فیلم سازان

مافیایی وجود ندارد

محمد عدلی: بسیاری از فعالان صنف سینما و به خصوص فیلمسازان همیشه نسبت به نحوه اکران فیلم های خود در سینماها اعتراض داشته اند. ادعای حضور مافیای اکران و زد و بندهای پنهان نیز شاه بیت گفته های تمامی معترضین بوده است. فیلمسازان معتقدند که شورای صنفی اکران که وظیفه صیانت از مواضع آنها را بر عهده دارد هنوز نتوانسته در مقابل چنین اتفاقاتی عکس العمل مفیدی از خود بروز دهد. این در حالی است که سخنگوی شورای صنفی اکران چنین ادعاهایی را رد می کند و اعتقاد دارد که کل درآمدهای مالی سینمای ایران کمتر از آن حدی است که مافیایی برایش شکل گیرد. همایون اسعدیان در مورد نحوه اکران فیلم ها در سینماها می گوید: «در گذشته نحوه اکران فیلم های سینمایی در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود. در آن زمان سینماها به گروه های نه تایی تقسیم می شدند که معمولاً پس از اتمام جشنواره فجر مشخص می شد چه فیلمی در کدام سینما به نمایش درخواهد آمد. پس از چند سال متولیان سینما به این نتیجه رسیدند که این نظام که به طور کلی از سوی دولت و با مصالح خاص انجام می گرفت، مناسب نیست.» سخنگوی شورای صنفی اکران ادامه داد: «در نتیجه در سال ۱۳۷۶ اکران فیلم ها به صنوف سپرده شد و تحت حمایت وزارت ارشاد و پس از آن خانه سینما به فعالیت خود ادامه داد. در این شیوه سه نفر از اتحادیه تهیه کنندگان، سه نفر از انجمن سینماداران به همراه یک نماینده کانون کارگردانان به عنوان متولیان اصلی فیلم و همچنین نماینده وزارت ارشاد خانه سینما در قالب شورای صنفی اکران بر نحوه اکران فیلم ها نظارت دارند.» اسعدیان ادامه داد: «باید آیین نامه هایی تدوین می شد که با این تعداد کم سالن های سینما تولیدات سینمایی که حدود ۶۰ فیلم در سال بود را با شرایط برابر به نمایش عمومی درمی آورد. این آیین نامه ها سال به سال بر اثر تجربیات کسب شده تغییر کرد و هم اکنون نیز آیین نامه جدیدی البته با تغییرات کمی نسبت به نمونه های قبلی تدوین شده که به زودی اعلام می شود.» وی اضافه کرد: «سینماها از گروه های ۹تایی به سه تایی و هم اکنون به سیستم تک سینمایی رسیده است. به این ترتیب که به جز چهار سینمای اصلی (آفریقا، استقلال، قدس و عصر جدید) که سرگروه هستند بقیه سینماها می توانند به هر شکل که صلاح می دانند با تهیه کننده ها قرارداد منعقد کنند. پس از آن قراردادها به نظارت شورای صنفی می رسد و اگر مغایرتی با آیین نامه نداشت ثبت و فیلم روانه اکران می شود.» وی ادامه می دهد: «این سوءتفاهم همواره وجود داشته است که اگر فیلمی ۲۵ سالن داشته باشد بسیار خوب است در حالی که برای بسیاری از فیلم ها تعداد زیاد سالن سم مهلک به حساب می آید زیرا فروش واقعی فیلم ها در سه یا چهار سالن صورت می گیرد و در واقع باقی سینماها سیاهی لشکرند. حال تهیه کپی یک میلیون تومانی و هزینه تبلیغات برای سالنی که حتی نمی تواند این هزینه ها را برگشت دهد عقلانی به نظر نمی رسد. در حالی که مخاطب این گونه فیلم ها از فرهیختگان و اقشار خاص جامعه هستند که حاضر نمی شوند فیلم را با کیفیت نامناسب و در سینماهای حاشیه ای تماشا کنند. به همین خاطر این فیلم ها در شهرستان ها زیاد فروش نمی کند. به همین دلیل شورای صنفی اکران بارها به دوستانی که فیلم خاص دارند به طور خصوصی اعلام کرده که اکران فیلم شان را با پنج سالن شروع کنند و اگر مخاطبانش زیاد شد سینماهای دیگر خودشان به استقبال می آیند و پس از آن کپی فیلم را تهیه کنند. آمارها نشان می دهد حتی بسیاری از فیلم های پرفروش فروش خود را مدیون چهار یا پنج سالن بوده اند که در مرکز شهر قرار دارند. گاهی اوقات تهیه کننده ها صرفاً برای حضور فیلم در سالن های حاشیه شهر و بسیاری از شهرستان ها هزینه کپی را متحمل می شوند که حتی هزینه یک میلیون تومانی را برگشت نمی دهد. در هر حال این فقط یک توهم است که تعداد زیاد سالن نمایش برای یک فیلم فروش بالا را به ارمغان می آورد.» اسعدیان اعتراض تعدادی از فعالان صنف سینما را به شورای صنفی اکران در مورد نحوه اکران بی مورد می داند و می گوید: «متاسفانه برخی از کارگردانان مشکل پخش کننده را به شورای صنفی تعمیم می دهند. در حالی که شورا فقط مسئولیت نظارت بر قراردادهای فی مابین تهیه کنندگان و سینماداران را بر عهده دارد. به طور مثال مشکل فیلم خیلی دور، خیلی نزدیک هم با پخش کننده یعنی حوزه هنری بود چرا که آنها با سینماهای ایران و فرهنگ که فیلم در آن به خوبی فروش داشت تنها سه و چهار هفته قرارداد بسته بودند. در حالی که به زمان بیشتری نیاز بود.»

