تلویزیون پارس ۲۴اینچ را نشاندیم گوشه آشپزخانه و LCD ۴۰اینچ را بردیم سر جای آن در اتاق پذیرایی نشاندیم.

چند ماهی که گذشت خانه یکی از فامیل‌ها LED سینما خانگی چشم بچه‌ها را گرفت با میز سنگ مرمر ۳میلیونی! حالا بهانه می‌گیرند که این LCD چیه که تو گرفتی؟ LED سینما خانگی بهتر بود!

خلاصه در این سرعت پیشرفت تکنولوژی ثانیه‌ای نیست که دغدغه مدل‌های جدید و عقب ماندن از امکانات دیگران را نداشته باشیم.

خیلی‌ها متاسفانه بر این باورند که اگر از رقابت در این زمینه از سایرین دور بمانیم، آدم‌هایی عقب مانده و امل به حساب خواهیم آمد.

امروز رقابت در ساحت مصرف‌گرایی که به حالتی بیمارگونه بین خانواده‌ها و آحاد جامعه اپیدمی شده، نه تنها پول و پس‌انداز ما را به تاراج می‌برد، بلکه آسایش را از زندگی‌مان سلب کرده است.

حرف مصرف نکردن نیست، بلکه سخن از بهینه مصرف کردن مطابق با نیازهای واقعی‌مان است. یک نمایشگر LED سینما خانگی با میز مرمر چطور می‌تواند برای یک آپارتمان ۶۰، ۷۰ متری مستاجری یا غیرمستاجری مناسب باشد؟ چرا دست به انجام کاری بزنیم که حتی برای نگهداری وسایل منزلمان به عذاب بیفتیم.

این نمونه، مصداقی از بیشمار مصادیق رایج مصرف‌گرایی در اطرافمان است که به خوبی نشان می‌دهد ما تا چه حد مصرانه به اقدامات بدون فکر و صرفا از سر رقابتی کورکورانه خو گرفته‌ایم.

تله‌گذاری غربی برای شکار مصرف‌کنندگان

همان طور که می‌دانید در کشورهای غربی حتی اگر فرد متعلق به طبقه متوسط اجتماعی باشد با گرفتن کارت‌های اعتباری از بانک‌ها و موسسات می‌توانددر هر زمان و در هر شرایط اقتصادی خرید کند.

امیرمهدی‌زاده، کارشناس ارشد علوم اقتصادی برایمان در مورد وجه تمایز کارت‌های اعتباری در کشور ما و کشورهای اروپایی توضیح می‌دهد: «من خودم حدود یک سالی در کشور انگلستان زندگی کرده‌ام. در آن جا کارت‌های اعتباری الزاما به معنای این نیست که فرد در کارت اعتباری‌اش با شماره حساب فلان، مبلغ مشخصی پول دارد و می‌تواند از پول خودش در هنگام خرید برداشت کند.

در اروپا و آمریکا برای تشویق شهروندان به مصرف و خرید بیشتر به آنها کارت اعتباری اهدا می‌کنند به این معنا که دارنده کارت می‌تواند تا سقف فلان مبلغ خریدش را با کارت از فروشگاه‌ها انجام دهد. بعد باید این پول از حقوق ماهانه آن شهروند به صورت کلی یا اقساطی کسر شود.»

وی ادامه می‌دهد: «بنابراین حقوق شهروندان پیش فروش می‌شود! کالاهایی در اختیارشان قرار می‌گیرد که شاید نیاز واقعی زندگی آنها نیست و صرفا با تبلیغات و اجباری غیرمستقیم آن اقلام را به شهروندان قالب می‌کنند.»

وی در مورد حراج‌های فصلی کشورهای اروپایی توضیح می‌دهد:«برای مثال در بازار پوشاک غربی‌ها آنچه که بر قیمت لباس تاثیر مستقیم دارد، صرفا جنس و کیفیت نیست، بلکه مهم این است که فلان مدل برای اولین بار در فصل خاص خودش عرضه می‌شود و یا چند ماهی از عرضه آن مدل برای اولین بار سپری شده است؟ معمولا لباس‌های مدروز که اولین بار توسط اقشار بالادست جامعه خریداری می‌شوند و در فصول ویژه خودشان (لباس‌های تابستانه و زمستانه) به فروش می‌رسند، خیلی گران‌تر از لباس‌هایی هستند که با چند ماه تاخیر در حراج‌های فصول مختلف سال فروخته می‌شوند.

