جزئیات وام جدید کرونا

علاءالدین ازوجی، مدیرکل دفتر سیاستگذاری و توسعه اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی درباره جزئیاتی جدید از تسهیلات کرونایی گفت: تسهیلات کرونایی جدید ویژه کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از کرونا، بنگاه‌محور است.
وی ادامه داد: به بخش حمل‌ونقل که از گذشته این تسهیلات پرداخت می‌شد و اکنون برای پرونده‌های باقی‌مانده ادامه دارد. مبلغ مدنظر برای بخش حمل‌ونقل ۳۵۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی از قبل بود که درحال پرداخت است. ازوجی با بیان این‌که چارچوب پرداخت تسهیلات مانند اعطای تسهیلات قبلی است گفت: تفاوت در زمان حاضر این است که چگونگی پرداخت را خود بخش اجرایی مربوط تعیین کرده است.

مدیرکل دفتر سیاستگذاری و توسعه اشتغال وزارت کار ادامه داد: این تسهیلات به کسب‌وکارهای آسیب‌دیده در سه بخش گردشگری، ورزش و فرهنگ، هنر و رسانه تعلق می‌گیرد. بخش گردشگری ۲۰۰۰ میلیارد تومان، بخش ورزش ۸۰۰ میلیارد تومان و بخش فرهنگ و رسانه ۱۷۰۰ میلیارد تومان دریافت می‌کنند./ تسنیم

گفت‌وگو با حمید زادبوم، معاون وزیر صمت درباره چشم‌انداز اقتصادی سال آینده

اعزام ۲۰ رایزن بازرگانی در ۱۴۰۰

میثم مهرپور
دبیر گروه اقتصاد

یکی از راه‌های خنثی کردن تحریم‌های اقتصادی علیه اقتصاد ایران را می‌توان افزایش ارزآوری کشور از طریق صادرات غیرنفتی دانست. ظرفیتی که باتوجه به تعداد کشورهای همسایه و هم‌مرز با ایران و پتانسیل‌های بالای اقتصادی کشور می‌تواند عملا تحریم خرید مقداری نفت و تحریم‌های پولی و بانکی بر علیه اقتصاد ایران را ناکارآمد و خنثی کند. جام جم در گفت‌وگویی با دکتر حمید زادبوم معاون وزیر صمت و رئیس سازمان توسعه تجارت به بررسی بازار کشورهای همسایه، ضرورت ایجاد تنوع در بازارها و اقلام صادراتی ایران و آخرین وضعیت اعزام رایزن‌های بازرگانی به کشورهای همسایه پرداخته است. متن کامل این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

یکی از مشکلات تجارت خارجی ما چه در بعد صادرات و چه واردات محدود بودن شرکای تجاری ما به چند کشور خاص است. در این شرایط وقتی مشکلی برای این کشورها ایجاد شود ما آسیب زیادی از این موضوع خواهیم دید. در یک سال اخیر چه اقداماتی برای رفع مشکل عدم تنوع بازارهای صادراتی انجام شده است؟

در بحث صادرات ما با دو موضوع «تنوع بازار» و «تنوع محصولات صادراتی» مواجهیم. طبیعتا تنوع اقلام صادراتی به میزان زیادی به تولید اقلام صادراتی بستگی دارد برای همین ما باید به سمتی برویم که تولیدات ما متناسب با نیاز بازارهای هدف باشد. تحقق این امر نیاز به یک تحول جدی در تولید کشور دارد یعنی اگر به دنبال تنوع‌بخشی به اقلام صادراتی هستیم باید به موازات آن ساختار تولید در کشور هم تغییر کند.
از سال ۲۰۰۷ مطالعاتی به‌نام «فضای محصول» در دنیا انجام شده و در ایران هم چند سالی است که این مطالعات آغاز شده است آنجا پیچیدگی اقتصادی کشورهای توسعه یافته مورد بررسی قرار گرفته که براساس آن مشخص شد در کشورهایی مثل ایران که اقتصاد آنها بر پایه نفت بوده، صنعت و فضای تولید متنوعی وجود نداشته است لذا باید به سمت تنوع‌سازی در محصول برویم و ببینیم چگونه می‌توان تولیدات صادراتی کشور را متنوع‌تر و بیشتر کنیم اما طبیعتا کشور ما در این زمینه خیلی جوان است و باید بیشتر تلاش کند تا به آن هدف برسد.

