یادداشت

میراث بر ناترازی

پویا نعمت‌اللهی
روزنامه‌نگار

با مشخص‌شدن اسامی کابینه پیشنهادی، موجی از شادی میان بسیاری از کارکنان صنعت نفت پدید آمد. در سال‌های نه‌چندان دور بود که افرادی از بیرون از ساختار و بدنه وزارت نفت به این وزارتخانه تحمیل شدند. این افراد بدون درنظرداشتن شاخص‌های اساسی برای تصدی مقام وزارت نفت، حاضر به پذیرش این سمت شدند و البته عمر مستعجلی هم داشتند. این اشتباه را دولت مرحوم رئیسی مجددا تکرار نکرد.

به هر حال اکنون کارکنان این سمت خوشحال هستند که شخصی از درون همین ساختار به مقام وزارت رسیده است.

این نوشته به‌هیچ‌وجه در تمجید از وزیر پیشنهادی نیست. او به قدر کافی در صنایع بالادستی و همچنین مدیریت‌های ستادی سابقه دارد بنابراین نگرانی خاصی از بابت آشنایی او با صنعت نفت وجود ندارد. سابقه فعالیت‌های او در این حوزه‌ها در دسترس عموم قرار دارد.

اما آنچه مهم است، این است که هم جامعه کارکنان صنعت نفت و هم عموم مردم باید بدانند که او در صورت کسب رأی اعتماد از مجلس، قرار است چه چیزی را در وزارت نفت تحویل بگیرد. برخی حامیان تفکر قبلی، از «اسب زین‌شده» یاد می‌کنند که قرار است تحویل دولت چهاردهم داده شود.

هرچه به آغاز کار دولت چهاردهم نزدیک می‌شویم، این ادعاها شدیدتر می‌شود. گویی همه‌چیز عالی است. خزانه کشور سرشار از منابع به دولت جدید تحویل داده‌شده است. اما واقعیت چنین نیست. حتی اگر تقدیر بود که دولت سیزدهم همچنان به کار خود ادامه دهد، با این وضعیتی که وجود دارد، حتما در نیمه دوم سال به لحاظ ناترازی منابع مالی با مشکلات زیادی مواجه می‌شد.

غیر از موضوعات حوزه اقتصاد کلان، عمده ناترازی‌های عملیاتی در صنعت نفت به چشم می‌خورد. این ناترازی‌ها چه مختصاتی دارند؟ بی‌مناسبت نیست که وضعیت دو حوزه (یعنی صنعت پایین‌دستی پالایش و صنعت گاز) از چهار حوزه اصلی صنعت نفت تشریح شود تا مختصات کنونی و کلان این صنعت از پرده ابهام خارج شود.

چند صباح بعد از اینکه وزیر نفت پشت میز خود بنشیند، با موج آخر سفرهای تابستانی روبه‌رو می‌شود و مشکل تأمین بنزین (ناترازی تولید و مصرف) جلوه‌گر خواهد شد.

سپس در ابتدای پاییز با آغاز سرمای هوا بلافاصله موضوع ناترازی گاز گریبان کل کشور را می‌گیرد. میزان ناترازی گاز که میراث دولت سیزدهم است، از آنچه هرساله بوده، به‌مراتب بیشتر است. به طور متوسط در نیمه دوم سال چیزی حدود بیش از ۲۵۰ میلیون مترمکعب کسری گاز حاکم است. در سردترین هفته سال این رقم به بالای ۳۲۰ میلیون مترمکعب در روز می‌رسد. این ارقام مربوط به سال گذشته است و در سال جاری با وجود گازرسانی‌ها و همچنین اصلاح‌نشدن مصرف، بی‌تردید این ارقام می‌تواند سنگین‌تر هم باشد.

احتمالا عناصر و جریان‌هایی از تفکر رقیب دولت از هم‌اکنون آماده است تا این وضعیت را برجسته و آن را ناشی از عملکرد دولت بداند؛ حال آنکه ناترازی‌های مکرر چیزی نیست که آن را بتوان ناشی از عملکرد یک دولت خاص دانست.