اخبار ضد و نقیض در مورد حضور فرش ایرانی در جام جهانی

رویای محال

طرح فیروزه مظفری، شرق

بهراد مهرجو: «پیکر پاپ ژان پل دوم دو روز تمام بر روی یک فرش ایرانی قرار داشت ولی هیچ کس در داخل ایران از این موضوع حرفی به میان نیاورد.» این جمله گلایه های یکی از مسئولان اتحادیه فروشندگان فرش دستباف است که بعدها به جرقه ای برای ارائه طرح اهدای فرش های دستباف ایرانی به حریفان کشورمان در جام جهانی بدل شد. تشییع جنازه رهبر کاتولیک های جهان آنقدر ها سروصدا داشت که بحث نقش فرش ایرانی در این مراسم گم شود ولی چاپ عکس تابوت پاپ که بر روی فرش ایرانی قرار گرفته بود، در نشریات معتبر جهانی و پخش مراسم آن از شبکه های تلویزیونی پر نفوذ بین المللی خیلی از تجار فرش را خشنود ساخته بود.

هر چند که یکی از اعضای هیات مدیره اتحادیه فرش فروشان چنین از بی توجهی ایرانیان به این رخداد گلایه می کند: «هنگامی که آقای خاتمی از روی فرش عبور می کرد حتی نگاهی هم به زیر پای خود نینداخت تا تمام دنیا متوجه شود فرش دستباف ایرانی چه جایگاهی دارد.» اما اشاره دو مجله اروپایی تخصصی فرش به این موضوع آنقدرها برای صنف فرش فروشان جالب بود که ذهن تمام صنف را به سویی کشاند تا در مکانی به همان شکوه رم، کالایی را به معرض نمایش بگذارند. «هیچ کجا بهتر از استادیومی که صدهزار نفر در آن حضور دارند برای نمایش هنر ایرانی وجود ندارد.» این ایده از دل اتحادیه فروشندگان فرش دستباف بیرون آمد. تجار باذکاوت بهتر از هر کس دیگری می دانند که آلمانی ها بهترین خریداران فرش های لوکس ایرانی هستند پس چرا در همان سرزمین فرش را به رخ شان نکشند. ایده در حد حرف بود که محمد دادکان از آن مطلع می شود. او که خود برآمده از بازار است از چنین پیشنهادی با آغوش گشوده استقبال می کند. «اگر دادکان نبود شاید این پروژه به سرانجام نمی رسید. در واقع حمایت های ایشان موجب شد که کار تا اینجا پیش برود.» این را نایب رئیس اتحادیه فرش فروشان می گوید. هم صنفان رخ صفت نیز همگی ادعاهای او را تائید می کنند.