بنابراین یک مدل پوشاک ممکن است در فصل ویژه خودش چند صد دلار به فروش برسد اما در حراج غیرفصل خودش قیمتش به چند دلار برسد.»

مهدی‌زاده یکی از پیامدهای چنین خریدهایی را مصرف‌گرایی با عدم امنیت اقتصادی توصیف کرده و می‌گوید: «عدم امنیت اقتصادی، مصرف‌گرایی را تشدید می‌کند. نگرانی از کمبودها باعث انبار کردن اجناس می‌گردد. انبار کردن اجناس به مصرف‌گرایی بی‌رویه تبدیل می‌شود. البته تبدیل شدن کالاهای مصرفی در این قبیل کشورها به کالاهای سرمایه‌داری سبب شده که افراد با زمینه‌های اجتماعی متفاوت به پنهان کردن برخی کالاها بپردازند تا این که در آینده از طریق افزایش قیمت، منفعتی داشته باشند. به عبارت دیگر مصرف‌گرایی به نوعی از فعالیت اقتصادی تبدیل می‌شود.»

لباس پرستیژ از تاروپود مصرف‌گرایی!

جامعه‌شناسی غربی بر پایه معیارهای جامعه سرمایه‌داری یعنی ثروت، قدرت و پرستیژ (وجهه) افراد را به سه طبقه بالا، متوسط و پایین تقسیم‌بندی می‌کند.

مصطفی توحیدی‌فر، صاحب نظر علوم اقتصادی توضیح می‌دهد: «طبقات اجتماعی بالا با پرستیژ و قدرت بالا سعی می‌کنند با مصرف‌گرایی مفرط، خود را هم طراز ثروتمندان نشان دهند. مصرف‌گرایی مفرط در واقع یک وسیله خود نشان دادن می‌شود و اعضای یک طبقه در مصرف‌گرایی مفرط با یکدیگر رقابت شدید دارند.

این رقابت از نوع رقابت‌های کاذب است. اعضای طبقه متوسط همیشه سعی می‌کنند خود را از طبقات بالا عقب‌تر نبینند. اینان با درآمد کمتر به رقابت با طبقه بالا می‌پردازند. بازار برای خوشایند آنها، اجناس ظاهرا لوکس، اما ارزان به وفور در اختیارشان قرار می‌دهد. پس از خرید چنین کالاهایی است که از لحاظ روانی یک رضایت‌مندی کاذب به آنها دست می‌دهد. اعضای این طبقه اجتماعی به لحاظ کمی، بیشترین مصرف را در جامعه دارند.»

این کارشناس اقتصادی در تکمیل صحبت‌هایش می‌گوید: «بازار به خرید طبقه متوسط وابسته است. زیرا تعداد افراد این طبقه در جوامع بیش از اعضای طبقات دیگر است و لذا حجم خرید بالایی دارند. اعضای طبقه پایین با درآمد کم، با توجه به مصرف‌گرایی دیگر طبقات و با توجه به وفور کالا و خدمات در بازار و نیز ترس از کمبودها و عدم امنیت اقتصادی برای خانواده‌هایشان به خریدی بی‌رویه و انبارگونه رو می‌آورند. خرید اعضای این طبقه عمدتا خرید کالاهای ضروری، مربوط به بقای بیولوژیک است. بازار مازاد بر مصرف طبقه متوسط را به این طبقه انتقال می‌دهد. در واقع الگوی مصرف‌گرایی طبقات پایین، یک نوع سودسازی سرمایه‌دار از سرمایه بالقوه تلف شده است، زیرا اگر طبقه پایین نبود، سرمایه‌دار مجبور به از دست دادن مازاد کالاهای مصرفی طبقات متوسط بود. چنین است که اعضای طبقه پایین به مصرف‌گرایی انبوه عادت می‌کنند. این عادت برایشان درونی شده و بخشی از فرهنگ آنها را تشکیل می‌دهد.»

وی در پاسخ به این سؤال که برنامه‌ریزی برای مقابله با الگوهای مصرف‌گرایی نوین باید در چه ابعادی صورت گیرد، می‌گوید: «مصرف‌گرایی صحیح را باید ازطریق آموزش‌های رسمی به کودکان، نوجوانان و جوانان آموزش داد. این امر باید از طریق مدارس صورت گیرد. مصرف‌گرایی غلط و صحیح را باید به شیوه‌های آموزش‌های غیررسمی از طریق رسانه‌های جمعی و به ویژه رادیو و تلویزیون به بزرگسالان بشناسانیم.

