

روایت میدانی «فرهیختگان» از اولین روز نمایشگاه هفته پژوهش

دستاوردهای فناورانه در بی‌نظمی‌ها گم شد



فاطمه طاری‌بخش خبرنگار گروه دانشگاه

صبح دیروز افتتاحیه نمایشگاه هفته پژوهش در نیم طبقه دوم شبستان با حضور معاون علمی رئیس جمهوری، وزیر علوم، رئیس دانشگاه آزاد اسلامی و معاربان وزیر علوم برگزار شد. نمایشگاه هفته پژوهش هرساله در آذرماه برگزار می‌شود و امسال نیز از ۱۹ آذر کار خود را آغاز کرده است. ساعت ۸ و ۴۵ دقیقه بود که به نمایشگاه نیمه‌کاره هفته پژوهش رسیدم. نمایشگاهی که هنوز بخش زیادی از غرفه‌های مستقر در آن تا تکمیل شدن راه زیادی در پیش داشتند و این مساله دیگر به رسم نانوشته برگزاری نمایشگاه‌ها در کشورمان تبدیل شده است. نمایشگاه هفته پژوهش علی‌رغم رسم هرساله خود، این بار در مصلاي امام خمینی (ره) برگزار شد و غرفه داران مجبور شدند برخلاف سال‌های قبل که در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی ستول میزبان بازدیدکنندگان بودند، حالا در یکی از شلوغ‌ترین نقاط پایتخت به ارائه دستاورد هایشان بپردازند. همین جابه‌جایی چند کیلومتری محل نمایشگاه و جداشدن آن از نمایشگاه ایران ساخت، به نظر می‌رسد در میزان بازدیدکنندگان هم اثر داشته و حداقل در اولین روز از برگزاری آن، جمعیت زیادی به مصلی‌ننامه بودند تا در جریان آخرین دستاوردهای پژوهشی کشور در حوزه‌های مختلف قرار بگیرند. منتظر ماندم تا مراسم افتتاحیه که با حضور مسئولان مختلف برگزار شد، تمام شود و بعد از آن سری به غرفه‌های مختلف زدم، اما مانند همه نمایشگاه‌ها، بخش‌بندی و حوزه‌بندی در این نمایشگاه وجود نداشت و برای رسیدن به یک محصول در یک حیظه مشخص، مجبور بودی راهرو به راهرو در مصلی قدم بزنی و بدتر از آن اینکه در بسیاری از غرفه‌ها، به قول معروف از شیر مرغ تا جان آدمیزاد و از فناوری‌های دارویی تا کشاورزی و فضایی وجود داشت! توفیق اجباری گشتن در میان راهرو به‌باعث شد آنچه بیشتر از همه نظرم را جلب کند، آشنا بودن عمده محصولات باشد. هرچند طبق گفته مسئولان بیش از دوهزار محصول در این نمایشگاه عرضه شده بود، اما گویی نمایشگاه امسال تکراری از نمایشگاه پارسال بوده است.

■ علوم انسانی در انبوهی از محصولات فناورانه گم شد!

محصولات فناورانه‌ای که عمدتاً جلوی غرفه‌ها چیده شده بودند، نشان می‌داد که محصولات از حوزه پزشکی گرفته تا هوافضا و کشاورزی در مصلی عرضه شده، اما علوم انسانی به دلیل ماهیتی که دارد حداقل درظاهر کمتر نمود عینی داشته است. نکته‌ای که باعث شد چندین راهرو را به نیت پیدا کردن دستاوردهای پژوهشی این حوزه بگردم، اما بیشتراسانی غرفه‌هایی بود که در حوزه علوم انسانی فعال بودند، غرفه‌هایی مانند دانشگاه فرهنگیان، موسسه برنامه‌ریزی آموزش عالی و…

با باید جزء همان غرفه‌هایی دانست که طبیعتاً می‌توان آنها را غرفه‌های فعال در حوزه علوم انسانی دانست. اما این بخش هم به دلیل همان عدم حوزه‌بندی مصلی، در میان انبوه محصولات فناورانه گمشده بود!