ایده ای که در آخرین ماه زمستان سال ۸۴ به ذهن تجار خطور کرد آنقدر ها کشش داشت که در دومین ماه بهار رئیس فدراسیون فوتبال را به همراه معاون تیمسارش به دفتر اتحادیه فرش فروشان بکشد. جلسه با حضور اتحادیه فرش فروشان، اتحادیه صادرکنندگان فرش، مجمع امور صنفی توزیعی تهران، رئیس مرکز ملی فرش ایران و نمایندگان شرکت سهامی فرش دبیرکل جامعه انجمن های اسلامی اصناف و بازار ایران برگزار شد، دستاورد گفت وگو به جز عکس یادگاری افراد حاضر در جلسه این بود که سه فرش ایرانی برای اهدا به کاپیتان حریفان ایران در جام جهانی بافته شود.

نحوه اهدای فرش ها نیز به همان گونه ای طراحی شده بود که احمدرضا عابدزاده در جام جهانی ۱۹۹۸ قاب های زیبای اصفهانی را به یورگن کلینزمن اهدا کرده بود با این تفاوت که این بار علی دایی باید فرش های با ابعاد ۵۰×۵۰ را به حریفان خود بسپرد.

اما در حالی که بیش و کم دو ماه تا آغاز فستیوال فوتبال باقی مانده هنوز خبری از فرش های ایرانی نشده است. اخبار ضد و نقیض بسیاری پیرامون آینده فرش ها به گوش می رسد.

رئیس شرکت سهامی فرش ایران در این مورد می گوید: «طرح بافت فرش عملی نشده است. قرار بر این بود که شرکت سهامی فرش بافت فرش را به عهده بگیرد ولی تاکنون هیچ اقدامی انجام نشده است.»

بصام ادامه داد: «به نظر می رسد که پروژه به طور کلی کنسل شده باشد. در شرکت سهامی فرش که کار خاصی برای بافت فرش انجام نگرفته است.» وی ادامه داد: «نقشه فرش اولیه که پیشنهاد شده بود اصلاً جالب نبود. به همین دلیل تصمیم بر آن شد از افراد مجربی برای تهیه نقشه فرش دعوت شود تا طرحی آبرومندانه را ترسیم کنند. البته به دلیل آنکه بودجه این کار به شرکت نرسید، کل پروژه مسکوت ماند.»

اما در عین حال اتحادیه فروشندگان فرش دستباف اعلام کرده که در هفته جاری خبرهای خوشی را در مورد فرش ها خواهد داد هر چند که مقامات آگاه در همین اتحادیه اعلام کرده اند بافت هیچ کدام از فرش ها انجام نشده است. در همین حال نایب رئیس اتحادیه فرش فروشان می گوید: «در هفته جاری تکلیف فرش ها نهایی خواهد شد.» از سوی دیگر یکی از اعضای هیات مدیره همین اتحادیه می گوید: «متاسفانه هنوز هیچ کدام از فرش ها به طور کامل آماده نشده است. بافندگان قمی و تبریزی قرار بود که فرش هایی آماده کنند اما هنوز هیچ خبری نیست.»

اما شاید عجیب ترین واکنش از سوی اتحادیه صادرکنندگان فرش صورت گرفته باشد. مسئولان این اتحادیه در حالی که خود به عنوان یکی از اصلی ترین ارکان این پروژه به حساب می آمدند، در موضع گیری جدید پایشان را از مناقشات بیرون کشیده اند. رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش در این مورد می گوید: «این پروژه ارتباطی به صادرکنندگان ندارد و اتحادیه فرش فروشان متولی اصلی آن به شمار می آید.» وی اضافه کرد: «اصلاً از ابتدا هم قرار نبود که ما در اهدای فرش ها دخالتی داشته باشیم.»

گمان می رود که این موضع گیری اتحادیه صادرکنندگان فرش پس از آن اتخاذ شده باشد که اجرای پروژه حضور فرش ایرانی در جام جهانی در ابهام قرار گرفته باشد. شاید صادرکنندگان قصد ندارند در این ناکامی با هم صنفان فروشنده خود شریک شوند هرچند که آنان خود در هنگام تصمیم گیری از افراد حاضر در جلسه به حساب می آمدند. رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش در این زمینه چنین اظهارنظر می کند: «هدیه دادن کار خوبی است ولی باید دید که نحوه آن چگونه است.» وی اضافه کرد: «تاکنون با اتحادیه صادرکنندگان فرش هیچ مذاکره ای در این مورد انجام نشده است.»