تولید در سطح جامعه بایستی با یک کنترل ونظارت فرهنگی توام شود. نباید گذاشت هر کالایی در جامعه تولید شود. نظارت و کنترل فرهنگی به واردات عمده و خرد باید اعمال شود. عرضه کالا و خدمات در جامعه به گونه‌ای صورت گیرد که اعضای طبقات متفاوت دسترسی نسبتا مشابهی به آنها داشته باشند.

تبلیغات باید به گونه‌ای باشند که مصرف‌گرایی افراطی را اشاعه ندهند و صرفا به معرفی کالا و خدمات بپردازند و مطالعات علمی ملی و منطقه‌ای پیرامون مصرف‌گرایی در سطح مملکت صورت گیرد و نظرسنجی از مردم شود.

فرهنگ مصرف جمعی در زمینه‌های مختلف به جای فرهنگ‌گرایی فردی اشاعه شود و فرهنگ بازیافت در میان مردم رواج داده شود، برای این منظور ابزار جمع‌آوری مازادها در سراسر جامعه نصب و به کارگرفته شود. بازیافت به عنوان یک ارزش تلقی شود و از جوامع دیگر چگونگی عمل بازیافت به نمایش درآید.»

به جای مصرف، پس‌انداز کنیم

امروز در هنگام خرید و حتی اجاره خانه حاضر نیستیم در منزلی بدون آشپزخانه اپن و گچبری‌های سقف و... ساکن شویم. به جای این که به مقاومت ساختمان نگاه کنیم، به این ظواهر هزینه بردار و غیرکاربردی چسبیده‌ایم. منزل ما حتما باید شومینه دیواری داشته باشد، این در حالی است که سازمان گاز بارها و بارها در تذکراتش به مردم آورده است که استفاده از شومینه به شدت مصرف گاز ساختمان را بالا می‌برد.

عبدالعزیز درویش، صاحب‌نظر اقتصادی و مدرس دانشگاه منشأ شیوع مصرف‌گرایی در جامعه ایرانی را دو چیز عنوان می‌کند؛یکی فرهنگ مصرف جامعه ما و دیگری چشم امید داشتن به منابع خدادادی نظیر نفت.

وی می‌گوید: «به جای این که آرزویمان دائما یک زندگی اشرافی باشد، باید به خودمان گوشزد کنیم که این منابع خدادادی رو به اتمام هستند و باید شیوه قناعت و حرکت به سمت توسعه تولیدات داخلی را در پیش بگیریم.»

وی با ورق زدن خاطرات دوران جوانی‌اش می‌گوید: «من یادم می‌آید یک زمان آرزوی ما داشتن کیف سامسونت بود. اما الآن حتی یک کارمند ساده و یا یک بازاریاب هم کیف چرمی کمتر از ۲۰۰، ۳۰۰ هزار تومان دستشان نمی‌گیرند! ذهن ما تماما با مصرف بی‌رویه و به گمان خودمان بالا بردن پرستیژ اشغال شده است.»

درویش معتقد است چنین شیوه‌ای برای زندگی زاییده تفکر سرمایه‌داری است که مردم را به استثمار بکشند و وادار به خرید کالاهایی کنند که غرب عرضه‌شان را می‌پسندد. این کارشناس علوم اقتصادی صراحتا گوشزد می‌کند: «چنانچه رویه مصرف‌گرایی همین گونه در جامعه رواج پیدا کند، کم‌کم پس‌انداز جامعه کم شده، وام کمتر داده می‌شود و چرخ تولیدات داخلی به طور کل از حرکت باز می‌ایستد.»

وی باز هم با مراجعه به خاطراتش می‌گوید: «بنده ساکن تهران هستم. اما در جنوب - زادگاهم- همسایه‌ای داریم که می‌داند بنده درمسائل اقتصادی دستی بر آتش دارم. یک بار جلوی مرا گرفت و گفت: چرا حقوق ما را هر ساله بیش از این‌ها اضافه نمی‌کنند. برای ایشان توضیح دادم که اگر چند هزارتومان کمتر به حقوق‌ها اضافه شود، این مبالغ می‌توانند پس‌انداز شده و برای جوانان اشتغال‌زایی صورت گیرد.

