نگاهی به طرح بومی‌سازی لوازم التحریر و موانع پیش‌رو

بخش دوم

هر دفتر مشق، یک رسانه تبلیغاتی!

*** محمد سرشار، رئیس حوزه هنری کودک و نوجوان : تا زمانی که ذائقه سازی صورت نگیرد،نمی توانیم انتظار داشته باشیم با ورود چند محصول لوازم التحریر با نمادهای ایرانی و اسلامی جریان فرهنگ سازی صورت بگیرد.این کار یک کار بلند مدت وبرنامه ریزی شده است.**

*** یکی از آفت های مهمی که باعث عدم رونق بازار لوازم التحریر داخلی شده،حضور پر رنگ دلالان و واسطه های واردات این کالای مهم است.**

*** مدیر بازرگانی کانون پرورش فکری کودک ونوجوان :گسترش لوازم التحریر با تصاویر شخصیت های غربی به آن معنا نیست که ما الگو نداشتیم و یا با غربی ها رقابت نکردیم بلکه ما ازدست گرفتن این فضا غفلت کردیم و انگار متولیان امر فراموش کردند که جنگ فرهنگی از طریق لوازم التحریر خیلی زودتر جواب می دهد.**

مـی گویند تولید ایران اسـت اما منقش به تصاویر شخصیت‌های غربی، موضوعی که حکایت ایـن روزهای بازار لـوازم والتحریر بچه های این سرزمین است.

بچـه هایـی کـه ناخواسـته لحظـه لحظه تحصیلشان در مدارس را با شخصیت های غربی مـی گذرانند بدون آنکه برخـی از آنها حتی نام قهرمانان وطنی خودشان را بشناسند!

همان طور که در قسمت قبلی گزارش به آن اشاره شد،سال‌هاست که خانواده‌ها و دانش‌آموزان ایرانی به انـس گرفتن با باربی، بت من، مرد عنکبوتی و هزاران شخصیت دیگر غربی عادت کرده‌اند، تا جایی که کاراز فیلم و بازی‌های کامپیوتری و اسـباب‌بازی بت من یا باربی گذشـته است و این روزها این نمادهای غربی و آمریکایی به کوله پشـتی های مدارس دانش آموزان نیز رسیده است.

بنیاد نوشت افزار،شاید وقتی دیگر

هرچند خطر تسخیر کلاس های درس با بتمن و مرد عنکبوتی وباربی از مدت ها قبل از سوی مسئولان فرهنگی و تربیتی کشور هشدار داده شده و حتی سال گذشته شورای عالی انقلاب فرهنگی موضوع راه اندازی بنیاد نوشت افزار و اسباب بازی را به تصویب رساند اما این مصوبه تا امروز به نتیجه نرسیده و تاسیس این بنیاد هنوز در پیچ و خم بروکراسی اداری گرفتار مانده است.

این مصوبه شـورای عالی انقلاب فرهنگی مبنی بر تاسـیس بنیادی برای سـاخت نوشـت افزار بسیار ضروری اسـت و باید مورد تاکید و نگاه ویژه مسئولان دستگاههای اجرایی قرار گیرد.

مرتضی حیدری مشاور اقتصادی و مدیر بازرگانی کانون پرورش فکری کودک ونوجوان با اشاره به اینکه الگوهـا و نمادها به طور مسـتقیم شـخصیت کودک را نشـانه می روند در گفت و گو با گزارشـگر روزنامه کیهان می گوید :"نقش الگو در تعلیم وتربیت بسـیار حائـز اهمیت اسـت .کـودکان ونوجوانان در سـنین مختلـف از الگوها و ویژگی های مثبت ومنفی تقلید و آنها را نهادینه می کنند.در کشورما الگوهای ارزشمند وبرجسته دینی واخلاقی بسیاری وجود دارد که می شود با برنامه ریزی مناسب آنها را برای کودکان و نوجوانان در سنین مختلف نهادینه کرد.»

وی ادامـه می دهد: "الگوهایـی که می تواند در شـکل گیری شـخصیت کودک نقش فـوق العاده ای داشـته باشـد باید طراحی و تدوین شوند.دین مبین اسـلام وفرهنگ ایرانی سراسرمملواسـت ازالگوهای مثبت و اثرگذار، ولازم وضروری است که متولیان تعلیم وتربیت به این موضوع توجه کنند.

