سرآمد اقتصاد

سه‌شنبه-۱۲ دی ۱۴۰۲-سال هفتم-شماره ۱۸۲۳

صنایع دریایی ۳

بوشهر، میزبان نخستین نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران

نمایشگاه صنایع دریایی بوشهر فرصتی مغتنم برای توسعه صنعت دریاپایه

نمایشگاه‌های بین المللی بوشهر روز دوازدهم تا پانزدهم دی ماه سالجاری میزبان نخستین نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران است.

به گزارش اقتصادسرآمد، دبیر برگزاری نمایشگاه در این رابطه به ایرنا اظهار کرد: نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران در گروه‌های کالایی مربوط با بنادر و کشتیرانی، سازندگان و تامین کنندگان تجهیزات دریایی، صنایع ساخت و تعمیر کشتی، خدمات دریایی و بندری، صنایع فراساحلی، تحقیقات و آموزش دریایی ، فعالان و صاحب‌نظران این حوزه را گرد هم می‌آورد.

اسماء برمایه افزود: صنایع مرتبط با اقتصاد دریا پایه با حضور در نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران می‌توانند فرصت رونق جدیدی را برای توسعه فعالیت‌های خود فراهم کنند.

دبیر نخستین نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران یادآور شد: باتوجه به رشد روزافزون صنایع دریایی و دریانوردی، نمایشگاه صنایع دریایی و دریا نوردی ایران یک فرصت بسیار عالی برای شرکت‌های این صنعت به شمار می‌رود تا محصولات، قابلیت های فنی و نوآوری های خود را به بازدیدکنندگان عرضه کنند.

وی عنوان کرد: نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران به عنوان یک پل ارتباطی بین شرکت‌ها و مشتریان، امکان مناسبی برای معرفی تجهیزات جدید، محصولات و خدمات فراهم می‌آورد.

برمایه ادامه داد: شرکت در این نمایشگاه، به صنایع فرصت می‌دهد تا با دیدار با مشتریان جدید و قدیمی، جلب حمایت سازمان‌های دولتی ذیربط و ایجاد بسترهای مناسب به منظور جذب سرمایه گذار، روابط تجاری خود را تقویت کنند.

وی افزود: ایجاد ارتباط بین دانشگاه و صنایع و شرکت های دریایی، ارتقا رویکرد توسعه محصول و ایجاد ارتباط تجاری با سایر شرکا و همچنین جلب توجه مسئولان به لزوم توجه بیشتر به اقتصاد دریامحور به عنوان یک ضرورت ملی و ایجاد ارتباط بین کانون‌های تولید فناوری و شرکت‌های دانش بنیان با صنایع دریایی از اهداف مهم نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران است.

اولین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دریایی و دریانوردی در بوشهر؛ اقتصادسرآمد تحلیل می‌کند

نمایشگاه صنایع دریایی بوشهر «نقطه امید»

تلاقی نمایشگاه صنایع دریایی با ساحل، کشتی و خلیج فارس

گروه صنایع دریایی – ایرج گلشنی – به قاموس مارکتینک که نگاه کنیم، متوجه می‌شویم که نمایشگاه یک بخش مهم از هشت گانه آن است و شرکت‌های موفق و پیشرو و شرکت‌هایی که به فکر توسعه سریع خود هستند به آن توجه ویژه می‌کنند. در مقابل برخی شرکت‌ها که به نقطه افول رسیده‌اند، توجهی به آن نشان نمی‌دهند که برخی دلایل آن را در این نوشتار اشاره می‌کنیم.

اما از آن جا که نمایشگاه جلوه عینی و بصری یک توانمندی است، شرکت‌هایی که در طول سال به رشد مناسب رسیده و دستاوردهای قابل قبولی داشته اند، بسیار تمایل دارند و مشتاق‌اند که توانمندی خود را در معرض نمایش بگذارند– در مقابل شرکت‌هایی که دستاوردی نداشته‌اند و تمایلی ندارند کسی یاد آن ها بیفتد و انگشت روی نقطه ضعف آن‌ها بگذارد– از این رو، نمایشگاه را بر اساس قواعد مارکتینگ باید جای شرکت های موفق یا شرکت‌های مشتاق به موفقیت دانست که مایلند دیده شوند.