همسایه‌مان گفت: خب، اگرواقعا چنین است و مابقی پول صرف اشتغال‌زایی جوانان می‌شود، بگذار همان کار انجام شود.»

مصرف براساس نیازها نه هوس‌ها

بنابراین رواج الگوی مصرف بهینه و شیوه زندگی آنچنانی که زیربنای تحقق اقتصاد مقاومتی است، نیازمند فرهنگ‌سازی و آموزش آحاد مختلف مردم خواهد بود.

متأسفانه ما هیچ‌وقت مدیریت نکرده‌ایم که حقیقتا نیازهای اصلی و ضروری زندگی‌مان کدامند؟ برای مثال نان بربری با آرد سبوسدار را می‌خریم، اما همان جا روی میزی که نان‌ها را پهن کرده‌اند با یک برس به جان نان می‌افتیم و تلاش می‌کنیم سبوس را از پشت نان جدا کنیم! این عمل‌مان صرفا برای این است که از سبوس خوشمان نمی‌آید. با این که این همه پول هزینه کرده‌ایم، ولی عملا خاصیتهای اصلی نان را می‌گیریم و نان بی‌کیفیت را در سفره خانواده می‌گذاریم. چرا؟ شاید به این دلیل که نیازها را نمی‌شناسیم و تنها به دنبال خوشایندها هستیم.

بیشمار مصادیق سراغ داریم که فقط به دنبال چیزهایی هستیم که صرفا مورد تایید خواسته دلمان است نه عقلمان. در مدیریت مصرف باید براساس نیازها مصرف کرد، هرچند که خوشایندمان نباشد و هرچند که از لحاظ رقیبان پوشالی خود در عرصه مصرف‌گرایی عقب مانده محسوب شویم. زمان نشان می‌دهد که چه کسانی در دره مصرف‌گرایی هستی‌شان به نیستی می‌نشیند؟!

چرا مصرف‌گرایی برای برخی افتخار شده است؟ بخش دوم

مصرف‌گرایی سوغات مدرنیته

عبدالعزیز درویش، مدرس دانشگاه در علوم اقتصادی: چنانچه رویه مصرف‌گرایی همین گونه در جامعه رواج پیدا کند، کم کم پس‌انداز جامعه کم شده، وام کمتر داده می‌شود و چرخ تولیدات داخلی به طور کلی از حرکت باز می‌ایستد.

مهدی‌زاده، کارشناس ارشد علوم اقتصاد: در غرب با اعطای کارت‌های اعتباری به شهروندان حقوق آنها پیش‌فروش می‌شود. کالاهایی در اختیارشان قرار می‌گیرد که نیاز واقعی زندگی آنها نیست و صرفا با تبلیغات و اجباری غیرمستقیم آن اقلام را به شهروندان قالب می‌کنند.

یک صاحب‌نظر اقتصادی: تبلیغات باید به گونه‌ای باشد که مصرف‌گرایی افراطی را اشاعه ندهند و صرفا به معرفی کالا و خدمات بپردازند.

آگهی مناقصه/ مزایده عمومی یک مرحله‌ای (نوبت دوم)

شهرداری بوئین زهرا در نظر دارد به استناد مجوزهای شورای اسلامی شهر موارد ذیل را از طریق مناقصه/ مزایده عمومی انجام دهد:

ردیف	عنوان مناقصه/مزایده	سپرده شرکت در مناقصه/ مزایده (ریال)	نوبت آگهی: مرحله اول	نوبت آگهی: مرحله دوم
۱	مناقصه بازپیرایی بوستان تختی و نماز بوئین زهرا	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۲	مناقصه احداث بلوار و جدولگذاری مسیر بوستان امام علی(ع) بوئین زهرا	۱۷۵/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۳	مناقصه بازپیرایی و بازسازی معابر، پیاده‌روها، فضای سبز و دیفوژهای بلوارهای سطح شهر	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
٤	مناقصه خرید و احداث درخت و گونه‌های گیاهی	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
٥	مناقصه حفظ و نگهداری فضای سبز	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
٦	مناقصه خرید نرده‌های بتنی فضای سبز	۷۵/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۷	مزایده فروش یکدستگاه خودرو و تانکر ولوو	۱۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۸	مزایده فروش دو قطعه زمین تجاری واقع در تقاطع خیابان ولی عصر شرقی و بلوار آیت‌الله طالقانی بوئین زهرا	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۹	مزایده اجاره بوفه (کافی شاپ) منطقه گردشگری آق امام (بوستان امام علی(ع))	۳۰/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۱۰	مزایده فروش ۷۸ قطعه زمین مسکونی واقع در فاز ۳ شهرک کارمندان بوئین زهرا	۱۵/۰۰۰/۰۰۰	√	–
۱۱	تجدید مزایده فروش دو قطعه زمین تجاری واقع در فاز ۲ شهرک کارمندان بوئین زهرا هر کدام به مساحت ٦۰ مترمربع	۱۰/۰۰۰/۰۰۰	–	√
۱۲	تجدید مزایده فروش سه قطعه زمین مسکونی به مساحت‌های مختلف	۱۵/۰۰۰/۰۰۰	–	√