اما رخ صفت در مقابل شایعه لغو برنامه اهدای فرش های دستباف به کشورهای حریف ایران در جام جهانی می گوید: «تمام برنامه ریزی ها انجام شده و این فرش ها به عنوان نماد به مسئولان کشورهای حریف ایران در جام جهانی اهدا می شود.»

این در حالی است که منابع آگاه خبر می دهند پروژه با مرحله لغو کامل پیش رفته است. قرار بر این بود که فرش های دستباف به کاپیتان تیم های حریف ایران و مسئولان رده بالای حاضر در جام جهانی هدیه شود. در نقشه این فرش از نمادهای صلح بهره گرفته شده است. آرم فدراسیون فوتبال به همراه نشان مرکز ملی فرش ایران بر روی نقشه فرش ها طراحی شده بود. اتحادیه فرش فروشان در این مورد چنین توضیح می دهد: «هیچ کس راضی نبود تا نشانی از اتحادیه بر روی فرش ها باشد، در اصل آنچه در اولویت قرار دارد، تبلیغی برای فرش دستباف است.»

حتی بافندگان قمی پیشنهاد کرده بودند که بر روی فرش ها نوشته شود «قم- ایران» ولی اتحادیه فروشندگان فرش دستباف با این موضوع به مخالفت برخاسته است. بر روی نقشه اولیه این فرش ها از نمادهایی همچون ماهی به عنوان سمبل حرکت و گندم به نشانه صلح و دوستی بهره گرفته شده است. فروشندگان فرش دستباف امیدوارند که مساعدت های شخصی محمد دادکان به یاری آنها بیاید و فرش ها به وسط زمین فوتبال کشیده شوند.

این در حالی است که عدم تخصیص بودجه برای بافت فرش ها رویاهای صنفی آنان را تا حدودی محال جلوه می دهد. به اعتقاد فعالان صنف زمان ناکافی اصلی ترین دلیل در خطر قرار گرفتن پروژه به شمار می آید. پایان اردیبهشت ماه آخرین زمان برای ارسال این محموله فرهنگی است. در حالی که هیچ کدام از بافندگان قمی و تبریزی هنوز آثار خود را مهیا نکرده اند.

یکی از مقامات اتحادیه فرش فروشان که علاقه ای به افشای نامش نداشت در این مورد می گوید: «به بافندگان چند استان اطلاع داده شده که آثار خود را آماده کنند ولی هنوز هیچ کدام به مرحله نهایی نرسیده اند.»

اتحادیه های شهرستانی وظیفه داشتند فرش ها را تا نیمه های اردیبهشت ماه آماده کنند. جنس این فرش ها نیز از ابریشم و کرک است. گفت وگوی دادکان با مسئولان اتحادیه فرش در دوران تصمیم گیری برای این پروژه به آنجا ختم شد که فرش ها غرفه ایران در آلمان را زینت بخشند. از ابتدای طرح نیز حرفی از احتمال برپایی نمایشگاه یا فروشگاه به میان نیامده بود.

نایب رئیس اتحادیه فروشندگان فرش دستباف در این مورد می گوید: «قصد برگزاری نمایشگاه به هیچ عنوان وجود ندارد. اصلی ترین هدف این است که تبلیغی گسترده برای این کالای هنری صورت گیرد.» پیش از این بافت فرش در تبریز قطعی شده بود ولی آنچه هنرمندان تبریزی به انجام رساندند با پروژه اتحادیه تفاوت های فاحشی دارد. خیلی از فعالان صنف فرش فروشان نگران آن هستند که نهایت این پروژه هم به سرنوشت ساخت فیلم هایی در مورد فرش ختم شود که در هاله ای از ابهام قرار گرفته است. شاید اظهارات مدیرعامل شرکت سهامی فرش که پروژه را مختومه خوانده بود بیشتر نزدیک به واقعیت باشد تا اطلاعات اتحادیه که همگان را حواله به روزهای میانی هفته جاری می دهد.

عینک فروشان

عینک های ارزان قیمت

شرق: «فروش عینک های غیراستاندارد در سطح کوچه و خیابان به معضلی برای فروشندگان بدل شده است.» این جمله را یکی از فعالان صنف عینک فروشان می گوید. از قرار معلوم حجم گسترده ای از همین عینک ها را نیز محصولات غیراستاندارد شکل می دهند. محصولات چینی و نامرغوب در کنار خیابان ها به بهای کمتر از ۵ هزار تومان فروخته می شوند.