نمایشگاه بین‌المللی

در میان نمایشگاه‌ها، نمایشگاه‌های بین‌المللی از اهمیت بسیار بیشتری برخوردار هستند؛ زیرا نمایشگاه های داخلی در حالی برگزار می شوند که مشتری که اغلب تجار کوچک و بزرگ داخلی هستند، از کم و کیف شرکت ها اطلاعات لازم را دارند و در صورت نیاز می توانند در طول سال، با هماهنگی با بخش فروش شرکت‌ها، از داشته‌های آن‌ها بازدید و احیانا خرید کنند و در این قاعده، نیازی به نمایشگاه داخلی نیست و بازرگان خبره منتظر نمایشگاه برای بازدید از توان یک شرکت ندارد.

اما این مساله مهم است که بازرگان خارجی– که سود بسیار بیشتری به همراه دارد– چنین فرصتی ندارد و نمی تواند به راحتی به منابع داخلی یک شرکت در یک کشور دست یابد؛ از این رو، چشم به نمایشگاه‌های بین المللی دارد تا با حضور در آن با صرف زمان و هزینه بسیار کمتر، از مجموع توان‌های شرکت‌ها با خبر شده و احیانا عقد قرارداد کند. از این رو، نمایشگاه بین‌المللی به دلیل جذابیت برای مشتری خارجی، حائز اهمیت است. به همین دلیل است که شرکت های موفق، مشتاق هستند که در یک نمایشگاه بین‌آلمللی دیده شوند و در مقابل شرکت‌های فرسوده که می‌دانند خیری از مشتری خارجی و ارز تجار برای‌شان نیست، پا پس می کشند و در کنج عزلت خود در می‌مانند.

نمایشگاه بین‌المللی بوشهر

نمایشگاه بین المللی بوشهر که در شرف اجراست، یک مزیت بسیار بزرگ دارد و آن این است که در مکان مناسب اجرا شده است. مکان مناسب برای یک نمایشگاه دریایی، عمق شهر تهران و انبوه ترافیک و دوده نیست؛ بلکه درست همان‌جایی است که کشتی و دریا وجود دارد. یعنی بندر. یعنی جایی مانند بندر بوشهر. هویت دریایی برای نمایشگاه دریایی معنا دار است و مشتری خارجی این را خوب درک می کند.

علاوه بر کاهش زمان و هزینه و فرار از فشار ترافیک و آلودگی تهران، چشم‌انداز دریایی برای یک نمایشگاه دریایی در جایی مانند بوشهر، هویت مستقیم به فروشنده و مشتری می‌دهد تا ارتباط معناداری با هم برقرار کنند. برگزاری نمایشگاه در سایر استان‌ها– مانند تهران– هر چند ممکن است مزیت نسبی خود را داشته باشد، اما به احساس لطیف دریا و کشتی و تاجران دریایی نمی‌رسد. این است که به نظر می‌رسد نمایشگاه بین‌المللی صنایع دریایی بوشهر، یک سر و گردن از دیگر نمایشگاه‌های مشابه بالاتر است و برگزاری آن معنای روشن و درک مستقیم دارد که در نهایت منجر به نتایج دل‌خواه برای حاضران در نمایشگاه از شرکت‌ها تا مشتریان دارد.

جامانده‌های فرسوده

گفتیم که برخی شرکت‌ها از شرکت در نمایشگاه‌ها پا پس می کشند. اغلب این شرکت‌ها دو وجه معین دارند. اغلب دولتی هستند و به دنبال تجارت آزاد و مشتری‌های خاص نمی‌گردند. مشتری این شرکت‌ها تعریف شده و اغلب دولتی است که سهم آن شرکت‌ها را یدک می‌کشد. بازار این شرکت‌ها محدود و معین است و تلاش برای بازاریابی برای‌شان معنا ندارد. بازار تنگ و معین و مشخص و مشتری های انگشت‌شمار و علامت زده شده. با این وصف، چنین شرکت‌هایی نیاز به حضور در نمایشگاه و رویارویی با مشتری ندارند که اساسا از بیخ و بن، دارای مشتری در شعاع بازار آزاد نیستند که بخواهند جلوه گری کنند.

