پیوند خلاقیت طراحان جوان با کارگاه‌های تولیدی

■ گالیا توانگر

❋ یک تولیدکننده کت: یکی از چالش‌های اساسی پیش روی صنعت پوشاک زمستانی این است که از پارچه‌های نامرغوب وارداتی که تنها رنگ و لعاب ظاهری و مشتری‌پسندی دارند، برای دوخت‌ودوز پوشاک زمستانی در برخی تولیدی‌ها استفاده می‌شود.

در بازار پوشاک زمستانی که معمولا کاپشن، کت، پالتوفروش‌ها و... را شامل می‌شود، هر جا که نگاهت می‌چرخد از زبان فروشنده می‌شنوی که این پوشاک کار فلان کشور است. در حالی که در زیرزمین‌های بازار تهران و کارگاه‌های گوشه و کنار شهر، دستان هنرمندانه بی‌ادعایی هستند که با کمترین حقوق و مزایا مشغول دوزندگی کت و کاپشن‌های زنانه و مردانه‌اند. این قشر حتی نمی‌توانند ماحصل کار خود را به نام ایرانی و تولید داخل ارائه دهند! همواره نوعی ترس از عدم استقبال مشتری مانع این شده که تولیدکنندگان عرصه پوشاک کار خود را با مارک ایرانی عرضه کنند! آیا این ترس جز از یک باور پوسیده که ریشه در سال‌های گذشته دارد، نشأت می‌گیرد؟ به نظر می‌رسد برای جلب اعتماد مشتری به سوی تولید داخل باید تبلیغات فرهنگی گسترده‌ای صورت پذیرد.

پشت چرخ دوزندگی مشغول زیپ‌دوزی کت‌های چرم مصنوعی است. از هشت صبح تا نه شب در این کارگاه تولیدی همین کار را پی می‌گیرد.

اکبر، جوان بیست و چهار ساله‌ای است که سرانگشتانش از فشار دوزندگی سرخ و پوست پوست شده‌اند! رئیس کارگاه او را فعلا آزمایشی به کار گرفته تا اگر قابلیت داشت به صورت روزمزد ماندگار شود. این قشر از کارگران اگرچه آموزش کلاسیکی ندیده‌اند، اما هر چه بلدند به خاطر کارگری در این کارگاه و آن کارگاه از سن شانزده، هفده سالگی است. صبح با ظرف غذایی بر دوش در ایستگاه اتوبوس روانه کارگاه می‌شوند و بی‌ادعا تا شب پشت چرخ مشغولند. تولیدکنندگان از حضور چنین نیروهای گمنامی استقبال می‌کنند. چون نه هزینه آموزش با متد استاد- شاگردی را می‌پردازند و نه قرار است بیمه‌ای برایشان رد کنند. تا آنجا که می‌شود حضور این کارگران در کارگاه مخفی می‌ماند!

کیفیت را فدای کمیت نکنیم

لایه‌های پارچه‌های ضخیم در قطر نیم متر روی هم در رنگ‌های مختلف قرار گرفته‌اند تا برای کت پشمی و پالتو شدن با دستگاه برش بخورند.

همایون الله‌وردی یک تولیدکننده کت در بازار پوشاک می‌گوید: «یکی از چالش‌های اساسی پیش‌روی صنعت پوشاک زمستانی این است که از پارچه‌های نامرغوب وارداتی که تنها رنگ و لعاب ظاهری و مشتری‌پسندی دارند برای دوخت و دوز پوشاک زمستانی در برخی تولیدی‌ها استفاده می‌شود تا از هزینه تولید کاسته شود. اما همان‌طور که در مباحث اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید داخلی در رسانه‌ها مطرح شده، باید تلاش تولیدکنندگان بر پایه افزایش کیفیت تولیدات داخلی باشد، نه این که تولیدکنندگان برداشت متضادی از این مقوله داشته باشند.»

وی در حالی که دو تکه پارچه جین سرمه‌ای رنگ مرغوب و نامرغوب را روبرویمان می‌گذارد، می‌گوید: «این یکی پارچه نامرغوب چینی است. حتی لمسش کنید سرانگشتانتان انگار که در استمپ زده باشید، آبی کاربونی می‌شود اما این یکی پارچه مرغوب است. هم دوام دارد و هم انعطاف‌پذیر است.»

