جایگاه پیام‌رسان‌های بومی در کسب و کارهای اینترنتی

***یک پیام‌رسان بومی از آن جهت که کسب‌وکارهای داخلی را به‌خوبی می‌شناسد و با تحقیقات هدفمند به آن دست یافته، در ارائه این‌گونه خدمات می‌تواند توانمندتر از پیام‌رسان خارجی عمل کند.**

***شبکه‌های اجتماعی مانند یک پل ارتباطی بین مخاطبان و برندها عمل کرده و فرصت‌های زیادی را برای کاربران و صاحبان برند ایجاد می‌کنند؛ به عبارت دیگر شبکه‌های اجتماعی بخش مهمی از قیف فروش محصولات و خدمات هستند.**

شبکه های آجتماعی دیگر ارزان نیستند و کسب و کار شما آن را برای زنده ماندن نیاز دارد .در سال های اخیر با افزایش گستردگی شبکه های اجتماعی، چشم اندازهای استفاده از این شبکه ها به شدت تغییر یافته و افراد زیادی برای فروش محصولاتشان از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند .

تحقیقی که در مورد کسب‌وکار و شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۴توسط LinkedInانجام شد، نشان می‌داد ۸۱درصد کسب‌وکارهای کوچک‌ومتوسط‌ازشبکه‌های‌اجتماعی برای بازاریابی استفاده می‌کنند. ممکن است در حال حاضر این میزان بسیار بیشتر باشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده شبکه‌های اجتماعی در افراد از ۷درصد در سال ۲۰۰۵به ۶۵درصد در سال ۲۰۱۵رسیده که نشان دهنده این حقیقت است که رقابت در شبکه‌های اجتماعی به بالاترین میزان رسیده است.

کارشناسان می گویند: شبکه‌های اجتماعی در حقیقت مانند یک پل ارتباطی بین مخاطبان و برندها عمل می‌کنند. در حقیقت این رسانه‌ها فرصت‌های زیادی برای کاربران و صاحبان برند ایجاد می‌کنند و کاربران با هر بار چک کردن حساب کاربری خود از پست‌ها و محصولات و خدمات یک برند آگاه می‌شوند. به عبارت دیگر، شبکه های اجتماعی بخش مهمی از قیف فروش محصولات و خدمات هستند. در حقیقت این فرایندی است که از طریق آن مخاطبان جدید، مشتری دائمی شما می شوند و این اتفاق تنها با فعالیت در شبکه های اجتماعی صورت می پذیرد.

در این میان باید گفت، قدم اول در ورود کسب‌وکارها به فضای مجازی، استفاده از سایت یا پیام‌رسان برای تبلیغات و معرفی محصولات و ارتباط با مشتریان است و در این خصوص یک پیام‌رسان بومی از آن جهت که کسب‌وکارهای داخلی را به‌خوبی می‌شناسد و با تحقیقات هدفمند به آن دست یافته، در ارائه این‌گونه خدمات می‌تواند توانمندتر از پیام‌رسان خارجی عمل کند.با این وجود پلتفرم‌های بومی اگرچه از حمایت حداکثری دولت‌ها برخوردار بوده‌اند، اما نتوانسته‌اند در جذب کاربر موفق عمل کنند.

با مروری بر تاریخچه استفاده از اینترنت در ایران مشخص می‌شود که اوج مصرف پهنای باند در کشور به فعالیت پیام‌رسان‌های اجتماعی برمی‌گردد؛ پیام‌رسان ها بخش عمده‌ای از اوقات فراغت مردم را پر کرده و کسب‌وکارهای زیادی را هم ایجاد کرده و از این جهت لازم است حوزه پیام‌رسان اجتماعی و اثرات بومی‌سازی آن مورد بررسی قرار گیرد.

اخیرا و پس از آنکه دسترسی به دو شبکه اجتماعی اینستاگرام و واتس آپ برای کاربران ایرانی بنا به دلایل امنیتی و با دستور نهادهای ذی صلاح محدود شد، دوباره موضوع استفاده و جایگزینی پیام‌رسان‌های بومی مشابه خارجی با حفظ امنیت کاربران و قواعد کشور مطرح و پررنگ تر از قبل شد.

طبق بررسی های انجام شده، طی سال‌های گذشته، بدون شک طراحی اپلیکیشن‌های ایرانی بدون ایراد نبوده و البته این موضوع تنها به نمونه‌های بومی مختص نیست و همه اپلیکیشن‌ها در نسخه‌های اولیه خود با مشکلاتی مواجهند اما در راستای فرهنگ‌سازی کاربران برای استفاده از پیام‌رسان‌های داخلی باید به نکات مختلفی توجه شود؛ از جمله اینکه کاربران با سیستمی مثل تلگرام آشنا هستند که از سال‌های خیلی قبل‌تر کارش را آغاز کرده، درحالی که داخلی‌ها مدت زیادی از فعالیتشان نمی‌گذرد. بر این اساس حمایت و تقویت پیام‌رسان‌های داخلی برای رقابت با انواع مشابه خارجی خود از جمله موضوعاتی است که علاوه بر مجموعه وزارت ارتباطات، مورد تاکید رئیس دولت گذشته هم قرار گرفته بود.