وی تصریح می کند: "نباید ازکنار این موضوع به راحتی عبور کرد که اگر ما زمینه را برای ورود الگوهای غربی فراهم کنیم ، آن هم در این شرایط موج رسانه ای که غرب با در دسـت داشتن هزاران رسانه،برای تبلیغ فرهنگ مبتـذل خود لحظه ای درنگ نمی کند.دیگر جای تعجب نیسـت که چرا کودک ونوجوان ما بیشتر از اینکه شـخصیت های ملی ومذهبی واسطوره ای را بشناسـند ،شـخصیت های غربی را می شناسند و به آنها علاقه منداند.اما این به آن معنا نیست که ما الگو نداشتیم و یا با غربی ها رقابت نکردیم بلکه ما ازدست گرفتـن این فضا غفلت کردیم .یعنی انگار متولیان امر فراموش کردند که جنگ فرهنگی از طریق لوازم التحریر خیلی زودتر جواب می دهد ."

حیدری در ادامه به تاثیر غیر قابل انکار این لوازم و تبلیغات نامحسوس آن اشاره کرده و می گوید:"شاید بیش از ۵۰۰ میلیون قلم کالا سالانه در این حوزه تولید می شود.هر کدام از اینها به دست میلیون ها دانش آموز می رسـد. شاید مثلا یک دفتر حدود سه ماه هرروزدر کنار یک دانش آموز باشـد تا بعدازاین مدت از دست او خارج شـوداما یک تبلیغ تلویزیونی نهایت ۳۰ ثانیه طول می کشد و بعد از مدتی هم فراموش می شود،خب در این شـرایط تاثیر گذاری کدام یک از این تبلیغات بیشتر خواهد بود؟این نکته مهمی است که بسیاری از کشورهای غربی که نمادها و کالاهای فرهنگی خودشان را روانـه بازارهای ما کـرده اند به آن پی برده اند.خب اگر این فضای فوق العاده برای بخش خصوصی تبیین می شـد و شـرایط هم فراهم بود هیچ وقت ما شاهد حضورگسترده غربی ها دربازارهای داخل نبودیم."

او درباره چگونگـی تولید محصولات فرهنگی با تصاویر ملی مذهبی توسط کانون پرورش فکری کودک ونوجوان می گوید:"سـال گذشـته بـرای خرید لوازم ونوشت افزار مورد نیازکانون به بازار مراجعه کردیم اما متاسفانه متوجه شدیم تقریبا تمام محصولات موجود در بازار با تصاویر غربی وغیر ایرانی تسخیر شده است که اصلا برای خرید مناسب نبودند.در نتیجه به سراغ تولید کننده ها رفتیم و درخواست خودمان مبنی برتولید این محصولات با نمادها وتصاویر ایرانی اسـلامی را مطرح کردیم.بعدازشروع مذاکرات برای ارائه طرح های ایرانی و اسلامی فراخوان دادیم .قریب ۵۰۰ طرح برای ما ارسال شـد که از این میان هیات داوران ۴۰ طرح را انتخاب کردند که امسال این ۴۰ طرح به لطف خدا و همکاری تولیدکنندگان طراحی و تولید شد و به فروشگاه های کانون وشهروند ارائه شد.»

وی مـی گوید: " آنچه که مـا در این بین به آن پی‌بردیم این بود که مردم ما نسبت به نماد های وطنی خودشان به شـدت عرق دارند و به آنها علاقه مندند. بسیاری از صحنه های ملی و دینی ما مثل صحنه کربلا، نبردهای شاهنامه و ...قابلیت به تصویر کشیدن را دارند و باید از طریق نشانه سازی به نسل آینده معرفی شوند اما متاسفانه هیچ وقت این حادثه ها متصور نشده است و برخی شخصیت های ساختگی برای القای محصول مـورد پذیرش قرار می گیرند.مـا از همین طریق هم از همـه هنرمندان و خلاقانی کـه در این زمینه فعال هسـتند دعوت می کنیم ایده هـای خود را به تصویر بکشـند وصحنه های مختلف را بـرای نمادینه کردن خلـق کنند.چرا که ما در کشـورمان مناظر طبیعی و تاریخی زیادی هم داریم که بسیاری از آنها در نوع خود بی نظیرند ومی توان این مناظر را روی نوشت افزارها و لوازم التحریر به تصویر کشاند."

بـه گفته حیدری نقوش حیوانات ،مناظر طبیعی و زیبایـی های ایران،شهدا،شـخصیت های حماسـی ودفاع مقدس،شـخصیت های اسطوره ای و تلفیقی از قهرمانان ملی وحماسی از جمله طرح های برگزیده در این فرخوان است.