اما اگر بخواهیم در صنعت پوشاک روندی روبه رشد داشته باشیم ناگزیریم صنعت پارچه را نیز به موازات آن گسترش دهیم. از آنجا که منابع ارزشمند پنبه در کشورمان موجود است و از آن سو دارای انواع بافت‌های سنتی به یادگار مانده از اجدادمان نیز هستیم، می‌توانیم به آن بافت‌های سنتی کاربری مدرن ببخشیم و در صنعت پارچه بهره برده و در تولید پوشاک به کارشان بگیریم.

مونا حاجت‌پور یک هنرمند که تاکنون پارچه‌بافی را با تکیه بر بافت‌های سنتی در کارگاه خانگی‌اش تجربه کرده می‌گوید: «شاید نتوان به این سرعت تحول زیادی در صنعت پارچه‌بافی داخلی ایجاد کرد، ولی لااقل می‌توان نمونه‌های بافت سنتی ایرانی را در حاشیه انواع لباس‌ها به‌ویژه برای پوشاک تولید داخل مثلا روی سر آستین‌هایشان یا دور یقه‌شان به کار برد. این‌گونه چشم مشتری به زیبایی‌های هنر ایرانی عادت می‌کند و دیگر حاضر نمی‌شود زشتی‌های کالاهای وارداتی بنجل را پذیرا باشد.»

وی یک کت بلند و ضخیم که در واقع رداهای بلند ترکمن است را پیش چشمم رونمایی می‌کند. کتی بسیار زیبا که می‌توان از آن به عنوان تن‌پوش زمستانی نیز استفاده کرد. قیمت این ردای ضخیم در بازار چیزی در حدود صد و پنجاه هزار تا دویست هزار تومان است.

حاجت‌پور از ما می‌پرسد: «آیا این پالتوی سنتی بهتر از پالتوهای به اصطلاح کار ترک نیست. قیمتش در برابر قیمت آنها کمتر است و به شما اطمینان می‌دهم دوامش بی‌نهایت خواهد بود.»

نمونه این کت‌های ترکمن بسیار گرم را می‌توان در سنتی‌فروشی‌های پایتخت جست‌وجو کرد.

بها دادن به طراحان جوان و شکوفایی استعدادها در بازار

دانشجوهای جوان و خلاق رشته طراحی پارچه و لباس در کشورمان از لحاظ ذوق و خلاقیت هنری نه تنها از فارغ‌التحصیلان این رشته در سایر کشورهای همسایه‌مان چیزی کم ندارند، بلکه با رصد کارهایشان در نمایشگاه جمعی پوشش زنانه- که طی سال‌های اخیر برپایی آنها از رونق خوبی برخوردار بوده- می‌توان دریافت چه استعداد شگرفی پشت نگاه تیز و هنرمندانه‌شان مخفی مانده است. یکی از چالش‌های عمده بازار پوشاک ما این است که تولیدکنندگان پوشاک داخلی هیچ گاه از این قشر حمایت نکرده‌اند و در تلاش برای برقراری پیوندی مستحکم با این قشر نبوده‌اند! آیا تولیدکنندگان به طراحان جوان بی‌اعتمادند؟ یا دلایل دیگری برای منفک ماندن خود از این قشر دارند؟

زینب مقبلی‌پور کارشناس ارشد این رشته برایمان از ناگفته‌های این چالش در بازار پوشاک داخلی کشورمان چنین می‌گوید: «در شرایط فعلی اغلب تولیدکنندگان لباس در کشور در تلاش برای این هستند که باکمترین هزینه به کار خود ادامه دهند. اگر خوب نگاه کنیم کارگران دوزنده در تولیدی‌ها از کمترین حقوق برخوردار بوده و معمولا پوشاکی را تولید می‌کنند که کپی‌برداری شده مدل‌های وارداتی هستند. به خیال این قشر مدل‌های وارداتی ترک قبلا امتحان خود را از لحاظ جذب مشتری در بازار پس داده‌اند و می‌توان بدون ترس از واپس‌زدگی مشتری و نیز بدون پرداخت هزینه طراحی، کار را با کمترین هزینه و ریسک ادامه داد. این قشر از تولیدکنندگان با بحث‌های فرهنگی پوشاک و رسالت خطیرشان در انتقال هویت جامعه ایرانی به نسل‌های بعدی و نیز سایر کشورها بیگانه‌اند.»