* از متقاضیان دعوت می‌شود با در نظر داشتن موارد ذیل، حداکثر مدت ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم این آگهی جهت دریافت اسناد و شرایط شرکت در مناقصه/ مزایده به واحد امور قراردادهای شهرداری مراجعه نمایند.
تلفن‌های تماس: ٤۲۲۲۳۰۰ - ٤۲۲۷٦۰۰ - ۰۲۸۲ (داخلی ۱۸)
* هزینه کارشناسی (مزایده‌ها) درج آگهی‌ها به عهده برنده/ برندگان مناقصه/ مزایده می‌باشد و شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار می‌باشد.
* سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه/ مزایده مندرج است.
* ارائه سپرده شرکت در مناقصه/ مزایده به صورت واریز نقدی و یا ضمانت نامه بانکی به شرح جدول بالا
* برندگان اول و دوم و سوم مناقصه/ مزایده حاضر به معامله نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.

علی صفری- شهردار بوئین زهرا

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب (سهامی خاص)
شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاجاری (سهامی خاص)

فرم فراخوان مناقصه عمومی برای کارهای خدماتی و عملیاتی

نوبت اول
شماره مجوز:۴۰۴۳۳۶

مناقصه عمومی شماره مم‌آج/۹۱/۰۵۰

مربوط به انجام خدمات مکانیک تعمیرات دستگاه‌ها، جوشکار، بنا، تنظیفات و آبدارخانه‌های واحدهای تابعه اداره خدمات عملیات

شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاجاری درنظر دارد **انجام خدمات فوق را با مشخصات و شرایط کلی ذیل از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای براساس مفاد قانون برگزاری مناقصات و آئین‌نامه اجرائی مربوطه به پیمانکار واجد شرایط** واگذار نماید:

۱- شرح مختصر کار:
۱-۱- انجام خدمات تعمیرات دستگاه‌ها، جوشکاری، بنایی و تنظیفات و آبدارخانه‌های اداره خدمات عملیات توسط ۲۹ واحدکاری صورت می‌پذیرد.

۲-محل انجام عملیات:
شهرستان امیدیه حوزه عملیاتی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاجاری

۳- مدت پیمان:
مدت اجرای پیمان یکسال شمسی از تاریخ ابلاغ شروع بکار توسط کارفرما می‌باشد.

۴- تاریخ تحویل پاکات پیشنهاد نرخ در مدارک مناقصه اعلام می‌گردد.

۵- شرایط متقاضی:
۵-۱ - داشتن شخصیت حقوقی
۵-۲- داشتن سابقه مفید و مرتبط با خدمات موردنظر
۵-۳ - داشتن تعیین صلاحیت معتبر از اداره کار و امور اجتماعی
۵-۴ - توانایی ارائه تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۲۱/۶۵۰/۰۰۰ ریال (بیست و یک میلیون و ششصدو پنجاه هزار ریال) و همچنین تهیه تضمین انجام تعهدات (در صورت برنده شدن) به میزان ۱۰درصد بار مالی یکساله پیمان براساس نرخ‌های پیشنهادی
۵-۵- دارا بودن توان مالی جهت اجرای موضوع پیمان

۶- برآورد تقریبی کارفرما ۵/۰۴۹/۸۳۹/۵۹۰ ریال (پنج میلیارد و چهل و نه میلیون و هشتصدوسی و نه هزار و پانصدو نودریال) می‌باشد.

