بازار جهانی

گوگل رقیب واتس آپ را می‌سازد

گوگل بـه دنبال عرضه برنامه همراه پیام‌رسـان اختصاصی خود اسـت تا بـا نرم‌افزارهایی همچون واتس‌آپ که بسـیار محبوب شـده‌اند رقابت کند. به نظر می‌رسـد گوگل در برنامه پیام‌رسان همراه خود شرط استفاده از حسـاب کاربری خود را کنار می‌گذارد و به کاربران آزادی عمل بیشتری می‌دهد. این شـرکت در سـال ۲۰۱۳ برای خرید واتس‌آپ تلاش کرده بود، اما تلاش‌هایش برای این کار ناکام ماند و فیس‌بوک واتس‌آپ را خرید.

فناوری Digital TV Tuner در تبلت‌های جی‌ال ایکس

طـراح و تولیدکننـده گوشـی‌های تلفن‌همراه کلاسـیک، هوشـمند و تبلت با برند جی‌ال‌ایکس (GLX) از رونمایـی و عرضـه دو تبلـت ۷ اینچی جدید در نمایشـگاه بین‌المللی تلکام ۲۰۱۴ خبر داد. جدیدتریـن تبلت‌های این شـرکت با نام‌های GLX TABLET Maad1 و GLX TABLET Maad عـلاوه بـر در اختیـار گذاشـتن آخریـن ورژن بهسازی‌شـده اندرویـد، از پردازنده ۲هسـته‌ای با سـرعت پـردازش ۱٫۵ گیگاهرتـز بهـره می‌برد. تبلت‌های نسـل Maad در کنار دو مشـخصه فوق برای نخسـتین‌بار، فناوری Digital TV Tuner را به کاربران خود عرضه می‌کند که دسترسی به سرویس تلویزیون دیجیتال را از طریق یک نرم‌افزار تسهیل کرده‌است.

نظر خبر

سود نجومی که به جیب واردکنندگان خودرو می‌رود

مردم: قانون زیاد داریم ولی قانون‌شکن‌ها بیشترند

شـهروند| درسـال ۹۲ هرچنـد کـه بیش از ۷۸هزار دسـتگاه خودرو لوکس وارد کشور شده اما محدودیت‌های اعمال‌شده توسـط دولت یازدهم، میـزان واردات خودروهـای لوکس بـالای ۲۵۰۰ سی‌سی را از ۱۶هزار دسـتگاه در سال ۹۱ به ۴هزار دسـتگاه در سـال ۹۲ کاهش داده اسـت. این در شرایطی اسـت که تنها در سـال ۹۲ رقمی بالغ بر ۱۴۰۰ میلیارد تومان سود به جیب واردکنندگان این نوع خودروها واریز شده که ۱۵ درصد از مجموع کل درآمد خرید و فروش این خودروها را دربرمی‌گیرد. این سود البته به افراد خاصی که واردات خودرو را در انحصار دارند، می‌رسد. نظرات برخی از خوانندگان را در ادامه دنبال کنید:

آتنا: من که دوست دارم کشوری مرفه و لوکس داشته باشیم و به‌حدی از خودکفایی برسیم که تمام اجناس لوکس و برند با قیمت پایین در اختیار مردم قرار بگیرد.

حمید: این یعنی مصرف‌گرایی

ایرانی: یه وام ۱۰ میلیونی برای خرید یه پراید هم نمی‌تونیم بگیریم.

مهدی: اگر ۱۵ درصـد این درآمد ۱۴۰۰ میلیارد تومان باشد که به جیب واردکنندگان رفته حداقل ۳ تا ۴ برابر این عدد بابت گمرک و تعرفه‌های دیگر به جیب دولت رفته‌است. ضمنا قیمت ماشین است که نشان‌دهنده لوکس‌بودن آن است و نه حجم موتور. با قیمت یک بنز ۲۵۰۰ سی‌سی میشه ۳ تا ماشین کره‌ای ۳۵۰۰سی‌سی خرید. پس این قسمت قانون فقط عوام‌فریبیه...