در همین حال روز گذشته خبر رسید که اتحادیه عینک فروشان قصد دارد در یکی از استان های کشور نمونه های ارزان قیمت را در اختیار فروشندگان قرار دهد تا آنان بتوانند به این وسیله متقاضیان بازار را به سوی خویش جذب کنند. «نخستین سری عینک های آفتابی طبی تا خردادماه با قیمت مناسب در اختیار مغازه های عینک فروشی خوزستان قرار خواهد گرفت.» آهنکوب نژاد ـ رئیس اتحادیه عینک سازان و عینک فروشان اهواز ـ افزود: «برخی عینک های آفتابی ارزان قیمت موجود در بازار بدون هیچ گونه نظارتی از طریق گمرکات وارد کشور می شوند و علاوه بر نداشتن تاثیرات مفید بر چشم افراد اثرات منفی نیز بر بینایی می گذارند.» وی خاطرنشان کرد: «بیشتر افراد به دلیل مشکلات مالی از عینک های ارزان قیمت موجود در بازار استفاده می کنند. عموم مراجعه کنندگان به مغازه های عینک فروشی نیز در صورت مشاهده قیمت های بالای عینک های آفتابی از خرید آن منصرف می شوند.»

نهادهای صنفی

انتخابات بی موقع

شرق: طی چند سال اخیر بسیاری از مسئولین صنفی کشور انتقادات بسیاری را در مورد عدم هماهنگی برگزاری انتخابات اتحادیه ها با مجامع امور صنفی به سوی مسئولین مرکز اصناف و بازرگانان وزارت بازرگانی روانه داشته اند. در حال حاضر هماهنگی میان دوره حضور افراد در اتحادیه ها و مجامع امور صنفی وجود ندارد. ناهمگونی برگزاری انتخابات سبب می شود که روسای اتحادیه ها در حالی که عمر قانونی حضورشان در مسند ریاست صنف به پایان می رسد، همچنان در مجامع امور صنفی و شورای اصناف عهده دار مسئولیت های مختلف باشند. چنین اتفاقی در استان ایلام سبب شده رئیس مجمع امور صنفی تولیدی استان در حالی که عمر ریاستش در اتحادیه به پایان رسیده کماکان در مجمع امور صنفی حضور داشته باشد. همین فرد به عنوان نماینده استان در پارلمان صنفی کشور نیز حضور می یابد. نمونه چنین حوادثی در بسیاری از استان های کشور رخ می دهد. سال گذشته شجاع احمدوند به عنوان رئیس سابق مرکز اصناف وزارت بازرگانی از ارائه طرحی برای ساماندهی به انتخابات اتحادیه ها خبر داده بود ولی تغییر و تحولات به وجود آمده در دولت و وزارت بازرگانی سبب شد دنباله کار به فراموشی سپرده شود. از قرار معلوم برای یکسان سازی زمان برگزاری انتخابات اتحادیه ها باید نهادهای مختلفی به هماهنگی با یکدیگر بپردازند که با توجه به شرایط موجود بعید به نظر می رسد، اراده ای برای انجام این پروژه وجود داشته باشد.

چاپخانه داران

تصمیم تازه برای صنف

میراث خبر: با تصویب پیش نویس صدور مجوز تاسیس واحدهای چاپی، سه صنف پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ در هم ادغام می شوند و مجوزها به صورت مجوز فعالیت واحد چاپی صادر می شود. در پیش نویس تهیه شده از سوی دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کشور به لحاظ اقتصادی به چهار منطقه تقسیم شده و برای هر منطقه حداقل هایی برای تاسیس واحدهای چاپی در نظر گرفته شده است. «جلال ذکایی» مدیرکل دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: «با تصویب پیش نویس صدور مجوز از این پس مجوزها را با عنوان «مجوز فعالیت چاپی» صادر می کنیم. در این صورت کسی که مجوز فعالیت چاپی در یکی از رسته های مختلف صنعت چاپ را دریافت می کند اگر توانایی توسعه کار خود را داشته باشد پس از تایید این توانایی توسط کارشناسان می تواند مجموعه خود را گسترش دهد.» وی درباره دیگر مشخصه های پیش نویس صدور مجوز فعالیت های چاپی گفت: «یکی از مشخصه های جدی این طرح آن است که کشور را با توجه به بنیه کاری توسط کارشناسان این حوزه به چهار قسمت اقتصادی تقسیم کرده ایم و حداقل هایی را برای تاسیس واحد چاپی مشخص کرده ایم. بر این اساس کسی که می خواهد مجوز فعالیت چاپی دریافت کند ابتدا باید طرح توجیهی خود را ارائه دهد. در این طرح باید مشخص شود فرد در کدام منطقه می خواهد سرمایه گذاری کند، چه سرمایه ای را به کار می گیرد و چگونه و در چه رسته ای قرار است آن را هزینه کند.