تنوع اقلام را مهم‌تر می‌دانید یا تنوع کشورها را؛ چون برخی معتقدند تنوع اقلام باعث تمرکززدایی می‌شود و قدرت رقابت کالای ایرانی را کاهش می‌دهد؟

بله ممکن است این پارادوکس در بعضی محصولات وجود داشته باشد اما این را باید بدانیم که تمرکز بر اقلام ریسک خودش را دارد چراکه باعث وابستگی شما می‌شود و اگر تأسیسات و زیرساخت‌های آن محصول به نوعی مورد هجوم قرار بگیرد همه چیز از دست می‌رود. پس این سوال جای بحث دارد اما به هرحال با گسترش سرمایه‌گذاری می‌توان به سمت تنوع اقلام و محصولات تولیدی رفت. شخصا معتقدم تنوع در تولید مهم است اما به شرطی که شما بتوانید در زنجیره‌های جهانی قرار بگیرید پس اگر می‌خواهیم تنوع‌سازی در تولید داشته باشیم حتما باید به این سمت برویم که اولا ریسک نکرده و خودمان را در یکسری اقلام خاص محدود نکنیم ثانیا ببینیم چیزی که به سمت تولید آن می‌رویم جایگاهش در زنجیره‌های جهانی ارزش کجاست. در واقع برای حضور در بازارهای جهانی یا باید تولید یک کالا از اول تا آخر در اختیار شما باشد یا باید در زنجیره تولید قرار بگیرید. چراکه در دنیا این زنجیره‌ها تعریف شده است. با این فرض و تحقق شرط هر چه به سمت تنوع تولید برویم طبیعتا خیلی خوب است چراکه در صورت حذف شما از زنجیره‌های جهانی این زنجیره‌ها تحت‌تاثیر قرار می‌گیرد بنابراین نمی‌توانند شما را حذف کنند. اما درباره تنوع کشورهایی که با آنها مبادلات تجاری داریم ما با یک پارادوکس مواجه هستیم. در شرایطی که قرار داریم مجبوریم بر روی کشورهای همسایه و شرکای تجاری خوب‌مان مثل هند، چین و برخی کشورهای محور مقاومت مانند سوریه، لبنان و یمن تمرکز کنیم.

> برای حضور در بازارهای جهانی یا باید تولید یک کالا از اول تا آخر در اختیار شما باشد یا باید در زنجیره تولید قرار بگیرید. چرا که در دنیا این زنجیره‌ها تعریف شده است. با این فرض و تحقق شرط هر چه به سمت تنوع تولید برویم طبیعتا خیلی خوب است چراکه در صورت حذف شما از زنجیره‌های جهانی این زنجیره‌ها تحت‌تاثیر قرار می‌گیرد بنابراین نمی‌توانند شما را حذف کنند

این باگفته شما که باید برای صادرات تنوع کشورها را مدنظر داشته باشیم در تناقض است اما طبیعتا در شرایطی که ما باتوجه به محدودیت‌های حمل‌ونقل و... بر تجارت با کشورهای همسایه تمرکز کرده‌ایم، اینها نباید ما را فریب دهد و از بازارهایی که در آنها پتانسیل تجارت و صادرات داریم دور کند.