این ناترازی‌ها به لحاظ حدوث اساسا درون‌ماندگار وضعیت فعلی مصرف است. به عنوان نمونه در این کشور سال‌ها و دهه‌ها است که درباره وضعیت ترافیک و مقابله با آن صحبت می‌شود. اما باید دانست این شیوه مدیریت شهرداری (و اقتصاد شهری) اساسا رابطه درون‌ماندگاری با معضل ترافیک دارد. به همین خاطر است که در شهری مانند تهران مرتبا خیابان و اتوبان و زیرگذر و پل و روگذر ساخته می‌شود اما معضل ترافیک به قوت خود باقی است.

به بیان دیگر استمرار وضعیت کنونی چیزی جز تشدید ناترازی به دنبال نخواهد داشت. مشابه این وضعیت را باید در مشکل بنزین و سوخت‌های مایع دنبال کرد. دولت سیزدهم تمایلی به استفاده از لغت «واردات بنزین» نداشت و این واقعیت را در پشت عبارات و تعبیرات عملیاتی نظیر «سوآپ هم‌نام و غیرهم‌نام» مخفی می‌کرد. اما این بازی زبانی تأثیری در بهبود وضعیت ناترازی بنزین نداشت و واردات بنزین همچنان ادامه دارد و خواهد داشت.

هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند که امکان تخصیص بهینه در وضعیت ناترازی وجود دارد. مثلا در ماه‌های سرد به‌ناچار باید گاز برخی صنایع قطع شود تا بتوان گاز را به منازل مردم هدایت کرد. چه کسی پاسخ‌گوی ضرر و زیان صنایع در این وضعیت است؟

باوجوداین با تکیه بر نیروهای عملیاتی و ستادی بوده که هیچ مشکل حاد یا بحران‌خیز در توزیع سوخت و گاز در کشور رخ نداده است. اینها همان سرمایه‌هایی هستند که در هر دولتی صرفا با تکیه بر منافع ملی در خدمت مردم‌شان قرار دارند. با این اوصاف پیشنهاد اصلی برای وزیر نفت آینده این است که با تکیه بر نیروهای عملیاتی و کارشناسی در درون بخش‌های مختلف صنعت نفت کشور، گزارش دقیق، عینی و به‌روز از وضعیت شاخص‌ها و مؤلفه‌های موجود تهیه کرده و در اختیار مردم قرار دهند. این گزارش‌ها نباید از جنس گزارش‌های روابط‌عمومی باشند که همواره به دنبال نشان‌دادن وجوه مثبت و مطلوب از موقعیت موجود است. مردم خوب کشورمان باید بدانند که وزیر نفت وارث چه وضعیتی است؟ و این وضعیت با تکیه بر توسعه‌گرایی و بهره‌مندی از رویکرد راهبردی برای برون‌رفت از آن، متضمن چه چالش‌ها و کشمکش‌هایی خواهد بود.

جایگاه کنونی صنعت نفت کشور که اینک به دولت چهاردهم سپرده شده است، یقینا متناظر با نارسایی‌ها و ناترازی‌های عدیده‌ای است. بدون در دست داشتن و اعلام گزارش موقعیت کنونی، هرآینه این نقایص و کاستی‌ها به حساب دولت چهاردهم ثبت خواهد شد.

گزارشی از مداخله در قیمت‌گذاری گندم، آرد و نان که هزینه سنگینی را سربار بودجه کرده است

اقتصاد تودرتوی نان

عکس: فاطمه عابدی، مهر

فاطمه امیراحمدی: نان در رأس هرم غذایی ایرانیان قرار دارد و ۴۰ درصد از انرژی روزانه افراد از این طریق تأمین می‌شود. گندم، ماده اولیه نان، به عنوان کالای استراتژیک در جهان شناخته می‌شود. به گفته رئیس بنیاد ملی گندم‌کاران و عضو شورای قیمت‌گذاری و اتخاذ سیاست‌های حمایتی محصولات اساسی کشاورزی، گندم مورد نیاز برای تأمین آرد نانوایان سنتی (لواش، تافتون، بربری و سنگک) در ایران حدود ۱۱ میلیون تن است که از سوی دولت خرید تضمینی می‌شود.

