زندگی اقتصادی

این ستون روزهای شنبه منتشر می‌شود/ بخش چهارم

خصوصیات خانواده مرفه چیست؟

ارث بردن اندیشه قدیمی اقتصادی

طهماسب طلایی | هفته گذشته درباره اهمیت ساختارهای تفکری افراد در موضوع پس‌انداز صحبت کردیم و قرار شد این نوبت درباره ساختن خانواده مرفه بگوییم. در ابتدا می‌پرسم که تعریف شما از خانواده مرفه چیست؟ فکر می‌کنید این موضوع با مقوله خصوصیات فردی افراد خانواده چقدر مرتبط است و چگونه می‌توان خانواده مرفه را ایجاد کرد؟ تعریف خانواده مرفه برای هر فردی معنایی متفاوت دارد اما در یک تعریف عام می‌توان گفت: «خانواده‌هایی که از نیازهای اولیه خود عبور کرده باشند و به سطحی از رفاه (با توجه به باورهایشان) رسیده باشند» خانواده مرفه نامیده می‌شوند. پس تا به این جای کار باز هم بحث خصوصیات شخصی و محیطی اهمیت دارد؛ این که سطح تحصیل، میزان ساعت کار، درجه سختی کار، مهارت فردی و علاقه‌مندی به کار و حرفه چقدر است و چه میزان درآمد ساخته می‌شود که سطحی از رفاه برای خانواده ایجاد شود. اصل اول را بر این می‌گذاریم که دستمزد دریافتی خانواده (مجموع شاغلان) با چنین متغیرهایی تعیین شده و این خودمان هستیم که کاشته‌هایمان را برداشت می‌کنیم و خانواده‌مان را به سمت رفاه یا فقر می‌بریم. پس ابتدا نگاه کنیم از چه نوع خانواده و شاغلان در خانواده حرف می‌زنیم و با کدام داشته می‌خواهیم مرفه باشیم. پیش از این که بخواهید از شرایط محیطی، نابرابری‌های اقتصادی و مشکلات دم بزنید باید تأکید کنم که درست می‌گویید و همه این مسائل قطعا در رفاه عمومی خانوارهای یک جامعه تأثیرگذار هستند؛ اما توجه کنید و از خود بپرسید آیا در نابرابری‌ها هیچ راهی برای بهبود وضع نیست؟ این شرط‌ها لازم هستند اما کافی نیستند که بگوییم: مشکلات عمومی وجود دارد پس ما فقیر مانده‌ایم! بیایید زنجیره موثر در زندگی اقتصادی خانوار را بشناسیم و بدانیم که داشته‌هایمان بر ما و خانواده ما تأثیر می‌گذارد و همین هم به نسل‌های بعدی خانواده ما می‌رسد. بپذیریم که ارث‌های اقتصادی زیادی به ما می‌رسد؛ گاهی مال و اموال است و گاهی فرهنگ اقتصادی و نحوه مدیریت اقتصادی. یک پدر و مادر مرفه، قطعا آموزه‌های اقتصادی خوبی در چنته داشته‌اند و در همه دوره‌های زندگی (فراتر از چند ماه و سال)، نحوه هزینه درآمد خانواده را اصولی پیش برده‌اند که فرزندانشان هم آموخته آن فرهنگ شده‌اند. به روایت ساده‌تر، دخل و خرج‌ها در این خانواده‌ها با هم می‌خواند و همه اعضای خانواده در مدیریت اقتصاد سهم دارند. یکی از ساده‌ترین نکات در خانوارهای متوسط مرفه (کسانی که با زحمت به جایگاهی رسیده‌اند) عبور از اندیشه‌های قدیمی است. همان اندیشه‌هایی که درآمد را فقط محدود به پدر خانواده می‌دانست. در گذشته اشتغال در اکثر خانواده‌های شهرنشین ایرانی، وظیفه سرپرست خانواده بود و یک نفر کار و درآمد داشت تا بقیه خرج کنند.