قطعه سازان

قطعه سازان، تماشاچیان نگران

ایسنا: تاکنون حدود ۵۰ شرکت قطعه ساز ایرانی درگیر پروژه ال-۹۰ شده اند و با فعالیت مستمر برای رسیدن به استانداردهای جهانی رنو سعی فراوان کرده اند، به گونه ای که کیفیت تمام این شرکت ها به صورت چشم گیری افزایش یافته است. از طرفی بسیاری از این شرکت ها همکاران خارجی یافته اند و این بار بدون کپی کاری، بلکه با دانش روز قطعه تولید می کنند. تاکنون حدود ۶۰۰ ملیون یورو در این پروژه سرمایه گذاری شده که با توقف پروژه بسیاری از قطعه سازان به شدت آسیب می بینند. در این زمینه شهریاری- عضو هیات مدیره انجمن قطعه سازان- می گوید: «نوع برخورد وزارت صنایع با پروژه ال-۹۰ به ضرر صنعتگران داخلی و به سود دلالانی است که قصد دارند خودرو در ایران مونتاژ کنند یا آنکه به واردات خودرو دامن بزنند.» وی با بیان اینکه این کار بدون تدبیر، اثرات بدی بر روی صنعت خودرو ایران خواهد گذاشت، معتقد است: «ما سعی می کنیم سرمایه گذاران را به سرمایه گذاری در ایران ترغیب کنیم، اما این کار مانع جذب سرمایه های خارجی و موجب آسیب دیدن واحدهای قطعه سازی در کشور می شود.» وی گوید: «هم اکنون بسیاری از قطعه سازان برای تولید قطعات ال-۹۰ سرمایه گذاری کرده و نمونه اولیه این قطعات نیز آماده شده است و حال با این کار تمام این سرمایه گذاری ها به مخاطره می افتد. با این وضعیت آنها از طریق این کار به مونتاژکاری و واردات خودرو دامن خواهند زد.»

تولیدکنندگان پوشاک

فرهنگ در مصرف نه تولید

شرق: هر سال با نزدیکی به فصل تابستان بحث های نحوه تولید پوشاک به اولین سوژه محافل خبری بدل می شود. در حالی که لباس های تابستانی در پشت ویترین فروشگاه های شهر صف می کشند، عده ای لبه تیغ انتقاد خود را به سوی تولیدکنندگان صنف پوشاک هدف می گیرند و آنها را علت اصلی برهم خوردن هنجارهای جامعه قلمداد می کنند. آخرین بار در یک برنامه تلویزیونی بود که مقام مسئولی در نیروی انتظامی چنین انتقادهایی را به سوی تولیدکنندگان پوشاک روانه ساخت. در همین حال رئیس اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک می گوید: «اینکه شهروندان از چه پوششی استفاده کنند به تولیدکنندگان ارتباطی ندارد. آنها باید براساس نیاز بازار محصولات خود را به فروشگاه ها روانه سازند.» ابوالقاسم شیرازی می افزاید: «البته تمام تولیدکنندگان پوشاک به این نکته توجه دارند که محصولاتشان با عرف جامعه همخوانی داشته باشد.

در واقع آنان خود سعی دارند به نوعی پوشاک مناسب را به شهروندان ارائه دهند.» رئیس اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک ادامه داد: متاسفانه در کشور ساماندهی مد وجود ندارد به همین دلیل هر نوع لباسی به سرعت در جامعه رواج پیدا می کند. این در حالی است که تولیدکنندگان پوشاک پتانسیل های لازم برای طراحی لباس های ایرانی را دارند. وی اضافه کرد: «در گذشته طراحان لباس در کشور حضور نداشتند ولی حالا که از این امکان برخوردار شده ایم، بهتر است از آنان استفاده شود.»

