با وجود کارشکنی های اپل

درآمد گوگل افزایش یافت

میترا جلیلی
خبرنگار

درآمد «آلفابت»، شرکت مادر تخصصی گوگل در نتیجه افزایش میزان تبلیغات بر بستر این غول دنیای فناوری، در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ رشدی چشمگیر و خیره‌کننده داشته و با ۴۱ درصد افزایش (نسبت به مدت مشابه پارسال) به ۵۳/۱ میلیارد دلار رسیده است. این درحالی است که بسیاری انتظار داشتند با توجه به جدیدترین چالشی که کمپانی اپل رقم زده است، میزان درآمد و سود این کمپانی ازطریق تبلیغات کاهش یابد.

دردسرسازی اپل و حضور موفق آلفابت

کمپانی اپل در تازه‌ترین تلاش‌های خود برای حفاظت از حریم خصوصی کاربرانش تصمیم گرفت تغییراتی در نحوه دسترسی به اطلاعات دستگاه‌های آیفون که عملاً نیمی از گوشی‌های هوشمند مورد استفاده در ایالات متحده را تشکیل می‌دهند، انجام دهد. اپل طی چند ماه گذشته به کاربران خود کمک کرد تا کنترل بیشتری بر ردیابی احتمالی اطلاعات آنها در فضای ابری، هنگام جست و جو در وب، حضور در شبکه‌های اجتماعی و... داشته باشند و دیتای آنها کمتر در اختیار شرکت‌های تبلیغاتی قرار گیرد. درحال حاضر کاربران اپل می‌توانند مانع جمع‌آوری اطلاعات شان توسط کمپانی‌های فعال در عرصه تبلیغات باشند و هرگونه تلاش گوگل، یوتیوب و سایر کمپانی‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای جمع‌آوری داده‌ها را متوقف کنند. با وجود چنین مانع بزرگی، بسیاری انتظار داشتند آلفابت از نظر میزان درآمد و سود، کاهش قابل ملاحظه‌ای را تجربه کند درحالی که شرایط به گونه‌ای دیگر رقم خورد.

عملاً آلفابت سود ۲۵،۵ میلیارد دلاری را درنتیجه افزایش تبلیغات گوگل تجربه کرد و گوگل به دلیل افزایش میزان تبلیغات اینترنتی، در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ بیشتر از هر شرکت دیگری درآمد حاصل از تبلیغات داشت. در تازه‌ترین گزارش عنوان شده است که تبلیغات گوگل ۵۳/۱ میلیارد دلار از مجموع درآمد ۶۵/۱۲ دلاری آلفابت در سه ماهه سوم را به خود اختصاص داده است که تقریباً ۵ درصد افزایش نسبت به ۶۱/۸۸ میلیارد دلار گزارش شده در سه ماهه دوم و ۴۱ درصد افزایش هم نسبت به سال گذشته داشته است. همچنین در این گزارش آمده است که فروش کلی آلفابت به ۶۵،۱۲ میلیارد دلار افزایش یافت که این رقم بالاتر از میانگین پیش‌بینی شده ۶۳،۳ میلیارد دلاری تحلیلگران مؤسسه پژوهشی Refinitiv است.

کالین کولبرن، تحلیلگر شرکت مشاوره فناوری Forrester دراین‌باره می‌گوید: شرکت آلفابت، گوگل و کمپانی‌های زیرمجموعه آن تقریباً به‌طور کامل از تغییرات ایجادشده توسط اپل مصون مانده‌اند به همین دلیل هم شاهد افزایش درآمدزایی گوگل از محل تبلیغات هستیم.

گفتنی است که مجموع هزینه‌های آلفابت در سه ماهه سوم با ۲۶ درصد افزایش به ۴۴،۱ میلیارد دلار رسید و تعداد نیروی کار این شرکت هم از ۱۵۰ هزار کارمند گذشت. سهام آلفابت هم از پایان سال گذشته نسبت به بسیاری از همتایان بزرگ برتری داشته و حدود ۵۷ درصد افزایش یافته است. دراین مدت مایکروسافت ۳۹ درصد، فیس بوک ۲۰ درصد و آمازون هم ۲درصد نسبت به مدت مشابه ۲۰۲۰ رشد داشته‌اند.