هرچند حکم کلی نمی‌توان داد اما اکنون همین فرهنگ اقتصادی دچار تغییر شده و خانوارهای جدید ایرانی، با اشتغال همزمان زن و شوهر این اصل را به لرزه انداخته‌اند ولی در عین حال باز هم، مرد خانواده است که مسئول دخل و خرج شناخته می‌شود. پس در این قسمت به همین نکته بسنده کنیم که معاش خانواده محدود به کسی که درآمد می‌سازد نبوده و وابسته و محدود شود و اقتصاد خانواده باید همچون دیگر کارها جمعی مدیریت شود.

در بخش بعدی این ستون به این خواهیم پرداخت که همکاری اعضای خانواده برای ساختن خانواده مرفه چگونه باشد تا از فقر فاصله بیشتری بگیریم.

«شهروند» از سازوکار تعیین قیمت خودرو در جهان گزارش می‌دهد

خودروهای خارجی کیلویی چند؟!

در آمد جدید تولیدکنندگان: خودروسازان به جای فروش، خودرو اجاره می‌دهند

شیوا سعیدی- گروه اقتصادی شهروند | تولید کالاهایی با قابلیت ماندگاری یک مزیت صنعتی به شمار می‌رود؛ این کالاها طیف وسیعی را در بر می‌گیرند، از هواپیما و کامپیوتر گرفته تا تلویزیون و خودرو. تولید این کالاها سود سرشاری به همراه دارد که دلیل آن هم تولیدانبوه و شیوه تعیین قیمت کالاست. یکی از کالاهای ماندگار خودرو است که هرچند در قالب کالایی مصرفی دسته‌بندی می‌شود، اما در بسیاری از کشورها نوعی سرمایه‌گذاری نیز محسوب می‌شود و به همین دلیل بهای آن و شیوه قیمت‌گذاری آن تأثیر زیادی در زندگی روزمره مصرف‌کننده و تولیدکننده دارد.

مهم‌ترین عناصری که در ساخت یک اتومبیل نقش دارند، عبارتند از: نیروی کار، مواد اولیه و تبلیغات که این عناصر سه‌گانه قیمت خودرو را نیز تعیین می‌کنند. هرچند ماشین و روبات نقش بیشتری در تولید خودرو دارند، اما هنوز هم هزینه‌های کلانی صرف طراحی و مهندسی اتومبیل‌ها می‌شود که این موارد به هزینه‌های نیروی کار مربوط هستند. از سوی دیگر در خودروها از مواد مختلفی استفاده می‌شود. از استیل و آلومینیوم و داشبورد، صندلی و تایر گرفته تا حتی پیچ‌هایی که دو قطعه را به هم متصل می‌کند و نوسان قیمت این مواد در بازار در هزینه ساخت خودرو و بالطبع قیمت نهایی آن تأثیرگذار است. همچنین خودروسازان سراسر جهان سالانه میلیاردها دلار صرف تبلیغات می‌کنند. علاوه بر آن، آنها مبالغ هنگفتی را در بازارهای تحقیقاتی صرف می‌کنند تا روندهای پیش‌بینی انتظارات و ترجیحات مشتری را بررسی کنند.

رابطه بین قیمت خودرو و هزینه تولید

همان‌طور که گفته شد هزینه‌های مواد اولیه و نیروی کار دو عامل اصلی در تعیین قیمت خودرو هستند، اما شیوه بکارگیری و استفاده از آنها تأثیر متفاوتی در نحوه قیمت‌گذاری دارد. به‌عنوان مثال شرکت «فولکس واگن» باید برای ساخت «بنتلی» در انگلیس مواد اولیه و نیروی کار بیشتری در مقایسه با ساخت «اسکودا» به کار برد و به این ترتیب بهای بنتلی ۱۰ برابر بهای اسکودا است. اما این در حالی است که هزینه ساخت آن ۱۰ برابر اسکودا نیست. براساس یک قانون کلی، خودروهای بزرگ‌تر به‌شیوه‌ای صرفه‌جویانه‌تر ساخته می‌شوند. بهترین نمونه این موضوع، بهای ساخت «پورشه کیمن» در مقایسه با «پورشه ۹۱۱» است به‌طوری که هزینه ساخت کایمان و ۹۱۱ تفاوت چندانی ندارد اما سودآوری اولی بسیار بیشتر از ۹۱۱ است. با این وجود دستیابی به اطلاعات داخلی درباره هزینه‌های واقعی ساخت یک خودرو در سراسر جهان بسیار مشکل است. اما می‌توان چنین نتیجه گرفت خودروهایی که با حجم کم تولید می‌شوند سودآوری بیشتری دارند. اما از سوی دیگر نباید هزینه‌های تحقیق و توسعه را نادیده گرفت و با توجه به فناوری‌های به کار گرفته شده برای تولید، قیمت خودرو نیز تغییر می‌کند.