براساس اطلاعات صورت مالی شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، در سال ۱۴۰۱ (هنوز آماری از سال ۱۴۰۲ منتشر نشده است)، دولت با تخفیف ۸۰درصدی قیمت آرد، حدود ۷۰ هزار میلیارد تومان (همت) هزینه بالاتر از محل خرید تضمینی گندم و فروش یارانه‌ای آرد داشته است. طبق اطلاعات صورت مالی این شرکت دولتی، بهای تمام‌شده گندم برای شرکت یادشده بیش از ۹۰ هزار میلیارد تومان بوده که دولت آن را کمتر از ۲۰ هزار میلیارد تومان در اختیار نانوایی‌ها برای تأمین قوت غالب جامعه قرار داده است. به گفته مسئولان دولتی، سالانه بالغ بر ۲۰۰ هزار میلیارد تومان یارانه برای تأمین گندم مورد نیاز کشور پرداخت شده و مصرف روزانه هر فرد ایرانی به طور میانگین ۳۲۰ گرم نان است. امسال با افزایش نرخ خرید تضمینی گندم از هر کیلوگرم ۱۵ هزار تومان به ۱۷هزارو ۵۰۰ تومان قطعا رقم یارانه پرداختی افزایشی خواهد بود؛ البته به شرط اینکه قیمت نان سنتی تغییری نکند. دولت می‌گوید که برای تضمین امنیت غذایی باید یارانه نان را تأمین کند به‌ویژه اینکه با توجه به نرخ تورم و سطح درآمد مردم، قدرت جامعه در تأمین معاش خود پایین آمده است.

یک مسئولیت مهم

در سال ۱۳۸۸ خورشیدی، مدیرعامل وقت شرکت بازرگانی دولتی ایران با اعلام اینکه قیمت رسمی نان با نظر استانداری‌ها تعیین می‌شود، گفت که براساس تفاهم‌نامه‌ای که اوایل مرداد امسال (۱۳۸۸) میان سازمان‌های بازرگانی و استانداری‌ها انجام شده است، از این تاریخ مسئولیت تعیین قیمت نان و نظارت بر آن و نیز محاسبه جرایم، به صورت مستقیم زیر نظر استانداری‌ها انجام می‌شود. شرکت بازرگانی دولتی ایران درباره تعیین قیمت نان مسئولیتی ندارد و فقط عهده‌دار توزیع سهمیه آرد است. دوشنبه، ۱۵ مرداد ۱۴۰۳، مدیر بازرسی و نظارت بر کالاهای اساسی سازمان جهاد کشاورزی قزوین از افزایش ۲۵درصدی قیمت نان از دوشنبه ۱۵ مرداد در سراسر استان خبر داد. در ادامه مهدی جعفری، معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار خراسان جنوبی، عصر دوشنبه ۱۵ مرداد در کارگروه ساماندهی گندم، آرد و نان این استان که با محوریت آنالیز قیمت نان برگزار شد، گفت: اصلاح قیمت نان تا سقف ۲۵ درصد نرخ فعلی در بیش از ۱۰ استان کشور در دستور کار است. او با بیان اینکه اصلاح قیمت نان از اواخر سال گذشته در دستور کار بود، گفت: قیمت کارشناسی نان براساس آنالیزها تعیین شده است که در این استان هم بعد از تأیید وزارت کشور اجرا می‌شود.