در کشور ترکیه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای درباب طراحی پوشاک از سنین نوجوانی آغاز می‌شود. در سنین جوانی هر طراح می‌تواند یک استاد کار حرفه‌ای باشد. این آموزش‌ها در سطوح دیگر تولید پوشاک از قبیل دوخت، برش، انتخاب پارچه و طرح پارچه و... نیز وجود دارد.

سامان دهکردی تولیدکننده کت چرم یکی دیگر از چالش‌های پیش روی صنعت پوشاک در کشور را از بین رفتن آموزش با متد استاد- شاگردی در این صنعت عنوان کرده و می‌گوید: «دیگر جوانان این دوره حاضر نیستند کار پدرانشان را پیشه کنند. بیشتر جوانان به تحصیل تئوریک در دانشگاه‌ها روآورده‌اند و در دانشگاه‌ها برخی از رشته‌ها- که چندان هم به درد بازار کار نمی‌خورند- قارچ‌گونه رشد کرده‌اند. ما باید حلقه‌های گمشده پیوند بین دانشگاه، صنعت و بازار را پیدا کنیم. یکی از این حلقه‌ها می‌تواند بها دادن به رشته‌های مورد نیاز صنعت از طریق بسط رشته‌های فنی و حرفه‌ای در دانشگاه باشد.»

مقابله با قاچاق پوشاک بنجل و دست دوم

این روزها کار گروهی از به اصطلاح تولیدکنندگان پوشاک از حد کپی‌برداری مدل‌های وارداتی نیز بیشتر رو به قهقرا گذاشته و آنان به اسم تولید در حلقه مافیای قاچاق پوشاک دست دوم مشغول به فعالیت هستند.

سعید هاشمی یکی دیگراز تولیدکنندگان پوشاک به ویژه از نوع پوشاک زمستانی می‌گوید: «اگر به مردم اطلاع‌رسانی کنیم که ایرانی کالای ایرانی بخر و در عین حال کیفیت تولیدات داخلی را بالا ببریم مردم دیگر به دلیل پایین بودن کیفیت به کالاهای خارجی رو نمی‌آورند. افرادی که خواهان لباس‌های وارداتی از نوع چینی هستند، معمولا دنبال جنس ارزانند وکیفیت برایشان مهم نیست، اما در این بین اشخاصی هستند که صرفا در پی خرید یک مارک پرطمطراق روی کت یا پالتو زمستانی‌شان و نیز در پی ارزان‌تر خریدن از پوشاک دست دوم قاچاق در بازار استقبال می‌کنند. بنابراین باید در بین قشر تولیدکننده فرهنگ‌سازی شود که اقتصاد مقاومتی در تولید به هیچ وجه به معنای کم گذاشتن در صرف مواد اولیه مرغوب نیست، بلکه باید با تولید داخلی با کیفیت دل مشتری ایرانی را به دست آورد و این شبهه را که تولید داخل بی‌کیفیت است- و ریشه در سالیان سال دارد- از ذهن مشتری پاک کرد.»

عکس: محمدعلی شیخ‌زاده

❋ یک تولیدکننده پوشاک: اگر به مردم اطلاع‌رسانی کنیم که ایرانی کالای ایرانی بخر و در عین حال کیفیت تولیدات داخلی را بالا ببریم مردم دیگر به دلیل پایین بودن کیفیت به کالاهای خارجی رو نمی‌آورند.

گروهی از صاحب‌نظران نیز برای گسترش تولید داخلی در عرصه پوشاک گزینه افزایش عوارض گمرکی را برای پوشاک وارداتی و نیز اتخاذ تمهیدات جدی برای مقابله با قاچاق را پیشنهاد می‌دهند.

سیما- م یک شهروند با دخترش برای خرید به یکی از این مغازه‌های دست دوم فروشی آمده که ادعا می‌کنند از حراج‌های اروپایی لباس وارد کرده است!

این شهروند می‌گوید: «خرید پالتو و کلا تن‌پوش‌های زمستانی از تاناکوراها- دست دوم فروشی‌ها- چندان هم بد نیست! اگر بتوانی چیز تمیزی پیدا کنی، می‌توانی جنس مارک‌دار ارزان قیمتی بخری و جلوی آشنایان کلی پز مارکش را بدهی!»

با تعجب از ایشان سوال می‌کنم: یعنی همه انتخاب شما در گرو مارک است؟!