ما در آسیای شمالی، ویتنام، اندونزی و تایلند هم پتانسیل‌هایی داریم که این ظرفیت را فراموش نکرده‌ایم و مطالعات خود را در این رابطه ادامه می‌دهیم. حتی در سال‌های گذشته ما در اندونزی و ویتنام رایزن بازرگانی داشتیم که حالا با بهبود اوضاع، مجدد رایزن هم اعزام خواهیم کرد.
از یک طرف تمرکز بر بازارهای همسایه و شرکای تجاری مهم است و از طرف دیگر اگر ما پتانسیل‌های دیگری در سایر کشورها داریم باید این پتانسیل‌ها را شناسایی کنیم که این کار در حال انجام است. مثلا ما نباید از بازارهای آفریقا، آمریکای لاتین و بعضی بازارهای اروپایی غافل شویم. هرجا که بتوانیم محصول بفروشیم و در زنجیره‌ها قرار بگیریم باید این کار را انجام دهیم. البته فعلا هدف ما از تمرکز بر بازارهای همسایه این است که بتوانیم با سرعت بیشتری تجارت خارجی‌مان را از حالت انفعال خارج کرده و صادرات انجام دهیم. به هرحال کشتیرانی، حمل و نقل، مبادلات پولی و... مشکلات خودش را برای صادرکنندگان ما ایجاد می کند و هر چه بازار دورتر باشد دسترسی صادرکنندگان به حق و حقوق‌شان ممکن است با مشکل و آسیب بیشتری روبه‌رو باشد. به همین دلیل مجبوریم فعلا بر کشورهای همسایه تمرکز داشته باشیم.
در سال ۹۷، چیزی حدود ۵۴درصد صادرات‌مان به ۱۵کشور همسایه بود و در هشت‌ماهه اول سال ۹۹ به بیش از ۶۲درصد رسیده و هدف ما این است که این عدد را تا پایان سال جاری به ۷۰درصد برسانیم که این هدف تا حدی با آن بحث تنوع بازاری که به آن اشاره کردیم تناقض دارد ولی در حال حاضر مجبوریم تا وقتی که این دوران را پشت سر بگذاریم صبر کنیم، اما از سایر بازارها نیز غافل نیستیم و در حال مطالعه روی کشورهای آفریقا، آمریکای لاتین و آسیای دور هستیم.

البته به فرض تداوم تحریم‌ها، تمرکز روی بازارهای همسایه ایرادی هم ندارد. چون در بدترین شرایط تحریمی نیز بازارهای همسایه به‌دلیل وجود مرز مشترک و سهولت در نقل و انتقالات پولی و... می‌تواند بازار مناسبی برای صادرات کالاهای ایرانی باشد.

کشورهای همسایه ما در سال ۲۰۱۸ بیش از هزار میلیارد دلار واردات داشته‌اند. ما بررسی کردیم این حدود هزارمیلیارد دلار چه کالاهایی بوده است؟ آنها را طبقه‌بندی کردیم؛ چهار کشور مهم آنها که بیشترین واردات را داشتند عربستان سعودی، ترکیه، امارات و روسیه بودند که نزدیک به ۸۰درصد کل واردات این ۱۵ کشور را به خود اختصاص می‌دهند. ضمن این‌که بخش مهمی از واردات آنها هم مربوط به اقلام الکترونیک و موبایل است که ما صادرات این اقلام را اصلا نداریم؛ یعنی عدد هزارمیلیارد واردات این کشورها نباید ما را گمراه کند، چراکه پتانسیل ما از این هزارمیلیارد دلار، حدود ۱۰۰میلیارد دلار است، یعنی حدود ۱۰۰میلیارد دلار این ۱۵ کشور سابقه واردات داشته و ما نیز سابقه صادرات داریم.

الان وضعیت صادرات ما به این کشورها چگونه است؟

کل صادرات ما در سال گذشته ۴۱ میلیارد دلار بوده که حدود ۲۴ میلیارد دلار آن صادرات به ۱۵ کشور همسایه بوده است. در طول هشت‌ماه نخست امسال از مجموع ۲۱ میلیارد دلار صادراتی که داشته‌ایم حدود ۳/۱۳ میلیارد دلار آن مربوط به کشورهای همسایه بوده است. ما باید بخش تولید را نسبت به این قضیه آگاه کنیم، چراکه این پتانسیلی است که اطراف ایران وجود دارد و یک ظرفیت خدادادی است که باید تلاش کنیم حداقل نیمی از این ظرفیت بالقوه به فعلیت برسد.