در این راستا، به گفته وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، آنچه که در این میان مهم بوده این است که در این ایام تلاش می‌شود مشکلات موجود بر سرراه کسب‌وکارهای مردم برای کار عادی و روزمره برطرف و ظرفیت‌های لازم در پلتفرم‌های داخلی فراهم شود تا در شرایط فعلی که این محدودیت‌ها ایجاد شده، مردم برای برقراری ارتباطات و کسب وکار خود به مشکل برنخورند.

در این شرایط مسئولان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات توصیه می کنند کاسبان در کسب‌وکار خود روی پلتفرم‌هایی که پایبند به قوانین جمهوری اسلامی نیستند، سرمایه‌گذاری نکنند؛ هرچند که حتی مجدداً این پلت‌فرم‌ها باز شود زیرا در هر بزنگاهی آن مسئولیت‌های بین‌المللی خود را هم ایفا نمی‌کنند و طبیعتاً ممکن است با محدودیت‌هایی روبه‌رو شوند.

طی روزهای گذشته هم درباره جبران خسارت وارد شده به کسب و کارها گفته شد که تعامل خوبی با وزارت امور اقتصادی و دارایی انجام شده و یک برنامه برای کسب و کارهایی که به پلتفرم های داخلی مهاجرت کنند، در نظر گرفته شده است و با کمک وزارت اقتصاد یک بسته حمایتی مانند معافیت مالیاتی و اعطای تسهیلات برای کاربران پیش بینی شده است.

بر این اساس وجود پیام‌رسان‌های متعدد در کشور شاید نیاز و ضرورت نباشد اما نمی‌شود یک باره همه آن‌ها را کنار گذاشت. در همین راستا طبق اعلام مسئولان، برنامه مدونی در حال پیگیری است تا پیام‌رسان‌های داخلی تقویت شوند و در نهایت دو یا سه پیام رسان در کشور فعال باشند تا بتوانند نیازهای مردم را برطرف کنند.

درحال حاضر هم تمرکز بر حمایت از پیام‌رسان‌هایی است که مردم اقبال بیشتری به آنها نشان داده‌اند و زیرساخت‌های آنها آماده است و در این مدت هم کیفیت شان به شکل قابل ملاحظه ای افزایش پیدا کرده است.

انگیزه های اقبال از پیام‌رسان بومی

در این میان یکی از دلایلی که پیام‌رسان‌های خارجی مورد اقبال جهانی هستند، به این دلیل است که روابط جهانی برقرار می‌کنند و کاربر می‌تواند از طریق آن‌ها با کاربران کشورهای دیگر ارتباط برقرار کند؛ با وجود این هر کشوری معمولا یک پیام‌رسان داخلی هم دارد که خدمات دیگری را ارائه می‌دهد و مردم از آن هم استفاده می‌کنند و در ایران هم طبیعتا باید اینطور باشد.

به اعتقاد کارشناسان، اگر پیام‌رسان داخلی بخواهد فراگیر شود، باید این دو اتفاق بیفتد؛ لازم است توسط پیام‌رسان‌ها ارزش افزوده داخلی ایجاد شده و زندگی برای مردم تسهیل شود، از جمله امکاناتی مانند خریدن بلیت، پرداخت مالیات، نوبت‌دهی پزشکی، نسخه الکترونیک، تبادلات مالی، دریافت اخبار و ارتباط گرفتن با نهادهای حاکمیتی روی پیام‌رسان‌ها تعریف شود. این ارائه خدمات منجر می‌شود که اقبالی صورت گیرد و مردم از این پلتفرم‌ها استفاده کنند .

برخی تحلیلگران هم بر این موضوع تاکید دارند که مردم باید مطمئن باشند اگر فرضا حقوقشان در یک پلتفرم داخلی ضایع شد، مرجعی هست که از آنها دفاع کند و حق و حقوق افراد را بگیرد و از طرفی قوانین دست‌وپاگیر هم برای آنها وضع نکند. این اتفاق در تمام کشورها افتاده و صیانت از حقوق مردم به علاوه ارزش افزوده داخلی اقبال نسبت به پیام‌رسان‌های داخلی را افزایش می‌دهد.