همچنین در بیانیه‌ای که قبل از اعلام درآمد آلفابت به اشتراک گذاشته شد، «ساندار پیچای»، مدیرعامل گوگل و آلفابت به بهبود وضعیت موتور جست‌وجوی گوگل و پیکسل ۶ به عنوان نمونه‌هایی از سرمایه‌گذاری موفق محصولات خود اشاره کرد و یادآور شد که آلفابت بر «اولین شرکت هوش مصنوعی» خود تمرکز دارد. وی همچنین میزان فروش تبلیغات سه‌ماهه سوم را بالاتر از حد انتظار اعلام کرد و یادآور شد که این موضوع نشانه‌ای از این است که کسب‌وکار آنلاین درحال غلبه بر محدودیت‌های جدید ایجاد شده توسط اپل برای ردیابی کاربران آیفون است و خرید آنلاین مانند همیشه در فصل تعطیلات از محبوبیت برخوردار خواهد بود. گوگل ازطریق موتور جست‌وجوی خود، سرویس ویدیویی یوتیوب و همچنین مشارکت‌هایی در سراسر وب، تبلیغات اینترنتی بیشتری نسبت به هر شرکت دیگری به فروش رسانده است. ازسوی دیگر طبق این گزارش، به دلیل پاندمی کووید۱۹، مردم در دوسال گذشته زمان بیشتری را به صورت آنلاین گذرانده‌اند وعادات جدید آنها همچنان پابرجاست، به همین دلیل هم میزان تقاضا برای خدمات و سرویس‌های گوگل از سال گذشته تاکنون افزایش یافته است و این روند همچنان ادامه دارد.

«فیلیپ شیندلر»، مدیر ارشد بازرگانی گوگل هم دراین‌باره گفت: تغییر مصرف‌کنندگان به سمت دنیای دیجیتال واقعی است و حتی درحال حاضر یعنی زمانی که شاهد بازگشت تدریجی مردم به فروشگاه‌ها هستیم، این حضور ادامه خواهد یافت.

درآمدزایی یوتیوب

طبق این گزارش، میزان درآمد تبلیغات یوتیوب هم که در مالکیت گوگل قرار دارد، در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ میلادی به ۷/۲ میلیارد دلار افزایش یافته است و این موضوع هم در افزایش درآمدزایی آلفابت از ناحیه تبلیغات، تأثیرگذار بوده است. همچنین طبق این گزارش، تحلیلگران یادآور شده‌اند چیزی نمانده است که میزان درآمد این پلتفرم ویدیویی از نتفلیکس پیشی بگیرد. نتفلیکس در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ میزان درآمد خود را حدود ۷،۵ میلیارد دلار گزارش کرده است و برای بسیاری از محققان و تحلیلگران نزدیکی درآمد تبلیغاتی یوتیوب به کل درآمد نتفلیکس، بسیار جالب توجه بوده است.

«روث پورات»، مدیر ارشد مالی آلفابت هم با اشاره به تلاش‌های اپل برای تأثیرگذاری بر فروش تبلیغات یوتیوب گفت: بنا به نتیجه تحقیقات تحلیلگران ما، گوگل به‌طور کلی کمتر از کمپانی‌های مشابه، تحت تأثیر فعالیت‌های اپل در ممانعت از ردیابی اطلاعات کاربران قرار گرفته است زیرا موتور جست‌وجوی گوگل داده‌هایی را در مورد علایق کاربران جمع‌آوری می‌کند که برای شرکت‌های فعال در حوزه تبلیغات بسیار ارزشمند و کارآمد است و عملاً می‌تواند تلاش اپل را خنثی کند.

«فیلیپ شیندلر»، مدیر ارشد بازرگانی گوگل هم از یوتیوب به عنوان بستری برای کسب و کارهای آینده یاد کرد و با اشاره به حضور و فعالیت حداقل ۲ میلیون تولیدکننده محتوا بر بستر یوتیوب و انجام تبلیغات توسط آنان گفت: نسل بعدی کسب‌وکارها و شرکت‌های رسانه‌ای توسط سازندگان در یوتیوب ساخته می‌شوند و ما خوشحالیم که به رشد آنها کمک می‌کنیم.