دختر این شهروند پاسخ می‌دهد: «اگر مارک بپوشم در رقابت با بچه‌های همسن و سالم در فامیل و آشنا را بردم. نمی‌خواهم از آنها عقب بیفتم و به من بگویند امل یا بنجل پوش!»

رو به آنها می‌گویم: خب، اگر به این که چه می‌پوشید تا این حد اهمیت می‌دهید باید بگویم در این‌گونه انتخاب کردن که اصلا نمی‌دانید چنین لباس‌هایی از کجا آمده‌اند؟! ضمنا برای مردم هر کشوری هیچ چیز برازنده‌تر از تولیدات خودشان نیست.

ضرورت برندسازی در عرصه پوشاک داخلی

سالانه صدها همایش، کنفرانس، سمپوزیوم و گردهمایی منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی در کشورمان با موضوع برند برگزار می‌شود که زمان و هزینه هنگفتی را به خود اختصاص می‌دهد، به نظر می‌رسد که در برگزاری این محافل به جز برخی از استثناها به آنچه عمیقا پرداخته می‌شود فقط کمیت است. شاید بتوان به جرأت اذعان داشت که کشور ما ازنظر کمیت و تعداد سمینارهای برند، یکی از کشورهای مطرح و طراز اول در سطح جهان است که در آن همایش‌های بسیار زیادی در وادی برند برگزار می‌گردد اما اینکه حاصل، برآیند و منافع فردی، اجتماعی و سازمانی آنها در راستای بهبود امور، رشد و توسعه، فردی و اجتماعی و ... بوده است یا نه و اینکه این همایش‌ها تا چه حد توانسته به طور ملموس و کاربردی مورد اجراء و توجه قرار گیرد، نکته‌ای است که بایستی بررسی دقیقی روی آن صورت پذیرد.

عباس کاویانی‌پور یک صنعتگر عرصه پوشاک معتقد است برندسازی برای عرصه پوشاک داخلی جهت ترغیب مشتری به خرید داخلی و نیز بازاریابی در برخی کشورهای هدف امری اجتناب‌ناپذیر است. وی می‌گوید: «در دنیای برند هیچ چیز ثابت نیست و همه چیز درحال تغییر است. ادراک مصرف‌کنندگان از برند و موقعیت تولیدی‌ها در صحنه رقابت، هر روز متفاوت از روز دیگر است. براین اساس مدیریت برند اجتناب‌ناپذیر است. مدیریت برند در ایران بحثی بسیار تازه است که تولیدی‌ها باید از مشاوره تخصصی و مدیریت برند استفاده کنند.

از طرفی برندها می‌توانند منجر به خلق ایده‌های جدید درمورد محصولات شوند. به عبارت دیگر برندهای قدرتمند و به روز می‌توانند نوآوری را در تولیدی‌ها تحریک کنند. همچنین برند می‌تواند برای نخبگان و افراد ریسک‌پذیر علاقه‌مند به راه‌اندازی کسب و کار در صنعت، ملاکی جهت ارزشیابی بنگاه نوپای آنان باشد.»

وی ادامه می‌دهد: «ورود کالای قاچاق، نامناسب بودن تبلیغات و عدم برندسازی به شدت پوشاک ایران را تحت تاثیر هجمه‌های فرهنگی قرار داده است.

در شرایط فعلی نبود سه مولفه مذکور موجب شده تا صنعت پوشاک ایران با چالش‌های جدی مواجه شود به همین دلیل لازم است تا با حمایت مسئولان دولتی رونق به این صنعت بازگردد. درحال حاضر حلقه ارتباطی میان طراحان و تولیدکنندگان لباس ایرانی به‌طور کامل مفقود است.»

مسأله منفک بودن کامل طراحان از تولیدکنندگان پوشاک موجب شده تا صنعت پوشاک ایران از جایگاه ویژه و رقابتی مؤثری برخوردار نباشد و در برابر کشورهایی مانند ترکیه، مالزی، سنگاپور، تایلند و کره، کشورمان با نبود سرمایه‌گذاری در حوزه طراحی و مد، ماشین‌آلات بازار داخلی نیز از بین برود.