سود ۱۲ هزار دلاری خودروسازان آمریکایی در هر دقیقه

با وجود این که درباره هزینه دقیق ساخت خودروها آمار دقیقی وجود ندارد، اما با گشتی میان وب‌سایت‌های مختلف که کاربران آنها موضوعات جالبی در این‌باره به اشتراک گذاشته‌اند، اطلاعات قابل توجهی به دست می‌آید. بنابراین به‌طور متوسط هزینه تولید یک خودروی خانوادگی ۱۲۵۵ دلار است، اما تولید یک خودروی لوکس یا اسپرت ۲۷۴۵ دلار هزینه دارد. به این ترتیب به نظر می‌رسد تولید خودرو ارزان باشد و شرکت‌های ذی‌نفع از تولید یک خودروی متوسط، حدود ۱۲۰ درصد سود ببرند. به‌عنوان مثال طی چند سال اخیر صنعت خودروسازی آمریکا به‌طور مرتب سود سه ماهه خود را حدود ۱,۵ میلیارد دلار گزارش می‌دهد. این رقم نشان می‌دهد شرکت‌های خودروسازی هر دقیقه ۱۲ هزار دلار سودمی‌برند.

براساس یک قانون کلی قیمت فروش خودرو ۵ برابر هزینه تولید آن است. بنابراین خودرویی که در نمایندگی یا نمایشگاه به‌بهای ۱۰ هزار دلار فروخته می‌شود، فقط با ۲ هزار دلار ساخته می‌شود. دلال خودرو همیشه قیمت خودرو را ۱۰۰ درصد بالاتر بیان می‌کند و در صورت چانه زدن به مشتری تخفیف می‌دهد.

برش آماری

۱۲ هزار دلار سود خودروسازان آمریکایی در هر دقیقه

قیمت فروش خودرو ۵ برابر هزینه تولیدش است

۴۰ درصد هزینه ساخت خودرو به‌زودی در قطعات الکترونیک است

فقط ۱۵ درصد هزینه‌های تولید خودرو نیروی کار را در بر می‌گیرد

در استرالیا ۴۰ تا ۵۰ درصد قیمت پیشنهادی چانه‌زده می‌شود

یکی از مواردی که باید در نظر گرفت قیمت پیشنهادی خرده‌فروشی است. RRP یا قیمت پیشنهادی خرده‌فروشی خودرو هزینه‌های مربوط به مواد اولیه، سوار کردن قطعات، تبلیغات و غیره را دربرمی‌گیرد. این قیمت در هر کشور متفاوت است؛ در برخی کشورها مشتری فقط تا ۱۰ درصد قیمت پیشنهادی می‌تواند چانه بزند. اما در کشورهای اروپایی به دلیل رقابت، قدرت چانه‌زنی بالاتر است و در استرالیا ۴۰ تا ۵۰ درصد قیمت پیشنهادی به مشتری رامی‌توان تخفیف گرفت.