نان گران می‌شود؟

افزایش اجاره‌بها، حقوق و دستمزد و... صحبتی است که نانوایان به عنوان دلیل اصلاح قیمت‌ها عنوان می‌کنند. در این راستا نانوایان در چند ماه قبل جلسات متعددی با اتاق اصناف ایران داشتند. رحمت‌الله نوروزی، نماینده مجلس شورای اسلامی، از موافقان اصلاح قیمت نان است، به دلیل دورریزی‌هایی که در این بخش از مواد غذایی اتفاق می‌افتد. البته او اشاره می‌کند که کیفیت نان نیز دلیل دیگری بر هرزرفتن منابع مالی کشور در این بخش است. قیمت نان به دلیل حساسیت‌هایی که به دنبال دارد، از سوی استانداری‌ها پیشنهاد و در نهایت باید به تأیید وزارت کشور برسد. با پیگیری‌های «شرق» از نهادهای گوناگون، محمد علی‌مهری، معاون امور اقتصادی استانداری تهران، در پاسخ به این پرسش که آیا نرخ نان قرار است در تهران تغییر کند، به «شرق» گفت: هنوز درباره اصلاح قیمت نان در استان تهران در این استانداری تصمیم‌گیری نشده است. او در پاسخ به این پرسش که شنیده‌ها حاکی است این افزایش قیمت برای تهران ۴۰ درصد و برای شهرستان‌ها ۲۵ درصد است، صحت دارد یا خیر، گفت: نه رد می‌کنم و نه تأیید. در ادامه «شرق» به سراغ مهدی جعفری، معاون امور اقتصادی استاندار خراسان جنوبی، رفت تا درباره چون‌وچرای افزایش قیمت نان در ۱۰ استانی که در خبر او آمده بود، جویای موضوع شود. جعفری ضمن رد این خبر، به «شرق» گفت: اعلام افزایش ۲۵درصدی نرخ نان در ۱۰ استان از قول بنده صحت ندارد و برداشت اشتباه خبرنگار بوده است. او افزود: معاون امور اقتصادی یک استانداری در جایگاهی نیست که برای استان‌های دیگر تصمیم‌گیری کند. معاون امور اقتصادی استاندار خراسان جنوبی اصلاح کرد: در این جلسه عنوان کردم اتحادیه نانوایان این استان درخواست اصلاح قیمت را داشتند. این معاونت در پاسخ به درخواست آنها عنوان کرد موضوع بررسی می‌شود. در ادامه با بررسی‌های انجام‌شده مشخص شد قیمت نان در استان خراسان جنوبی از ۱۰ استان پیرامونی این استان پایین‌تر است. درواقع این مسئله در آن جلسه اعلام شد که خبر به گونه‌ای دیگر تنظیم شد. او درباره احتمال افزایش ۲۵درصدی نرخ نان در این استان، اظهار کرد: این درصد عددی است که اتحادیه نانوایان این استان درخواست کرده‌اند و ما موضوع را به وزارت کشور ارسال کرده‌ایم و منتظر پاسخ آنها هستیم. جعفری در پایان گفت: استانداری‌ها در جایگاه تعیین و تغییر نرخ نان نیستند، فقط پیشنهاد می‌دهند و تصمیم‌گیری در وزارت کشور انجام می‌شود؛ اینکه ضرورت بر تغییر نرخ‌ها است یا خیر و این عدد باید چقدر باشد. لازم به یادآوری است، چنانچه نرخ نان افزایش پیدا کند، شامل سهم دولت در تأمین گندم و آرد یارانه‌ای نبوده و بنابر گفته مسئولان اداره غلات، قرار هم نیست تا آینده‌ای نزدیک تغییر قیمتی در این حوزه رخ دهد. تغییر قیمت فقط مربوط به هزینه‌کرد نانوایان خواهد بود.

نوآوری باز

محمدامین صعودی

نوآوری باز یک رویکرد مدیریتی و استراتژیک است که شرکت‌ها و سازمان‌ها در آن از ایده‌ها، دانش و منابع خارجی و همچنین داخلی برای پیشبرد تحقیق و توسعه (R&D) و نوآوری‌های خود استفاده می‌کنند. این رویکرد برخلاف نوآوری بسته که در آن تمام فعالیت‌های نوآورانه درون سازمان انجام می‌شود، تأکید بر همکاری و استفاده از منابع خارجی دارد.