مزیت پیام رسان های داخلی

مزیت استفاده از پیام رسان‌های داخلی این است که اگر در فعالیت نرم‌افزارهای خارجی به هر دلیلی محدودیتی اعمال شد، در فعالیت آن‌ها اختلال ایجاد نشود. در دولت گذشته هم بر ضرورت حمایت از پیام رسان های داخلی تأکید شده بود و حل موانع رشد این صنعت در دستور کار قرار گرفت. اما ممکن است ابهامی از سوی کاربران که مهم ترین دلیل عدم استفاده از پیام رسان های داخلی را عدم اطمینان از حفظ حریم خصوصی دانسته، ایجاد و سوالی مطرح شود که آیا برنامه و تضمینی برای حفظ حریم شخصی وجود دارد؟ باید گفت طبق اعلام، بخش مهمی از مصوبه مربوط به پیام رسان ها ایجاد مکانیزم و روالی برای حفظ حریم خصوصی کاربران است.

طبق این گزارش، پژوهش‌ها نشان می‌دهد مهمترین موضوع صرفه اقتصادی، امکانات پیام‌رسان و حفظ حریم خصوصی است. وقتی کاربران از محصولی استفاده کنند، سرمایه‌گذاری روی آن توجیه‌پذیر می‌شود؛ بنابراین اقناع عمومی و آگاهی دادن از خدمات گسترده پیام‌رسان‌های داخلی از جمله راهکارهای موجود برای رونق بخشیدن به عملکرد این پیام‌رسان‌هاست و آگاهی افکار عمومی، معرفی خدمات، صرفه اقتصادی و حفظ حریم خصوصی از جمله امکاناتی است که باید در فضای این شبکه‌ها صورت بگیرد تا مورد اقبال عمومی قرار بگیرد.

یکی دیگر از مزایای توسعه پیام‌رسان ها، تولید محتوای انبوه توسط کاربران است. اگر محتوا در فضای مجازی را از کالاهای قابل تولید، توزیع و مصرف بدانیم، اقتصادی که حول آن شکل می‌گیرد را می‌توان اقتصاد محتوا نام‌گذاری کرد.

در این اقتصاد، محتوا یک‌بار تولید می‌شود و چندین بار فروش می‌رود و همچنین هزینه توسعه و ارتقای هر کالا و خدمت محتوایی بسیار پایین‌تر از درآمد آن است و شناخت تقاضا و نیاز بازار به‌راحتی در آن ممکن بوده و داده و تحلیل آن از مهم‌ترین دارایی‌های دارندگان کسب‌وکار و کشورهاست.

بهره‌مندی از مزایای اقتصاد محتوا

در دنیای امروز تولید محتوا و نشر آن بر بستر فضای مجازی یا مستقیماً برای فروش و درآمدزایی صورت می‌گیرد یا برای اهداف دیگری ازجمله معرفی کسب‌وکار و فرهنگ‌سازی به کار بردن یک محصول انجام می‌شود.

طبق آمارهای رسمی جهانی، در سال ۲۰۱۳در حوزه تولید محتوا ۱۰۶میلیارد دلار ارزش افزوده ایجاد شده است. این میزان در سال ۲۰۱۶تنها در حوزه بازی آنلاین عددی معادل ۱۰۰میلیارد دلار است و اگر ایران تنها یک درصد از مزایای این اقتصاد را دارا باشد می‌تواند تحولی عظیم در تولید ناخالص داخلی خود ایجاد کند.

با تمام این اوصاف، حمایت و تقویت پیام‌رسان‌های داخلی برای رقابت با انواع مشابه خارجی خود از جمله موضوعاتی است که علاوه بر مجموعه وزارت ارتباطات، در جلسات و نهادهای تصمیم‌گیر درباره فضای مجازی هم مورد تاکید قرار گرفته است.

این موضوع البته به خیلی قبل تر برمی‌گردد؛ چنانکه در جلسه بهمن سال ۱۳۹۵شورای عالی فضای مجازی، بخش های دیگری از سند حمایت از پیام رسان های داخلی مورد بررسی و تبادل نظر قرار گرفت و مقرر شد پیام رسان هایی که بیش از ۵۰درصد سهام آنها متعلق به ایرانیان باشد و میزبانی آنها هم در داخل کشور انجام شده، به عنوان پیام رسان های داخلی محسوب شوند.

در این جلسه وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات موظف شد تسهیلات موثر کم بهره و همچنین امکان عرضه خدمات الکترونیک عمومی همچون دولت الکترونیک و خدمات بانکی و شهری را ارائه و در جهت تامین زیرساخت های شبکه ای و ذخیره سازی به آنها کمک کند.

