرگ و واقعی‌تر ممکن نیست و در حال اتلاف وقت خود هستید. تلاش برای تحمیل تغییر به سازمان از طریق مانور بر «پیروزی‌ها»، به رقبای شما فرصت‌های بیشتری می‌دهد تا شن لای چرخ‌دنده‌ها بریزند.

تغییر به صورت خطی اتفاق نمی‌افتد. پیشرفت‌های سریع و اولیه هیچ‌گاه نشانه‌ای قطعی از دستاوردهای بلندمدت نیست. به همین دلیل، حیاتی است برنامه شما بتواند پیروزی را از نقطه آغاز دوام بیاورد و همچنین ریشه آن در ارزش‌های مشترک و ماموریتی مشترک باشد؛ نه یک استراتژی خاص یا مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها.

همین نکته اغلب وجه تمایز موفقیت و شکست نهایی می‌شود. کسانی که تغییر را فقط مجموعه‌ای از دستاوردها و تیرک‌هایی در مسیر می‌دانند، اغلب به انحراف کشیده می‌شوند. کسانی که برنامه‌ای برای دوام آوردن پیروزی بر مبنای ارزش‌های مشترک می‌سازند، احتمال بیشتری دارد که موفق شوند. تغییر و تحول همواره یک سفر است، نه یک مقصد.

تمرکز بر آنچه مهم است

یک نقص ذاتی در طبیعت انسان وجود دارد که تمایل شدید او برای قانع کردن افراد بدگمان است. به همین دلیل جای تعجب ندارد که مشاوران تغییر نیز وقت و انرژی خود را صرف متقاعدسازی مخالفان و افراد مردد سازمان می‌کنند. البته هیچ چیز به اندازه سخن‌سرایی برای متقاعدسازی مخالفان ایده تغییر، نمی‌تواند بالا بودن نرخ مشاوره مدیریت را توجیه کند.

با این حال، هرکس که طعم ازدواج یا داشتن فرزند را چشیده باشد، می‌داند که چقدر متقاعد کردن حتی یک نفر در مورد مطلبی که نمی‌خواهد بپذیرد، دشوار است. با این حساب، تلاش برای متقاعدسازی صدها نفر (یا حتی هزاران نفر) درباره موضوعی که مخالفتی ذاتی با آن دارند، نه تنها غیرممکن به نظر می‌رسد، بلکه احمقانه است. دهه‌ها شواهد همچنین نشان می‌دهد که تغییر نگرش، حتی اگر اتفاق بیفتد، به ندرت منجر به تغییر رفتار می‌شود.

این نکته نشان می‌دهد که چرا بسیاری از تلاش‌ها برای تغییر شکست می‌خورند. آنها با تاکتیک‌هایی طراحی‌شده برای ایجاد یک اثر مشخص، مانند «ایجاد آگاهی» یا «ایجاد حس ضرورت» شروع می‌کنند. آنها کمپین‌های ارتباطاتی راه‌اندازی می‌کنند، دوره‌های آموزشی می‌گذارند یا رویدادهای توفان فکری برگزار می‌کنند. سپس به خودشان تبریک می‌گویند و تعجب می‌کنند که چرا تغییر واقعی هیچ‌گاه اتفاق نمی‌افتد.

همین جا است که مشاوران تغییر اشتباه می‌کنند. شما تغییر را «مدیریت» نمی‌کنید. فقط می‌توانید افراد را توانمندسازی کنید. می‌توانید به کسانی که به ایده جدید باور دارند، نشان دهید که ایده‌شان واقعا کار می‌کند، سپس افراد جدیدی بیاورید که آنها نیز این موضوع را مشاهده کنند و سپس امکان شبکه‌سازی آنها را فراهم کنید. شما برای تغییر نیازمند شعاری هوشمندانه نیستید؛ شما یک شبکه می‌خواهید. به این صورت می‌توانید جنبشی بسازید که به تغییر و تحول می‌انجامد.

تغییر سازمانی از طریق شعارهای به‌یادماندنی‌تر یا حتی از طریق آموزش و آشناسازی بهتر محقق نمی‌شود. تغییر زمانی محقق می‌شود که ارزش‌های مشترک همراستا با هدف مشترک و حس ماموریتی مشترک باشد. تغییر زمانی موفق می‌شود که برای مردم کار کند.

منبع: Fast Company

آگهی مناقصه عمومی - دومرحله‌ای (شماره ۱۴۰۵/۰۲)

راهبرد هوشمند شهر
هوشمندی در خدمت

شرکت راهبرد هوشمند شهر در نظر دارد خرید تعداد ۴,۲۴۵ عدد کارتریج (سیاه سفید - رنگی) با برند ایرانی را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا از تمامی شرکت‌های توانمند در این حوزه، به‌منظور شرکت در مناقصه دعوت به‌عمل می‌گردد.