این مدل تأکید دارد که شرکت‌ها برای رشد و توسعه باید از ایده‌های خارجی و داخلی بهره ببرند و مسیرهای ورود به بازار را هم به صورت داخلی و هم خارجی دنبال کنند. به جای تکیه بر واحد تحقیق و توسعه داخلی، شرکت‌ها اغلب ترجیح می‌دهند امتیاز اختراعات و ایده‌ها را از بنیان‌گذاران، استارتاپ‌ها و اشخاص خریداری کنند تا زمان و منابع خود را بهینه‌سازی کنند. همچنین، شرکت‌ها می‌توانند اختراعات و ایده‌های غیرقابل استفاده خود را به خارج از شرکت منتقل کرده و از آنها درآمد کسب کنند. براساس تعریف هنری چسبرو (پدر نوآوری باز)، نوآوری باز به معنای استفاده هدفمند از جریان‌های دانشی خارجی و داخلی برای شتاب‌دهی به نوآوری داخلی و توسعه بازار برای استفاده خارجی از نوآوری است. این رویکرد بر بهره‌گیری از منابع دانشی داخلی و خارجی تأکید دارد، برخلاف نوآوری بسته که صرفا بر منابع داخلی متکی است؛ ترکیب‌کردن ایده‌های داخلی و خارجی و همچنین مسیرهای داخلی و خارجی رسیدن به بازار، برای پیشبرد توسعه فناوری‌های جدید. مفهوم open innovation توسط پروفسور هنری چسبرو (Henry Chesbrough) معرفی شده است و شامل موارد زیر می‌شود:

۱. همکاری با سایر شرکت‌ها و سازمان‌ها: استفاده از مشارکت‌ها، همکاری‌ها و ائتلاف‌های استراتژیک برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات جدید. ۲. استفاده از ایده‌ها و فناوری‌های خارجی: بهره‌برداری از اختراعات، اکتشافات و تکنولوژی‌های موجود در خارج از سازمان برای تقویت فرایند نوآوری.۳. تبادل دانش و فناوری: به اشتراک‌گذاری دانش و فناوری‌های داخلی با دیگران به منظور ایجاد ارزش و کسب سود از طریق مدل‌های مختلف کسب‌وکار. ۴. پذیرش و تجاری‌سازی ایده‌های خارجی: استفاده از فرایندهای جذب ایده‌ها و فناوری‌های خارجی و تجاری‌سازی آنها در بازارهای مختلف. این رویکرد می‌تواند مزایای بسیاری از جمله کاهش هزینه‌های R&D، تسریع فرایند نوآوری، افزایش تنوع ایده‌ها و دستیابی به بازارهای جدید را به همراه داشته باشد. برای روشن‌ترشدن مفهوم نوآوری باز، به داستان آلن تورینگ می‌پردازیم. آلن تورینگ، ریاضی‌دان و پدر علم کامپیوتر و هوش مصنوعی، در سال ۱۹۳۸ در تلاش برای رمزگشایی ماشین انیگما بود. این ماشین رمزگذاری که توسط نازی‌ها استفاده می‌شد، برتری ویژه‌ای در ارتباطات رادیویی به آنها می‌داد. تورینگ با چالش‌های متعددی مانند محدودیت نیروی انسانی، سرعت پایین پروژه، توانمندی دانشی محدود، هزینه‌های مالی بالا و محرمانگی اطلاعات مواجه بود. برای غلبه بر این چالش‌ها، تورینگ اقدام به جذب ایده‌ها و نیروهای متخصص خارج از تیم خود کرد. او با پذیرش خطر جذب نیروهای خارجی و تأکید بر توانمندی‌های فراتر از نیروی داخلی، توانست در مدت زمان محدود پروژه، ماشین انیگما را رمزگشایی کند. این اقدام استراتژیک، نمونه‌ای از نوآوری باز بود که باعث پیروزی متفقین در جنگ جهانی دوم و نجات جان میلیون‌ها انسان شد. چندین سازمان معتبر از رویکرد نوآوری باز (Open Innovation) استفاده کرده‌اند. در زیر چند مثال آورده شده است:

۱. پروکتر و گمبل (Procter & Gamble): پروکتر و گمبل با استفاده از پلتفرم «Connect + Develop» همکاری‌های گسترده‌ای با مخترعان، دانشمندان و شرکت‌های دیگر برقرار کرده است. این پلتفرم به شرکت امکان می‌دهد تا از ایده‌ها و نوآوری‌های خارجی برای توسعه محصولات جدید و بهبود فرایندها استفاده کند. از جمله موفقیت‌های این رویکرد می‌توان به توسعه محصولات جدیدی مانند Swiffer و Crest Whites-trips اشاره کرد.