شاهرخی: اگر خواسته‌های متعادل طبقه مرفه تأمین نشه که سرمایه‌ها از ایران فرار می‌کنه.

احسان: اگر از رانت استفاده کنند، قطعا از سوی افکار عمومی جامعه محکومند ولی اگر سرمایه‌شان را در این بخش به کار برده‌اند و سرمایه این خانواده‌ها طی چند نسل به‌وجود آمده باید تشویق هم بشوند.

آرمان: چه اشکالی داره یه عده هم از طریق دلالی خودروهای خارجـی و پرکردن جیب کارخانه‌های خودروسازی کشـورهای بیگانه دوسـت به ثروت میلیاردی برسند؟

نگاهی به تجارت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در جهان

وال‌مارت‌های ایرانی!

خلأ فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ در ایران | **سوپرمارکت‌های محلی یا فروشگاه‌هایی با ۲میلیون کارمند**

علی اکبرزاده | روزنامه‌نگار

فروشـگاه‌های زنجیـره‌ای در جهـان همیشـه در زمـره بزرگتریـن و موفق‌تریـن شـرکت‌های کشـورهای پیشـرفته بوده‌اند. گواه ایـن موضوع را می‌تـوان د ر لیسـت ۵۰۰شـرکت بـزرگ دنیا که توسـط نشـریه فورچـون منتشـر می‌شـود، دید. به‌طـوری که شـرکت‌های نفتی، خودروسـازی‌ها و فروشـگاه‌های خرده‌فروشی در سـالیان مختلف در میان ۵۰ شرکت برتر این نشـریه بوده‌اند. کشورهای مختلف بنا به سلایق و اولویت‌هایشان به زمینه اشاعه فروشـگاه‌های زنجیره‌ای ورود کرده‌اند و با گسترش این فروشگاه‌ها در نقاط مختلف جهان توانسته‌اند سود هنگفتی نصیب خود کنند. ولی در ایران این تجربه با وجود قدمت آن، سـرانجام موفقی نداشته است. این موضوع اما از ابعاد مختلفی قابل بررسی است.

ابتدا باید به این موضوع توجه داشت که علاقه عمومی به خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای موضوعی است که باید در فرهنگ و روحیات یک اجتماع طی سالیان دراز پرورش یابد و عناصر علمی فروش در فروشـگاه‌های زنجیره‌ای به توان این مکان‌ها بیفزاید. تخفیفات ویژه، تنوع بالا در ارایه محصولات مختلف، امکانات مناسب فروشـگاه و مشـتریمداری از جمله اعمالی است که فروشـگاه‌های بزرگ را در مسیر جذب مشتری موفق می‌کند. البته ناگفته نمانـد تمامی این خدمات بدون ایجاد علاقه عمومی به خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و خرید ساماندهی شده، چرخه این نوع از خرید تکمیل نخواهد شد.

بایدها و نبایدهای فروشگاه زنجیره‌ای

فروشگاه‌های کوروش، قدس، شهروند و رفاه از جمله فروشگاه‌هایی هستند که با وجود چندین دهه فعالیت در بازار خرده‌فروشی، نتوانستند سهم مناسبی از بازار را از آن خود کنند. بدون‌شـک دو عامل در عدم تحقق این امر دخیل اسـت؛ ابتدا این که رواج این فروشگاه‌ها در ایران با عدم باروری فرهنگ خرید ساماندهی شده از فروشگاه‌های زنجیره‌ای شـکل گرفت و همچنین این که سـوپرمارکت‌ها و بقالی‌ها در آن زمان به نوعی پاسخگوی احتیاجات مردم بودند، زیرا در آن دوره (دو دهه قبل) نبود تنوع در میان کالاهای مختلف، تأسیس فروشـگاه‌های زنجیره‌ای را با کمبود سودآوری و نبود منطق اقتصادی روبه‌رو می‌کرد. امری که در بلندمدت موجب ورشکستگی و از میدان به در شدن بسیاری از این فروشگاه‌ها شد. از سوی دیگر موضوع خدمات‌دهی ضعیف این فروشگاه‌ها در ایران معضلی بود که به هیچ عنوان ترغیب مصرف‌کننده برای خرید از آن را در پی نمی‌داشت. از یک طرف فضای عمومی این فروشگاه‌ها به‌روز نبود و با کیفیت پایینی کالاهـا را ارایه می‌کرد. افزون بر این کالاهای موجود در این فروشگاه‌ها همان کالاهایی بود که در سوپرمارکت‌های سراسر کشور در دسترس بود و تفاوتی را برای مشتریان ایجاد نمی‌کرد.