رنجبر، یک کارشناس طراحی لباس با بیان اینکه صنعت پوشاک ایران می‌تواند حداقل در منطقه از جایگاه بهتری برخوردار باشد، می‌گوید: «هرچند تولیدکنندگان ایرانی سرمایه‌گذاری‌های مختلفی را در حوزه تولید و دوخت انجام داده‌اند، اما بیشترین تمرکز آنها معطوف به حجم و تعداد تولید بوده و موضوعاتی همچون کیفیت و حضور در بازارهای صادراتی کمتر مورد توجه بوده است. در بسیاری از موارد مشاهده شده است که تولیدکنندگان داخلی در بازارهای منطقه‌ای نیزحضور یافته‌اند، اما این حضور به صورت مستمر و مداوم برنامه‌ریزی نشده و پس از مدت کوتاهی صادرات به این بازارها متوقف شده است.»

این کارشناس طراحی مد و لباس، برندسازی را حلقه مفقوده صنعت پوشاک کشور ذکر کرده و می‌گوید: «چنانچه دولت از نقطه‌نظر افزایش درآمدهای صادراتی خود به این صنعت نگاه کند و حمایت‌های لازم از فعالان و سرمایه‌گذاران این صنعت را به عمل آورد، تحولات و پیشرفت‌های سریع به همراه ارتقای کیفیت در صنعت پوشاک را می‌توان مشاهده کرد. صنعت پوشاک یکی از صنایع اشتغال‌زا و دارای بالاترین ارزش افزوده در کشور به شمار می‌رود. متأسفانه هجوم بی‌رویه کالاهای بی‌کیفیت ازکشورهای جنوب شرقی آسیا به ویژه چین این صنعت را با چالش‌های متعددی مواجه کرده و توقف تولید در بسیاری از واحدهای صنعتی پوشاک را درپی داشته است.»

وی کپی‌برداری از مدل‌های پوشاک خارجی را بزرگ ترین ضعف تولیدکنندگان داخلی دانسته و می‌افزاید: «توجه به طراحی لباس به عنوان یکی از ابزارهای رقابتی و افزایش بهره‌وری تولید در این صنعت و اهمیت دادن به کیفیت مواد به کارگرفته شده در تولید می‌تواند به عنوان راهکارهای اساسی توجه به این صنعت از طرف مسئولین و دست‌اندرکاران باشد. پس از ایجاد فضای رقابتی بسیاری از تولیدکنندگان زیرپله‌ای این صنعت حذف خواهند شد. چنانچه پوشاک خارجی در فضای رقابتی وارد کشور شود و دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط نیز ساز و کارهای لازم برای توسعه این صنعت را با هدف ایجاد تحول در حوزه طراحی مد و لباس در دستور کار قراردهند، سرمایه‌گذاران این صنعت نیز از انگیزه بیشتری برای برندسازی، کیفیت و رویکرد صادراتی مستمر برخوردار خواهند شد.»

نوبت دوم

«آگهی مناقصه عمومی»

نام مناقصه‌گذار: بنیاد شهید و امور ایثارگران

موضوع مناقصه:

ردیف	موضوع	میزان سپرده به ریال	شماره مناقصه
۱	تعمیر، نگهداری و راه اندازی کلیه دستگاه‌ها و امورات تاسیسات مکانیکی و برقی و تعمیر و بازسازی ابنیه ساختمان‌های ستادی بنیاد طبق لیست پیوست اسناد	۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ریال	۹۱/۴

مهلت دریافت اسناد:
نمایندگان شرکت‌ها می‌توانند با در دست داشتن معرفی‌نامه از تاریخ چاپ آگهی نوبت اول حداکثر به مدت ۱۰ روز برای دریافت اسناد مناقصه مراجعه نمایند.

محل دریافت اسناد:
تهران، خیابان طالقانی، تقاطع حافظ، جنب بانک سینا، ساختمان شهید مقیمی، طبقه دوم، اداره کل پشتیبانی (دبیرخانه کمیسیون معاملات)
تلفن تماس: ۸۸۹۲۷۴۲۶ و ۴۲۵۸۱۴۱۶-۷
* اسناد و مدارک ارائه شده طبق ضوابط و مقررات قانونی مناقصات بررسی و از شرکت‌هایی که حائز شرایط باشند برای بازگشایی پاکات (ج) (پیشنهاد قیمت) دعوت به عمل می‌آید و با برنده مناقصه قرارداد منعقد خواهد شد.