۷- متقاضیانی که دارای شرایط لازم بوده و آمادگی انجام خدمات فوق را دارند می‌توانند **ظرف مدت ۱۰ روز** از تاریخ انتشار نوبت دوم آگهی ضمن ارائه درخواست کتبی مدارک همراه مشروحه ذیل:
۷-۱- ارائه نسخه گواهی صلاحیت معتبر از اداره کار و امور اجتماعی
۷-۲- ارائه اساسنامه شرکت و آخرین تغییرات مربوطه
۷-۳- ارائه فهرست سوابق کاری مفید، معتبر و مرتبط با موضوع مناقصه با ارائه قراردادهای منعقده درحال اجرا و مفاصا حساب‌های مزبور بانضمام رضایت‌نامه و یا تشویق نامه از کارفرمایان مربوطه
۷-۴ - ارائه مدارکی دال بر دارا بودن خط مشی و نظام مدیریتH.S.E متناسب با موضوع مناقصه
۷-۵- ارائه شناسه ملی و کد مؤدیان اقتصادی

به آدرس: امیدیه- محوطه صنعتی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاجاری ساختمان ۳۰۰ امور حقوقی و قراردادها، اتاق ۳۰۳ مراجعه نمایند و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر به **شماره تلفن ۳۲۲۷۷۰۱- ۰۶۵۲** تماس حاصل فرمایند. همزمان ارائه اصل گواهی صلاحیت پیمانکاری با توجه به موضوع آگهی مناقصه بمنظور تطبیق با تصویر آن الزامی و ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای متقاضیان شرکت در مناقصه و نمایندگان شرکت‌ها در همه مراحل لازم و ضروری می‌باشد. لازم به توضیح، بدیهی است ارائه سوابق و مدارک مزبور هیچگونه حقی را برای متقاضیان جهت شرکت در مناقصه ایجاد نخواهد کرد.

شرکت بهره‌برداری نفت وگاز آغاجاری در قبول یا رد پیشنهادات مختار خواهد بود.

۳/۳۰۹م/ الف

روابط عمومی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاجاری

آگهی تغییرات شرکت آب و فاضلاب استان زنجان (سهامی خاص) به شماره ثبت ۱۷۳۰ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۰۸۷۵

باستناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۱/۵/۱۷ که درتاریخ ۹۱/۹/۲۹ واصل گردید:
۱ - ترازنامه سود و زیان سال مالی ۱۳۹۰/۱۲/۲۹ به تصویب رسید.
۲ - روزنامه کثیرالانتشار کیهان برای درج آگهی‌ها تعیین شد.
۳ - موسسه حسابرسی نخستین کاوش به عنوان بازرس اصلی و آقای احمد ناصری جورشری به عنوان بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال انتخاب شدند.
۴ - دفتر مورخ ۹۱/۹/۲۹ تکمیل و امضاء شد.

خطیبی - مسئول ثبت شرکتهای زنجان

آگهی تغییرات شرکت آب و فاضلاب استان زنجان (سهامی خاص) به شماره ثبت ۱۷۳۰ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۰۸۷۵

باستناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده مورخ ۹۱/۷/۱۵ که در تاریخ ۹۱/۹/۱۱ واصل گردید:
۱ - آقای خلیل مهری به عنوان عضو اصلی هیئت مدیره و آقای رضا کابلی به عنوان عضو علی‌البدل برای مدت ۲ سال انتخاب شدند و کلیه اسناد و اوراق تعهدآور شرکت نظیر قراردادها چکها- بروات و سفته‌ها و سایر اوراق تجاری به امضای ثابت مدیرعامل و یکی از اعضای هیئت مدیره و یا نماینده آنان انجام خواهد شد.