حیدری در خصوص علت کم کاری ها و بی توجهی در این زمینه می گوید :"ما اولویت های فرهنگی زیادی داشـتیم .مقدسـات و اولویت هـای فرهنگی و دینی. گذشـته ازآن بحث لوازم التحریرهم از اهمیت زیادی برخورداراسـت .هـم مقام معظم رهبـری دردهه ۷۰ براهمیـت و تاثیرگذاری این موضوع تاکید کرده بودند و هم شـورای عالی انقـلاب فرهنگی در این خصوص مصوباتی را داشـته تا اینکه در سال ۹۱ کانون پرورش فکری دوباره دست به این فرهنگ سازی زد.»

وی معتقد است: "ما در فرهنگ سرآمدیم و حتی مـی توانیم پیام فرهنگی مان را به دنیا منتقل کنیم و به گوش جهان برسانیم."

به گفته حیدری،بحث نوشت افزار و لوازم التحریر سالانه ۴ هزار میلیارد تومان گردش سرمایه دارد.کشور چین الآن سالهاست به اهمیت اقتصاد فرهنگ پی برده و از قبل این موضوع به درآمدزایی دست زده ، مصادیق را پیدا وجریان سازی می کند، اما ما سالهاست که در غفلت هستیم .شاید حتی بتوان گفت اقتصاد فرهنگ امروز در غرب به بلوغ رسـیده اما در کشور ماهنوز در مرحله جنینی است.

وی تصریـح می کند: "یکی دیگـر از دلایلی که باعث شده طراحان و هنرمندان رغبت خود را از دست دهند نبود قانون کپی رایت و مالکیت معنوی آثاراست. تولیدکنندگان هم ترجیح می دهند لوازم التحریری را تولید کنند کـه نخواهند برای طرح روی جلد آن هزینـه پرداخت کنند مانند بسـیاری از تصاویر و مدل های غربی ."

واردات میلیاردی

شـاید به جـرات بتوان گفت یکـی از آفت های مهمی که باعث عـدم رونق بازار لوازم التحریر داخلی شـده،حضور پر رنگ دلالان و واسطه های واردات این کالای مهم است.

طبـق آمارها حـدود ۹۵ درصد ازلـوازم التحریر موجـود در بازار وارداتی اسـت ودر سـال حدود ۱۵۰ میلیون لوازم التحریر در کشور به فروش می‌رسد و ۴هزار میلیارد تومان گردش مالی با خود به همراه دارد. سودی کـه در نتیجه بی توجهی به فرهنگ و هویت ایرانی و تبلیغات و طراحی شـخصیتهای فیلمهای کارتونی و اسطورهای غربی، نصیب سرمایه گذاران خارجی این محصولات می شود قابل تامل است!

برخی از کارشناسان اقتصادی این حوزه معتقدند سود حاصل از واردات لوازم التحریر منجر به این شده که بسیاری افراد بدون توجه به هویت و فرهنگ بومی اقدام به تجارت در این حوزه کنند. با توجه به شرایط بحرانـی بازار لوازم التحریر دسـتگاه‌های اجرایی باید سرعت بیشتری به کارهای خود دهند تا هر چه سریع‌تر بتوان از تولید کنندگان لوازم التحریر و بازیهای ایرانی حمایت گسترده تری صورت بگیرد.

در حال حاضر بیـش از ۹۵ درصد لوازم التحریر موجود در بازار کشور، خارجی بوده و از کشورهای دور و نزدیـک همچون چین، تایـوان، مالزی و... وارد بازار ایران می شـود و آنها گوی رقابت را از تولیدکنندگان داخلی ربوده اند.

داخلی ها هنوز در جا می زنند

هرچنـد طی این دو سـال گذشـته،راهکارهای تشـویقی خوبی بـرای حمایت از تولیـد و تکثیر این نوشـت‌افزارها بـا طـرح های ملـی و دینی توسـط تولیدکنندگان داخلی صورت گرفته است اما هنوزجای تعجب بسیاری باقی است که چرا با این وجود همچنان برندهای خارجی در محبوبیت میان بچه ها گوی سبقت را ربوده اند ؟