رئیس اتحادیه پوشاک اعتقاد دارد که مسئولان بی مورد صنف متبوع او را مورد انتقاد قرار می دهند. شیرازی می گوید: «زمانی که مصرف کننده خود نمی تواند تشخیص دهد کدام لباس به سایز او دوخته شده دیگر نباید از تولیدکنندگان گلایه کرد. در حال حاضر بخشی از متقاضیان پوشاک به سمت لباس هایی می روند که از سایز واقعی آنها کوچک تر است.» وی افزود: مدل هیچ کدام از لباس هایی که در تولیدی های تحت پوشش اتحادیه دوخته می شود ایراد ندارد. این مدل ها براساس استانداردها تولید می شوند ولی به طور معمول خیلی ها بعد از خرید تغییراتی را در لباس به وجود می آورند.

چندی قبل یکی از مسئولان همین اتحادیه هشدار داده بود که صنفی موازی تولیدکنندگان پوشاک به وجود آمده که وظیفه آن کوتاه و تنگ کردن لباس ها است. شیرازی نیز این ادعای همکار خود را تائید می کند: «خریداران الگوی مصرف صحیحی ندارند. تعدادی از آنها هنگامی که کالای مطلوب خود را نمی یابند وادار می شوند پوشاکی را خریداری کنند و در آن تغییراتی مانند کوتاه کردن قد به وجود آورند.» اتحادیه صنف پوشاک اعتقاد دارد که محصولات تولیدی آن منافی هنجارهای جامعه نیست و این در حالی است که در بسیاری از فروشگاه های سطح شهر لباس هایی که آنها تولیدش را رد می کنند به وفور به چشم می خورد. شیرازی در این مورد چنین نظر می دهد: «شاید مانتوهای کوتاه اصلی ترین مورد انتقاد مسئولان باشد. در صنف مدل های مختلف تولید می شود به طور مثال کت و شلوار هم دوخته می شود که خیلی ها در حال حاضر از آن به جای مانتو استفاده می کنند.» اتحادیه پوشاک فروشان تاکید بسیاری بر آن دارد که باید الگوی استفاده از لباس به وجود آید.

شیرازی می گوید: «لازمه فصل تابستان تولید محصولاتی خاص است. در این دوره تولیدکنندگان به طور عمده رنگ و نوع پارچه محصولات خود را افزایش می دهند ولی هیچ کدام به دنبال تولید لباس های کوتاه و یا ضدهنجار نیستند. به طور حتم چنین لباس هایی از کانال های دیگر وارد می شود.» رئیس اتحادیه پوشاک بیان داشت: «اگر فردی لباسی به تن کند که از نظر عده ای نامطلوب باشد، این ربطی به صنف ندارد. تولیدکنندگان انواع گوناگون لباس را عرضه می کنند. حال هر فرد باید براساس میل خود یکی را انتخاب کند.»

بخشی از لباس های تابستانی به طور معمول از آن سوی مرزهای کشور وارد بازار می شود. انواع تی شرت ها و شلوارهای جین از این دسته به شمار می آیند. شیرازی در این مورد می گوید: «واردات قاچاق واقعاً به اصلی ترین درد تولیدکنندگان بدل شده است. دسته عمده ای از پوشاکی که مسئولان به آن اعتراض دارند هم از چنین طریقی به بازار می آید.» مرزهای ترکیه و کشورهای حاشیه خلیج فارس به عنوان اصلی ترین مبادی واردات این نوع پوشاک شناخته می شوند. انواع دسته دوم نیز به طور معمول از مرزهای ارمنستان و آذربایجان راهی برای ورود به بازار ایران می گشایند. پوشاک فروشان اعتقاد دارند که تنها راه سروسامان دادن به بازار ارائه الگوی مصرف صحیح و کنترل واردات است. شیرازی در مورد پتانسیل های صنف پوشاک ایران می گوید: «این صنف حتی توان صادرات کالاهای خود را نیز دارد. صنعت پوشاک ایران از پتانسیل های بالایی برخوردار است که متاسفانه هیچ گاه به آن توجهی نمی شود.»