■ جانمایی بد و حضور کم‌رنگ فعالان در تستا
پیش از شروع نمایشگاه به قدری مسئولان روی بخش تستا در نمایشگاه مانور داده بودند که حتی قبل از رسیدن به مصلی، یکی از مقاصدم را بازدید از آن گذاشته بودم. بخشی که البته در دورترین نقطه شبستان برپا شده بود و تعداد غرفه‌های آن هم به زور به ۱۰ غرفه می‌رسید. جانمایی بد و حضور کم‌رنگ فعالان بخش ساخت و تولید ایرانی باعث شده بود این بخش از شبستان به مراتب خلوت‌تر از دیگر بخش‌ها باشد. ناامید از بخش تستا به سمت غرفه وزارت علوم راه افتادم شاید در این غرفه که متولی اصلی برپایی نمایشگاه به‌شمار می‌رود، بتوانم تصویر دقیق‌تری از نمایشگاه پیدا کنم. غرفه‌ای که ظاهر نه‌چندان جذابی در همان ابتدا ذوقم را کور کرد و حتی بسیاری از محصولات فناورانه در این غرفه تنها در حد کاتالوگ به بازدیدکنندگان معرفی می‌شدند. بالاخره بعد از چند ساعتی گردش در شبستان و گپ‌وگفت با برخی از غرفه داران بخش‌های مختلف از مصلی خارج شدم تا بالاخره از هیاهوی این نمایشگاه که به دلیل چینش نامناسب غرفه‌ها و شلوغی بیش از حد برخی از آنها دور شوم. هرچند اولین روز نمایشگاه نمی‌تواند تصویری دقیق از کلیت نمایشگاه نشان دهد، اما با توجه به زمان محدود این نمایشگاه، می‌توان تا حدی وضعیت امروز و فردا را هم متصور شد.

نمایشگاه دستاوردهای پژوهشی می‌تواند گره تجاری‌سازی دستاوردهای علمی را باز کند؟

آغاز فستیوال بزرگ پژوهشگران دانشگاه‌های کشور

زهرا رضانی- فاطمه طاری‌بخش گروه دانشگاه

روز گذشته بیست‌وچهارمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش و فناوری در مصلی تهران آغاز به‌کار کرد. نمایشگاهی که دوهزار و ۸۸ محصول فناورانه جدید در حوزه‌های فناوری زیستی،

کارشناس مرکز رشد واحدهای فناور پارک علم و فناوری چهارمحال وبختیاری: نمایشگاه بسترا برای فروش محصولات نوآورانه فراهم نمی‌کند

مرتضی صمدی، کارشناس مرکز رشد واحدهای فناور پارک علم و فناوری چهارمحال وبختیاری درباره چالش‌های تجاری‌سازی محصولات از سوی مراکز مستقر در این پارک گفت: «با توجه به دوره‌های آموزشی و راهبری که برای آنها می‌گذاریم، مشخص شده که مراکز رشد و شرکت‌ها در حوزه تجاری‌سازی با چالش‌هایی روبه‌رو هستند که یکی از آنها بحث بازار هدف و مشتریان است که برای آنها دوره‌های آموزشی برگزار می‌کنیم. مشکل دیگر آنها طراحی بیزنس پلن است که به آنها هم در زمینه چگونگی قیمت‌گذاری محصول و نحوه ورودشان به بازار با برگزاری دوره‌های مختلف کمک می‌کنیم.» او ادامه داد: «این قبیل اقدامات باعث می‌شود تا فعالان این حوزه وقتی ثبت شرکت و انجام داده و می‌خواستند محصول‌شان را در بازار ارائه کنند، با توجه به هزینه‌هایشان، قیمت منطقی برای محصول‌شان در نظر بگیرند. یعنی برخی شرکت‌ها می‌دانند روند تولید یک محصول چطور است اما در چگونگی فروش و قیمت‌گذاری روی محصول‌شان

مسئول غرفه دانشگاه تربیت مدرس:

تجاری‌سازی از دل نمایشگاه‌ها بیرون نمی‌آید

هادی علی، دانشجوی دکتری رشته نانو بیوتکنولوژی دانشگاه تربیت مدرس گفت: «محصولاتی که ما در نمایشگاه ارائه داده‌ایم از خروجی پایان‌نامه‌های مقطع دکتری و ارشد دانشجویان نانو بیوتکنولوژی است. همچنین سعی کردیم هر کدام از این محصولات بر اساس نیاز بازار باشند. تمرکز ما بر حوزه درمانی و تشخیصی بوده است که به‌زودی وارد فاز صنعتی می‌شود و طبیعتاً این ویژگی را داشته در سطح گسترده و صنعتی تری تولید شود.» وی افزود: «محصولات دانشگاهی به دلیل اینکه شرکتی نیستند، مسئولیت‌پذیری برای کسب مجوزها برعهده دانشجو و استاد است؛ البته پارک علم و فناوری دانشگاه در راستای فعالیت‌های دانشجویی نقش حمایت‌گری خوبی را ایفا می‌کند.» هادی علی با اشاره به تاثیر برگزاری نمایشگاه‌ها بر فعالیت‌های دانشجویی، تشریح کرد: نمایشگاه‌ها برای پژوهشگران بستر بسیار خوبی است زیرا می‌توانند با دانشجویان در دانشگاه‌های دیگر تبادل نظر و تعامل داشته باشند و همچنین از فعالیت تیم‌های پژوهشی دیگر مطلع می‌شوند، اما بحث تجاری‌سازی به هیچ‌وجه صورت نمی‌گیرد و حتی حمایت‌های مالی از پژوهش‌هایی که در داخل دانشگاه‌ها انجام می‌شود نیز بسیار اندک است.» وی افزود: «برای مثال گرند‌هایی که ما برای هرکدام از این محصولات از دانشگاه دریافت کردیم در فازهای اولیه تحقیق به‌انجام رسید و دانشجو و اساتید به دلیل علاقه و کار برای پروژه‌ها هزینه‌های شخصی می‌کنند. رسالت وزارت علوم این است که رصد واقع‌بینانه و خارج از نمایشگاه به طرح‌های دانشجویی داشته باشد زیرا اساتید جوان بسیار پویتر از اساتید بانجریه هستند و بهتر با طرح‌های پژوهشی دانشجویان خود هم‌گام و همراه می‌شوند، اما بودجه‌ای وجود ندارد.»

فناوری نانو، اپتیک و فوتونیک، مواد پیشرفته، سخت‌افزار برق و الکترونیک، فناوری اطلاعات، تجهیزات پیشرفته، فناوری‌های دارویی، محصولات پزشکی، هوافضا و… در آن عرضه شده است. هرچند گردهمایی تولیدکنندگان محصولات فناورانه می‌تواند ظرفیت مهمی برای شناخت بهتر وضعیت بازار روبه‌رو بوده است.»

صمدی تصریح کرد: «سال‌های قبل نمایشگاه هفته پژوهش در محل دائمی نمایشگاه‌ها بود و به همین دلیل بازدیدکنندگانی که از نمایشگاه‌های دیگر مانند ایران ساخت و… بازدید می‌کردند، سری هم به غرفه‌های پارک علم و فناوری می‌زدند اما امسال این وضعیت را نداریم و اینکه بگوییم در این نمایشگاه قراردادی بسته می‌شود هم چندان برترنگ نیست.» او درباره راهکارهای بهبود وضعیت برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی در حوزه پژوهش کشور اظهار داشت: «باید

کارشناس ارتباط با صنعت دانشگاه شهید بهشتی: نمایشگاه حوزه پژوهشی باید به صورت تخصصی برگزار شود

محمد قاسمی، کارشناس ارتباط با صنعت دانشگاه شهید بهشتی گفت: «ما در دانشگاه‌مان برای تجاری‌سازی محصولات مراکز مستقر در پارک علم و فناوری‌مان برنامه‌های مختلفی داریم و اصلاح‌جزء وظایف این پارک محسوب می‌شود، حتی چند شرکتی که در این نمایشگاه حاضر شده‌اند هم برای تحقق همین هدف به مصلی آمده‌اند.» او ادامه داد: «یکی از چالش‌هایی که ما در بحث شرکت‌ها داریم، این است که ایده‌هایشان متناسب با بازار نیست، از این رو پیشنهاد می‌کنم بخش تحقیقات بازارشان را عمیق‌تر کنند تا بتوانند اولین قدم را محکم بردارند و بعد از آن به‌سمت توسعه محصول‌شان بروند.» کارشناس ارتباط با صنعت دانشگاه شهید بهشتی درباره اثرگذاری این قبیل نمایشگاه‌ها در بحث تجاری‌سازی محصولات ادامه داد: «در ابتدا باید بگویم که اگر تصمیم‌گیرنده بنده باشم ترجیح می‌دهم نمایشگاه‌ها را تخصصی برگزار کنم، چراکه واقعیت این است که نمایشگاه‌های کلی، مخاطبان کلی هم دارند و طبیعی است آنها هم استقبال چندانی از این قبیل نمایشگاه‌ها نداشته باشند.» قاسمی خاطر نشان کرد: «طبیعتاً وقتی موضوع نمایشگاه را می‌گذاریم دستاوردهای پژوهشی، مخاطب اصلا نمی‌داند چه دستاوردهایی در نمایشگاه وجود دارد و به همین دلیل کمتر به این نمایشگاه می‌آیند. اما اگر مثلاً بگوییم در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر نمایشگاه داریم، مخاطبانی که این حوزه برایشان مهم است و حتی صنایع و کسانی که خریدار محصولات هستند هم به نمایشگاه می‌آیند، اما اینکه سه روز نمایشگاه را با موضوعات کلی بگذاریم طبیعتاً کمتر اثرگذار است.»