مرکز ملی فضای مجازی هم اواخر خرداد سال ۱۳۹۶اقدام به تهیه سندی با عنوان سیاست ها و اقدامات ساماندهی پیام رسان‌های داخلی کرد و هدف از تهیه آن را فراگیری پیام رسان های اجتماعی داخلی و ساماندهی پیام رسان های اجتماعی خارجی اعلام کرد.

منظور از پیام‌رسان‌های اجتماعی، سامانه های کاربر محور فراهم کننده بستر تعاملات اجتماعی برای برقراری ارتباطات فردی و گروهی از طریق تبادل انواع محتواهای چندرسانه ای عنوان شده است.

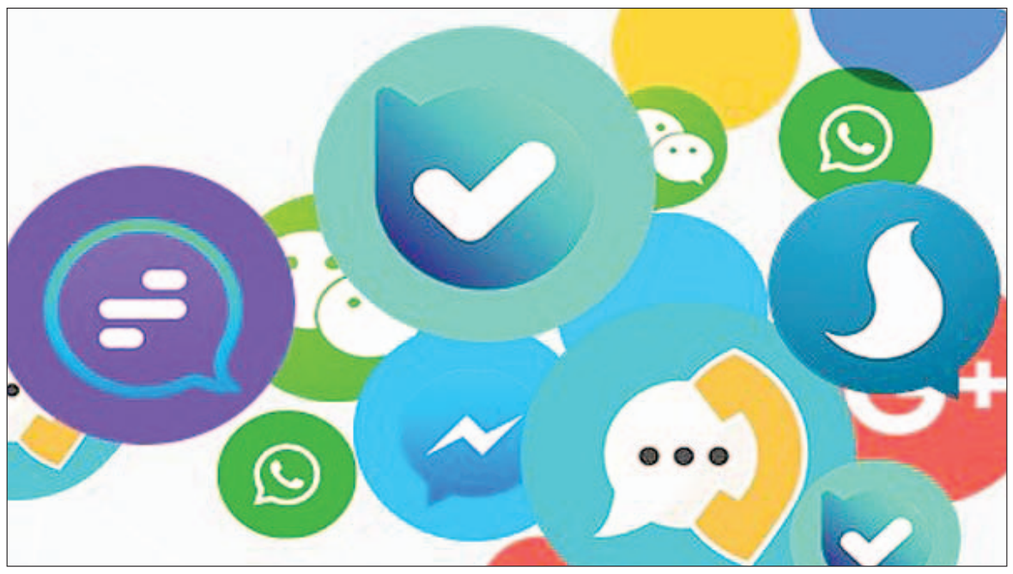
در این زمینه یک کارشناس حوزه فناوری می‌گوید: در کشور پلتفرم‌هایی مانند اسنپ و تپسی وجود دارند که حتی اگر رقیب جهانی آن‌ها یعنی تاکسی اینترنتی اوبر به بازار کشور شود، کاربران خود را از دست نمی‌دهند و به صورت گسترده از آن‌ها استفاده می‌شود.

سیاوش علی احمدی توضیح می‌دهد: اصولا زیرساخت‌های پلتفرم های داخلی ضعیف هستند و به نوعی کد اصلی آن‌ها از پروژه‌های منبع باز (open source) برداشته شده است و به بیان دیگر از کدهای نمونه خارجی استفاده کردند، اما چون به منابع اصلی کدها دسترسی ندارند، نمی‌توانند زیرساخت‌های امنیت را به خوبی تامین کنند.

این کارشناس با اشاره به بدافزارها بیان می‌کند: با وجود بدافزارهایی که در فضای وب وجود دارند و به نوعی می‌توانند عامل حضور در حریم خصوصی افراد در تلفن همراه شوند. در کشور ما هم یکی از دلایلی که مردم از پلتفرم های بومی حمایت قابل قبولی نمی‌کنند، این موضوع است و حریم خصوصی خود را در پلتفرم های داخلی در خطر می‌بینند.

در سوی دیگر ماجرا، همچنین پلتفرم های داخلی معمولی از امکانات کمتری نسبت به پلتفرم‌های خارجی برخوردار هستند. این تفاوت امکانات حتی در پیام‌رسان‌های خارجی هم وجود دارد. به عنوان مثال دنیای تلگرام با واتساپ با یکدیگر بسیار متفاوت‌تر است و خدمات تلگرام زیادتر و پیشرفته‌تر است و چه بسا کاربران بیشتری هم نسبت به واتساپ دارد. درباره پلتفرم‌های داخلی هم موضوع همین است.»