کمیسیون معاملات

کد درخواست: ۱۷۶۳۸۴۵

آگهی تغییرات شرکت جهان ابنیه آریا سهامی‌خاص به شماره ثبت ۳۲۸۲۱۹ و شناسه‌ملی ۱۰۱۰۳۶۶۵۳۱۹

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ۱۳۹۱/۷/۴ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
۱ - شرکت مذکور در تاریخ فوق منحل اعلام گردید و فرشید هاشمیان به سمت مدیر تصفیه انتخاب گردید. نشانی محل تصفیه تهران خ شهید بهشتی خ خلیل حسینی ک‌پیلتن پ۳ کدپستی ۱۳۳۱۶۸۴۴۳۹می‌باشد. درتاریخ ۱۳۹۱/۷/۱۶ ذیل دفتر ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری ثبت و مورد تأیید امضاء قرار گرفت.

اداره ثبت شرکت‌ها
و مؤسسات غیرتجاری
واحد ثبتی تهران
م‌الف ۷۹۶۳۱

نوبت دوم

آگهی فروش سهام شرکت قند بردسیر کرمان (سهامی خاص)

۱ - شرکت سرمایه‌گذاری صنایع غذایی نماد کوثر (سهامی عام) دارنده ۱۰۲۱۲۷ سهم معادل ۳۷/۱ درصد
۲ - شرکت قند بیستون (سهامی عام) دارنده ۲۰۰۰۰ سهم معادل ۷/۳ درصد
۳ - آقای حسن حاجی ترخانی اصالتا و وکالتا دارنده ۵۹۵۱۷ سهم معادل ۶/ ۲۱ درصد از سهام خود در شرکت قند بردسیر کرمان (سهامی خاص) را به صورت یکجا و با شرایط ذیل به فروش می‌رساند.
موضوع فعالیت: تولید قند و شکر
قیمت پایه هر سهم: ۶۰۵/۹۶۸ ریال
نحوه پرداخت: ثمن معامله به صورت نقد و اقساط طبق مندرجات اسناد مزایده خواهد بود.
شرایط:
۱ - سپرده شرکت در مزایده ۵٪ قیمت پایه طی یک فقره چک بانکی در وجه شرکت سرمایه‌گذاری صنایع غذایی نماد کوثر همراه برگ پیشنهاد قیمت اخذ می‌گردد.
۲ - پیشنهادات فاقد سپرده، مخدوش، مشروط، مبهم و یا پس از مهلت تعیین شده قابل پذیرش نمی‌باشد.
۳ - مهلت دریافت پیشنهادات از تاریخ ۹۱/۱۰/۲۴ تا ۹۱/۱۰/۲۵ خواهد بود و زمان افتتاح پاکت‌ها رأس ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۹۱/۱۰/۲۷ می‌باشد.
۴ - متقاضیان برای کسب اطلاعات بیشتر و دریافت برگ شرایط شرکت در مزایده و همچنین معرفی‌نامه برای بازدید از شرکت می‌توانند به آدرس تهران، خیابان طالقانی، خیابان شهید موسوی (فرصت جنوبی)، پلاک ۴۹، طبقه اول، شرکت سرمایه‌گذاری صنایع غذایی نماد کوثر مراجعه و یا با شماره تلفن: ۸۸۸۲۴۴۷۰ تماس حاصل نمایند.
شرکت سرمایه‌گذاری صنایع غذایی نماد کوثر و سایر فروشندگان فوق‌الذکر در رد یا قبول پیشنهادات مختار می‌باشند.

آگهی تغییر محل شرکت سنگ بیستون سهامی خاص ثبت شده به شماره ۴۲۸۰۶ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۸۸۱۷۴۳

باستناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۱/۶/۳۱ محل شرکت به تهران شهرک صنعتی شمس‌آباد بلوار نارنجستان خ گلبرگ ۳ ک‌پ ۱۸۳۴۱۷۴۴۳۶ منتقل گردید.

اداره ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
م الف ۷۸۴۸۲

مجله کیهان بچه‌ها
حاوی مطالب
علمی- ورزشی- داستانی مخصوص
نوجوانان
سه‌شنبه‌ها بصورت سراسری
منتشر می‌شود

آگهی ارزیابی کیفی و تجدیدمناقصه عمومی دومرحله‌ای نوبت اول
(ش.م ۸۲۹/۹۱/۴۲۰)
مجوز درخواست درج آگهی با شماره۳۱۴/۸۰۶/امندرج در سایت ملی مناقصات

شرکت ملی گاز ایران
شرکت پالایش گاز بیدبلند
سهامی خاص شماره ثبت ۲۳۳۱۸

شرکت پالایش گاز بیدبلند درنظر دارد انجام خدمات ذیل را براساس مشخصات و شرایط کلی مندرج در جدول و از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت واجد شرایط واگذار نماید.

