جام جم
۱۶ جامعه
SOCIETY
یکشنبه ۱۸ شهریور ۱۴۰۳ شماره ۶۸۵۱

فاصله ازدواج تا فرزندآوری

محمدجواد محمودی، رئیس موسسه تحقیقات جمعیتی کشور با استناد به پژوهشی درخصوص فاصله بین ازدواج زوجین تا تولد اولین فرزندشان، میانگین فاصله بین ازدواج تا تولد اولین فرزند در زوجینی که در طول زندگی مشترک‌شان حداقل صاحب یک فرزند شده‌اند را ۳ سال و ۵ ماه اعلام کرد./ایسنا

موفقیت در المپیاد جهانی کامپیوتر

تیم دانش‌آموزی ایران در سی‌وششمین دوره المپیاد جهانی کامپیوتر با کسب یک نشان طلا، دو نشان نقره و یک نشان برنز موفق به کسب رتبه نهم تیمی شد. در این رقابت‌ها امیرعلی عسگری موفق به کسب نشان طلا، امیرحسین فرخنده‌فر و امیررضا درستی موفق به کسب نشان نقره و پارسا فرج‌پور موفق به کسب نشان برنز شدند./جام‌جم

ثبت‌نام دارندگان فیش‌های عمره

سیدعباس حسینی، رئیس سازمان حج و زیارت گفت: ثبت‌نام دارندگان فیش‌های عمره مفرده انجام می‌شود. در این مرحله که اعزام‌های مربوط به ۲۸ شهریور تا ۳۰ آذر ماه را داریم، کف گروه‌های قیمتی هزینه سفر برای ۱۰ روز سفر زیارتی عمره، ۵ روز در مدینه و ۵ روز در مکه، مبلغ ۴۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است./جام‌جم

نگاه

نبود مزیت رقابتی، سد راه خودکفایی در تولید نوشت‌افزار ایرانی

محسن گلستانی، رئیس اتحادیه صنف فروشندگان نوشت‌افزار و لوازم مهندسی تهران گفت: اکنون در بازار نوشت‌افزارها، در زمینه تمام اقلامی که مایحتاج اصلی کشور است و کالاهای پرمصرف و عمومی تلقی می‌شود، سرمایه‌گذاری خوبی انجام شده و تولیدات داخلی بخش زیادی از بازار را تامین می‌کند اما در این میان کالاهای فانتزی، تخصصی، هنری و صنعتی نیز طیف وسیعی را شامل می‌شود و سهم کمتری در تولیدات داخلی داشته و به‌الطبع با خودکفایی نیز فاصله زیادی دارد.

ما برای رسیدن به خودکفایی باید به مزیت رقابتی توجه کنیم که آیا در تولید یک قلم از نوشت‌افزار مزیت رقابتی داریم یا خیر؟

وی افزود: متاسفانه در صنعت نوشت‌افزار اغلب اقلام تولیدی وابسته به خارج است یعنی ما نیاز به مواد اولیه خارجی برای تولیدات‌مان داریم و کالاهایی که تولید می‌کنیم بعضا گران‌تر از کالاهای مشابه خارجی درمی‌آید و در این میان مزیت رقابتی نیز وجود ندارد اما به‌دلیل حمایت از تولید داخلی و محدودیت‌های واردات، این واحدهای تولیدی در حال تولید هستند.

طبیعی است وقتی مزیت رقابتی وجود داشته باشد و بتوانیم کالایی تولید کنیم که امکان رقابت با رقبای خارجی را از لحاظ کیفی و قیمتی داشته باشد، صادرات ممکن می‌شود و افزایش تیراژ بهای تمام شده را کاهش می‌دهد. در این شرایط خودکفایی صورت می‌گیرد.

امیدواریم نهادهای ذی‌ربط و مسئول به نحوی از تولید حمایت کنند که به جای دغدغه‌های روزمره مثل قطعی برق و امثال آن، تولیدکنندگان خود را به تحقیق و توسعه و نوآوری متمرکز کنند و تجاربی مثل ایران خودرو در صنعت نوشت‌افزار تکرار نشود و شاهد خودکفایی واقعی و با محوریت صادرات در این حوزه باشیم.

نوشت‌افزار نیازمند نرم‌افزار فرهنگی

با وجود افزایش سهم کالاهای ایرانی در بازار نوشت‌افزارها به بیش از ۶۰درصد اما به لحاظ محتوایی سهم‌مان ۱۰ درصد است!