در این گزارش همچنین با اشاره به درآمد تبلیغاتی ۷/۲ میلیارد دلاری یوتیوب در سه ماهه سوم امسال آمده است که این میزان نسبت به سه ماهه دوم امسال افزایش اندکی داشته است. در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۱ میلادی، یوتیوب بیش از ۷ میلیارد دلار درآمد تبلیغاتی کسب کرد که البته این رقم تقریباً یک میلیارد دلار از درآمد تبلیغات سه ماهه اول سال‌جاری میلادی این پلتفرم ویدیویی بیشتر بوده است.

«روث پورات»، مدیرمالی گوگل و آلفابت همچنین در این گزارش یادآور شده است که انتظار دارد در سه ماهه چهارم به دلیل همزمانی با فصل تعطیلات و همچنین فروش فیت‌بیت و اشتراک‌های یوتیوب، این پلتفرم در سایر حوزه‌ها حتی حوزه سخت‌افزاری نیز نقش آفرینی کند و درآمدزایی داشته باشد. اما پورات پیش بینی کرده است که در سه ماهه چهارم امسال سهم گوگل‌پلی از رشد میزان درآمد آلفابت بیشتر از بقیه بخش‌ها خواهد بود. وی بخشی از این موضوع را هم به کاهش ۱۵درصدی هزینه خدمات مربوط می‌داند که در ماه جولای آغاز شد. یوتیوب همچنین از طریق YouTube Shorts تمرکز خود را روی ویدیوهای کوتاه ادامه داده است. YouTube Shorts یک سرویس ویدیوی کوتاه است که تعداد بازدیدهای روزانه از آن در اواخر جولای از ۱۵ میلیارد بازدید نیز فراتر رفت.

تبلیغات مؤثر توئیتر

توئیتر هم یکی دیگر از غول‌های فناوری جهان است که با کمک درآمد حاصل از تبلیغات، موفق شد تاحدی ضرر و زیان خود را جبران کند. این کمپانی که در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ درآمد ۱،۰۲۸ میلیارد دلاری داشته، درآمد حاصل از تبلیغات خود از این رقم را ۱،۰۱۴ میلیارد دلار می‌داند. درحالی که درآمد حاصل از تبلیغات این کمپانی افزایش ۴۰ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشته ولی به دلیل افت ارزش سهام، کل درآمد توئیتر با کاهش مواجه بوده است. همین موارد نشان می‌دهد که بیشتر کمپانی‌های فناوری، تبلیغات را به عنوان یک منبع درآمدزایی مهم درنظر گرفته‌اند و تلاش دارند با استفاده از ابزارهایی همچون هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی و... بر توان این بخش بیفزایند که خود زمینه ساز افزایش درآمدزایی آنها شود.

وزیر ارتباطات:

فرصت‌های فضای مجازی بیش از تهدیدات آن است

عیسی زارع‌پور وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در سفر یک‌روزه خود به شهر قم و دیدار با تعدادی از علما و مراجع عظام بر اینکه فرصت‌های فضای مجازی بیش از تهدیدات آن است، تأکید کرد.

به گزارش «ایران»، وزیر ارتباطات در این دیدارها به اهمیت فناوری اطلاعات در زندگی مردم پرداخت و گفت: امروز {بستر} زندگی مردم اعم از آموزش، کسب‌وکار و خدمات روزمره به فضای مجازی گره خورده است.

زارع‌پور با اشاره به راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات افزود: ما با راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات به دنبال ایجاد شبکه‌ای پرسرعت برای خدمات بهتر به مردم هستیم و این به معنی قطع اینترنت جهانی نیست. وی گفت: تحقق دولت الکترونیک می‌تواند باعث حل مشکلات و ارتقای کارآمدی نظام اداری و از بین بردن زمینه‌های فساد و حذف امضاهای طلایی شود.

وزیر ارتباطات افزود: در چند سال گذشته زیرساخت‌های بسیار خوبی در حوزه ارتباطات فراهم شده اما به کار بیشتری نیاز دارد و تا پایان سال‌جاری فاز اول اپراتور کودک نیز برای استفاده مناسب و مدیریت شده کودکان و خانواده‌ها راه‌اندازی می‌شود. زارع‌پور به فرصت‌ها و تهدیدات فضای مجازی نیز اشاره کرد و گفت: فضای مجازی آسیب‌ها و چالش‌های جدی نیز دارد و باید برای آن تدبیر کرد اما فرصت‌های فضای مجازی بیش از تهدیدات آن است که باید با نگاه فرصت‌محور از این فضا به صورت حداکثری استفاده کنیم.