۲. آی‌بی‌ام (IBM): آی‌بی‌ام با راه‌اندازی «Innovation Jam»، یک رویداد آنلاین بزرگ، از کارکنان، مشتریان و شرکای خود خواست تا ایده‌ها و نظرات خود را برای نوآوری به اشتراک بگذارند. این رویداد به آی‌بی‌ام کمک کرد تا به ایده‌های نوآورانه‌ای دست یابد که منجر به توسعه محصولات و خدمات جدید شد.

۳. فورد (Ford): شرکت فورد از پلتفرم «OpenXC» برای توسعه و بهبود فناوری‌های خودرو استفاده می‌کند. این پلتفرم به توسعه‌دهندگان اجازه می‌دهد تا به داده‌های خودروها دسترسی داشته باشند و برنامه‌ها و خدمات جدیدی را توسعه دهند که می‌تواند تجربه رانندگی را بهبود بخشد.

۴. گوگل (Google): گوگل از رویکرد نوآوری باز برای توسعه پلتفرم اندروید استفاده کرده است. این سیستم‌عامل منبع باز به توسعه‌دهندگان اجازه می‌دهد تا برنامه‌ها و سرویس‌های مختلفی را برای گوشی‌های هوشمند و دستگاه‌های دیگر ایجاد کنند. این رویکرد باعث رشد سریع اکوسیستم اندروید و تنوع گسترده‌ای از برنامه‌ها و خدمات شده است.

۵. لگو (LEGO): لگو با راه‌اندازی پلتفرم «LEGO Ideas» از طرفداران خود خواست تا ایده‌های خود را برای ست‌های جدید لگو به اشتراک بگذارند. ایده‌هایی که بیشترین حمایت را دریافت کنند، توسط لگو تولید و به بازار عرضه می‌شوند. این رویکرد نه‌تنها منجر به ایجاد محصولات جدید شده، بلکه ارتباط بیشتری بین برند و مشتریان برقرار کرده است. این مثال‌ها نشان می‌دهد که نوآوری باز می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا با همکاری و استفاده از منابع خارجی، محصولات و خدمات نوآورانه‌ای را توسعه دهند و در بازارهای رقابتی موفق باشند. نوآوری باز می‌تواند برای شرکت‌ها سودآور باشد، زیرا هزینه‌ها را کاهش می‌دهد، زمان ورود به بازار را تسریع می‌کند، تمایز شرکت در بازار را افزایش می‌دهد و جریان‌های درآمدی جدید ایجاد می‌کند.

درباره ابعاد نوآوری باز باید گفت: یک، بعد بیرون به درون: شرکت‌ها ایده‌ها و فناوری‌های بیرونی را به درون سازمان هدایت می‌کنند. این بعد بیشتر شناخته‌شده است. دو، بعد درون به بیرون: شرکت‌ها ایده‌ها و فناوری‌های خود را به خارج از سازمان هدایت می‌کنند تا دیگران نیز بتوانند از آن بهره‌مند شوند. این بعد کمتر عمومیت دارد. مدل کسب‌وکار تعیین می‌کند که چه ایده‌ها و فناوری‌هایی برای تبادل انتخاب شوند. بنابراین، انتخاب ایده‌ها و فناوری‌ها برای تبادل به مدل کسب‌وکاری که شرکت از آن پیروی می‌کند، بستگی دارد.

مقایسه نوآوری بسته و نوآوری باز

نوآوری بسته:

۱. دیدگاه به نیروی انسانی:

- افراد باهوش صنعت ما برای ما کار می‌کنند.

۲. تحقیق و توسعه:

- برای بهره‌گیری از تحقیق و توسعه، خود چیزی را کشف کرده، توسعه داده و در جای درست قرار می‌دهیم.

۳. ایجاد ایده‌های نو:

- ما باید برترین ایده‌های صنعت خود را خلق کنیم.

۴. تعریف پیروزی:

- پیروزی برابر است با بیشترین تحقیق در این صنعت.

۵. حفاظت از نوآوری:

- ما باید از فرایند نوآوری خود در برابر رقبا محافظت کنیم.

نوآوری باز:

- واقعا همه باهوش‌ها نه می‌خواهند و نه می‌توانند برای ما کار کنند، بنابراین ما باید آنها را پیدا کنیم و از دانش و نخبگی آنها بهره بگیریم.