خطیبی - مسئول ثبت شرکتهای زنجان

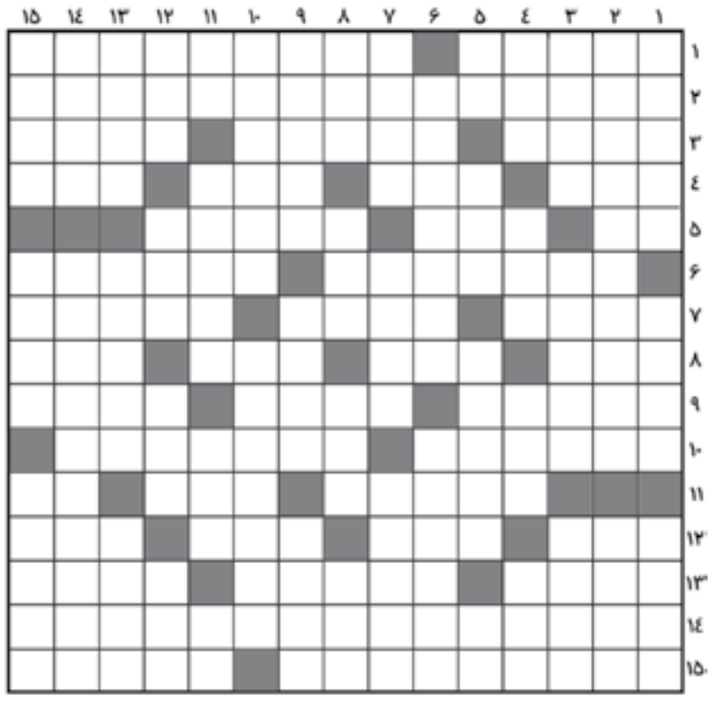
آگهی تغییرات شرکت آب و فاضلاب استان زنجان به شماره ثبت ۱۷۳۰ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۰۸۷۵

باستناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۱/۹/۱ که در تاریخ ۹۱/۹/۲۹ واصل گردید:
۱- موضوع شرکت به موارد ذیل تغییر یافت که عبارتند از:
- انجام هرگونه فعالیت در راستای آبرسانی برای مصارف خانگی عمومی صنعتی تجاری و غیره و جمع‌آوری انتقال تصفیه و دفع فاضلاب.
- مطالعه و اجرای طرحهای ایجاد و توسعه تأسیسات مربوط به تأمین انتقال تصفیه و توزیع آب آشامیدنی و بهداشتی.
- مطالعه و اجرای طرحهای ایجاد و توسعه تأسیسات مربوط به جمع‌آوری، انتقال، تصفیه و دفع بهداشتی فاضلاب.
- رعایت اصول بهداشتی، کنترل کیفی و استانداردهای مورد عمل وزارت نیرو در مراحل آبرسانی و جمع‌آوری دفع فاضلاب.
- بهره‌برداری، تعمیر، نگهداری، مرمت، بازسازی و توسعه کلیه تأسیسات تأمین، تصفیه، انتقال، ذخیره و توزیع آب و همچنین جمع‌آوری، انتقال، تصفیه و دفع بهداشتی فاضلاب و حفاظت از حریم آنها.
- اخذ هرگونه وام و تسهیلات مالی از منابع داخلی و خارجی با اخذ مجوز از مجمع عمومی و سایر مراجع قانونی ذیربط.
- استفاده از ظرفیتهای بخش خصوصی برای انجام امور مطالعاتی، اجرایی، بهره‌برداری و نگهداری تأسیسات آب و فاضلاب و خدمات مشترکین به منظور کاهش هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری و ارتقاء سطح خدمات.
انجام هرگونه عملیات و معاملاتی که برای مقاصد شرکت ضروری و مرتبط بوده و به صرفه و صلاح آن باشد.
تبصره: شرکت بدون کسب مجوز مجمع عمومی مجاز به ایجاد شرکت یا سرمایه‌گذاری در سایر شرکتها نمی‌باشد.
۲- حوزه خدمات شرکت محدوده استان زنجان می‌باشد.
تبصره: شرکت می‌تواند با تصویب مجمع عمومی در مناطق حوزه عمل خود به تشکیل شعب و یا نمایندگی مبادرت نماید.
۳- ماده ۲ اساسنامه بشرح زیر اصلاح شد:
ایجاد تأسیسات تقسیم و توزیع آب شهری و روستایی و تأسیسات مرتبط با جمع‌آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب و همچنین بهره‌برداری از تأسیسات تأمین، تصفیه، انتقال و توزیع آب شهری و روستایی و تأسیسات مربوط به جمع‌آوری و انتقال و تصفیه فاضلاب بشرح ذیل برعهده شرکت خواهد بود:
الف: بهره‌برداری و نگهداری از تأسیسات مرتبط با تأمین و توزیع آب نظیر آبگیر، منابع آب زیرزمینی، تصفیه‌خانه‌ها، ایستگاههای پمپاژ، خطوط انتقال، شبکه‌های آبرسانی، سیستم‌های کنترل و شبکه‌های توزیع.
ب: مطالعه و اجرای طرحهای ایجاد و توسعه تأسیسات مرتبط با تأمین، انتقال و توزیع آب مورد نیاز مصارف شرب خانگی شهرها و روستاها مطابق با برنامه‌ریزیهای جامع مدیریت آب کشور.
ج: بهره‌برداری از شبکه‌های جمع‌آوری فاضلاب، تصفیه‌خانه‌ها و ایستگاههای پمپاژ مربوطه.
د: اجرای شبکه‌های مربوط به توزیع آب.
و: اجرای طرحهای جمع‌آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب.
ه: سرمایه‌گذاری و مشارکت در مؤسسات و شرکتهایی که با اهداف و وظایف شرکت مرتبط باشد، به منظور ارتقاء کیفی و کمی فعالیت‌های شرکت.
ز: انجام امور تحقیقاتی، آموزشی در راستای اهداف شرکت و هماهنگ با برنامه‌ریزی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور
ح: تشکیل شرکتهای جدید براساس تبصره(۲) ماده (۱) قانون فوق.
۴- دفتر مورخ ۹۱/۹/۳۰ تکمیل و امضاء شد.