محمد سرشار رئیس حوزه هنری کودک و نوجوان در گفت و گو با گزارشـگر روزنامه کیهان درباره علت عدم توفیق طرح های داخلی روی محصولات فرهنگی و لوازم التحریرمی گوید «تجربه اسـتفاده از نمادها و تصاویر ایرانی روی لوازم التحریر و نوشت افزارها تجربه جدیدی اسـت که سابقه ای دو سه ساله بیشتر ندارد. به طـور طبیعی زمانی که درهربـازاری پدیده ای به وجود می آید تا بخواهد فراگیر شـود مدتی زمان می برد.مصرف هم تابعی ازموضوع ذائقه سـازی است که مخاطب را به‌سوی انتخاب نوع خاصی از محصول سوق می دهد.اگر الآن بازار مصرف جوری شده که مخاطب بیشتر به‌طرف محصولاتی با شخصیت های خارجی می رود به این دلیل اسـت که این فرهنگ سـازی مربوط به امروز یا چند سال اخیر نیست بلکه از مدت ها قبل فرهنگ‌سازی زیادی روی این شخصیت ها شکل گرفته است.اما ما در حوزه شخصیت سازی وانیمیشن سازی اقدامات کمتری انجام داده ایم.»

سرشـار می گوید: "به نظر من اینکه برخی تولید کنند گان معتقدند که تولید این کالا ها با قیمت کمتری در خارج از کشور تمام می شود اصلا منطقی و باورپذیر نیسـت .اما در مجموع به اعتقاد من تا زمانی که ذائقه سازی صورت نگیرد،نمی توانیم انتظار داشته باشیم با ورود چند محصول با نمادهای ایرانی و اسلامی جریان فرهنگ سازی صورت بگیرد.این کار یک کار بلند مدت وبرنامه ریزی شده است.»

وی در ادامـه تصریح می کند: "اول باید از طریق رسانه های مختلف،مخاطبان را با این نمادهاآشنا کرد و آنهـا را علاقه مند کرد و بعد از طریق کالاهای دیگر برای فرهنگ سازی گسترده ترراهی بازار شد، اما اینکه ما اصل ذائقه سازی را فراموش کنیم و بخواهیم قبل از هر چیزی با دفتر و لوازم التحریرکار را شروع کنیم ،به نتایج خوبی دست نخواهیم یافت."

سرشار با اشاره به مشکلات موجود در بازارتولید لوازم التحریربا نمادهای ایرانی می گوید:« برای اینکه این بازاربه طور کلی سـامان پیدا کند مجموعه ای از اقدامات باید صورت گیرد که به نظر می رسد بخشی از این اقدامات سلبی و بخش دیگری ایجابی است.»

وی در توضیح این موضوع می گوید: "در بخش ایجابی حاکمیت و متولیان دولتی باید به سـمت حفظ حقوق معنوی مولفان رفته و ازطریق قوانین و آئین نامه ها از حقوق آنان حمایت کنند.همین طور فضایی ایجاد شود که اگر سرمایه گذاری قرار است وارد این عرصه شود از سرمایه گذاری خود مطمئن باشـد وبیشتر از قبل به این مسیر ترغیب شود .از طرف دیگر چیزی حدود ۲۰درصداز این بازار اجناس قاچاق است که بیشترین تهاجم فرهنگی هم ازطریق ایـن اجناس صورت می گیـرد که باید جلوی آنها گرفته شود و نکته سوم اینکه عده ای این موضوع دغدغه شـان بود و به همین دلیل وارد این عرصه شدند و به تولید نمادهای بومی دست زدند که خب این کار نتایج خوبی داشت اما عده ای هم بودند که قواعد بازی را به خوبی نمی دانستند و با این کاردر دراز مدت این بازار نوپا را دچار مشکل کردند و در نهایت چون به خوبی نتوانستند این بازار را دردست بگیرند شکست‌های آنها به پای شکست‌های فرهنگ بومی نوشته می شود.کسانی که از اعتبارات دولتی اسـتفاده مـی کنند و به فکر بازگشـت سـرمایه نیسـتند،این افراد در دراز مدت بازار لوازم التحریربا نماد های جدید را دچارآشوب می‌کنند و باعث می شـوند کسـانی هم که دغدغه فرهنگی دارند دچار مشکل شوند.گذشته از این مشکلات رسانه ها باید فرصت بیشتری به لوازم‌التحریر بومی بدهند،تولید این لوازم باید بیشتر اطلاع رسانی شود و اگر تمامی این شرایط فراهم باشد در کنار کالای مطلوب قطعا موثر واقع خواهد شد.»