افزایش قطعات الکترونیکی خودروها تا ۲۰۱۵

به‌طور کلی مواد اولیه و قطعات، ۷۰ درصد هزینه‌های کلی تولید خودرو را تشکیل می‌دهند. ۳۰ درصد باقیمانده به‌طور مساوی میان هزینه‌های نیروی کار و هزینه‌های جانبی تقسیم می‌شود. اما در سال‌های اخیر نسبت قطعات الکترونیکی به کار رفته در خودروها افزایش یافته است. در حقیقت بسیاری از ناظران صنعت پیش‌بینی می‌کنند تا ۲۰۱۵ میلادی اجزای الکترونیکی ۴۰ درصد هزینه کل تولید یک خودرو را به خود اختصاص دهد. هم‌اکنون شرکت‌های خودروساز بیشتر روی فناوری الکترونیکی تکیه می‌کنند. در حال حاضر ۱۰ تا ۱۵ درصد هزینه کل تولید یک خودروی مدل ۲۰۰۷ مانند «تویوتا کورولا»، ۲۰ تا ۳۰ درصد هزینه یک برند لوکس مانند «لکسوس» و ۵۰ درصد هر نوع خودروی هیبریدی مانند «تویوتا پریوس» به اجزای الکترونیکی تعلق دارد. مهم‌ترین عامل در ورای افزایش سریع میزان بخش‌های الکترونیکی به کار گرفته شده در خودروها نقش حیاتی آنها در فراهم کردن راه‌حل‌های ایده‌آل برای ۴ چالش پیش روی خودروسازان امروز است که بهبود قابلیت استفاده از خودرو، ارتقای ویژگی‌های امنیتی، کاهش خطر برای محیط‌زیست و ایجاد قابلیت عملیاتی بیشتر این ۴ چالش را تشکیل می‌دهند. هم‌اکنون برای بهبود امنیت و قابلیت استفاده از خودرو، راه‌حل‌های فناورانه مانند سیستم‌های امنیتی قبل از تصادف، سیستم‌های پشتیبانی پارک خودرو و سیستم‌های کنترل کروز برای طیف وسیع‌تری از مدل‌ها به کار گرفته می‌شوند.

اجاره خودرو، درآمد تازه خودروسازان

صنعت خودروسازی جهانی به شدت به تمایلات و خواسته‌های مشتری وابسته است. شرکت‌های خودروساز تعداد زیادی از تولیدات خود را به کسب و کارها و شرکت‌های اجاره خودرو می‌فروشند و فروش همگانی بزرگترین منبع درآمد برای این بخش است. به همین دلیل اعتماد مشتری و اعتماد تجاری در مقایسه با عوامل معمولی مانند رشد درآمدها و باربدهی، اهمیت بیشتری دارند. یکی دیگر از نکات موثر در فروش خودرو، ایجاد تغییرات و طراحی در این طرح است. شرکت‌های خودروسازی سالانه خودروهایشان را تجدید می‌کنند. این عملیاتی معمول میان آنهاست اما هنگامی که شرکتی تصمیم می‌گیرد طرح خودرویی را تا حد زیادی تغییر دهد، مشکلاتی ایجاد می‌شود. این تغییرات به تأخیرات وسیع منتهی می‌شود به گونه‌ای که به افزایش هزینه‌ها و کاهش رشد درآمدها منجر می‌شود.

در بخش تولیدکنندگان قطعات یدکی نیز چرخه عمر یک اتومبیل بسیار مهم است، هر قدر عمر عملیاتی خودرو بیشتر باشد، نیاز بیشتری به قطعات یدکی خواهد داشت. از سوی دیگر قطعات جدید عمر طولانی‌تری دارند که این امر به سود مشتریان اما به ضرر قطعه‌سازان است. در سال‌های اخیر تأکید بیشتر روی اجاره خودروها به رشد عایدی خودروسازان کمک کرده است. مزیت اجاره خودرو آن است که ترس‌های مشتری درباره ارزش فروش دوباره خودرو را از بین می‌برد و از سوی دیگر، قدرت استفاده از محصول را به مردم می‌دهد. از دیدگاه تولیدکننده نیز اجاره خودرو راهی ایده‌آل برای مخفی کردن بهای اصلی خودرو از طریق هزینه‌های سرمایه‌گذاری است و به این وسیله شرکت‌های خودروسازی می‌توانند محصولات خود را ترویج کنند. اما دستیابی به سود آن طور که به نظر می‌رسد ساده نیست. اجاره نیازمند آن است که خودروسازان در پایان مهلت اجاره قضاوت عادلانه‌ای درباره ارزش خودرویشان داشته باشند در غیر این صورت آنها ضرر می‌کنند.