دیگر این که این شرکت ها معمولا هشت‌شان گرو نه‌شان است. دخل و خرج‌شان با هم جور نیست و پولی برای سرمایه‌گذاری روی نمایشگاه‌ها ندارند. کمبود بودجه که قاعده بودجه‌های دولتی است، مهم‌ترین دلیل برای این گونه شرکت ها ست که در نمایش‌های تجاری بزرگ حضور پیدا نکنند.

دلیل دیگر، انگیزه مدیران این شرکت هاست. وقتی با یک شرکت خصوصی روبرو می‌شوید، عطش مدیران برای کسب سهم بیشتر از بازار را به خوبی ملاحظه می‌کنید. این مدیران به راستی قانون بازاریابی را درک کرده و می‌دانند که بازاریابی «یک جنگ» است و مایلند که در این جنگ، همواره حاضر باشند، مبارزه کنند و برنده باشند.

اما شرکت‌های دیگری که از مدیران حقوق بگیر ثابت استفاده می‌کنند، این شور و اشتیاق را در مدیران خود نمی‌پرورانند. در جلسه ای که برای شرکت در یک نمایشگاه می‌گیرند، می پرسند: اگر شرکت کنیم حق ماموریت و اضافه کار به ما می‌دهند؟ و اگر جواب منفی باشد، دیگر با کدام انگیزه برای حضور در نمایش‌های تجاری سر و دست بشکنند؟ واقعیت این است. بخشی که حقوق ثابت دارد، چه کار کند و چه نکند، همان است. اما در بخش خصوصی، همه باید تلاش کنند که بیشتر کسب کنند و سهم بیشتری هم داشته باشند.

نکته دیگر در زنده بودن یک شرکت و نوآوری‌ها و دستاوردهای آن است. شرکتی که به چرخه باطل افتاده و یک سری فعالیت‌های تکراری را با آدم های تکراری به سرانجام می رساند، نوآوری ندارد. دستاورد جدید ندارد. چیزی برای ارائه ندارد؛ بنابراین، دلیلی هم برای حضور در هیچ نمایشگاهی ندارد. بهتر است چراغ خاموش حرکت کند و آسته بیا و آسته برو!

آینده نمایشگاه بوشهر

نمایشگاه بوشهر، در حقیقت جورکش نمایشگاه برگزار نشده امسال صنایع دریایی کشور است. دارد جبران مافات می‌کند. جای خالی دیگران را پر کرده است. از این منظر، نقطه مثبت بزرگی است که در ماه‌های پایانی ۴۰۲ اجرا شده است.

اما هویت جغرافیایی بوشهر به عنوان یک بندر مهم، می‌تواند نقطه امید بزرگی برای نمایشگاه‌های دریایی کشور باشد. با کسب تجربه از این نمایشگاه و برگزاری قوی‌تر نمایشگاه‌های اینده، باید به بوشهر به عنوان قطب نمایشگاهی صنایع دریایی ایران نگریست و روی آن حساب باز کرد. همان‌گونه که گفته شد، تلاقی نمایشگاه دریایی با ساحل و کشتی و دریا، معنای قوی به این نمایشگاه می دهد. اگر اطلاع رسانی قابل قبولی رخ دهد، می‌توان حضور مردمی –به خصوص گردشگران را– جلب کرد. در این صورت، علاوه بر تجار و مباحث اقتصادی، می‌توان به مباحث فرهنگی و فرهنگ سازی هم چشم امید داشت. ما نمی‌دانیم که اولین نمایشگاه بوشهر با چه کم و کیفی برگزار خواهد شد و چه برنامه‌های جنبی آن را پشتیبانی می‌کند، اما می‌دانیم که کار درست در نقطه درست صورت گرفته است و به وضوح مشخص است که تقویت نمایشگاه بوشهر می‌تواند نقطه امید توسعه دریایی کشور در بخش نمایشگاهی باشد. نزدیکی به دریا و بندر و دسترسی آسان برای دیگر کشورها و وجود دریا برای حضور انواع شناورها مزیتی است که در جایی مانند تهران نیست. از این رو، در یک نگاه راهبردی، آینده نمایشگاه بوشهر را باید بسیار با شکوه و موثر دید.