زهرا حامدی
گروه جامعه

هر سال با حرکت روزشمار شهریورماه به سمت مهر و بالاگرفتن تب‌وتاب خرید نوشت‌افزار در کشور، هزاران طرح و رنگ از اقلام مورد نیاز دانش‌آموزان در ویترین و قفسه فروشگاه‌ها نقش می‌بندند؛ طرح‌ها و نقش‌هایی که با الهام از شخصیت‌ها و کاراکترهای انیمیشنی و مورد علاقه کودکان ساخته و عرضه می‌شوند و در بسیاری از موارد نیز فرصتی برای ورود قهرمانان خارجی و فرهنگ‌های بی‌هویت برای تسخیر اذهان کودکان و نوجوانان این مرز و بوم شده‌اند. درواقع در پس طرح‌های رنگی و جذاب نقش‌بسته بر لوازم‌التحریرها یا همان نوشت‌افزارها یک هدف و ایدئولوژی تبلیغاتی و فرهنگی نهفته که قابلیت الگوسازی و تعیین سبک زندگی دانش‌آموزان را دارد. اگرچه در سال‌های گذشته واردات زیاد لوازم‌التحریر خارجی موجب شده بود تا بازار این کالاها پر از محصولاتی باشد که نمادهای غیرایرانی و غیراسلامی در آنها دیده می‌شود اما با تلاش نهادهای فرهنگی در سال‌های اخیر این موضوع تا حد زیادی برطرف شده و اکنون سهم کالاهای ایرانی در بازار نوشت‌افزارها به بیش از ۶۰ درصد رسیده است. بااین‌حال برای اطلاع بیشتر از وضعیت این بازار، کمی و کاستی‌ها و لزوم توجه به آن با محمد یقینی، عضو هیات‌مدیره و مدیرعامل مجمع ایران‌نوشت به گفت‌وگو پرداخته‌ایم.

علت تاکید بر اهمیت نوشت‌افزارها چیست؟

نوشت‌افزارها از دو جنبه اهمیت دارند. یکی جنبه اقتصادی است. یعنی ایجاد اشتغال و جلوگیری از خروج ارز و یکی بحث ایرانی‌شدن و جنبه فرهنگی. به دلیل این‌که حداقل ۹ ماه یک دانش‌آموز با نوشت‌افزار خود سروکار دارد، طبیعتا ارتباط ویژه‌ای با آن برقرار می‌کند و غالبا هم دنبال محتواهایی است که یک ارتباط قبلی با آن دارد و آن ارتباط را تثبیت می‌کند. اگر یک دانش‌آموز کاراکتری را در انیمیشن ببیند و دوستش داشته باشد وقتی نوشت‌افزار آن را می‌خرد باعث تثبیت آن در زبانش و تبدیل آن علائم و نمادها به یک تغییر نگرش و رفتار کودک منتهی می‌شود. به همین دلیل در سنین پایین مثل دوران ابتدایی این کاراکترها نقش یک دوست و الگو را برای آنها ایفا می‌کنند. از این رو نوشت‌افزارهای مورد استفاده دانش‌آموزان در کنار سایر محصولات فرهنگی که در جای خود مهم هستند، یک بخشی از مصرف فرهنگی کودک است و سبک زندگی او را به مرور تشکیل می‌دهد، چراکه هرکدام از این نمادها مجموعه‌ای از ایدئولوژی‌ها و مفاهیم را در بر دارند و وقتی که از یک علاقه‌مندی به مصرف تبدیل می‌شوند، از یک‌سری نماد به مرور در یک مسیر عمیق روی اعتقاد مخاطب خود اثر می‌گذارند. این نکته بسیار حیاتی و حائز اهمیت است. مسأله فقط کاراکتر ایرانی و خارجی نیست و مسأله دو ایدئولوژی متفاوت است.

سهم کالاهای ایرانی در بازار نوشت‌افزار چقدر است؟

ما از نظر ایران‌ساخت طی ۱۰ سال گذشته وضعیت بسیار خوبی پیدا کرده‌ایم و تقریبا از ۱۵ ـ ۱۰ درصدی که سهم نوشت‌افزار ایرانی در دهه ۹۰ بوده است اکنون به بیش از ۶۰درصد در حوزه محصولات کاغذی، خودکار، مداد، پاک‌کن، جامدادی و محصولات طلقی وضعیت نسبتا خوبی داریم و بخش زیادی از بازار از تولیدات داخلی تامین می‌شود، به غیر از محصولاتی که تولید آنها صرفه اقتصادی ندارد.