نرخ نامه

اعلام نشانی ستادهای توزیع اقلام هیأت‌ها

نرخ اقلام یارانه‌ای محرم

شهروند | شورای نظارت و کنترل بازار استان تهران اعلام کرد: دسته‌های مذهبی و مساجد می‌توانند سهمیه یارانه‌ای اقلام نذری دریافت کنند. کالاهای توزیعی عبارتند از: برنج هندی کیلویی ۳۹۰۰ تومان، گوشت قرمز کیلویی ۱۶ هزار تومان، مرغ کیلویی ۵۸۰۰ تومان، شکر کیلویی ۲۱۰۰ تومان و حلب ۱۶ کیلویی روغن نباتی به قیمت ۶۱ هزار و ۷۰۰ تومان. در این جدول نشانی ستادهای توزیع نذورات استان تهران اعلام شده است.

نام ستاد	آدرس
فروشگاه‌سپه	امیرآباد، خ کارگر شمالی، نبش فاطمی
فروشگاه‌سپه	خ کارگر پایین‌تر از میدان حر نرسیده به لشگر
فروشگاه‌سپه	کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص بعد از رازک، شیمی
فروشگاه‌سپه	ویلا، اول خ استاد نجات‌اللهی
فروشگاه‌سپه	دولت خ انقلاب، روبه‌روی خ بهار
فروشگاه‌سپه	زمرد، پاسداران، پشت حسینیه ارشاد، خ ناطق‌نوری
اسکاد	کیلومتر ۱۰، جاده مخصوص کرج، خ عاشری، پ ۱
شتاکوب	خ فلسطین، بعد بلوار کشاورز، خ حجت‌دوست، پ ۲۲
فروشگاه‌ملاصدرا	بزرگراه چمران، خ ملاصدرا، خ خوارزمی
بنکدار خوانساری	سه‌راه افسریه، مسعودیه، خ مظاهر
بازرگانی کردانی	مولوی، خ صاحب‌جم، میدان امین‌السلطان
سردخانه۸ شهریور	کیلومتر ۷ جاده قدیم کرج
سردخانه تهران‌پارس	خ وفادار شرقی، خ رجایی، سازمان گوشت سابق
تعاونی امور دام	خ کمیل، چهارراه قلیچ‌خانی
فروشگاه‌اکبری	اتوبان جلال آل‌احمد بین پل گیشا، شهرآرا، پ ۱۲
فروشگاه‌ملاصدرا	خ ملاصدرا، خ خوارزمی، پ ۱
فروشگاه۱۳ آبان	خ شهید رجایی، خ ۱۳ آبان، خ صحرایی، ترمبار ۱۳ آبان
فروشگاه رجایی	شهرک ولیعصر، میدان زاهدی، سجاد شمالی، خ حسینی
فروشگاه حسنی	خ قزوین، خ شهیدان حسنی، روبه‌روی بانک تجارت
فروشگاه‌کمالی	افسریه ۱۵ متری اول بین خ ۱۶ و ۱۷ پ ۲۵۳

بازار جهانی

مذاکره اپل با توزیع‌کنندگان ایرانی

وال استریت ژورنال اعلام کرد: به نظر می‌رسد اپل در حال صحبت با توزیع‌کننده و واردکنندگان محصولاتش در ایران است تا به جای باز شدن اپل استورها در ایران، محصولات این شرکت در ایران از طریق این نماینده‌ها به فروش برسد. در این گفت‌وگو که در کوپرتینو انجام شده اپل امکانات و قابلیت‌های توزیع‌کنندگان ایرانی خود را برای فروش محصولات اپل تحت عنوان نمایندگی فروش مورد بررسی قرار داده است.