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب (سهامی خاص)

آگهی فراخوان جهت شناسایی پیمانکار

نوبت اول

موضوع: شناسایی پیمانکاران دارای توانایی بومی‌سازی و ساخت تجهیزات سیستم‌های حفاظت پیرامونی و حفاظت الکترونیک شامل دوربین‌های مدار بسته، کابل فیبر نوری، مبدل‌ها و سایر لوازم و متعلقات در داخل کشور

شـرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در نظر دارد پس از ارزیابی کیفی متقاضیان جهت انجام پروژه به شـرح زیر از شرکت‌هایی که در زمینه موضوع فراخوان دارای سوابق و تخصص وتجارب مورد نیاز باشند استفاده نمایند.

الف- شرح مختصر خدمات:

بومی‌سازی و ساخت تجهیزات سیستم‌های حفاظت الکترونیک شامل دوربین‌های مدار بسته، کابل فیبر نوری، مبدل‌ها و سـایر لوازم و متعلقات در داخل کشـور جهت انجام پروژه‌های مربوط به طراحی، تامین تجهیزات، نصب و راه‌اندازی سیستم‌های حفاظت الکترونیک تاسیسات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

ب- محل اجرای خدمات

محل اجرای خدمات در تاسیسات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب می‌باشد.

ج- شرایط مناقصه‌گران متقاضی

- توانایی ساخت تجهیزات مربوط به سیستم‌های حفاظت الکترونیک قابل نصب در تاسیسات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
- دارا بودن شرایط فنی/ امنیتی مورد تایید سازمان حراست وزارت نفت
- توانایی ارائه تضمین شـرکت در مناقصه و ۵٪ مبلغ پیمان (در صورت برنده شـدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات در صورت واجد شرایط بودن پیمانکار

د- محل، زمان و مهلت دریافت مدارک ارزیابی کیفی مناقصه‌گران

از کلیه متقاضیان واجد شـرایط دعوت میشـود حداکثر ظرف ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم، آمادگی خود را به صورت کتبی به یکی از آدرس‌های ذیل‌الذکر اعلام و همزمان نسبت به دریافت فرم‌های ارزیابی کیفی اقدام نمایند.

فرم‌های ارزیابی کیفی می‌بایستی ظرف مدت ۱۴ روز تکمیل و به آدرس‌های ذیل در مقابل رسید تحویل گردد. بدیهی اسـت کارفرمـا این حق را برای خود محفوظ میدارد به مدارکی که پـس از انقضاء مهلت مقرر ارائه می‌گردد. ترتیب اثر ندهد ضمنا پس از بررسی‌های لازم اسناد مناقصه به متقاضیان واجد شرایط تحویل داده خواهد شد. محل و زمان تحویل و گشایش پیشنهادها در اسناد مناقصه قید می‌گردد.

نشانی محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: اهواز، کوی فدائیان اسلام، ساختمان پنج طبقه، بلوک یک، طبقه اول، اتاق ج-۱۴۱ تهران، میدان آرژانتین، ابتدای خیابان بیهقی، پلاک ۱۷، ساختمان مرکزی یازدهم شرکت ملی نفت ایران، دفتر امور حقوقی و قراردادهای مناطق نفتخیز جنوب.

همزمـان ارائـه گواهی صلاحیت/ رتبه‌بندی خدمات موردنظر (در صورت داشـتن رتبه‌بندی) به منظور تطبیق با تصویر آن الزامی و ارائه معرفی‌نامه و کارت ملی برای متقاضیان شـرکت در مناقصه و نمایندگان شـرکتها در همه مراحل لازم و ضروری می‌باشد.

تذکر: حسب مورد ارائه یک نسخه از اساسنامه، شرکتنامه و آگهی تاسیس و آخرین تغییرات ثبتی الزامی است.
- این آگهی صرفا جهت ارزیابی و شناسایی پیمانکاران صورت گرفته و ارسال اسناد و مدارک فوق‌الذکر هیچگونه حقی را برای متقاضیان در قبال شرکت ایجاد نمی‌کند.
- در صورت عدم تکمیل و ارائه مدارک ارزیابی کیفی درخواست متقاضی مورد بررسی قرار نخواهد گرفت.