- تحقیق و توسعه بیرونی می‌تواند ارزش چشمگیری ایجاد کند؛ برای مطالبه برخی از بخش‌های آن ارزش، تحقیق و توسعه داخلی مورد نیاز است.

- الزاما ما نباید آغازکننده تحقیق باشیم تا از دستاوردهای آن بهره‌مند شویم.

- پیروزی برابر است با بهترین بهره‌برداری از ایده‌های درونی و بیرونی.

- ما باید از طریق استفاده دیگران از مالکیت‌های فکری‌مان منتفع شویم و باید آن دسته از مالکیت‌های فکری سایرین که باعث پیشبرد مدل کسب‌وکار ما می‌شوند را بخریم.

نوآوری باز با وجود تمامی منافع، چالش‌هایی نیز دارد که نیازمند مهارت و روحیه‌ای مشارکت‌پذیر است. داستان آلن تورینگ نشان می‌دهد که منابع دانشی خارجی می‌توانند در شرایط خاص، بسیار مؤثر باشند و به دستیابی به فناوری‌های پیچیده کمک کنند.

خبر

اولین پویش ملی نذر آب

اولین پویش ملی نذر آب، به همت وزارت جهاد کشاورزی و با همکاری شورای فرهنگی خیابان آیت‌الله طالقانی تهران برگزار می‌شود. حجت‌الاسلام احمد قادری، دبیر شورای فرهنگی خیابان آیت‌الله طالقانی با اعلام این خبر گفت: در ایام حزن آل‌الله و هم‌زمان با فرارسیدن ایام عزیمت عاشقان سیدالشهدا علیه‌السلام به سمت کربلای معلی جهت حضور در راهپیمایی جهانی اربعین، اولین پویش ملی نذر آب با شعار «هر شهروند یک خادم» برگزار می‌شود.

او افزود: این پویش ملی به همت حوزه نمایندگی ولی فقیه در وزارت جهاد کشاورزی و با مساعدت اعضای محترم شورای فرهنگی خیابان آیت‌الله طالقانی تهران در سطح کشور درحال برگزاری است.

قادری هدف از راه‌اندازی اولین پویش ملی نذر آب را مشارکت‌دادن هم‌وطنان عزیز در ثواب سیراب‌کردن زائران سیدالشهدا علیه‌السلام دانست و اظهار کرد: در همین زمینه، وجود گرامی امام صادق علیه‌السلام در بیان ارزشمندی می‌فرمایند: «أفضَلُ الصَّدقَةِ إبرادُ الکَبِدِ الحَرّی، ومَن سَقی کَبِدا حَرّی مِن بَهیمَةٍ أو غَیرِها أظَلَّهُ اللهُ عزّوجلّ یَومَ لا ظِلَّ إلاّ ظِلُّهُ»؛ یعنی بهترین صدقه، خنک‌کردن جگر تفته است؛ هرکه جگر تفته حیوانی یا جز آن را سیراب کند، خداوند عزوجل او را در آن روزی که هیچ سایه‌ای جز سایه او نیست، به سایه درآورد. او در مورد چگونگی مشارکت ایرانیان ولایت‌مدار در این پویش ملی گفت: هزینه هر بطری آب معدنی، پنج هزار تومان است و اگر هر شهروند بخواهد یک بسته آب معدنی، نذر زائران اباعبدالله الحسین علیه‌السلام کند، می‌تواند مبلغ ۴۰ هزار تومان به شماره کارت: ۶۰۳۷۷۰۷۰۰۰۴۲۰۰۴۶ به نام ستاد اربعین کارکنان وزارت جهاد کشاورزی واریز کند تا پس از تهیه آب گوارا و خنک، در بین زوار پیاده در طریق الحسین علیه‌السلام، توزیع شود.