این حوزه در کشور باشد، اما به‌نظرمی‌رسد برای رسیدن به تجاری‌سازی و پیوند بین تولیدکننده و مصرف‌کننده باید مسیر دیگری را پگیری کرد. در این گزارش سراغ برخی غرفه‌داران مستقر در نمایشگاه رفتیم تا از وضعیت بیست‌وچهارمین دوره نمایشگاه بگویند.

مدیرعامل شرکت کامپیوتری زرآوند:

باید زنجیره تولید محصول تا بازار مصرف را کامل کنیم

احمد سعیدی فر، مدیرعامل شرکت کامپیوتری زرآوند گفت: «با توجه به اینکه ما در حوزه تولید نرم‌افزار کار می‌کنیم، باید بگویم که چالش اصلی ما در بحث تجاری‌سازی این است که زنجیره‌ای که بتواند محصول را از مرحله تولید تا بازار مصرف برساند، کامل نیست. همچنین متأسفانه فضای کسب و کار امن نیست، در این شرایط لازم است تا اولاً شرکت‌ها توانمند بوده و تکنولوژی‌های آنها به‌روز باشد تا تولیدکنندگان ارائه‌دهنده خدمات در تراز دوره عصر تکنولوژی و هوش مصنوعی کار کنند.» او با بیان اینکه در مقابل هم مصرف‌کنندگان تولید نیز قدر این محصولات را بدانند، تصریح کرد: «در این میان ارتباط بین این دو بخش باید بتواند به خوبی نقشش را ایفا کند که متأسفانه در هر کدام از این بخش‌ها نقص‌هایی وجود دارد. به‌طور مثال امروز بیشتر انرژی ما به‌عنوان تولیدکننده صرف‌بقامی‌شود و عمده درگیری‌مان بحث تامین اجتماعی و دارایی و… است و نهادها به‌جای اینکه تقویت‌کننده باشند، عمل‌انرژی‌مان را می‌گیرند. چالش دیگر اینکه آموزه در این حوزه شاهد مهاجرت جدی نیروی انسانی هستیم.» مدیرعامل شرکت کامپیوتری زرآوند، بیان داشت: «وقتی در منابع انسانی ثبات نداشته باشیم، بسیاری از محصولات را نمی‌توانیم تولید کنیم. قطعاً این‌گونه نمایشگاه‌ها اثرات مثبتی دارند اما نه به اندازه منابعی که برای آن مصرف می‌شود. از طرف دیگر با توجه به اینکه این نمایشگاه‌ها وابستگی دولتی دارند، شاید این‌طور تصور شود که اینها بیشتر گزارش‌عملکرد وزارت علوم به حساب می‌آید و تاثیر زیادی برای بخش خصوصی ندارد.»

سعیدی در تصریح کرد: «به‌طور مثال در روز اول بازدیدکننده زیادی از غرفه نداشته‌یم که این بد است و نشان می‌دهد اقبال به این نمایشگاه صورت نمی‌گیرد.»

تجدید آگهی ارزیابی کیفی مناقصه‌گران شماره ۱۱۶۰۰۰۹۱۷۰۲۰۰۴

مناقصه عمومی دومرحله‌ای شماره: ۱۴۰۲۰۶/۲

موضوع مناقصه: الکتروموتور سه فاز ۱ شماره تقاضای خرید: ۱۰۱۹۰-۱۰۱۹۰SAD

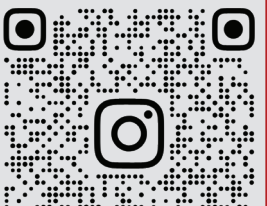
شرکت بهره‌بردار نفت و گاز زاگرس جنوبی مستقر در شهرستان شیراز در نظر دارد مطابق شرایط و مشخصات ذیل الکتروموتور سه فاز مزاد نیاز منطقه عملیاتی آغاز و دالان خود را از شرکت‌های واجد شرایط تامین نماید.
از متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت می‌شود با مراجعه به سامانه تداکات الکترونیک دولت (ستاد) پس از مطالعه دقیق شرایط عمومی و اختصاصی مناقصه و مشخصات فنی کالای موردنیاز، در صورتی‌که توانایی تهیه کالا داشته باشند نسبت به تکمیل و ارسال فرم ارزیابی کیفی مناقصه‌گران واقع در سامانه یاد شده اقدام نمایند.