خطیبی- مسئول ثبت شرکتهای زنجان

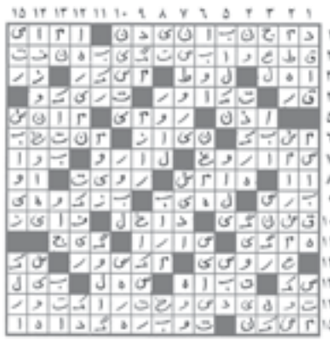
جدول شماره ۹۶۰۸

بدون نقطه کور



افقی:

۱ - برخورد تیر به هدف- در قدیم به سم اسب می‌زدند تا دشمن را گمراه کنند ۲ - گرچه برای مردم ما مشکل‌آفرین است اما دربلند مدت ما را در همه زمینه‌ها به خودکفایی خواهد رساند ۳ - زشت- کشف شده- واحد پول در ارمنستان ۴ - قیمت- واحد شمارش دام‌ها- عمومی‌تر- مسیر رود در کوهستان ۵ - نگهبان گله- ساقه گندم و جو- جمع کلمه منقبت ۶ - نزدیک کننده- زیاده‌روی در تعریف و تمجید ۷ - هر خط موازی با کمربند استوا- محافظ- سست و بی‌حال شدن ۸ - پسوند مزارع- ضرورت برشتن کباب- توده- آغوش ۹ - نمایان‌کننده طیف‌های نور سفید- زبان- بن فعل آلودن ۱۰ - معروف آبرومند- کشوری در آمریکای مرکزی ۱۱ - حداقل- همچنین- ضمیر اشاره ۱۲ - جمع امت- آزاد- برکت سفره- معصوم(ع) ۱۳- اتاق- سخنگوی دولت- غیرثابت و متحرک ۱۴- نامی فراموش نشدنی در نهضت هسته‌ای شدن کشورمان ۱۵ - در ضرب‌المثل این مقدار ناچیز نیز غنیمت است- مزرعه صیفی‌کاری.

عمودی:

۱ - توقف جنگ- کهنه- عنوانی برای دل و جگر و قلوه ۲ - فن اجرای تعزیه و نمایشنامه- ساخته و پرداخته ۳ - قوم هند و اروپایی- نوعی پشه- همسایه نزدیک ما در فضا ۴ - خرید- جوهر انسان- پسوند نسبت- هرز روی ۵ - زمینه اثر هنری- استخوان بلند- از اول تا آخر- فلز سرخ رنگ ۶ - معادل فارسی برای واژه هارمونی- هجوم برنده ۷ - فرومایه و پست- درون محدوده- سرگشته و حیران ۸ - زندگی- سی‌روز دوست داشتنی- قسمت و حصه- خواهر هادی ۹ - جزیره‌ای ایرانی- محل کسب و کار- تازه‌کار ۱۰ - اختصاص ملک و مال برای استفاده عموم- اثری از عطار نیشابوری ۱۱ - علامت جمع- آرامگاه- پایتخت اتریش- ردیف ۱۲ - نگاه منجمانه به اجرام فضایی- موسیقیدان مشهور آلمانی- پول خارجی- سازمان جاسوسی آمریکا ۱۳- ورود کننده- لایه به لایه- زوجه ۱۴- فقیر- جنجال‌آفرینی و هوچیگری ۱۵- هیزم- وصف یخچال‌های کوچک- شهری در استان فارس.