ایران جزء ۱۰ کشور برتر کاشت حلزون شنوایی

دوازدهمین مجمع عمومی عادی بنیاد خیریه شنوایی بخشی شفا (بخشش) با حضور اکثریت اعضای هیئت‌امنا برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بنیاد «بخشش»، در ابتدای این نشست خرسندی، رئیس هیئت‌مدیره و عضو هیئت‌امنای «بخشش» گفت: شنوایی اولین حسی است که برای انسان قابل بازگشت است و افزود با همت و حمایت‌های خیرین گران‌قدر و اعضای هیئت‌امنای «بخشش»، این بنیاد توانسته است طی سال‌های اخیر اهداف پیش‌بینی‌شده را به‌خوبی محقق کند. او به موضوع مهم پیشگیری که بسیار حائز اهمیت است نیز اشاره کرده و گفت که این موضوع در سال‌های ابتدایی شروع کار این بنیاد با قوت و دقت نظر پیش رفت، ولی به دلیل تنگناهای مالی متأسفانه این سرفصل در دو سال گذشته قدری کند شد و نتوانستیم اهداف پیش‌بینی‌شده را آن‌طورکه باید محقق کنیم. او ابراز داشت به لطف خدا و همت خیرین عزیز، این مهم مجددا توسط هیئت‌مدیره و هیئت‌امنا در دستور کار قرار گرفته است.

دکتر خرسندی با بیان این نکته که کشور ما در سطح منطقه دارای برترین رتبه در حوزه کاشت حلزون شنوایی است، گفت با توجه به تهیه به‌موقع تعداد مورد نیاز پروتز و تعداد ناشنوایان و تعداد جراحی‌های صورت‌گرفته در کشور طی سال‌های فعالیت، می‌توانیم ادعا کنیم در جهان هم جزء ۱۰ کشور برتر هستیم.

به نظر این مؤسسه، صورت‌های مالی یادشده و فعالیت‌های بنیاد خیریه شنوایی بخشی شفا (بخشش) در تاریخ ۲۹ اسفند ۱۴۰۲ و کارکرد مالی و جریان‌های نقدی آن برای سال مالی منتهی به تاریخ مزبور، از تمام جنبه‌های بااهمیت، طبق استانداردهای حسابداری را به نحو مطلوب نشان می‌دهد.

تصویب ترازنامه و بیلان مالی منتهی به تاریخ ۲۹ اسفند سال ۱۴۰۲ و برنامه بودجه سال۱۴۰۳ یکی دیگر از دستورات جلسه بود که مورد تأیید و تصویب اعضای مجمع قرار گرفت.

همچنین در ادامه دستورات جلسه، اعضای هیئت‌مدیره نیز به اتفاق آرا به عنوان اعضای اصلی و علی‌البدل هیئت‌مدیره به مدت دو سال ابقا و بازرسین اصلی و علی‌البدل نیز به مدت یک سال انتخاب شدند.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

وزارت نیرو
شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور
(سهامی خاص)
شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان

۱- شرکت آب فاضلاب استان اصفهان در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای ، به شرح جدول زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

ردیف	موضوع	شماره مناقصه	مبلغ تضمین (ریال)	شماره سامانه تدارکات الکترونیکی دولت
۱	خرید میلگرد آجدار A3 قطرهای مختلف جهت آبفا خوانسار، نائین ، خور و بوئین	۲۰۱ - ۲ - ۴۰۳	۳,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰۳۰۰۱۴۳۴۰۰۰۱۳۷

۲- کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس:www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۳ می باشد.

عنوان	ساعت	روز	تاریخ
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه	۱۳:۰۰	پنجشنبه	۱۴۰۳/۰۵/ ۲۵
مهلت زمانی ارسال پیشنهاد	۱۳:۰۰	دوشنبه	۱۴۰۳/۰۶/ ۰۵
زمان بازگشائی پاکتها	۸:۰۰	سه شنبه	۱۴۰۳/۰۶/ ۰۶

۳- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتهای الف:
۳-۱- آدرس: اصفهان، خیابان شیخ کلینی، خیابان جابر ابن حیان، دبیرخانه معاملات شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان، تلفن:۸-۳۶۶۸۰۰۳۰-۰۳۱، اتاق (۲۹۲)
۴- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:
۴-۱- مرکز تماس:۱۴۵۶
۴-۲- دفتر ثبت نام:۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
۵- اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش ثبت نام / پروفایل / تامین کننده / مناقصه گر موجود است.
۴۲۱۲