عزم دولت برای توسعه اینترنت ثابت

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات همچنین در دیدار با مدیران شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی ثابت (FCP) با اشاره به حمله سایبری اخیر به سامانه هوشمند سوخت نیز گفت: در تقسیم کاری که برای پیشگیری و مقابله با حوادث سایبری پیش‌بینی شده، حفاظت از زیرساخت‌های حیاتی بر عهده پدافند غیرعامل و مرکز راهبردی افتا است بنابراین وزارت ارتباطات در این زمینه مسئولیتی ندارد و به همین دلیل تا امروز در این‌باره موضع‌گیری نکرده است. وی افزود: بر اساس گزارش مرکز پایش امنیت سایبری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، روزانه با چندین حمله سایبری از حملات ساده گرفته تا حملات پیچیده مواجه هستیم بنابراین ضروری است بیش‌ازپیش آمادگی خود را برای مقابله با حملات سایبری افزایش دهیم. زارع‌پور گفت: امروز شاهد توسعه نامتوازن ارتباطات ثابت و سیار در کشور هستیم و برخلاف دنیا ارتباطات ثابت در کشور بخوبی توسعه پیدا نکرده و کاربران ما برای مدیریت ترافیک مصرفی خود در منزل از فناوری تلفن همراه استفاده می‌کنند. وزیر ارتباطات با بیان اینکه باید این موازنه را تغییر دهیم و مأموریت خود را با همراهی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی ثابت محقق کنیم، گفت: توسعه ارتباطات پرسرعت ثابت در دولت سیزدهم بحثی راهبردی بوده و عزم دولت سیزدهم بر توسعه ارتباطات ثابت است و موانع پیش رو نمی‌تواند ما را از رسیدن به این هدف باز دارد. وی با بیان اینکه شرکت‌های خدمات ارتباطی ثابت در مسیر توسعه ارتباطات ثابت نقش کلیدی دارند، گفت: ما در وزارت ارتباطات آمادگی داریم تمام ظرفیت‌های کشور را پای کار بیاوریم تا ارتباطات ثابت به‌سرعت روی ریل توسعه قرار گیرد و این اتفاق باید در دو سه سال آینده رقم بخورد به همین دلیل بزودی کارگروهی تشکیل و نماینده ویژه‌ای منصوب خواهد شد و مسئول توسعه ارتباطات ثابت در کشور خواهد بود. زارع‌پور افزود: برای تحقق پروژه بزرگ ملی توسعه ارتباطات ثابت در کشور کار بزرگی را در پیش داریم و امیدوارم با همراهی بخش خصوصی بتوانیم تا چهار سال آینده حداقل ۲۰ میلیون پورت پرسرعت ثابت را عملیاتی کنیم.

نوبت دوم

موضوع: مزایده بهره‌برداری از منافع سالن ۲

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

به منظور انجام امور مربوط به رسانه، ساخت فیلم و مسابقه

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در نظر دارد مزایده عمومی فوق‌الذکر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری از دریافت اسناد مزایده تا ارائه پیشنهادات مزایده گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مزایده گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند. تاریخ انتشار مزایده در سامانه ۱۴۰۰/۸/۸ می‌باشد.

تضمین شرکت در مزایده: (شماره مزایده: ۵۰۰۰۰۰۱۰۶۳۰۰۰۰۵۷) ۰۰۰ / ۰۰۰ / ۴۳۲ ریال، به صورت واریز وجه به حساب **سپرده شرکت ۴۰۰۱۰۵۷۹۰۶۳۷۴۰۴۷ به نام تمرکز** وجوه سپرده نزد بانک مرکزی به نام شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران که اعتبار آن کمتر از سه ماه نبوده و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد.

قیمت‌های پیشنهادی مزایده‌گران به مدت سه ماه اعتبار دارد.