یک سوال و ابهام اساسی این است که ما سال‌هاست از نبود برندینگ یا بسته‌بندی‌های مناسب و اینها گلایه می‌کنیم. برای مثال مدت‌هاست می‌گوییم بزرگ‌ترین تولیدکننده زعفران در دنیا ایران است اما سهم ما در بازارهای صادراتی اندک بوده و زعفران ایران به صورت فله‌ای صادر می‌شود. واقعا کی قرار است این مشکلات حل شود؟ باید چه کار کرد؟ به‌هرحال باید از یک جایی شروع کنیم.

حقیقت این است که ما در این موضوعات کشور جوانی هستیم و نباید خودمان را با کشورهایی که در این موضوعات جلودار هستند مقایسه کنیم. متاسفانه سطح آگاهی ما از قوانین تجارت بین‌الملل پایین است؛ یعنی مقرراتی بر نظام تجارت بین‌الملل حاکم است که اغلب در ضمن موافقت‌نامه‌های سازمان بین المللی تجارت گنجانده شده که چون ما عضو آن نبوده‌ایم خودمان را خیلی ملزم به رعایت آن قوانین نیز نکرده و این قواعد را منتشر نکرده‌ایم بنابراین صادرکنندگان و حتی مجریان اداری ما در سازمان‌های دولتی اغلب به این مقررات آشنایی و تسلط ندارند و خود این موضوع باعث شده تجار ما اطلاعات‌شان از نظام تجارت جهانی عقب‌تر باشد.
اما در موضوع زعفران که ما نیز به‌طور خاص روی آن کار کردیم و در ۲۰ سال گذشته یعنی از سال ۸۱ حتی جایزه صادراتی به صادرکنندگان برتر می‌دادیم و اعلام کردیم اگر زعفران را بسته‌بندی کنید و با گرم کمتری صادرات انجام دهید تشویق می‌کنیم و جایزه می‌دهیم اما این جایزه به صادرات فله‌ای تعلق نمی‌گیرد. به تبع آن شورای ملی زعفران، اتحادیه زعفران و... تشکیل شد و چند صادرکننده خوب در حوزه زعفران در این ۲۰ سال شکل گرفتند که الان در بازارهای جهانی مطرح هستند اما تعداد این صادرکنندگان نسبت به پتانسیل‌های ما بسیار کم است. از طرفی با مطرح شدن این صادرکننده‌ها خیلی از تولیدکنندگان کوچک با خودشان گفتند چرا تولیدات ما باید با قیمت کمی فروخته شود اما صادرکننده‌ها با قیمت بسیار بیشتری محصول را صادرات کنند در نتیجه یک شکاف بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان زعفران ایجاد شد که خود تولیدکنندگان مستقلا دست به صادرات زدند؛ چون زعفران محصولی قاچاق‌پذیر است یک چمدان از زعفران را از کشور خارج کرده و در کشورهای همسایه زیر قیمت صادراتی به فروش می‌رسانند. این موضوعات به صادرات کشور ضربه می‌زند. درواقع تولیدکنندگان و صادرکنندگان کشور ما نیاز به آموزش دارند تا بدانند چگونه باید با یکدیگر هماهنگ شده و چگونه به بازارها ورود پیدا کنند.
ما نیاز داریم که سطح دانش عمومی در مورد تجارت بین‌الملل را در تمام بخش‌های کشور حتی بخش‌های خصوصی، تجار، اتاق بازرگانی، بخش دولتی ازجمله وزارت جهاد و وزارت صمت و سایر نهادها بالابریم تا بدانیم چگونه باید وارد بازارهای دنیا شویم. الان در بخش خرما و آبزیان هم در حال فعالیت هستیم اما با روند کندی پیش می‌رود لذا نیاز داریم هم تجار هم بخش دولتی و خصوصی بیایند و در سطح تراز تجارت بین‌الملل قرار بگیرند.
ما در حال حاضر شش بخش را انتخاب کرده‌ایم که شامل پتروشیمی، قطعات خودرو، گیاهان دارویی و... است که با همکاری مرکز تجارت بین‌الملل روی این موضوع که چگونه صادرات کشور در این شش بخش را توسعه دهیم در حال کار هستیم. بخش مهمی از موفقیت ما در تحقق این هدف به آموزش، ایجاد تغییرات در ساختار تولید، ساختارکنترل، ساختار استانداردسازی و... مربوط است که در حال فعالیت در این زمینه‌ها هستیم. ما با یک مرکز بین‌المللی در «ژنو» به نام مرکز بین‌المللی تجارت ارتباط داریم که با همکاری آنها پروژه‌ای را دنبال می‌کنیم تا مشخص شود چه بخش‌هایی در ایران برای صادرات پتانسیل دارد. فعلا دو بخش را از حوزه کشاورزی و دو بخش را از حوزه صنعت و دو بخش را هم از خدمات مشخص کرده‌ایم که روی آنها کار کنیم. خوشبختانه طی ۱۵ سال اخیر تحولات خوبی در اتاق‌های بازرگانی شکل گرفته؛ زمانی اتاق بازرگانی فقط مسؤول صدور کارت بود اما امروز می‌بینیم اتاق‌های بازرگانی در بخشی از استان‌ها واقعا جنبه حرکت دادن به صادرات و تولید را پیش می‌برند.