شهروند، رفاه، کوروش و هایپراستار الگوهایی با اصول ایرانی

البته ناگفته نماند در این میان فروشگاه‌هایی نظیر فروشـگاه شـهروند و این اواخر کوروش توانسـته‌اند خود را احیا کرده یا با همان برند پیشین به کسب‌وکار ادامه دهند. یا این که تحت لوای شـرکتی دیگر با ابزار جدیـد و آگاه به تجـارت روز دنیا پا به میـدان مبارزه با سـوپرمارکت‌ها گذارنـد. این اواخر هم فروشـگاه هایپرمارکت که شعبه‌های دیگری در شهرهای بزرگ کشـور دارد، توانسـت خدمات‌دهی متمایزی نسبت به رقبا ارایه و به‌نوعی خرده‌فروشـی واقعی را برگرفته از فروشـگاه‌های بزرگ جهان رونمایی کند. البته این فروشـگاه که گفته می‌شد با سـرمایه‌گذاری شرکت فرانسـوی «کارفور» در ایران تأسـیس شـده اسـت، حواشی را هم در میانه‌های حضورش در بازار ایجاد کرد ولی همچنان به خدمات‌دهی در راستای خرده‌فروشی محصـولات غذایی، پوشـاک و لـوازم خانگـی ادامه می‌دهد.

در این بین فروشـگاهی نظیر رفاه که از سـال ۷۴ فعالیت خود را آغاز کرده، اکنون ۱۲۵ شعبه در سراسر کشور دارد و از جمله فروشگاه‌هایی است در کشور که به صورت شـرکت سـهامی عام اداره می‌شـود. البته به‌روز نبودن خدمات‌دهی و ارایه تمام و کمال اجناس موجود در بازار از جمله نواقصی اسـت که موجب شده رفاه آن‌طور که باید پیشرفت نکند. در سوی دیگر ماجرا هایپراستار که از سـال ۸۸ به زنجیره تأمین مایحتاج خرده‌فروشـی وارد شد، اکنون شـعبه‌هایی را هم در شیراز و اصفهان تأسیس کرده و با سرمایه‌گذاری اولیه ۶۰میلیون دلاری خود درصدد است تا این طرح فروش را توسـعه دهد. البته مدعی ارایه خدمات به‌روزترین فروشـگاه خرده‌فروشـی ایران هم به تبعیت از دیگر فروشگاه‌های وطنی سود، تعداد پرسنل و حتی مالکیت شفافی ندارد. موضوعی که درباره شرکت‌های عمده و خرده‌فروشی اروپایی و آمریکایی به‌هیچ‌عنوان مشاهده نمی‌شود و شفافیت اطلاعات اولیه هر مجموعه از جمله تعداد پرسنل، تعداد شعب و سود خالص سالانه از جمله موردهایی اسـت که شرکت متعهد است به مشتریان به‌طور واضح ارایه دهد.