شماره مجوز: ۲۶۷۴۲۵

WWW.NISOC.IR
WWW.SHANA.IR
HTTP:/IETS.MPORG.IR

۵/۱۸۲۲ م / الف

روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب

آگهی تغییرات شرکت عمران و مسکن سازه پایدار یاس هنگام سهامی‌خاص به شماره‌ثبت۳۹۱۵۱۷ و شناسه‌ملی ۱۰۳۲۰۴۰۹۸۲۳

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ۱۳۹۲/۲/۲۸ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

سمت اعضاء هیئت‌مدیره به قرار ذیل تعیین گردید:

شـرکت گروه عمران و مسکن‌سـازه پایدار قرن سـهامی‌خاص با نمایندگی آقای رحیم شاکی باهر به سمت رئیس هیئت‌مدیره و شرکت مهندسی عمران و تولیدی نیرو سـهامی‌خاص با نمایندگی آقای ابراهیم صداقت به سـمت نائب‌رئیس هیئت‌مدیره و شـرکت ماشین‌آلات همیار نیروگستر یگانه سـهامی‌خاص با نمایندگی آقای مهدی خوش‌فهم به سـمت عضو هیئت‌مدیره و شـرکت گروه عمران و مسـکن سازه پایدار آذر مهد استان آذربایجان شـرقی سـهامی‌خاص با نمایندگی آقای جلال یشـمی به سـمت عضو هیئت‌مدیره و شرکت انبوه‌سـازان سبزاندیشان سهامی‌خاص با نمایندگی آقای محسـن نظری به سمت عضو هیئت‌مدیره و آقای محسـن نظری به نمایندگی از شرکت انبوه‌سازان سبزاندیشان سهامی‌خاص به شماره‌ثبت ۲۳۶۰۷۸ به سمت مدیرعامل.

در تاریخ ۱۳۹۲/۳/۱۸ ذیل دفتر ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری ثبت و مورد تأیید و امضاء قرار گرفت.

اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری - واحد ثبتی تهران

آگهی افزایش سرمایه شرکت کالیس بتن سهامی خاص به شماره ثبت ۷۰۶۹۶ وشناسه ملی ۱۰۱۰۱۱۵۶۲۶۸

بموجـب صورتجلسـه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۲/۲/۲۴ و هیئت مدیره مـورخ ۹۲/۲/۲۵ که در تاریـخ ۹۲/۳/۲۱ به این اداره واصل گردید سرمایه شـرکت از مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بمبلغ ۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال منقسـم به ۲۰۰۰ سهم ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریالی بانام کـه تماما پرداخت شـده از طریق مطالبات حال شده تامین گردیده افزایش یافته است. ماده مربوطه اساسنامه بشرح فـوق اصلاح و ذیل ثبت از لحاظ افزایش سرمایه در تاریخ ۹۲/۴/۱ تکمیل امضـاء گردیده اسـت.

اداره ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

شهرداری کرج

آگهی تجدید مزایده عمومی

سـازمان پارکها و فضای سبز شـهرداری کرج در نظر دارد یک باب بوفه به مسـاحت حدود ۹ متر مربع با قیمت پایـه ماهیانه ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریـال واقع در بلوار باغسـتان جنب ورزشـگاه انقلاب ضلع شـمال غربی پارک گل نرگس (به مدت دو سـال) را از طریـق تجدید مزایده و انعقاد قرارداد به اشـخاص حقیقی یا حقوقی واجـد صلاحیت واگذار نماید. از متقاضیان دعوت می‌گردد جهت کسـب اطلاعات لازم و دریافت و عودت اسـناد مزایده از تاریخ چاپ و انتشـار این آگهی حداکثر به مدت ده روز کاری به نشـانی کرج-عظیمیه- ضلع شـمالی میدان استقلال- سازمان پارکهـا- طبقـه همکف- دفتر امـور پیمانها مراجعه و یا با شـماره تلفن ۳۲۵۴۰۳۰۳ (۰۲۶) تمـاس حاصـل نمایند. بدیهی اسـت کمیسـیون معاملات سـازمان پارکهـا در رد یا قبول تمام یا هر یک از پیشـنهادات واصله مختار بوده و هزینه چاپ آگهی بعهده برنده مزایده می‌باشد.

متقاضی می‌بایست بابت خرید هر یک از اسناد مزایده مبلغ ۱۰۰/۰۰۰ریال معادل ده هزار تومان به شـماره حسـاب ۱۰۰۱۰۰۱۰۰۲۶۱ بانک شهر شـعبه عظیمیه ۴۵ متری کاج در وجه شـهرداری کـرج واریز (با همراه داشـتن کارت اعتباری امکان واریز وجه در محل نیز میسـر می باشد) و کارت شناسایی معتبر به همراه داشته باشد.