آخرین مهلت دریافت اسناد مزایده از سایت:	ساعت ۱۴:۳۰	روز: چهارشنبه	تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۱۲
آخرین مهلت پیشنهاد:	ساعت ۱۴:۳۰	روز: شنبه	تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۲۲
زمان بازگشایی پاکت‌ها:	ساعت: ۹:۰۰	روز: یکشنبه	تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۲۳

آدرس: تهران، بزرگراه شهید چمران، خیابان سئول، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی، تلفن: ۲۱۹۱۲۸۸۷

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس: ۴۱۹۳۴ دفتر ثبت‌نام: ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

نوبت اول

فراخوان مزایده عمومی (م ز/۱/۴۰۰)

شرکت سهامی پتروشیمی بندر امام (سهامی عام)

فروش ضایعات سلویج مجتمع پتروشیمی بندر امام

ردیف	شماره مزایده	نوع فرآیند	موضوع مزایده	مزایده‌گزار	زمان بازگشایی پاکات	تلفن تماس	نوع و مبلغ سپرده شرکت در مزایده
۱	م ز/۱/۴۰۰	مزایده عمومی	فروش ضایعات سلویج مجتمع پتروشیمی بندر امام شامل: ضایعات آهن، مس، آلومینیوم، استیل، پشکه‌های فلزی و پلاستیکی، فلزات آلیاژی و کوره‌ها	شرکت پتروشیمی بندر امام	حداقل دو هفته از تاریخ تحویل پاکات پیشنهاد قیمت	۰۶۱۵۲۲۵۲۳۷۰	۶،۲۳۸،۰۰۰،۰۰۰ ریال؛ به‌صورت ضمانت‌نامه بانکی/چک تضمین‌شده بانکی و یا واریز وجه نقد به‌حساب مزایده‌گزار

- ضایعات موضوع مزایده به‌صورت تدریجی و طی مدت زمان دوازده ماه شمسی، وفق شرایط مندرج در اسناد مزایده، به خریدار تحویل داده خواهد شد.
- **خرید اسناد مزایده:** واریز مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال از طریق درگاه پرداخت اینترنتی به نشانی تارنمای مرقوم در ذیل همین آگهی
- **مهلت، زمان و نشانی اینترنتی جهت دانلود اسناد مزایده:** تا ۸ روز از تاریخ انتشار نوبت دوم این آگهی (به فاصله ۲۴ ساعت پس از انتشار نوبت اول)، به‌صورت آنلاین در سایت اینترنتی مرقوم در همین آگهی
- **مهلت، زمان و نشانی تحویل پاکات پیشنهاد قیمت:** ظرف مدت حداقل ۱۰ روز پس از اتمام مهلت دریافت اسناد مربوط (زمان درج شده در اسناد) و به نشانی: استان خوزستان- بندر امام خمینی- مجتمع پتروشیمی بندر امام- ساختمان دفتر مرکزی- اتاق ۱۱۹

این اسناد به نشانی WWW.BIPC.org.ir؛ لینک «سامانه معاملات»

قابل مشاهده و پس از تکمیل فرآیند خرید، قابل دانلود می‌باشد.

«سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده آمده است»

روابط عمومی شرکت سهامی پتروشیمی بندر امام (سهامی عام)

نوبت دوم

موضوع: تجدید مناقصه

تأمین ۳ دستگاه سرویس اداری (سواری) مورد نیاز شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در نظر دارد تجدید مناقصه عمومی فوق‌الذکر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهادات مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۴۰۰/۸/۸ می‌باشد.

تضمین شرکت در مناقصه: (شماره مناقصه: ۱۴۰۰۰۰۰۱۰۶۳۰۰۰۰۰۱) ۰۰۰ / ۰۰۰ / ۱۲۴ ریال، به صورت واریز وجه به حساب سپرده شرکت ۴۰۰۱۰۵۷۹۰۶۳۷۴۰۴۷ به نام تمرکز وجوه سپرده نزد بانک مرکزی به نام شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران که اعتبار آن کمتر از سه ماه نبوده و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد.

قیمت‌های پیشنهادی مناقصه‌گران به مدت سه ماه اعتبار دارد.

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت:	ساعت ۱۴:۳۰	روز: چهارشنبه	تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۱۲
آخرین مهلت پیشنهاد:	ساعت ۱۴:۳۰	روز: شنبه	تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۲۲
زمان بازگشایی پاکت‌ها:	ساعت: ۱۰:۰۰	روز: یکشنبه	تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۲۳

جلسه توجیهی مناقصه: ساعت ۱۰ روز یک‌شنبه تاریخ ۱۴۰۰/۸/۱۶ در محل دفتر مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی می‌باشد.