از وال‌مارت بیاموزیم

شـرکت عمده‌فروشی و خرده‌فروشـی «وال‌مارت» که به‌نوعی بزرگترین شـرکت خرده‌فروشـی جهان محسوب می‌شود، اکنون حدود ۲میلیون و ۲۰۰هزار کارمند دارد و از این حیث بزرگترین کارفرمای جهان محسوب می‌شود. وال‌مارت با ۸۵۰۰ شعبه در سراسر جهان توانسته است سـودی بالغ بر ۴۸۷میلیارد دلار کسـب کند. البته امپراتوری وال‌مارت پیشینه بسیار جالبی دارد، شـاید در سال ۱۹۶۲ که «سـام والتون» اولین فروشگاه خود را به صورتی ساده و سنتی افتتاح کرد، هیچ‌کس تصـور نمی‌کرد که «خرده‌فروشـی» می‌تواند چنان رتبه‌ای در کسب‌وکارها داشته باشد که دست یافتن به آن برای دیگر کسب‌وکارهای عالم یک رؤیا به حسـاب آید. اما همت والای والتون «بزرگترین خرده‌فروش قرن» را بنیـان نهاد. امروزه میلیون‌ها نفر در آمریکا و سراسـر دنیا به ۸۵۰۰ فروشگاه وال‌مارت رفت‌وآمد دارند و ۲/۲ میلیون در این شعبه‌ها مشغول هستند. همچنین یک زنجیره عظیم تامین‌کنندگان نیز به پشـتیبانی آنها می‌پردازنـد و درنهایت درآمد چندصد میلیارد دلاری و سود ۱۱/۲ میلیارد دلاری این خرده‌فروشی عظیم حاصل می‌شود. در این هیاهو که شرکت‌های عظیم با سابقه ده‌ها سال فعالیت، از یک‌سو و شرکت‌های کوچک ولی پویا و مبتنی بر فناوری نظیر «مایکروسـافت» و «دل» از سـوی دیگر رقبای مطرح هستند، کمتر کسـی می‌تواند در ذهن خود به ۴ دهه پیش برگردد و تک فروشگاهی را تصویر کند که بنیان این خرده‌فروش افسانه‌ای بر پایه‌های آن قد برافراشته اسـت. تشـریح دایره فعالیت‌های وال‌مارت چند صد صفحه فضا احتیاج دارد و تنها درباره آن می‌توان گفت که کارآفرینی و فروش محصولات بازار خرده‌فروشی به سبک این بنگاه اقتصادی اکنون رایج‌ترین و موفق‌ترین روشـی اسـت که در این صنف به جهان ارایه شده که امید می‌رود فروشـگاه‌هایی به این سبک با مشارکت سـرمایه‌گذاران خارجی و بخش خصوصی داخلی با استفاده از الگوهای مختلف اروپایی بازار خرده‌فروشی ایران را به سمت تسهیل خرید و فروش نوین، به حرکت درآورد.

بزرگترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی در جهان

نام فروشگاه	کشور	تعداد شعبه	درآمد	تعداد کارکنان (نفر)
لیدل	آلمان	۸۰۰۰	۵۹میلیارد یورو	۱۷۰ هزار
آلدی	آلمان	۸۲۰۰	۵۳میلیارد یورو	۴۹ هزار
مترو آگ	آلمان	----	۶۷میلیارد یورو	۲۸۰ هزار
سیف‌وی	آمریکا	۱/۶۷۸	۴۱میلیارد دلار	۱۷۸ هزار
کروگر	آمریکا	۳/۵۷۴	۹۰میلیارد دلار	۳۳۹ هزار
کاستکو	آمریکا	-----	۱۰۵میلیارد دلار	۱۷۴ هزار
وال‌مارت	آمریکا	۸۵۰۰	۴۷۰میلیارد دلار	۲/۲ میلیون
ملگنیت	روسیه	۵/۳۰۹	۸میلیارد دلار	۱۴۵هزار
لابلوکمپانیز	کانادا	۱/۰۰۰	۳۱میلیارد دلار کانادا	۱۳۵ هزار
کارفور	فرانسه	۱/۴۵۲	۸۱میلیارد یورو	۴۱۳ هزار
آهولد	هلند	۳۰۰/۸	۳۱میلیارد یورو	۱۲۱ هزار