نوبت اول

شرکت ارتباطات زیرساخت

آگهی مناقصه عمومی با ارزیابی کیفی به روش یکپارچه
شماره ۱۴۰۲/۱۱۲ الی ۱۴۰۲/۱۳۸
خدمات نگهداری، پشتیبانی و بهسازی شبکه مادر مخابراتی ۲۷ استان

شرکت ارتباطات زیرساخت در نظر دارد مطابق قانون برگزاری مناقصات و آیین نامه اجرایی بند «ج» ماده ۱۲ آن، نسب به برگزاری مناقصه و انتخاب پیمانکاران واجد شرایط به منظور واگذاری انجام خدمات نگهداری، پشتیبانی و بهسازی شبکه مادر مخابراتی ۲۷ استان کشور با برآوردهای ذیل، از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی و به روش یکپارچه اقدام نماید. لذا کلیه اشخاص حقوقی واجد شرایط و متقاضی که همزمان دارای گواهینامه معتبر صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صلاحیت پیمانکاری معتبر رشته ارتباطات یا گواهینامه رتبه بندی و احراز صلاحیت شرکت های انفورماتیکی معتبر در رشته خدمات پشتیبانی یا شبکه داده های رایانه ای و مخابراتی صادره از سازمان برنامه و بودجه کشور به شرح جزئیات ذیل باشند، می توانند با مراجعه به سامانه ستاد (سامانه تدارکات الکترونیکی دولت) به نشانی www.setadiran.ir، نسبت به خرید اسناد هر مناقصه به تفکیک اقدام نمایند.

شماره فراخوان سامانه ستاد: شماره‌های ۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۰۱۵۷ الی ۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۰۱۸۳

نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت ارتباطات زیرساخت، امور هماهنگی کمیسیون معاملات به نشانی خیابان شریعتی، نرسیده به پل سیدخندان، روبروی خیابان شهید قندی، ورودی ۱۷، ساختمان مرکزی شرکت ارتباطات زیرساخت، طبقه ۸، دورنگار: ۸۸۴۶۶۷۷۹

بهای فروش اسناد: مطابق جدول ذیل با احتساب ۹٪ مالیات بر ارزش افزوده می‌باشد که باید توسط مناقصه‌گران بابت هر مناقصه به‌طور مجزا از طریق سامانه ستاد پرداخت گردد.

زمان و مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد: از روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۳ تا ساعت ۱۱ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۰

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به شرح جدول ذیل می‌باشد که مناقصه‌گران می‌بایست مبلغ فوق را به‌صورت ضمانت نامه بانکی غیرقابل برگشت، بدون قید و شرط و با مدت اعتبار اولیه سه ماه از زمان صدور ضمانت نامه، قابل تمدید بنا به درخواست مناقصه گزار برای یک دوره سه ماهه دیگر توسط یکی از بانک های داخلی به نام شرکت ارتباطات زیرساخت و مطابق آئین نامه تضمین معاملات دولتی (فرم پیوست شرایط مناقصه) ضمیمه اسناد مناقصه به تفکیک برای هر مناقصه تهیه و تصویر آن را در سامانه ستاد ثبت و اصل آن را در پاکت در بسته تحویل واحد فروش اسناد به نشانی تهران، خیابان شریعتی، نرسیده به پل سیدخندان، روبروی خیابان شهید قندی، ورودی ۱۷، ساختمان مرکزی شرکت ارتباطات زیرساخت، طبقه هشتم اتاق ۸۱۶ نموده و رسید دریافت نماید.

نحوه ارائه پیشنهادات: مناقصه‌گران می بایست پیشنهاد خود را بر اساس اطلاعات اعلام شده از سوی مناقصه‌گزار در شرایط مناقصه و منحصراً از طریق سامانه ستاد ثبت نمایند.