سرویس اقتصادی



***تلاش می‌شود مشکلات موجود بر سر راه کسب‌وکارهای مردم برطرف شده و ظرفیت‌های لازم در پلتفرم‌های داخلی فراهم شود تا در شرایط فعلی مردم برای برقراری ارتباطات و کسب‌وکار خود به مشکل برنخورند.**

***اقناع عمومی و آگاهی دادن از خدمات گسترده پیام‌رسان‌های داخلی از جمله راهکارهای موجود برای رونق بخشیدن به عملکرد پیام رسان های بومی است و آگاهی افکار عمومی، معرفی خدمات، صرفه اقتصادی و حفظ حریم خصوصی از جمله امکاناتی است که باید در فضای این شبکه‌ها شکل گرفته تا مورد اقبال عمومی قرار بگیرند.**

شورورزی؛ کلید تولید محصولات در محیط های شور

یک کارشناس مدیریت منابع آب استفاده از آب‌های نامتعارف را موثر برای توسعه نوار ساحلی کشور دانست و افزود: کشاورزی پایدار و تولید محصولات در محیط های شور، یک فن‌آوری با رویکرد زیست محیطی و بهره‌برداری اقتصادی و پایدار از منابع آب و خاک کشور و تعریف درست شورورزی است.

به گزارش ایسنا، مجتبی پورمقدم با بیان اینکه میزان آب تجدیدپذیر کشور حدود ۱۰۰میلیارد مترمکعب در سال بوده و بر اساس برآوردهای صورت گرفته در سال ۹۵، سرانه آب تجدیدپذیر کشور به ازای هر نفر در سال ۱۴۵۰مترمکعب است، گفت؛ همچنین سرانه آب مصرفی کشور ۱۲۴۷مترمکعب به‌ازای هر نفر در سال است و از نظر سرانه مصرفی، مشابه امریکا و استرالیا هستیم.

وی با بیان اینکه از نظر میزان سرانه آب تجدیدپذیر و مقایسه این رقم، با سرانه آب مصرفی وضعیت مناسبی نداریم، گفت: نسبت سرانه مصرف بر سرانه آب تجدیدپذیر کشور بر اساس آخرین برآوردهای صورت گرفته در سال ۹۵بالغ بر ۸۶درصد بوده است، یعنی ما ۸۶درصد منابع آب تجدیدپذیر کشور را در طول سال مصرف می‌کنیم.

این کارشناس مدیریت منابع آب با بیان اینکه بر اساس گزارش اعلامی از سوی فائو، مصرف بیش از ۴۰درصد منابع آب تجدیدپذیر، یک فاجعه است و نباید بیش از ۴۰درصد آب تجدیدپذیر برای مصرف برنامه ریزی شود؛ افزود: این درحالی است که ما بیش از ۲برابر سقفی که باید برنامه‌ریزی مصرف شود را مصرف می‌کنیم.

وی با تاکید بر اینکه در نتیجه مصرف ۸۶درصدی آب تجدیدپذیر کشور، تالاب‌های و رودخانه‌های ما خشک شده و نتیجه این اقدام، دیگر خشکسالی طبیعی نیست، بلکه دچار خشکسالی القایی شده‌ایم، گفت: کشاورزی حدود ۹۰تا ۹۲درصد مصرف آب کشور را به خود اختصاص داده و با وجود اینکه مباحثی چون آبیاری‌های نوین، تحت فشار و ... در بخش کشاورزی اجرا شد، میزان مصرف آب در این بخش در مجموع کاهش پیدا نکرد، چرا که شاهد توسعه عرضی سطوح زیر کشت بودیم.این درحالی است که قرار بود با تغییر سیستم‌های آبیاری، از مصرف آب بخش کشاورزی کاسته شده و آب صرفه‌جویی شده برای طبیعت و احیای آن تخصیص یابد.

پورمقدم با بیان اینکه راهکار تولید آب ضرورتی انکارناپذیر است، گفت: نسبت آب تولیدی از روش‌های نامتعارف به مقدار مصرف، بسیار کم است. برای همین تولید آب از روش‌های نامتعارف، راهکار مناسبی برای رفع تنش‌های آبی نیست. باید میزان مصرف آب در بخش کشاورزی را کاهش داده و آب را در طبیعت آزاد کنیم، در این صورت اگر بتوانیم از آب شور دریا چیزی تولید کنیم و محصول آن در بازار مصرف، جای خود را باز کرده و از تقاضای برخی محصولات کشاورزی متعارف کاسته شود، آبی برای طبیعت خواهیم داشت که این کار با شورورزی امکان پذیر خواهد بود.

وی با بیان اینکه برای پایدارسازی نواحی مرزی و ساحلی کشور، باید منافع کشور به صورت عادلانه در این نواحی توزیع شود و ایجاد اشتغال پایدار از مهمترین اقدامات در این زمینه خواهد بود که به استقرار و پایدارسازی جمعیت و رونق نوار ساحلی منجر می‌شود و ارزان‌ترین روش ایجاد اشتغال هم کشاورزی است، افزود: توسعه نوار ساحلی در جهت تحقق اهداف پدافند غیرعامل است و هرچه توسعه نوارساحلی بیشتر محقق شود، بیشتر به رونق اقتصادی کشور کمک خواهد کرد.