نوبرانه

با ۹ طعم مختلف

دمنوش میوه «به» در بازار

شـهروند| یک شـرکت داخلی برای اولین بار دمنوش میوه «به» را روانه بازار کرد. تولیدکنندگان این دمنوش با اشاره به خواص درمانی این نوشیدنی می‌گویند که دمنـوش میوه «بـه» از لحاظ رنگ و طعم شباهت زیادی به چای دارد، اما برخلاف چای تا چند روز پس از دم کردن نیز تازه می‌ماند و قابلیت مصرف دارد. به علاوه این که این دمنوش مانند چای روی ظروف لکه باقی نمی‌گذارد.

این دمنوش که توسط یک شرکت دانش بنیان تولید شده است، بدون مواد افزودنی و نگهدارنده و به شکل کیسه‌ای، لیوانی و بسته‌ای به بازار عرضه شده اسـت. دمنوش «به» با ۹ طعم پوست پرتقال، گل‌محمدی، به‌لیمو، هل، نعنا، دارچین، زنجبیل، لیمو و توت‌فرنگی تولید شـده است. گفتنی است تولیدکنندگان برای دمنوش «به» شماری خواص درمانی نیز قایل شده‌اند.

پرسه در بازار

ایرانی‌ها پانزدهمین خریداران خودرو در جهان

فروش خـودرو در ایران طی نیمه نخسـت ۲۰۱۴ با رشـد ۳۹/۳درصدی به ۵۴۷هزار دسـتگاه رسید و ایـران پانزدهمین مرکز بـزرگ خریـد خـودرو در جهان طـی این مدت شناخته شد. براساس گزارش اتحادیه بین‌المللی وسایل‌نقلیه موتوری، ایرانی‌ها پانزدهمین خریدار بزرگ خودرو در جهان طی نیمه نخسـت ۲۰۱۴ شناخته شده‌اند، چینی‌ها در رتبه نخست جهان و مردم آمریکا در رتبه دوم و ژاپنی‌ها در رتبه سوم از این نظر هستند. ایران از نظر رشد خرید خودرو نیز رتبه هشتم جهان را در نیمه نخست ۲۰۱۴ به خود اختصاص داده‌است.

راه‌اندازی قطار ریل‌باس «ارم» در مسیر تهران – کرج

قطـار ریل‌بـاس «ارم» از چهارشـنبه ۱۶مهرماه در مسـیر تهـران - کرج راه‌اندازی می‌شود. شرکت حمل‌ونقل ریلـی رجا در این باره اعلام کرد: این اقدام در راسـتای توسعه قطارهای حومـه‌ای و کاهش مصرف سـوخت و انرژی صورت گرفته اسـت. قطـار ریل‌باس «ارم» با ظرفیـت ۳۳۶نفر روزانه ۲بار بـه صورت رفت و برگشت در مسیر یادشده تردد می‌کند و بلیت آن به روش آنلاین یعنی عرضه در مراکز فروش بلیت قطار، اینترنتی و با صدور قبض در داخل قطار انجام می‌شـود. این قطار با مدت زمان سـیر ۴۵دقیقه همه روزه سـاعات ۶صبـح و ۱۷:۳۵ عصر از کرج حرکت کرده و سـاعات ۱۶:۳۰ و ۱۹:۰۰ عصر هر روز از تهران مراجعت می‌کند.