آدرس: تهران، بزرگراه شهید چمران، خیابان سئول، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی، تلفن: ۲۱۹۱۲۸۸۷

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۴۱۹۳۴ دفتر ثبت‌نام: ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

نوبت اول

برگزاری هجدهمین مانور پتروشیمی جم در سال ۱۴۰۰

هجدهمین مانور سالیانه آمادگی و واکنش در شرایط اضطراری مجتمع پتروشیمی جم با موضوع وقوع نشتی بوتادین از فلنج لاین خروجی P-7020B در واحد آفسایت برگزاری و ارزیابی شد.

به گزارش روابط عمومی و امور بین‌الملل پتروشیمی جم، بر اثر قطع ناگهانی مسیر بوتادین به دلیل بستن EV در اسکله ۳، فشار خط بالا رفته و نشتی از فلنج لاین خروجی P-7020B اتفاق می‌افتد. نفرات سایت بهره‌برداری با رؤیت ابر گاز متوجه این مسئله می‌شوند و بلافاصله با اتاق کنترل تماس گرفته و هایدرانت مانیتورهای شرق تانک ۷۰۲۰ را باز می‌کنند. سپس پرسنل اتاق کنترل بهره‌برداری، اتاق کنترل آتش‌نشانی را مطلع می‌سازند و مسؤول عملیات واحد، کشیک ارشد تعمیرات را در جریان اتفاق حادث شده قرار داده که بر همین اساس تیم‌های واکنش در شرایط اضطراری سریعاً به محل اعزام و اقدام‌های لازم در جهت کاهش مخاطرات و کنترل شرایط به وضع طبیعی را انجام می‌دهند.

در پایان ارزیابی‌های افسر حراست، افسر لجستیک و تعمیرات به لحاظ سرعت عمل گروه حراست در مواجهه با شرایط اضطراری، نحوه کنترل ترافیک در سطح مجتمع، وضعیت راهنمایی و هدایت نیروهای عملیاتی و امدادی؛ ارزیابی بهداشت و درمان به لحاظ مدت زمان رسیدن اولین آمبولانس به محل حادثه، توانایی در اتخاذ تصمیم و شناسایی خطر در کوتاه‌ترین زمان ممکن، توانایی انعطاف، تصمیم‌گیری و مقابله با تغییر شرایط و چالش‌های احتمالی؛ ارزیابی تیم فرماندهی حادثه به لحاظ توانایی در اتخاذ تصمیم، شناسایی خطر و انتقال این موارد در کوتاه‌ترین زمان ممکن، ارزیابی صحیح از وضعیت تجهیزات و امکانات مورد نیاز، نحوه نظارت کلی بر صحنه عملیات، و میزان انجام مسؤولیت‌های مربوط به بررسی، ارزیابی و بازنگری برنامه عملیات انجام شد.

همچنین نحوه تصمیمات استراتژیک، تاکتیکی و اجرا به لحاظ مشخص کردن استراتژی، تاکتیک و نحوه اجرا در مقابله با شرایط اضطراری، وضعیت درخواست منابع کمکی برای حمایت از انجام عملیات‌های اجرایی و تاکتیکی؛ ارزیابی نحوه اعلام و اعزام تیم آتش‌نشانی به لحاظ دقت عمل در تکمیل فرم ثبت اطلاعات حوادث یا شرایط اضطراری اعلان شده توسط کنترل آتش‌نشانی، سرعت عمل گروه بهره‌برداری در مواجهه با شرایط اضطراری، وضعیت وسایل ارتباطی و... مورد ارزیابی قرار گرفت.

از نقاط قوت این مانور استفاده مناسب و کامل نیروهای آتش‌نشانی از تجهیزات استحفاظی، دسترسی آسان به مدارک فرآیندی از قبیل P&ID، آماده به کار بودن تجهیزات فیکس آتش‌نشانی مستقر در واحد، استفاده از Fire Kit توسط نفرات تعمیرات در زمان آچارکشی، در سرویس قرار دادن هایدرانت مانیتور اطراف پمپ P-7020B توسط اپراتور سایت جهت رقیق‌سازی و کنترل نشتی در مراحل اولیه حادثه و استفاده از Fire Kit توسط نفرات بهره‌برداری در زمان ارزیابی اولیه بود.

در نشست پایانی مانور، فرصت‌های بهبود با تعیین مسؤولیت پیگیری اعلام و مستندسازی شده و پیشنهادات برای برگزاری بهتر عملیات آینده مطرح گردید.

روابط عمومی شرکت پتروشیمی جم