این کارشناس مدیریت منابع آب با بیان اینکه در جنوب کشور بحث کانون‌های داخلی تولید ریزگرد مطرح است که شور ورزی با ایجاد فضای سبز می تواند کانون‌های داخلی ریزگرد را غیرفعال کند، گفت: آب‌هایی با شوری بیش از ۱۲هزار میکروموس بر سانتیمتر برای کشاورزی رایج مناسب نیست؛ اما برای شورورزی، آبی مورد استفاده قرار می‌گیرد که درجه شوری آن بیش از این میزان است. وی گفت: شوری آب دریای آزاد حدود ۴۶هزار واحد است، این عدد در چابهار ۵۳هزار واحد، در بندرعباس ۵۸هزار واحد و در بوشهر ۶۷هزار میکروموس بر سانتیمتر است و می‌توان از این آب بسیار شور برای تولید محصولات مختلف استفاده کرد.

پورمقدم با بیان اینکه شورورزی رقیب کشاورزی معمولی و متعارف نیست، گفت: می‌توان با توسعه شورورزی، دانه‌های روغنی، کود کشاورزی، علوفه مناسب دام و محصولاتی را تولید کرد که کاربردهای مختلفی در صنایع دارویی و غذایی دارند. وی با بیان اینکه هیچ‌زمانی بیش از ۸درصد روغن مورد نیاز کشور که در سال ۹۵بالغ بر یک میلیون و ۲۰۰هزار تن بوده را در داخل کشور تولید نکرده‌ایم و بیش از ۹۰درصد روغن کشور از خارج تأمین می‌شود، گفت: درحالی که با استفاده از شورورزی، از آب شور دریا می‌توان دانه‌های روغنی مرغوبی به تولید رساند که بخش قابل توجهی از نیاز روغن کشور را پوشش دهد.

نوبت اول

شرکت آلومینای ایران

فراخوان عمومی تجدید مناقصات یک مرحله‌ای (مطابق جدول ذیل) شرکت آلومینای ایران

شرکت آلومینای ایران در نظر دارد تجدید مناقصات ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری تجدید مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است که مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

ردیف	موضوع تجدید مناقصه	نوع تجدید مناقصه	شماره مناقصه در سامانه الکترونیکی دولت
۱	انجام خدمات حمل ۳۵ هزار تن سنگ بوکسیت توسط کامیونهای تریلی کمپرسی	عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی (یکپارچه)	۲۰۰۱۰۰۱۴۹۱۰۰۰۰۶۴
۲	انجام خدمات حمل ۱۰۰ هزار تن سنگ بوکسیت توسط کامیونهای تریلی کمپرسی	عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی (یکپارچه)	۲۰۰۱۰۰۱۴۹۱۰۰۰۰۶۶
۳	انجام خدمات حمل ۴۰ هزار تن سنگ بوکسیت توسط کامیونهای تریلی کمپرسی	عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی (یکپارچه)	۲۰۰۱۰۰۱۴۹۱۰۰۰۰۶۵
۴	انجام خدمات حمل ۲۰ هزار تن سنگ بوکسیت توسط کامیونهای تریلی کمپرسی	عمومی یک مرحله ای	۲۰۰۱۰۰۱۴۹۱۰۰۰۰۶۳
۵	انجام خدمات حمل (جاده ای) تن ۷۰ هزار محمولات سود سوز آور (کاستیک) توسط کامیونهای مخصوص حمل سود	عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی (یکپارچه)	۲۰۰۱۰۰۱۴۹۱۰۰۰۰۶۷
۶	انجام خدمات حمل (جاده ای) ۴۲ هزار تن محمولات سود سوز آور (کاستیک) توسط کامیونهای مخصوص حمل سود	عمومی یک مرحله ای	۲۰۰۱۰۰۱۴۹۱۰۰۰۰۶۸

مهلت دریافت اسناد مناقصه ردیف ۱ از سامانه: از مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۹ لغایت مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۹ میباشد.
مهلت ارائه پیشنهاد: مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۰۳ می باشد.
زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۰۴ می باشد.
اطلاعات تماس مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف: استان خراسان شمالی – شهرستان جاجرم – مجتمع تولید آلومینا، به شماره: تلفن ۳۲۶۰۵۳۴۵ - ۰۵۸ و فکس ۳۲۲۷۲۴۸۷-۰۵۸
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۴۱۹۳۴ – ۰۲۱ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸ – ۰۲۱
نوبت دوم آگهی چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۹

واحد ارتباطات و روابط عمومی شرکت آلومینای ایران

یک نوبتی

شرکت پتروشیمی خارک (سهامی عام) K.P.C

فراخوان عمومی ارزیابی پیمانکاران

شرکت پتروشیمی خارک (سهامی عام) در نظر دارد تهیه مصالح و اجرای ساختمان یک باب مدرسه ۹ کلاسه واقع در استان بوشهر – جزیره خارگ به شرح ذیل را از طریق مناقصه به پیمانکار واجد شرایط دارای رتبه بندی از سازمان برنامه و بودجه واگذار نماید.