پذیرش آگهی های روزنامه شهروند:
۴۴۹۵۶۲۰۰ – ۲
www.shahrvand.agahiha@gmail.com

نوبت اول

جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
شرکت بهره‌برداری ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل کشور

تجدید آگهی فراخوان عمومی شماره ۵–۹۳

با عنایت به مفاد مواد(۴)، (۱۳) و (۱۸) بخشنامه شماره۱۳۰۸۹۰–۸۳/۱۱/۱۷ (قانون برگزاری مناقصات) موضوع برگزاری مناقصات عام و بخشنامه‌های شماره۱۰۰/۶۵۶۶۳ مورخ ۹۱/۰۸/۱۴ و ۱۰۰/۶۸۱۱۸ مورخ ۹۱/۸/۲۱ تعیین دامنه مناسب‌ترین قیمتهای پیشنهادی و دستورالعمل انضباط مالی و ارتقاء بهره‌وری و بهبود کیفیت و صرفه جویی در هزینه و زمان اجرای طرحها در مناقصات دومرحله‌ای، وزارت راه و شهرسازی درنظر دارد عملیات تکمیلی زیرسازی قطعه۲/ الف راه‌آهن سریع‌السیر قم– اصفهان را با مشخصات اصلی زیر به‌صورت عام دومرحله‌ای به مناقصه بگذارد:

۱– عنوان پروژه: عملیات تکمیلی زیرسازی قطعه ۲/ الف راه‌آهن قم– اصفهان
۲– مدت اجرای کار۲۴ ماه شمسی
۳– برآورد کل کار: براساس فهرست بهای راه و باند پایه سال۱۳۹۳ و کلا به مبلغ حدود۵۷۱/۳۹۰ میلیون ریال با مبنای شاخص پیمان سه ماه دوم سال ۱۳۹۳
۴– محل انجام عملیات و موقعیت جغرافیایی: استان اصفهان
۵– نوع عملیات عبارت است از: عملیات خاکی و ابنیه فنی
۶– مبلغ تضمین شرکت در مناقصه۲۰۰۰ میلیون ریال می‌باشد
۷– محل تحویل اسناد و پیشنهاد قیمت: دفتر اداره کل امور پیمان‌ها و رسیدگی فنی به آدرس: تهران– بزرگراه مدرس– خیابان شهید وحید دستگردی(ظفر)– خیابان فرید افشار– شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل کشور– طبقه ۲ بعنوان واحد برگزار کننده.
۸– از شرکتهای پیمانکاری داوطلب مناقصه که حائز شرایط آئین‌نامه طبقه‌بندی و تشخیص صلاحیت پیمانکاران در رشته حمل و نقل که دارای پایه متناسب با مبلغ برآورد مذکور هستند، تقاضا میشود جهت مشارکت در مناقصه فوق از تاریخ درج آگهی در روزنامه‌های کثیرالانتشار به مدت یک‌هفته همراه بامدارک و معرفی‌نامه به مهندسین مشاور هرازراه در : تهران خیابان دکتر بهشتی– قبل از چهارراه سهروردی– روبروی روزنامه خراسان شماره۹۷ تلفن ۸۸۷۶۹۰۳۱ مراجعه نمایند.

ضمنا آخرین مهلت تکمیل و ارائه اسناد و مدارک شرکت در مناقصه ساعت۱۰ صبح روز یکشنبه مورخ۱۳۹۳/۰۸/۰۴ و زمان برگزاری جلسه مناقصه ساعت۱۱ صبح روز یکشنبه مورخ۱۳۹۳/۰۸/۰۴ می‌باشد. پیمانکاران متقاضی میبایست ضمانت‌نامه شرکت در مناقصه را در پاکت(الف) اساسنامه و فرم تکمیل‌شده خوداظهاری و آخرین تغییرات شرکت مندرج در روزنامه رسمی کشور را به همراه سایر اسناد و مدارک و رزومه شرکت را در پاکت(ب) و همچنین برگ پیشنهاد قیمت و فرمهای آنالیز مربوطه بهمراه فرمهای الف، ب، پ و تعهد بیمه‌نامه را در پاکت(ج) قرار دهند. ارسال اسناد و مدارک تکمیل شده هیچگونه تعهدی در زمینه انعقاد قرارداد با متقاضیان برای شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل‌ونقل کشور ایجاد نمی‌کند. فرم آگهی الکترونیکی مناقصه از طریق صفحه الکترونیک پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی IETS.MPORG.ir قابل دسترسی است.