> در سال ۹۷، چیزی حدود ۵۴درصد صادرات‌مان به ۱۵ کشور همسایه بود و در هشت‌ماهه اول سال ۹۹ به بیش از ۶۲درصد رسیده و هدف ما این است که این عدد را تا پایان سال جاری به ۷۰درصد برسانیم که این هدف تا حدی با آن بحث تنوع بازاری که به آن اشاره کردیم تناقض دارد ولی در حال حاضر مجبوریم تا وقتی که این دوران را پشت سر بگذاریم صبر کنیم

در روزهایی که قرار بود آقای مدرس خیابانی برای گرفتن رای اعتماد به‌منظور تصدی وزارت صمت به مجلس بروند. در گفت‌وگویی که با ایشان داشتیم وی نبودن بودجه را دلیل اصلی عدم اعزام رایزن‌های بازرگانی به خارج از کشور می‌دانستند. این درست است که ما به دلیل نداشتن بودجه، تعداد رایزن‌های بازرگانی‌مان کاهش یافته است؟

ما بودجه داریم. نکته این است که بودجه‌های ما ریالی بسته می‌شود، اما هنگام پرداخت باید به رایزن‌ها ارز پرداخت کنیم. بودجه سال ۹۸ را بر اساس ارز ۳۰۰۰تومانی بسته بودیم بعد که وارد سال ۹۸ شدیم و تصمیم گرفتیم ارز را به ریال تبدیل کنیم قیمت ارز بالا رفت و طبیعتا پول ما نمی‌رسید. در سال ۹۷ تا ۹۹ نرخ ارز به صورتی تغییر کرد که وقتی ما پولمان را تبدیل به ارز می‌کنیم به پول کوچکی تبدیل می‌شود. اگر نرخ ارز ثبات پیدا کند در این حوزه مشکلی نخواهیم داشت. در بودجه سال ۱۴۰۰ بودجه مورد نیاز برای ۲۰رایزن را در نظر گرفته‌ایم. موضوع دیگر این است که بخشی از درآمدهای ما حاصل از اجاره‌هایی است که از شرکت سهامی نمایشگاه‌ها دریافت می‌کنیم، طبیعتا از سال گذشته سطح درآمدهای شرکت‌های سهامی نمایشگاه‌ها به‌شدت افت داشته و بخشی از بودجه ریالی ما که از آنجا تامین می‌شد، محقق نشده است.