Park.Karaj.ir

روابط عمومی سازمان پارکها و فضای سبز شهرداری کرج

مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای شماره ۱۶-۹۲

نوبت دوم

۱- نـام و نشـانی دسـتگاه مناقصه‌گزار: شـرکت توزیـع نیروی برق اسـتان گیلان(سـهامی خاص) به نشـانی رشـت- بلوار امام خمینی- بالاتر از میدان مصلی می‌باشد.

۲- موضوع مناقصه: احداث ۲۳۴۴ متر شبکه فشار متوسط هوائی با کابل خودنگهدار جهت ایجاد فیدر از پست فوق توزیع رودسر ۲

۳- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: فیش واریزی یا ضمانتنامه بانکی معتبر به مبلغ ۱۳۷/۹۰۰/۰۰۰ریال.

۴- شـرایط پیمانکاران: کلیه پیمانکاران می‌بایسـت دارای حداقل رتبه پنج نیرو از معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری یا تایید صلاحیت پیمانکاری از شرکت توزیع برق گیلان باشند.

۵- محل دریافت اسناد مناقصه: رشت- بلوار امام خمینی- بالاتر از میدان مصلی- شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان- امور تدارکات و انبارها و یا تهران- سعادت‌آباد- میدان کاج- خیابان شهید خلبان جمشیدی(یک) خیابان شبنم- کوی لاله- پلاک ۱۴

۶- قیمت خریداسـناد و شماره حساب: مبلغ ۵۰۰۰۰۰ریال (پانصد هزار ریال) به حساب سپهر شماره ۰۲۰۷۳۹۴۱۸۰۰۰۰ نزد بانک صادرات شعبه ۵۴۹ فرهنگ رشت به نام شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان.

۷- مهلت دریافت اسناد: از تاریخ ۹۲/۶/۲۳ لغایت تاریخ ۹۲/۶/۲۷

۸- زمان و محل تحویل پیشنهادها: اداره دبیرخانه شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان و حداکثر تا ساعت ۱۴:۳۰ روز شنبه مورخ ۹۲/۷/۶ می‌باشد.

۹- زمـان گشـایش پاکات مناقصه: پاکات الـف و ب و ج مناقصه به تاریخ ۹۲/۷/۶ راس سـاعت ۱۶:۳۰ در سـالن اجتماعـات شـرکت توزیع نیروی برق اسـتان گیلان بازگشایی می‌گردد.

۱۰- تضمیـن حسـن انجام تعهدات قرارداد: ۵ درصد مبلـغ کل قرارداد به صورت ضمانتنامه بانکی

۱۱- پیـش پرداخت قرارداد: ۲۵ درصد مبلغ قرارداد در قبال ارائه ضمانتنامه بانکی معتبر

۱۲-شماره تلفنهای تماس: ۶۶۰۶۵۷۱- ۶۶۶۳۰۰۶ -۰۱۳۱ و ۲۲۰۶۲۵۶۷-۰۲۱

۱۳- هزینه چاپ آگهی در روزنامه برعهده دسـتگاه مناقصه‌گذار (شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان) می‌باشد.

۱۴- در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر به پایگاه‌های اینترنتی شرح زیر مراجعه فرمایید:

آدرس اینترنتی:
http://www.gilanpdc.ir
http://tender.tavanir.org.ir
http://iets.mporg.ir