البته در حوزه محتوایی وضعیت خیلی مناسبی نداریم، به این صورت که در ابتدای دهه ۹۰ سهم محتوای بومی و سالم صفر بوده است و حدود ۷۰ درصد محتوای ناسالم و معارض داشتیم و ۳۰درصد محتوای خنثی؛ اما اکنون نزدیک به ۱۰درصد محتوای بومی و سالم است، حدود ۵۰درصد محتوای خنثی و ۴۰ درصد نیز محتوای ناسالم داریم.

از نگاه شما برای ساماندهی ۴۰درصد محتوای ناسالم نوشت‌افزارها در بازار چه باید کرد؟

ما چون عضو کنوانسیون‌های رایت نیستیم تولیدکنندگان سراغ محتواهای خارجی که بسیار جذاب هستند و کسی نمی‌تواند منکر جذابیت آنها شود و به رایگان در اختیارشان است، می‌روند. در مقابل کاراکترها و محتواهای ایرانی هزینه‌هایی برای تولیدکننده دارد و صاحب انیمیشن و صاحب کاراکتر نمی‌تواند آن را رایگان در اختیار تولیدکننده قرار دهد.

لذا تولیدکننده باید بین یک محتوای جذاب خارجی و یک محتوای متوسط ایرانی دست به انتخاب بزند. طبیعتا محتوای رایگان خارجی را انتخاب می‌کند. بنابراین ما باید بتوانیم با ایجاد سازوکارهای داخلی هزینه استفاده از محتوای خارجی را بالا ببریم. حتی ممکن است ممنوعیت ایجاد نکنیم اما عوارض ایجاد کنیم و از آن تولیدکننده‌ای که از محتوای خارجی استفاده می‌کند عوارض اخذ و به صاحب کاراکتر ایرانی داده شود و او نیز کاراکتر را رایگان یا به قیمت بسیار پایین در اختیار تولیدکننده قرار دهد. آن زمان است که این قضیه منطق پیدا می‌کند.

در هیچ‌یک از کشورها تا این اندازه کاراکتر خارجی که به‌وفور در بازار ما یافت می‌شود وجود ندارد، چون هرکدام از آنها چندصدهزار دلار حق رایت دارد و کمتر از ۵درصد تولیدکنندگان می‌توانند این مبلغ را پرداخت و آن کالا را تولید کنند. لذا باید سازوکار اقتصادی این مسأله تنظیم شود.

گردش مالی تولید محصولات ایرانی نوشت‌افزارها چقدر است؟

در مجموع سهم نوشت‌افزار ایرانی بیش ۶۰درصد است. درواقع اکنون از ۲۵ تا ۳۰ همت بازار ۶۰درصد آن ساخت ایران است اما از نظر محتوا سهم‌مان به کمتر از ۱۰ درصد می‌رسد.

برش

راهکارهای خودکفایی در حوزه نوشت‌افزار

ما اگر بتوانیم سهم‌مان را در بازار نوشت‌افزار به ۸۰درصد برسانیم نسبتا خودکفا محسوب می‌شویم. زیرا به‌دلیل حجم تنوع در حوزه نوشت‌افزارها خودکفایی صددرصدی وجود ندارد. اگر بخواهیم از ۶۰درصد کنونی به ۸۰درصد برسیم مسأله اصلی آن صادرات است. با کمک دستگاه‌های دیپلماسی اقتصادی و بازاریابی می‌توانیم به بازارهای منطقه راه پیدا کنیم. تولید بسیاری از محصولات با ورود به بازار بین‌المللی به‌صرفه می‌شود و منطق پیدا می‌کند و نه‌تنها حجم گردش میزان تولید کشور بیشتر می‌شود، بلکه به مرور سهم تولید داخل نیز افزایش پیدا می‌کند. متاسفانه درحال‌حاضر یکی از چالش‌های تولیدکنندگان بحث تخصیص ارز برای تامین مواد اولیه و همچنین ماشین‌آلات است. همچنین حجم میزان سرمایه‌گذاری و تسهیلات بانکی که در ۳ ـ ۲ سال گذشته حتی به بخش تولید هم نمی‌رسید. بسیاری از تولیدکنندگان هستند که اگر به آنها وام‌های بلندمدت داده شود می‌توانند میزان تولید خود را چندبرابر کنند.