با توجه به این‌که خود شما هم در گذشته در کشورهایی مانند ترکیه و عربستان رایزن بازرگانی بوده‌اید، اصولا وجود رایزن بازرگانی چقدر می‌تواند در بازارسازی برای کالاهای ایرانی موثر باشد؟

بستگی به کیفیت و کارایی شخصی که تحت عنوان رایزن بازرگانی اعزام می‌شود دارد، اما قطعا وجود رایزن از نبود آن بهتر است. رایزن‌های بازرگانی بازوی تجاری سفرای ما در آن کشورها هستند. یعنی بخشی از وظایف رایزن‌های بازرگانی ما تقویت دیپلماسی تجاری ماست. البته کارکرد این رایزن‌ها خیلی به این بستگی دارد که رایزن تا چه حد روابط عمومی قوی داشته و با زبان و قوانین آن کشور آشنایی داشته باشد. لذا بازدهی رایزن‌ها مختلف است؛ اما کارایی رایزن‌ها عموما مثبت بوده و همواره سفرای ما در کشورهایی که رایزن تجاری داشته‌ایم درخواست داشته‌اند دوره فعالیت این رایزن‌ها تمدید شود.

آگهی فروش ملک به‌صورت مزایده

به اطلاع می‌رساند؛ تمامی ۶ دانگ یک رقبه ملک محل سابق کارخانه صنعتی دارای چند سوله، بنا و زمین زراعی، با مشخصات و شرایط اعلامی ذیل، از طریق مزایده عمومی به فروش می‌رسد.

۱ میزان سپرده شرکت در مزایده معادل ۵٪ مبلغ پایه مندرج در آگهی می‌باشد که به همراه مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال بابت خرید اسناد و پاکات می‌بایست پرداخت گردد.
۲ بازدید از مورد مزایده از تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۳ الی ۱۳۹۹/۱۰/۱۷ ضمن انجام هماهنگی قبلی، امکان پذیر خواهد بود.
۳ متقاضیان به‌منظور دریافت، تکمیل و تحویل پاکات پیشنهادی، طی روزهای **سه‌شنبه** مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ و **چهارشنبه** مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۷ به آدرس: تهران، ضلع جنوب شرقی میدان آرژانتین، جنب بانک ملت، پلاک ۳، سازمان اقتصادی کوثر، طبقه چهارم مراجعه و یا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن‌های ۳-۸۸۷۴۸۵۶۰ داخلی ۴۲۰ و یا شماره همراه ۰۹۱۹۲۰۳۶۹۲۹ تماس حاصل نمایند.
۴ بازگشایی پاکت‌های پیشنهادی در روز **شنبه** مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۰ انجام و متعاقباً نتایج به متقاضیان اعلام خواهد شد.
۵ فروشنده در رد یا قبول پیشنهادات واصله تا پایان مراحل مزایده و قبل از تنظیم قرارداد، اختیار کامل دارد.

موضوع مزایده	قیمت پایه (ریال)	پلاک ثبتی	مساحت (مترمربع)	آدرس ملک	شرایط
ملک	۲۹۴،۰۶۸،۷۵۰،۰۰۰	۱۷۸۴ فرعی مفروز و مجزی از ۱۷۷۶ فرعی از ۱۱۷ اصلی	۳۹۸،۶۵۰ سیصد و نود و هشت هزار و ششصد و پنجاه	زنجان، ۱۷ کیلومتری شهرستان ابهر، روبروی روستای قروه (محل سابق کارخانه ابهرپلاست)	به‌صورت نقدی

فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی

نوبت اول

سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد، **انجام پروژه مشروحه ذیل را در قالب طرح‌های غیرعمرانی، طبق مشخصات فنی کار با شرایط کلی از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی به شرکت پیمانکاری واجد شرایط** واگذار نماید.