شرکت‌های دارای صلاحیت سازمان برنامه و بودجه و سوابق مرتبط با موضوع فوق، آشنا به منطقه و دارای تجربه کاری در زمینه های مشابه و مرتبط می توانند در صورت تمایل، مدارک اولیه شامل اصالت شرکت، اساسنامه، روزنامه رسمی، آخرین صورت‌های مالی تائید شده طی دو سال اخیر، فهرست کارهای مشابه انجام شده و در دست اجرا (با ذکر تاریخ شروع و خاتمه، مبلغ قرارداد و قرارداد های مرتبط) ، لیست ماشین آلات و نیروی انسانی متخصص، گواهینامه های اخذ شده را جهت ارزیابی مقدماتی، به آدرس زیر ارسال نمایند.

مشخصات پروژه: احداث یک باب مدرسه ۹ کلاسه آموزشی به انضمام سایر فضاهای استاندارد از قبیل آزمایشگاه و کارگاه و اتاق دبیران و سایر مشاعات با متراژ ۲۰۰۰ متر مربع، محوطه سازی و دیوارکشی.

مهلت ارسال مدارک به شرکت پتروشیمی خارک: حداکثر ۱۰ روز پس از تاریخ چاپ این آگهی.
محل تحویل مدارک: تهران، دیباجی شمالی، کوچه دژم جو، پلاک ۴۰، طبقه پنجم، کمیسیون معاملات شرکت پتروشیمی خارک

تلفن: ۲۲۸۰۶۶۰۱ دورنگار: ۷-۲۲۸۰۶۶۰۶
کدپستی: ۱۹۵۱۹۹۴۵۱۱ صندوق پستی: ۳۱۷-۱۹۶۱۵

شرکت پتروشیمی خارک پس از بررسی مدارک دریافتی، از شرکت‌هایی که واجد شرایط تشخیص داده شوند جهت دریافت اسناد مناقصه دعوت به عمل خواهد آورد. شرکت های فعال در این زمینه در ارزیابی اولیه دارای امتیاز خواهند بود.

شرکت پتروشیمی خارک در رد و یا تایید صلاحیت شرکت ها مختار می باشد و ارسال مدارک، هیچگونه حقوقی برای شرکت کنندگان از جمله حق حضور در مناقصه را ایجاد نخواهد نمود.

روابط عمومی شرکت پتروشیمی خارک (سهامی عام)

شرکت آب و فاضلاب منطقه ۴ شهر تهران (سهامی خاص)

آگهی تجدید مناقصه عمومی ۱۴۰۱/۱۲ (یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی ـ نوبت دوم) شماره فراخوان ۲۰۰۱۰۹۳۵۴۳۰۰۰۰۳۸

شرکت آب و فاضلاب منطقه چهار شهر تهران در نظر دارد انجام خدمات راهبری سرویس و نگهداری و بهره‌برداری از ماشین آلات سنگین با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