آگهی مزایده فروش املاک نوبت دوم
سروش
شرکت تولیدی محصولات صوتی تصویری سروش (سهامی خاص) در نظر دارد
تمامی ۶ دانگ ملک متعلق به خود با کاربری مشخص واقع در استان کرمان
به شرح جدول ذیل را از طریق مزایده عمومی به اشخاص واجد شرایط واگذار نماید.
پیشنهادات متقاضیان می‌بایست حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۲۴ در پاکت دربسته و به همراه چک بانکی به مبلغ ۵ درصد مبلغ پیشنهادی به نشانی تهران، خیابان ولیعصر، روبروی پارک ملت، نبش خیابان انصاری، برج ملت، طبقه اول امور حقوقی شرکت سروش حضورا یا از طریق پست پیشتاز ارسال گردد. همچنین بازگشایی پاکات در مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۲۵ رأس ساعت ۱۴ در دفتر معاونت مالی شرکت سروش می‌باشد و حضور شرکت‌کنندگان در زمان بازگشایی پاکات بلامانع است.
متقاضیان می توانند جهت بازدید و اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۲۱-۲۲۰۲۲۶۷۸ واحد حقوقی شرکت تماس حاصل نمایند.
(این شرکت در قبول یا رد پیشنهادات مختار می‌باشد.)

ردیف	شهر	متراژ	قیمت پایه کارشناسی (ریال)	بلاک ثبتی	موقعیت	آدرس
۱	کرمان	۵۵/۱۰	۱۹/۲۸۵/۰۰۰/۰۰۰	۴۷۸۶/۲۵	آپارتمان اداری	خیابان شریعتی، چهارراه ولیعصر، مجتمع اطلس طبقه سوم اداری، واحد ۴۰۸

آگهی مزایده فروش املاک نوبت سوم
سروش
شرکت تولیدی محصولات صوتی تصویری سروش (سهامی خاص)
در نظر دارد تمامی ۶ دانگ املاک و مستغلات متعلق به خود با کاربری مشخص
واقع در استان آذربایجان‌شرقی به شرح جدول ذیل را از طریق مزایده عمومی
به اشخاص واجد شرایط واگذار نماید.
پیشنهادات متقاضیان می‌بایست حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۲۴ در پاکت دربسته و به همراه چک بانکی به مبلغ ۵ درصد، مبلغ پیشنهادی به نشانی: تهران، خیابان ولیعصر، روبروی پارک ملت، نبش خیابان انصاری، برج ملت، طبقه اول، امور حقوقی شرکت سروش حضورا یا از طریق پست پیشتاز ارسال گردد. همچنین بازگشایی پاکات در مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۲۵ رأس ساعت ۱۴ در دفتر معاونت مالی شرکت سروش می‌باشد و حضور شرکت‌کنندگان در زمان بازگشایی پاکات بلامانع است.
متقاضیان می توانند جهت بازدید و اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۲۱-۲۲۰۲۲۶۷۸ واحد حقوقی شرکت تماس حاصل نمایند.
(این شرکت در قبول یا رد پیشنهادات مختار می‌باشد.)

ردیف	شهر	متراژ	قیمت پایه کارشناسی (ریال)	پلاک ثبتی	موقعیت	آدرس
۱	آذربایجان‌شرقی، تبریز	۹۵.۴۲	۴۹/۶۱۸/۴۰۰/۰۰۰	۲۷۵۸.۱۷	آپارتمان مسکونی طبقه سوم	تبریز، علامه طباطبائی، بالاتر از ساختمان بیمه تأمین اجتماعی، ساختمان فارابی
۲	آذربایجان‌شرقی، تبریز	۹۵.۴۲	۴۹/۶۱۸/۴۰۰/۰۰۰	۲۷۵۸.۱۸	آپارتمان مسکونی طبقه چهارم	تبریز، علامه طباطبائی، بالاتراز ساختمان بیمه تأمین اجتماعی، ساختمان فارابی