۱- شرح مشخصات فنی کالاالکتروموتور سه فاز۱رقیبت و کمیت کالادر سامانه ستاد بارگذاری شده است،
۲- کلیه مراحل برگزاری فرآیند مناقصه، از دریافت و بارگذاری اسناد ارزیابی کیفی تا ارسال دعوت‌نامه جهت سایر مراحل، صرفاً از طریق سامانه تداکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس http://www.setadim.ir/https://www.setadim.ir/ (پس از انجام ارزیابی کیفی، شرکت‌های تأییدشده ملزم به ارائه پاکت ضمانتنامه شرکت در فرآیند ارجاع کار معتر بآنکی سه‌ماهه قابل تمدید بارسیده واریزوجه نقد) باشد. حساب جهت واریزوجه با هماهنگی امور مالی مشخص می‌گردد)؛ به مبلغ ۱۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال به نام شرکت بهره‌بردار نفت و گاز زاگرس جنوبی، پیشنهاد فنی و پیشنهاد مالی از طریق سامانه ستاد می‌باشند. در غیر این صورت اقدام ادامه حضور در روند مناقصه وجود نخواهد داشت.
۳- تاریخ‌قبض ضمانتنامه‌های شرکت در فرآیند ارجاع کار، پیشنهادات فنی و پیشنهادات مالی پس از مشخص شدن نتایج ارزیابی کیفی شرکت‌ها، توسط کمیسیون مناقصات اعلام خواهد شد.
۴- زمان برگزاری جلسه توضیح و تشریح اسناد متعلقاً اعلام خواهد شد.
۴-۴ هزینه‌بهره‌رسانی کلیه اسناد بارگذاری شده؛اجمله آگهی تقاضادستورالعمل‌ها فرمت قرارداد خرید، اسناد ارزیابی کیفی مناقصه‌گران، امتیاز فنی ودانه‌ه‌الزامات بازرسی (در صورت وجود) و… ضروری است.
۵- کلیه شرکت‌کنندگان در مناقصه لازم است در فهرست بلند منابع تامین کالای دستگاه مرکزی وزارت نفت (AVL) باشند.
۶- در صورتی‌که کالای موضوع مناقصه در داخل کشور تولید می‌گردد، مناقصه بین تولیدکنندگان داخلی وتامین‌کنندگانی که کالای موضوع مناقصه را از تولیدکننده داخلی تامین می‌نمایند برگزار می‌گردد.
۷- اقدام مربوط به درخواست ۱۰۱۹۰-۱۰۱۹۰SAD باید به صورت پیش‌کریه به آدرس: استان فارس – شهرستان فیروزآباد– ترسیده به فرآشند– منطقه عملیاتی آغاز و دالان- انبار تداکات کالا ارسال گردد.
۸- در صورت برنده شدن ارائه ضمانتنامه انجام تعهدات به میزان ۱۰ درصد مبلغ معامله الزامی است.
۹- برنده مناقصه می‌تواند ارائه ضمانتنامه بانکی معتبر حداکثر به میزان ۱۵٪کلی مبلغ معامله پیش پرداخت دریافت نماید.
۱۰- قیمت تازشده بانوجه به امتیازات فنی ارائه شده توسط کمیته فنی بازرگانی و ضریب تاثیر؛۴ درصد محاسبه وملک تعیین برنده خواهد بود.
نوجه: هرگونه تغییر در شرایط و زمان مناقصه به اطلاع کلیه شرکت‌کنندگان در مناقصه خواهد رسید.
در صورت ضرورت با شماره تلفن ۳۲۱۱۳۴۴۶ و ۳۲۱۱۳۴۵۷- تماس بگیردیم و مکاتبات خود را به شماره فکس ۳۲۱۱۳۴۴۷-۰۷۱ ارسال نماید.

روابط عمومی شرکت بهره‌بردار نفت و گاز زاگرس جنوبی شماره شناسه ۱۶۱۸۱۲۴



کانون تبلیغاتی سیهر جوان
۰۹۳۹۸۸۸۸۶۹۹



مجری انحصاری تبلیغات محیطی دانشگاه آزاد اسلامی