❖ ارائه سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۳,۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال وجه نقد یا ضمانت‌نامه بانکی

❖ پیشنهاد مناقصه‌گران می‌بایست از هر حیث مشخص و بدون ابهام بوده و در پاکت‌های لاک‌ومهر شده حداکثر تا ساعت ۱۶:۰۰ مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۱۴ به واحد پشتیبانی و تدارکات شرکت تحویل گردد.

❖ هزینه درج آگهی مناقصه به‌عهده برنده مناقصه می‌باشد و شرکت در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار خواهد بود.

مناقصه‌گران محترم می‌توانند جهت دریافت اسناد و سایر شرایط مناقصه، به‌همراه معرفی‌نامه تا تاریخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۴ به دفتر شرکت واقع در تهران، امانیه، خیابان ولیعصر، خیابان ناهید غربی، پلاک ۷۰، طبقه دوم، واحد پشتیبانی و تدارکات مراجعه نمایند.

جهت هرگونه سوال و رفع ابهام با شماره تلفن ۲۶۲۱۷۴۹۴-۰۲۱ داخلی ۱۱۶ و یا ۳۲۹۴۱۲۴۱-۰۲۱ تماس حاصل فرمایید.

موضوع: درج آگهی تجدید فراخوان ۷۷۰۰۴۰۴۳۶۱ /ت ک م ع / ۲۳۵۱

نوبت اول

شرکت پالایش نفت تهران (سهامی عام)

Cisco Switch and equipment

آخرین مهلت ارسال مدارک، طبق بند ۴ صفحه ۲ اسناد مناقصه تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۱۶ می‌باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه به سایت شرکت (www.torc.ir) بخش فراخوان‌ها مراجعه فرمایید.

TORC TENDERS

روابط عمومی و بین الملل شرکت پالایش نفت تهران

آگهی مناقصه عمومی شماره ۱۴۰۵۰۶۰۱

(سهامی خاص)
شرکت سرمایه‌گذاری خانه گستریکم

شرکت سرمایه‌گذاری خانه گستریکم در نظر دارد تأمین غیر نقدی لوله و اتصالات فلزی پروژه یاس سپید واوان و صبا مشهد واقع در مشهد - بلوار میثاق - خیابان امیریه - امیریه ۱۳ - سایت پروژه صبا و پروژه یاس سپید واوان واقع در تهران، اسلامشهر، واوان، خیابان ولیعصر، بلوار گل‌های شرقی را به تأمین کننده واجد شرایط واگذار نماید.

متقاضیان دارای صلاحیت می‌توانند جهت دریافت اسناد مناقصه و اطلاع از شرایط آن (شامل شرح موضوع مناقصه، مدت تحویل، تضمین شرکت در مناقصه و...) به وب‌سایت شرکت، بخش مناقصه و مزایده مراجعه نمایند.

www.kgyek.com
تلفن تماس: ۹۱۰۸۱۳۶۵ داخلی ۸۰۰۰

صورتجلسه هیأت‌مدیره انجمن صنایع بازیافت بسپار
به شماره ثبت ۶۰۹۶۶ - شناسه‌ملی ۱۴۰۱۵۱۸۳۲۷۰
دهمین جلسه هیأت مدیره - مورخ ۱۴۰۵/۰۳/۱۹

دهمین جلسه هیأت‌مدیره انجمن صنایع بازیافت بسپار در ساعت ۱۱ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۳/۱۹ با حضور کلیه اعضای در محل قانونی موسسه تشکیل گردید.

دستور جلسه: ۱- تأسیس شعبه داخلی انجمن

پس از بحث و بررسی طبق مصوبه هیأت مدیره شعبه داخلی انجمن طبق قرارداد اجاره شماره ۱۴۰۵/۱۳۸۵/ق/الف مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۳۰ به آدرس استان تهران - شهرستان تهران - بخش مرکزی - شهر تهران - عباس‌آباد - اندیشه - خیابان میرزای شیرازی - خیابان شهید علی میرزا حسنی - پلاک ۱۸ - طبقه سوم - واحد ۳۱۵ - کدپستی ۱۵۸۶۷۵۳۹۴۲ تأسیس گردید.

چون موضوع دیگری در دستور جلسه نبود در ساعت ۱۳ با ذکر صلوات پایان یافت و اعضای هیأت مدیره به آقا برمک قنبرپور وکالت دادند که ضمن مراجعه به اداره ثبت شرکت‌ها نسبت به صورتجلسه و پرداخت حق الثبت و امضای دفاتر ثبت اقدام نماید.