آگهی تجدید دوم مناقصه عمومی
نوبت دوم
شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران
دو مرحله‌ای
با ارزیابی کیفی (یکپارچه)
۱ مناقصه‌گزار:
شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران به شناسه ملی ۱۰۱۰۲۶۷۱۳۲۱
۲ شماره فراخوان در سامانه ستاد (www.setadiran.ir):
۲۰۰۳۰۹۴۸۴۲۰۰۰۰۵۰
۳ موضوع مناقصه: انجام عملیات احیاء و بهسازی تعداد ۲۰ حلقه چاه عمیق آب شرب مناطق بهره‌برداری شرق، غرب و جنوب تهران
۴ الزامات شرکت در مناقصه:
گواهینامه صلاحیت پیمانکاری از سازمان برنامه و بودجه کشور
۵ محل تامین اعتبار: اعتبارات جاری (منابع داخلی)
۶ مبلغ برآوردی (ریال): ۱۶۰.۹۳۶.۵۶۰.۰۰۰(یکصد و شصت میلیارد و نهصد و سی و شش میلیون و پانصد و شصت هزار) ریال
۷ نحوه پرداخت: نقدی
۸ مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (فرآیند ارجاع کار) (ریال):
۵.۲۴۸.۰۹۶.۸۰۰(پنج میلیارد و دویست و چهل و هشت میلیون و نود و شش هزار و هشتصد) ریال
۹ آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد:
روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۲۴ ساعت ۱۷
۱۰ آخرین مهلت بارگذاری پاکات (ارزیابی کیفی، الف، ب، ج) در سامانه ستاد:
روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۰۴ ساعت ۱۴
۱۱ آخرین مهلت تحویل فیزیکی پاکت الف (تضمین شرکت در مناقصه) به دبیرخانه شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران به نشانی: خیابان دکتر فاطمی، نبش خیابان حجاب: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۰۴ ساعت ۱۴
۱۲ زمان بازگشایی پاکات الف، ب (اسناد ارزیابی فنی بازرگانی) از طریق سامانه ستاد: روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۱۰ ساعت ۹
۱۳ زمان بازگشایی پاکات ج از طریق سامانه ستاد:
روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۱۷ ساعت ۹
۱۴ مکان بازگشایی پاکات الف، ب، ج از طریق سامانه ستاد:
دفتر قراردادهای شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران به نشانی: تهران خیابان دکتر فاطمی، نبش خیابان حجاب
۱۵ نشانی سایت‌های اینترنتی به‌شرح ذیل:
سایت این شرکت: (http://tww.tpww.ir)
سایت ملی مناقصات: (http://iets.mporg.ir)
سایت شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور: (http://www.nww.ir)
جهت کسب اطلاعات بیشتر به اوراق شرایط شرکت در مناقصه در سامانه ستاد مراجعه نمایید.
شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران (سهامی خاص)

شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران
نوبت اول
آگهی
مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی (یکپارچه)
۱. مناقصه گزار: شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران
به شناسه ملی ۱۰۱۰۲۶۷۱۳۲۱
۲. شماره فراخوان در سامانه ستاد (www.setadiran.ir)
۲۰۰۳۰۹۴۸۴۲۰۰۰۰۵۲
۳. موضوع مناقصه: خرید تجهیزات اندازه‌گیری آنلاین برند ENDRESS+HAUSER امور تصفیه خانه شماره یک
۴. الزامات شرکت در مناقصه: تولیدکنندگان داخلی و یا نمایندگان فروش رسمی آن‌ها
۵. محل تامین اعتبار: اعتبارات جاری (منابع داخلی)
۶. نحوه پرداخت: نقدی
۷. مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (فرآیند ارجاع کار) (ریال):
۱.۳۵۳.۰۰۰.۰۰۰ (یک میلیارد و سیصد و پنجاه و سه میلیون) ریال
۸. آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۰۱ ساعت ۱۷
۹. آخرین مهلت بارگذاری پاکات (ارزیابی کیفی، الف، ب، ج) در سامانه ستاد: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۱۵ ساعت ۱۲:۳۰
۱۰. آخرین مهلت تحویل فیزیکی پاکت الف (تضمین شرکت در مناقصه) به دبیرخانه شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران به نشانی خیابان دکتر فاطمی، نبش خیابان حجاب: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۱۵ ساعت ۱۳
۱۱. زمان بازگشایی پاکات الف، ب، ج از طریق سامانه ستاد:
روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۲۳ ساعت ۱۰:۳۰
۱۲. مکان بازگشایی پاکات الف، ب، ج از طریق سامانه ستاد:
دفتر قراردادهای شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران به نشانی
تهران، خیابان دکتر فاطمی، نبش خیابان حجاب
۱۳. نشانی سایت‌های اینترنتی به شرح ذیل:
سایت این شرکت: (http://tww.tpww.ir)
سایت ملی مناقصات: (http://iets.mporg.ir)
سایت شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور: (http://www.nww.ir)
جهت کسب اطلاعات بیشتر به اوراق شرایط شرکت در مناقصه در سامانه ستاد مراجعه نمایید.
شرکت تامین و تصفیه آب و فاضلاب تهران (سهامی خاص)

سازمان آگهی‌های روزنامه جام جم
۴۹۱۰۵۰۰۰
daneshpayam.agahi@gmail.com