آگهی مناقصه عمومی شماره ۸۵/۴
نوبت اول

۱- نام دستگاه مناقصه گذار: شرکت سهامی مخابرات استان هرمزگان
۲- آدرس دستگاه مناقصه گذار: بندرعباس، گلشهر، رسالت جنوبی، ساختمان مرکزی مخابرات شماره تلفن ۸۱۱۲۲۵۹ و ۶۶۶۹۵۲۹
۳- موضوع: خرید کیوسک تلفن به شرح ذیل: الف) کیوسک تلفن یکطرفه ۲۵۰ عدد ب) کیوسک تلفن دوطرفه ۱۵۰ عدد
۴- دستگاه نظارتی: معاونت نگهداری و بهره برداری دستگاه مناقصه گذار
۵- نوع تضمین شرکت در مناقصه: ضمانتنامه بانکی یا چک تضمینی معتبر بانکی در وجه مخابرات هرمزگان
۶- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۷- قیمت اسناد مناقصه و شماره حساب: ۷۰/۰۰۰ ریال به حساب ۹۵۰۱۷ بانک ملی ایران شعبه گلشهر بندرعباس کد شعبه ۷۸۷۳
۸- مهلت فروش اسناد: ۸۵/۲/۹ الی ۸۵/۲/۱۹
۹- مهلت تحویل پاکت ها: ۸۵/۲/۳۰
۱۰- مکان بازگشایی پاکت ها: سالن کنفرانس واقع در ساختمان مرکزی مخابرات
۱۱- تاریخ بازگشایی پاکت ها: ۸۵/۲/۳۱
۱۲- سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.
۱۳- شرکت مخابرات در قبول یا رد پیشنهادات مختار است.
۱۴- ارایه سوابق مرتبط با موضوع مناقصه از سوی شرکت کنندگان الزامی است.
۱۵- حدنصاب شرکت کنندگان جهت بازگشایی پاکت ها یک شرکت می باشد.

WEB SITE:WWW.TCI.HORMOZGAN.IR E-MAIL:INFO@ TCI-HORMOZGAN.IR
شرکت سهامی مخابرات استان هرمزگان

آگهی مناقصه عمومی شماره ۸۵/۳
نوبت دوم

۱- نام دستگاه مناقصه گذار: شرکت سهامی مخابرات استان هرمزگان
۲- آدرس دستگاه مناقصه گذار: بندرعباس، گلشهر، رسالت جنوبی، ساختمان مرکزی مخابرات شماره تلفن ۸۱۱۲۲۵۹ و ۶۶۶۹۵۲۹
۳- موضوع: انجام کامل عملیات طرح تقویت مرکز شهید قندی بندرعباس همراه با کانال سازی و خرید لوازم و تجهیزات مربوطه
۴- دستگاه نظارتی: معاونت توسعه و مهندسی دستگاه مناقصه گذار
۵- نوع تضمین شرکت در مناقصه: ضمانتنامه بانکی یا چک تضمینی معتبر بانکی در وجه مخابرات هرمزگان
۶- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۷۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۷- قیمت اسناد مناقصه و شماره حساب: ۷۰/۰۰۰ ریال به حساب ۹۵۰۱۷ بانک ملی ایران شعبه گلشهر بندرعباس کد شعبه ۷۸۷۳
۸- مهلت فروش اسناد: ۸۵/۲/۶ لغایت ۸۵/۲/۱۶
۹- مهلت تحویل پاکت ها: ۸۵/۲/۳۰
۱۰- مکان بازگشایی پاکت ها: سالن کنفرانس واقع در ساختمان مرکزی مخابرات
۱۱- تاریخ بازگشایی پاکت ها: ۸۵/۲/۳۱
۱۲- سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.
۱۳- شرکت مخابرات در قبول یا رد پیشنهادات مختار است.
۱۴- حدنصاب شرکت کنندگان جهت بازگشایی پاکت ها سه شرکت می باشد.
۱۵- ارایه سوابق مرتبط با موضوع مناقصه از سوی شرکت کنندگان الزامی است.

WEB SITE:WWW.TCI.HORMOZGAN.IR E-MAIL:INFO@ TCI-HORMOZGAN.IR
شرکت سهامی مخابرات استان هرمزگان