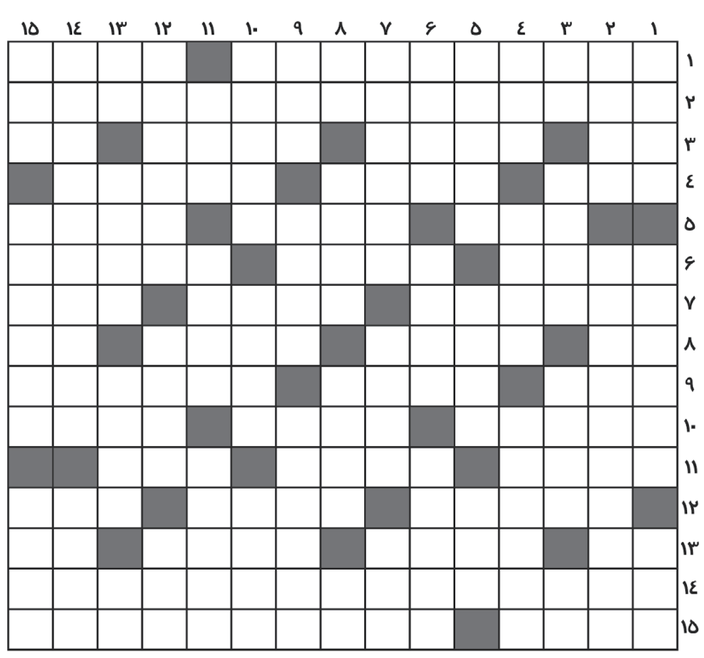
پست الکترونیکی:
INFO@GILANPDC.IR

شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان

کیهان ورزشی
قدیمی‌ترین مجله ورزشی ایران
شنبه هر هفته بصورت سراسری منتشر می‌شود

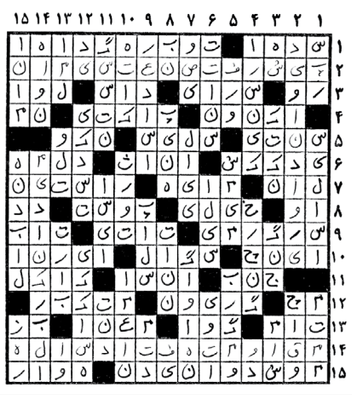
جدول شماره ۹۸۰۸

بدون نقطه کور



افقی:

۱-فن و شـگرد شغلی اسـتادکاران قدیم- پشـیمان ۲-با مقاومت مسـلمانان در برابر زیاده‌خواهی اردوگاه غرب بزودی شاهد این رویداد خواهیم شد ۳-نفی عرب- صید- بنگاه نشـریاتی- مجرای سرخ و سـیاه ۴-بریدن شاخه‌های زاید- عددی ترتیبی- شهر رومئو و ژولیت ۵-نیاز توسـعه اقتصـادی- پایین رونـده- تولید کننده ۶-رختشـوی- بخش بلورین دوربین و میکروسکوپ- یاور پرستار ۷-خورش پرطرفدار ایرانی- ماه برگ‌ریزان- زراعت به امید باران ۸- بن فعل تپیدن- بازار عرضـه وتقاضا- پرنده دوسـتدار آب- چین و چـروک ۹- پرداختی از بانک‌ها- پسـوند روسـتاها- رهاورد ۱۰-دستور زبان فرنگی- شـنای سـریع- مشـهور ۱۱-پسـر فداکار هلندی- چیره‌دسـت- رودی در مرز شرقی آلمان ۱۲-کلاس سوادآموزی بزرگسالان در قدیم- سخن گزنده- تمام ۱۳-ریشه حکاکی- سوگ- دانه‌ای دارویی در طب قدیم- تکرارش مترسک می‌شود ۱۴-برای آباد شدن به آب شـیرین نیاز دارند تا پذیرای میلیونها ایرانی شـوند ۱۵-معامله خطرناک- کنایه از زمان قدیم در ادب فارسی.

عمودی:

۱-کارگـر سـاختمانی- صحبت- نامی برای مردان ۲-متانت- فرمانده بردگان شورشـی در روم باسـتان ۳-نشـانه بیمـاری- فوتبالیسـت متخصـص- پـول سـابق آلمان- بانگ نـدا ۴-کار و عمل- امید دادن- سسـتی و تسـامح ۵-غذای فراموش شده- اذیت- دست پرندگان ۶-از رنگ‌ها- میوه‌ای با خواص طبی- طرفـدار ارتجـاع ۷-خالق آثار مانـدگار- پایتخـت بنـگلادش- نهـی شـاعرانه از نهـادن ۸-نصـف جنگی- قانـون چنگیز- پول رایـج در امارات- عشـق و علاقـه ۹-اسـتخوانی در پا- قشـنگ- درجه نظامیان قبل از انقلاب اسـلامی ۱۰-نگهبان- دریاچه‌ای مرده در آسـیای میانـه- شایسـته ۱۱-گاه با توپ می‌آید- شـهر کشتی‌پذیر- پسر خون‌خـوار مغـول ۱۲-اولیـن رهبر غنا پس از اسـتقلال- طناب زنـده گرفتن شکار- شهرکی صنعتی در شرق قزوین ۱۳-مایع زندگی‌بخش- مژده- چپاول- رودی در فرانسه ۱۴-عنوان پرورشگاه در قدیم- زبانه آتش ۱۵-برادر ترس- بیمه مهم برای حقوق‌بگیران- همدم.