ردیف	موضوع مناقصه	کارفرما	مبلغ برآورد اولیه بر مبنای فهرست بهای پایه سال ۹۹ (ریال)	مبلغ ضمانت‌نامه بانکی شرکت در مناقصه (ریال)	مدت انجام کار
الف	پروژه احداث ۲۰ بلوک ۲۶ واحدی منازل سازمانی در شهر همدان	قرارگاه منطقه‌ای غرب نزاجا	۱/۹۴۶/۲۱۶/۴۵۲/۳۱۸	۳۱/۱۶۲/۱۶۴/۵۲۳	۱۸ ماه

۱ **شرایط شرکت متقاضی:** الف) داشتن تجهیزات، امکانات و تخصص لازم جهت اجرای اسکلت بتنی موضوع مناقصه به روش قالب تونلی ب) دارای گواهینامه صلاحیت پیمانکاری از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور در رشته ساختمان و ابنیه با حداقل پایه **یک** و دارا بودن ظرفیت آزاد در رشته مورد نظر و همچنین داشتن گواهینامه تایید به صلاحیت ایمنی از وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی ج) توانایی ارایه ضمانتنامه‌های بانکی مورد نیاز جهت شرکت در مناقصه و تضمین انجام تعهدات به میزان ۵ درصد مبلغ قرارداد ۲ **اعتبار پروژه:** اعتبار پروژه از طریق صددرصد تهاتر با ۷۲ قطعه از اراضی با کاربری تجاری مجاور بلوار ۹۰ متری شهر اهواز به پلاک ثبتی اصلی ۱۱۴۰ تامین می گردد. ۳ **مدت اعتبار پیشنهادات:** به مدت ۳ **ماه** پس از آخرین تاریخ مهلت تسلیم پیشنهادها معتبر باشد. ۴ **مدارک مورد نیاز جهت دریافت اسناد مناقصه:** الف- تقاضای کتبی جهت دریافت اسناد مناقصه با ذکر موضوع مناقصه به همراه رو گرفت گواهینامه صلاحیت پیمانکاری و ایمنی ب- قیمت خرید اسناد مناقصه ۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال است که باید به حساب شماره ۶۱۵۸۸۰۰۱۸۴۳۰۷ بانک سپه، شعبه جلالیه تهران (به نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از تقاطع دکتر فاطمی)، به نام تمرکز وجوه حاصل از عواید داخلی دارایی سازمان مهندسی نزاجا واریز شده و اصل رسید آن به فروشنده اسناد مناقصه تحویل شود. ج) متقاضیان جهت دریافت اسناد مناقصه از روز **سه‌شنبه** مورخ ۹۹/۱۰/۰۹ لغایت ساعت ۱۲ روز **شنبه** مورخ ۹۹/۱۰/۱۳ به نشانی دستگاه مناقصه گزار مراجعه و یا جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۶۶۹۴۴۳۲۵-۰۲۱ و ۶۶۹۴۴۳۳۹-۰۲۱ تماس حاصل نمایند. ۵ **آخرین مهلت جهت تسلیم اسناد مناقصه و پیشنهاد قیمت:** ساعت ۱۲ روز **شنبه** مورخ ۹۹/۱۰/۲۷ ۶ **بازگشایی پاکات مناقصه:** در ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۹/۱۰/۲۹ در محل اتاق جلسات به آدرس: تهران، مینی سیتی، بلوار ارتش، ستاد نیروی زمینی ارتش، معاونت مهندسی انجام خواهد پذیرفت. ۷ **نشانی دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت و تسلیم اسناد مناقصه:** تهران، خیابان کارگر شمالی، تقاطع دکتر فاطمی، نبش فاطمی غربی، سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا، دایره امور پیمان‌ها و رسیدگی ۸ دستگاه مناقصه گزار در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار می‌باشد. ۹ نوع، کمیت و کیفیت خدمات و سایر اطلاعات و جزئیات و مشخصات اراضی در اسناد مناقصه درج گردیده است.
۱۰ هزینه انتشار آگهی در ۴ نوبت بر عهده برنده مناقصه خواهد بود.

سازمان مهندسی اجرایی و تاسیسات نزاجا