آخرین مهلت ثبت پیشنهادات در سامانه ستاد: مناقصه‌گران می‌بایست پیشنهاد خود را طبق اسناد مورد نیاز اعلام شده در شرایط مناقصه تا ساعت ۱۱ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۴ در سامانه ستاد ثبت نمایند و همچنین پاکت حاوی تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار را حداکثر تا ساعت ۱۱ همان روز، تحویل واحد فروش اسناد دهند.

زمان و محل بررسی و ارزیابی کیفی: ساعت ۱۱:۱۵ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۴ در محل کمیسیون معاملات واقع در طبقه ۸ اتاق ۸۱۷ ساختمان مرکزی شرکت ارتباطات زیرساخت. **«با توجه به مشکلات به وجود آمده در خصوص اتصال به سامانه بهسازان ملت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت، خریداران اسناد می‌بایست هزینه مربوطه را به شماره حساب ۴۰۰۱۰۴۸۳۰۴۰۲۳۳۶۹ با شناسه واریز ۳۷۹۰۴۸۳۰۷۱۳۰۱۰۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۱۱ به نام شرکت ارتباطات زیرساخت و صرفاً با قید نام شرکت مناقصه گر و با درج شناسه ملی واریز نموده و تصویر فیش واریزی را از طریق نمابر به شماره ۸۸۴۶۶۷۷۹ و یا پست الکترونیک به آدرس commission95@tic.ir و یا به صورت فیزیکی تا پایان مهلت دریافت اسناد حداکثر تا ساعت ۱۱:۰۰ روز چهارشنبه ۱۴۰۲/۱۰/۲۰ به امور هماهنگی کمیسیون معاملات ارسال نمایند. شایان ذکر است عدم ارسال مستندات و عدم تأیید واریزی خریداران اسناد از سوی اداره کل امور مالی و ذیحسابی، به منزله انصراف از مناقصه تلقی می گردد.»**

توضیح:

-باعنایت به اینکه مناقصه‌های مذکور نیاز به بررسی کیفی مناقصه‌گران دارد. لذا بررسی پیشنهاد قیمت پس از انجام ارزیابی کیفی مناقصه توسط کمیته فنی و بازرگانی انجام خواهد گرفت. براین اساس پیشنهاد مناقصه‌گرانی که در مرحله ارزیابی کیفی امتیاز لازم را کسب ننمایند، مورد بررسی قرار نمی گیرد و پاکت مربوط به تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار عودت می شود و شرکت ارتباطات زیر ساخت در خصوص بهای فروش اسناد و هزینه اخذ ضمانت نامه هیچگونه مسؤلیتی را ندارد.