هیأت مدیره انجمن صنایع بازیافت بسپار

آگهی تجدید فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی به‌صورت یک مرحله‌ای نوبت اول

شرکت پالایش نفت لاوان (سهامی عام)

خرید Semi-Regenerative Reforming Catalyst مناقصه شماره RLD-0400279-LA
(مجوز شماره ۱۰۵۳۷۶۷۹۸)-(میزان سپرده- ۱۶۷،۹۳۶،۸۸۰،۰۰۰ ریال)-(شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران: ۲۰۰۵۰۹۳۷۶۹۰۰۰۰۹۳)
تاریخ ارسال به صفحه اعلان عمومی: ۱۴۰۵/۰۶/۰۱، مهلت دریافت اسناد: ۱۴۰۵/۰۶/۱۵، مهلت ارسال پاسخ استعلام
(بارگذاری اسناد در سامانه ستاد ایران): ۱۴۰۵/۰۶/۲۹

شرکت پالایش نفت لاوان درنظر دارد خرید Semi-Regenerative Reforming Catalyst را پس از انجام فرآیند ارزیابی کیفی و احراز صلاحیت از طریق مناقصه‌عمومی به شرکت‌های مجرب و واجد شرایط واگذار نماید.

لذا از متقاضیانی که دارای شرایط زیر می‌باشند دعوت می‌گردد تا پس از مطالعه شرایط مناقصه از طریق دریافت اسناد از سامانه ستاد ایران مطابق با اطلاعات درخواستی نسبت به دریافت اسناد و بارگذاری پاسخ استعلام در مهلت مقرر شده در سامانه مذکور اقدام نمایند تا پس از ارزیابی و تأیید صلاحیت، جهت شرکت در مناقصه اقدام لازم به‌عمل آید.

مناقصه‌گر می‌بایست متعهد گردد مفاد قانون حداکثری تولید و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی طی بخشنامه شماره ۳۰۲۰۶ مورخ ۹۸/۰۳/۱۵ ریاست محترم جمهوری و بخشنامه شماره ۳۶۴/۱۹۰۹۱ مورخ ۹۸/۰۳/۱۲ مجلس شورای اسلامی جهت تأمین این کالا رعایت نموده است.

الف: شرایط انجام کار
۱- دارا بودن تجهیزات و امکانات و تخصص لازم و توانایی انجام کار
۲- دارا بودن توانایی مالی و فنی کافی جهت انجام موضوع مناقصه
۳- دارا بودن شخصیت حقوقی
۴- مناقصه‌گر نباید مشمول قانون منع مداخله در معاملات و مناقصات باشد.
۵- الزاماً شرکت‌های تولید کننده داخلی امکان حضور در مناقصه را دارا می‌باشند.

ب: دریافت اسناد و ارسال پاسخ استعلام
۱- اعلام آمادگی از طریق دریافت اسناد در سامانه ستاد ایران (www.setadiran.ir) و ارسال پاسخ استعلام (مدارک ارزیابی کیفی) مطابق زمان بندی اعلام شده
۲- دریافت اسناد و بارگذاری مدارک تا تاریخ درج شده در سامانه ستاد ایران الزامی می‌باشد.
۳- کلیه مدارک باید در مهلت مقرر به‌صورت منظم و دسته بندی شده در پوشه‌های مجزا و با نام، مطابق دستور العمل بارگذاری مدارک ارزیابی کیفی پیوست اسناد مناقصه در سامانه ستاد ایران بارگذاری شوند و به مدارک ارسالی مبهم، ناقص، مخدوش و دارای مغایرت و همچنین مدارکی که بعد از مهلت مقرر ارسال گردد به‌هیچ عنوان ترتیب اثر داده نخواهد شد.

توضیحات:
۱- ارائه پروانه بهره‌برداری مرتبط، مجوز از وزارت صمت یا انجمن کاتالیست سازان ایران یا کمیته کاتالیست شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، مجوز زیست محیطی و حسن سابقه کار مشابه در تولید کاتالیست موضوع مناقصه، به‌منظور احراز صلاحیت در مرحله ارزیابی کیفی الزامی می‌باشد.
۲- حضور در مناقصه به‌صورت مشارکت دارای تفاهم نامه مدنی (Joint Venture) بلامانع می‌باشد.
- زمان گشایش پاکت بعد از ارزیابی کیفی پیشنهادها و مطابق شرایط اعلام شده در دفترچه مناقصه به اطلاع مناقصه‌گران خواهد رسید.