۱	نام و نشانی مناقصه‌گذار	استان خوزستان،کیلومتر۳۳جاده بهبهان - رامهرمز، پالایشگاه گاز بیدبلند
۲	شرح خدمات	تجدیدمناقصه P/F SAFETY RELIEF VALVE INLET در سایزهای مختلف شماره تقاضای:PB-۰۵۱-۳۱۶۱۸۱۰۰۵۱-F
۳	نوع مناقصه	دومرحله‌ای
۴	محل دریافت اسناد	شرکت پالایش گاز بیدبلند-امورکالا
۵	محل تحویل پیشنهادها	شرکت پالایش گاز بیدبلند-امور کالا تا تاریخ ۹۱/۱۱/۲۵
۶	محل گشایش پیشنهادهای مالی	شرکت پالایش گاز بیدبلند-سالن کنفرانس تاریخ ۹۱/۱۲/۱۵ ساعت ۱۴:۳۰
۷	نوع و میزان تضمین شرکت در مناقصه	۱۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ضمانتنامه بانکی معتبراچک تضمین شده/ یا ارائه فیش واریزی به حساب شرکت پالایش گاز بیدبلند
۸	رتبه‌بندی	گواهینامه از اداره بررسی منابع تحقیقات بازرگانی و پیمانکاری شرکت ملی گاز یا گواهینامه نمایندگی از سازنده اصلی

لذا ازکلیه شرکت‌ها/پیمانکاران واجدشرایط دعوت می‌شود جهت شرکت در مناقصه اعلام آمادگی خود را از طریق نمابر یا مراجعه حضوری به امور پیمان‌ها اعلام نمایند.شرکتهای متقاضی لازم است نسبت به دریافت فرم ارزیابی کیفی که شامل روش‌های ارزیابی کیفی مناقصه‌گران،معیارهای ارزیابی، نحوه امتیازدهی و حداقل امتیازدهی و حداقل امتیازقابل قبول می‌باشد،بصورت حضوری یا مراجعه به سایت شرکت به نشانی WWW.nigc-bidboland.ir (http://iets.mporg.ir) مراجعه فرمایند. شرکتهای متقاضی نسبت به تکمیل فرم ارزیابی کیفی و ارائه مدارک مربوطه اقدام نمایند.

لطفا جهت اطلاع بیشتر با شماره تلفن‌های: ۸۸۸۳۱۰۴۱و۶۱۱-۴۴۳۸۴۰۰-۰۲۱داخلی ۲۰۵۲ تماس حاصل فرمایید. تلفکس:۲۲۳۲۴۵۱-۰۶۷۱

روابط عمومی شرکت پالایش گاز بیدبلند
م.الف ۳ / ۳۹۲

کد درخواست: ۱۶۹۵۲۵۵

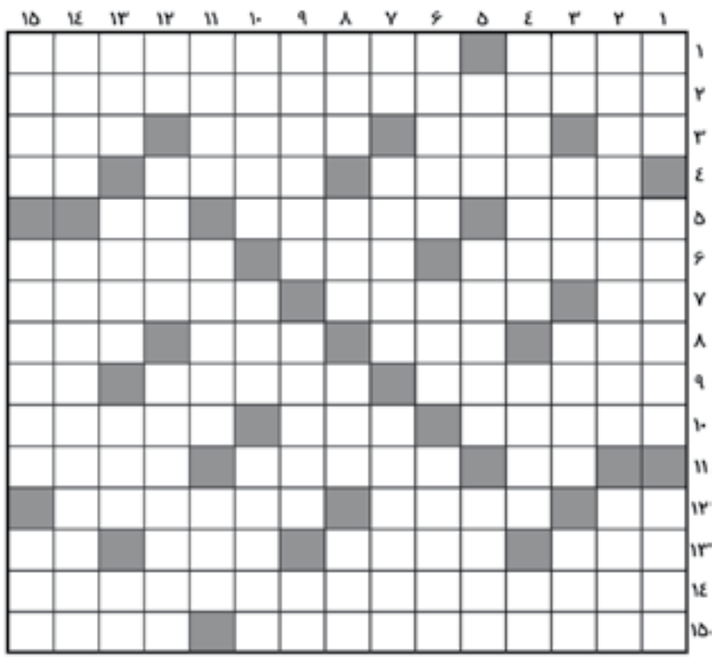
آگهی تغییرات شرکت وابل نوش زیار سهامی خاص به شماره ثبت ۳۵۰۶۷۷ و شناسه ملی ۱۰۱۰۳۹۷۶۲۲۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۰/۱۲/۷ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
۱ - آقای علیرضا توانگری به شماره ملی ۰۰۶۱۲۶۲۲۷۷ به عنوان بازرس اصلی، آقای مرتضی علائی جله‌کران به شماره ملی ۰۰۶۵۴۹۳۵۴۰ به عنوان بازرس علی‌البدل برای یک سال مالی انتخاب گردیدند.
درتاریخ ۱۳۹۱/۴/۲۸ ذیل دفتر ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری ثبت و مورد تأیید و امضاء قرار گرفت.

اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری
واحد ثبتی تهران

جدول شماره ۹۶۱۹

بدون نقطه کور



افقی: ۱-کوچه و خیابان- این ضرب‌المثل استفاده از لحظه‌ها را توصیه می‌کند ۲-با این اقدام اقتصادی ممالک اسلامی اشغالگران قدس و حامیان آنها به زانو درخواهند آمد ۳-پهلوان- نیاز شبکه‌های راه‌آهن- ماه تقویم سریانی- رود و دره‌ای در دامنه دماوند ۴-یخزدگی- خواربارفروش- مدافع فوتبال ۵-مبارک- نوعی سوت که با دهان نواخته می‌شود- غذایی متنوع ۶-نام فلز قلع در فارسی قدیم- کلام جادویی یا دعاگونه- آزمایند ۷-خاک کوزه‌گران- گوهر دهان‌آرا- سکه‌ای که تا دوران قاجار رواج داشت ۸-خوف- پسوند فاعلی- مجموعه آحاد مردم- نازک ۹-برگزیدن- آگاهی و هوشیاری- ترمز صوتی برای توقف چهارپا ۱۰-از توابع کاشان- ماه تقویم فرنگی- ناز و ادا ۱۱-دل‌آزار کهنه- شهری بزرگ در لهستان- از شاهان سلجوقی ۱۲-پوستین- جوانمردی- درختی پربار ۱۳-شوینده چشم- نیاز صنعت چاپ- مکمل رژه نظامی- مایع زندگی‌بخش ۱۴-مردم فلسطین طی این مدت طولانی همراه با مقاومت نشان داده‌اند که از حقوق حقه خود نمی‌گذرند ۱۵-عدم تقید به قوانین و مقررات- خبر خوش.

عمودی: ۱-سنگدل- شخص مأنوس با خلق و خوی شتر- بخشنده ۲-وظیفه مهم نشریات- شفا یافتن ۳-از خدایان مصر باستان- همچنین- گیاهی که الیاف و دانه آن کاربرد صنعتی دارد- جمع کتاب ۴-فیلمی از چارلی چاپلین- ماه‌گرفتگی- زمان بسیار کوتاه ۵-زراعت بدون آبیاری- اکسید فلز مس- کمک کردن ۶-محله‌ای در شرق تهران قدیم- رسم و عادت- نور ضعیف ۷-تلخ- زادگاه رئیس‌علی بوشهری- مرتکب عملی شدن ۸-ضد فقر- پایتخت کشور ساعت‌سازان- دارو- از آسمان هم نازل می‌شود ۹-تبعید کردن- ثابت و برقرار- پوشش بدن مرغان ۱۰-نگهبان- پلوی گیلانی‌ها- کاخ شاهان فرانسه ۱۱-پاک و بری- از لوازم بزک- دیوار گلی بدون خشت ۱۲-عمق و ژرفا- اختراع مهم ادیسون- دچار وحشت کردن ۱۳-پناهگاه گوسفندان- پراکندگی- ردای روسی- از ضمایر ۱۴-شهری نزدیک به کوه سبلان- سیاستی که ایران ما در قبال ممالک همسایه دنبال می‌کند ۱۵-برکت داشتن- از توابع سیستان و بلوچستان- درختی سایه‌گستر.