میم الف: ۳۸۵۵ شناسه آگهی: ۱۶۳۴۹۲۲

ردیف	استان	شماره مناقصه	جمع کل برآورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	شماره فراخوان	گروه بندی	مبلغ فروش اسناد با احتساب ارزش افزوده ریال
۱	ایلام	۱۴۰۲/۱۱۶	۱۶۴,۲۹۶,۰۷۷,۷۹۲	۱۴,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۱	الف – نیازمند حداقل رتبه ۴ ارتباطات یا ۲ انفورماتیک	هرمناقصه ۱۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۲	البرز	۱۴۰۲/۱۱۵	۱۲۸,۵۳۵,۸۹۲,۷۶۹	۶,۴۲۷,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۰		
۳	چهارمحال بختیاری	۱۴۰۲/۱۱۹	۱۶۷,۱۱۱,۱۴۳,۳۸۶	۸,۳۵۶,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۴		
۴	خراسان شمالی	۱۴۰۲/۱۲۱	۱۳۴,۲۴۶,۴۰۳,۴۲۰	۶,۷۱۳,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۶		
۵	زنجان	۱۴۰۲/۱۲۳	۱۴۴,۳۴۹,۱۷۳,۶۸۲	۷,۲۱۸,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۸		
۶	قم	۱۴۰۲/۱۲۶	۱۳۱,۹۲۵,۹۲۹,۳۹۰	۶,۵۹۷,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۱		
۷	کرمانشاه	۱۴۰۲/۱۲۹	۱۷۲,۸۸۱,۵۱۴,۴۹۳	۸,۶۴۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۴		
۸	کهگیلویه و بویر احمد	۱۴۰۲/۱۳۰	۱۵۳,۹۱۸,۶۸۳,۴۹۴	۷,۶۹۶,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۵		
۹	گلستان	۱۴۰۲/۱۳۱	۱۶۰,۴۹۸,۱۲۹,۳۱۶	۸,۰۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۶		
۱۰	گیلان	۱۴۰۲/۱۳۲	۱۷۱,۷۷۰,۹۳۱,۱۰۶	۸,۵۸۹,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۷		
۱۱	یزد	۱۴۰۲/۱۳۸	۱۸۲,۷۵۱,۵۱۷,۸۸۸	۹,۱۳۸,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۸۳		
۱۲	آذربایجان شرقی	۱۴۰۲/۱۱۲	۳۲۲,۵۸۲,۵۹۰,۸۲۷	۱۶,۷۸۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۵۷	ب – نیازمند حداقل رتبه ۳ ارتباطات یا ۲ انفورماتیک	هر مناقصه ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۱۳	آذربایجان غربی	۱۴۰۲/۱۱۳	۳۱۲,۰۳۸,۰۷۲,۱۸۷	۱۶,۰۴۳,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۵۸		
۱۴	اردبیل	۱۴۰۲/۱۱۴	۱۸۱,۱۲۶,۵۳۹,۵۷۹	۹,۰۵۷,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۵۹		
۱۵	بوشهر	۱۴۰۲/۱۱۷	۲۱۴,۹۸۹,۱۶۸,۴۱۴	۱۰,۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۲		
۱۶	کردستان	۱۴۰۲/۱۲۷	۲۵۱,۱۶۳,۲۵۹,۴۲۲	۱۲,۵۵۹,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۲		
۱۷	لرستان	۱۴۰۲/۱۳۳	۲۵۷,۰۱۴,۱۸۷,۲۱۹	۱۲,۸۵۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۸		
۱۸	مازندران	۱۴۰۲/۱۳۴	۲۴۰,۲۰۸,۸۸۴,۴۸۷	۱۲,۰۱۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۹		
۱۹	مرکزی	۱۴۰۲/۱۳۵	۱۹۳,۴۵۷,۸۳۳,۲۶۶	۹,۶۷۳,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۸۰		
۲۰	همدان	۱۴۰۲/۱۳۷	۲۰۸,۸۳۷,۶۷۷,۲۲۲	۱۰,۴۴۲,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۸۲		
۲۱	تهران	۱۴۰۲/۱۱۸	۶۵۵,۶۸۲,۵۹۷,۴۰۷	۴۰,۰۹۸,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۳	ج – نیازمند حداقل رتبه ۲ ارتباطات یا ۱ انفورماتیک	هر مناقصه ۳۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۲۲	خراسان رضوی	۱۴۰۲/۱۲۰	۵۱۹,۶۴۳,۴۴۶,۷۱۴	۳۰,۵۷۶,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۵		
۲۳	خوزستان	۱۴۰۲/۱۲۲	۴۷۹,۱۴۲,۹۵۰,۵۴۴	۲۷,۷۴۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۷		
۲۴	سیستان بلوچستان	۱۴۰۲/۱۲۴	۴۰۶,۸۰۷,۶۶۴,۳۹۳	۲۲,۶۷۷,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۶۹		
۲۵	فارس	۱۴۰۲/۱۲۵	۵۳۸,۱۶۱,۸۳۶,۸۳۵	۳۱,۸۷۲,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۰		
۲۶	کرمان	۱۴۰۲/۱۲۸	۴۵۷,۸۶۸,۹۸۷,۰۱۳	۲۶,۲۵۱,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۷۳		
۲۷	هرمزگان	۱۴۰۲/۱۳۶	۴۲۴,۱۶۰,۴۴۴,۳۴۲	۲۳,۸۹۲,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۲۰۰۱۰۲۲۰۰۱۸۱		

شرکت ارتباطات زیرساخت