۱ـ مدت و محل اجراء: ظرف مدت یکسال از تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۱ در محدوده عملیاتی شرکت آب و فاضلاب منطقه چهار شهر تهران
۲ـ مبلغ برآوردی مناقصه: ۴۵,۶۴۴,۲۹۱,۳۱۳ چهل و پنج میلیارد و ششصد و چهارمیلیون و دویست و نود و یک هزار و سید و سیزده ریال
۳ـ محل تأمین اعتبار: از محل اعتبارات جاری شرکت
۴ـ مهلت و محل دریافت اسناد مناقصه: داوطلبان می توانند جهت دریافت اسناد مناقصه از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۷ حداکثر تا ساعت ۱۵ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۴ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir اقدام نمایند.
۵ـ مهلت و محل تحویل اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: متقاضیان شرکت در مناقصه می‌بایست کلیه مدارک مربوط به پاکات (الف، ب، ج) و اسناد ارزیابی کیفی را حداکثر تا ساعت ۱۵ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۶ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری و ثبت نمایند.
زمان اعتبار پیشنهاد قیمت متقاضیان تا تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۷ می‌باشد.
۶ـ تاریخ بازگشایی پاکات ارزیابی و امتیازدهی براساس شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی کیفی در ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۷ و بازگشایی پاکات ج (پیشنهاد قیمت) در همان روز می‌باشد.
۷ـ مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۱,۸۳۹,۳۲۸,۷۳۹ (یک میلیارد و هشتصد و سی و نه میلیون و سیصد و بیست و هشت هزار و هفتصد و سی و نه) ریال می‌باشد که شرکت کنندگان در مناقصه می‌توانند به صورت فیش واریزی نقدی و یا ضمانت‌نامه بانکی به شماره حساب ۴ـ۳۱۵۶۱۱۶ـ۱۰ نزد بانک رسالت با شناسه شبای IR۱۰۰۷۰۰۰۰۱۰۰۰۲۲۳۱۵۶۱۱۶۰۰۴ در وجه شرکت آب و فاضلاب منطقه چهار شهر تهران و یا چک بانکی تضمینی در وجه شرکت آب و فاضلاب منطقه چهار شهر تهران دریافت و تصویر ضمانت‌نامه را در سامانه تدارکات الکترونیک دولت در پاکت (الف) بارگذاری و ثبت نمایند و اصل ضمانت‌نامه موصوف را تا ساعت ۱۵ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۶ به دبیرخانه این شرکت تسلیم نمایند و به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده‌های مخدوش، سپرده‌های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۸ـ به پیشنهادات فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از مدت مقرر این آگهی واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۹ـ زمان چاپ آگهی: نوبت اول ۱۴۰۱/۰۹/۰۶ و نوبت دوم ۱۴۰۱/۰۹/۰۸
برگزار کننده مناقصه در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است.
سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است
هزینه درج آگهی روزنامه به عهده مناقصه گزار می‌باشد.
سایت شرکت آب و فاضلاب منطقه چهار شهر تهران http://t4ww.tppww.ir
سایت ملی مناقصات: http://iets.mporg.ir
سایت شرکت مهندسی: http:tender.nww.co.ir

شرکت آب و فاضلاب منطقه چهار شهر تهران

آگهی مناقصه عمومی

شرکت بین‌المللی ساروج بوشهر (سهامی عام) در نظر دارد از طریق مناقصه عمومی خرید ۳ مدل بیرینگ مورد نیاز کارخانه خود را از تأمین کننده معتبر خریداری نماید. از متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت می‌شود جهت دریافت شرایط خصوصی مورد نیاز با شماره تلفن ۸۸۶۷۰۷۱۱ـ۰۲۱ داخلی ۱۰۳ تماس حاصل نمایند و یا اطلاعات لازم از صفحه شرکت به نشانی Kangancement.ir دریافت نمایند.

۱) Bearing 185038SLC3SS تعداد ۶ عدد
۲) Bearing 181892GKSL504 تعداد ۱ عدد
۳) Bearing 1818/630-GKSL504 تعداد ۱ عدد

الف ـ مهلت ارسال پاکت‌های پیشنهادی: آخرین مهلت ارسال پاکت‌های شرکت در مناقصه تا ساعت ۱۲:۰۰ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۷ می‌باشد.
ب ـ محل ارسال پاکت‌های پیشنهادی: تهران، بلوار آفریقا، روبه‌روی پارک صبا، خیابان شهید حسین بنیسی (فرزان غربی)، پلاک ۳۸، کدپستی ۱۹۶۸۸۴۴۷۱۳، طبقه اول، دبیرخانه شرکت بین‌المللی ساروج بوشهر.
ج ـ تضمین شرکت در مناقصه: شامل سفته و یا یک فقره چک صیادی ثبت شده در سامانه صیاد (به تاریخ روز) یا واریز وجه نقدی به حساب شرکت بین‌المللی ساروج بوشهر به مبلغ ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال می‌باشد.
هزینه‌های چاپ این آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

نوبت دوم

شرکت پالایش نفت تهران (سهامی خاص)

موضوع: درج آگهی تجدید فراخوان ۷۷۰۰۴۰۱۰۲۴/ت ک م ع/۱۸۰۲ خرید پمپ برقی، کاست هیدرولیکی، جک و مولتی پلیر

آخرین مهلت ارسال مدارک، طبق بند ۴ صفحه ۲ اسناد مناقصه تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخه ۱۴۰۱/۰۹/۱۶ می‌باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه به سایت شرکت (www.torc.ir) بخش فراخوانها مراجعه فرمایید.

TORC TENDERS

روابط عمومی شرکت پالایش نفت تهران

توضیح این که نوبت اول آگهی فوق در تاریخ ۱۴۰۱/۹/۵ صفحه ۵ چاپ شده، متاسفانه ذکر نوبت اول از قلم افتاده بود، با پوزش تصحیح می گردد.

آگهی مناقصه عمومی

**شرکت بین‌المللی سارو