وزارت راه و شهرسازی
شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل کشور
اداره کل دفتر امور پیمان‌ها و رسیدگی فنی

م/الف ۲۴۷۵

نوبت اول

شرکت ملی نفت ایران

آگهی ارزیابی کیفی مناقصه‌عمومی یک‌مرحله‌ای شماره ۶۰/۹۳/ع‌ت
جهت اجرای پروژه تغییر کاربری لابی ویلاهای ۲۱ الی ۲۵ و ساختمان‌های صدف

شرکت نفت فلات قاره ایران درنظر دارد انجام خدمات فوق‌الذکر را طبق شرح کار تدوین شده از طریق مناقصه‌عمومی و به‌مدت «۱۸۰روز» به پیمانکار واجدشرایط به شرح ذیل واگذار نماید:
الف: خدمات مورد نیاز: اجرای پروژه تغییر کاربری لابی ویلاهای ۲۱ الی ۲۵ و ساختمان‌های صدف.
ب: محل اجرای خدمات: منطقه بهرکان.
ج: مدت خدمات موردنیاز: صد و هشتاد روز(۱۸۰) روز شمسی.
د: شرایط متقاضی:
۱– توانایی ارائه ضمانتنامه شرکت در مناقصه به مبلغ پانزده میلیون و پانصد هزار ریال (۱۵/۵۰۰/۰۰۰ ریال) و انجام تعهدات طبق ضوابط کارفرما در صورت برنده شدن.
۲– توانایی ارائه ضمانتنامه اجرای تعهدات به میزان ۵ درصد مبلغ کل قرارداد در صورت برنده‌شدن.
۳– به تقاضاهای مشروط و مبهم و ناقص و یا مغایر با شرایط مندرج در این آگهی و تقاضاهایی که بعد از مهلت مقرر دریافت گردد، ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۴– شرکت نفت فلات قاره ایران در رد یا قبول هریک یا تمام پیشنهادات بدون آنکه محتاج به ذکر دلیل باشد مختار خواهد بود.
۵– پیشنهادات مالی می‌بایستی حداقل سه‌ماه پس از وصول پیشنهادات به کمیسیون مناقصات شرکت نفت فلات قاره ایران دارای اعتبار باشند.
از کلیه متقاضیان واجدشرایط دعوت می‌شود حداکثر ظرف یک‌هفته پس از انتشار آگهی نوبت‌دوم، آمادگی خود را بصورت کتبی به آدرس ذیل‌الذکر اعلام و همزمان نسبت به دریافت مدارک ارزیابی کیفی اقدام نمایند.
تبصره ۱: ضمنا می‌بایستی ظرف مدت ۱۰روز از تاریخ پایان دریافت مدارک ارزیابی کیفی اطلاعات مورد درخواست به آدرس ذیل در مقابل رسید تحویل گردد. محل و زمان تحویل اسناد و گشایش پیشنهادها در اسناد مناقصه قید میگردد.
- ارائه گواهینامه رتبه‌بندی از معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور در رشته ساختمان الزامی میباشد.
- ارائه اساسنامه شرکت به‌نحوی که تامین خدمات موضوع مناقصه در موضوع شرکت قید گردیده باشد.
- ارائه آگهی تاسیس، ثبت و آخرین تغییرات شرکت مندرج در روزنامه رسمی.
- معرفی‌نامه معتبر شرکت متقاضی جهت دریافت اسناد.
نشانی: محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: استان بوشهر– شهر امام‌حسن– منطقه نفتی بهرگان– امور حقوقی و قراردادها.
تبصره۲: متقاضیان میتوانند جهت کسب اطلاعات بیشتر در روز آگهی نوبت‌دوم به سایت اینترنتی این شرکت به نشانی WWW.IOOC.CO.IR مراجعه نمایند.

روابط‌عمومی شرکت نفت فلات قاره ایران