آدرس اینترنتی شرکت پالایش نفت لاوان: www.lorc.ir
آدرس: هرمزگان، بندرعباس، گلشهر شمالی، بلوار دانشگاه، بلوار مصطفی خمینی، پلاک ۰، ساختمان آریا، طبقه همکف، کدپستی: ۱۹۷۴۴-۷۹۱۵۳
تلفن: ۰۷۱۳۸۳۱۸۸۸۱ داخلی (۱۴۷-۱۴۸) و ۰۷۱۳۸۱۷۳۴۳۰ - ۰۷۶۹۱۰۹۱۰۸۱، فاکس: ۳۸۳۱۸۸۸۲(۰۷۱)
آدرس ایمیل: Lavantenders@lorc.ir

مدیریت بازرگانی شرکت پالایش نفت لاوان

آگهی شناسایی پیمانکار (نوبت اول)
آگهی تجدید فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی به‌صورت یک مرحله‌ای

شرکت پالایش نفت لاوان (سهامی عام)

احداث آشپزخانه کمپ صدف ۲ (اجرای فونداسیون، سازه فلزی، لوله کشی آب و فاضلاب و دیوارکشی) مناقصه شماره MO-1404097
(مجوز شماره ۱۰۵۳۷۶۷۹۹)-(میزان سپرده- ۶،۲۴۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال)-(شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران: ۲۰۰۵۰۹۳۷۶۹۰۰۰۰۹۴)
تاریخ ارسال به صفحه اعلان عمومی: ۱۴۰۵/۰۶/۰۱، مهلت دریافت اسناد: ۱۴۰۵/۰۶/۱۵، مهلت ارسال پاسخ استعلام
(بارگذاری اسناد در سامانه ستاد ایران): ۱۴۰۵/۰۶/۲۹

شرکت پالایش نفت لاوان درنظردارد احداث آشپزخانه کمپ صدف ۲ (اجرای فونداسیون، سازه فلزی، لوله کشی آب و فاضلاب و دیوار کشی) را پس از انجام فرآیند ارزیابی کیفی و احراز صلاحیت از طریق مناقصه‌عمومی به پیمانکار با سابقه، مجرب و واجد شرایط واگذار نماید.

لذا از متقاضیانی که دارای شرایط زیر می‌باشند دعوت می‌گردد تا پس از مطالعه شرایط مناقصه از طریق دریافت اسناد از سامانه ستاد ایران مطابق با اطلاعات درخواستی نسبت به دریافت اسناد و بارگذاری پاسخ استعلام در مهلت مقرر شده در سامانه مذکور اقدام نمایند تا پس از ارزیابی و تأیید صلاحیت، جهت شرکت در مناقصه اقدام لازم به‌عمل آید.

الف: شرایط انجام کار
۱- توانمندی و تسلط بر انجام کار، دارا بودن دانش فنی و امکانات و تجهیزات کامل موضوع مناقصه
۲- توانمندی در ارائه سپرده شرکت در مناقصه
۳- دارا بودن شخصیت حقوقی
۴- مناقصه‌گر نباید مشمول قانون منع مداخله در معاملات و مناقصات باشد
۵- مناقصه‌گران دارای «گواهی صلاحیت معتبر پیمانکاری با حداقل رتبه ۵ در رشته ابنیه و ساختمان و به‌صورت مستقل یا مشارکتی (Joint Venture)»

ب: دریافت اسناد و ارسال پاسخ استعلام
۱- اعلام آمادگی از طریق دریافت اسناد در سامانه ستاد ایران (www.setadiran.ir) و ارسال پاسخ استعلام مطابق زمان بندی اعلام شده
۲- دریافت اسناد و بارگذاری مدارک تا تاریخ درج شده در سامانه ستاد ایران الزامی می‌باشد.
۳- کلیه مدارک باید در مهلت مقرر به‌صورت منظم و دسته بندی شده در پوشه‌های مجزا و با نام مطابق دستور العمل بارگذاری مدارک ارزیابی کیفی پیوست اسناد مناقصه در سامانه ستاد ایران بارگذاری شوند و به مدارک ارسالی مبهم، ناقص، مخدوش و دارای مغایرت و همچنین مدارکی که بعد از مهلت مقرر ارسال گردد به‌هیچ عنوان ترتیب اثر داده نخواهد شد.

زمان گشایش پاکات بعد از ارزیابی کیفی پیشنهادها، طی دعوت‌نامه ارسال پاکات پیشنهاد به مناقصه‌گران احراز صلاحیت شده اعلام خواهد شد.

آدرس اینترنتی شرکت پالایش نفت لاوان: www.lorc.ir
آدرس: هرمزگان، بندرعباس، گلشهر شمالی، بلوار دانشگاه، بلوار مصطفی خمینی، پلاک ۰، ساختمان آریا، طبقه همکف، کدپستی: ۱۹۷۴۴-۷۹۱۵۳
تلفن: ۰۷۱۳۸۳۱۸۸۸۱ داخلی (۱۴۷-۱۴۸) و ۰۷۱۳۸۱۷۳۴۳۰ - ۰۷۶۹۱۰۹۱۰۸۱، فاکس: ۳۸۳۱۸۸۸۲(۰۷۱)
آدرس ایمیل: Lavantenders@lorc.ir

مدیریت بازرگانی شرکت پالایش نفت لاوان