پرسه در بازار

آموزش، درمان و سبزیجات، رکورددار تورم مهر

بررسی نرخ تورم گروه‌های مختلف کالایی و خدماتی توسط مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که بیشترین تورم ماهانه در مهرماه مربوط به بخش آموزش با نرخ ۱۲ درصد بوده است. در عین حال بیشترین تورم ۱۲ ماهه نیز مربوط به سبزیجات و بهداشت و درمان با تورم‌های ۳۱ و ۲۸ درصد است. از سوی دیگر تفریح و فرهنگ دارای تورم ماهانه ۴ درصد و آب، برق و سوخت دارای تورم ماهانه ۳,۷ درصد هستند. براساس این گزارش تورم ماهانه گوشت قرمز و گوشت ماکیان منفی نیم درصد نسبت به ماه شهریور بوده است و از سوی دیگر میوه خشکبار نیز تورم ماهانه منفی ۱,۹ درصدی را تجربه کرده است. کمترین تورم نقطه به نقطه مربوط به گروه دخانیات بوده است.

از دستفروشان مترو آدامس نخرید

جمشید مغازه‌ای، دبیر انجمن شیرینی و شکلات گفت: با توجه به این که آدامس‌های تریدنت، فرش و ریلکس قاچاق هستند و استاندارد کافی را ندارند، توصیه می‌شود که این آدامس‌ها را که معمولا در مترو فروخته می‌شوند، مصرف نشوند. او ادامه داد: واردات آدامس تریدنت از محل قانونی ۶۰ درصد تعرفه دارد، لذا فروش آن با چنین قیمت‌هایی در مترو عاقلانه نیست و می‌توان گفت این کالا معیوب است یا تاریخ انقضای آن تغییر کرده است. وی افزود: تعداد زیادی از واحدهای تولیدی با هدف کسب سود بیشتر کالاهایی را که در کشورهایی همچون دوبی و ترکیه از مصرف خارج شده‌اند به ایران می‌آورند و با دستکاری روی تاریخ انقضا آنها را به فروش می‌رسانند.

سیم‌کارت‌های قدیمی گران شدند

افشار فروتن، رئیس انجمن فروشندگان سیم‌کارت، درباره افزایش قیمت سیم‌کارت‌های دائمی همراه اول گفت: مدتی است به نظر می‌رسد سیاست تجارت اپراتورها در عرصه واگذاری سیم‌کارت به بازار با نیازهای جامعه تناسب چندانی ندارد و به همین دلیل مدت‌هاست دیگر سیم‌کارت‌های کدهای قدیمی همراه اول وارد بازار نمی‌شود که همین موضوع موجب شده قیمت این سیم‌کارت‌ها در بازار افزایش پیدا کند. وی ادامه داد: اکنون این سیم‌کارت‌ها به نوعی حالت بورس پیدا کرده‌اند و سیم‌کارت‌های جدید واگذار شده همراه اول نیز با کدهای جدید مانند ۹۸ و صفر صورت می‌گیرد و این موضوع باعث جذابیت و گرانی این سیم‌کارت‌ها شده است.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان

*مناقصه گزار: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان

*موضوع مناقصه : مورد مندرج در جدول ذیل و با شرح جزئیات در اسناد مناقصه

موضوع مناقصه	مبلغ تضمین /ریال	جلسه توجیهی	تاریخ تکمیل و تحویل پاکات	تاریخ بازگشایی پاکات
اداره امور انبار نفت بروجرد	۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰ (یکصدو ده میلیون)	ساعت:۱۱ چهار شنبه ۹۳/۸/۱۴	تا پایان وقت اداری یکشنبه ۹۳/۸/۱۸	ساعت :۹یکشنبه ۹۳/۸/۲۵

شرایط اولیه مناقصه گران : کسب حداقل ۶۰ امتیاز ارزیابی کیفی ، ضمنا شرکت هایی حق حضور در مناقصه را دارند که سرمایه لازم برای حضور در این مناقصه را قبلا در اسناد خود به ثبت رسانده باشند.
نوع تضمین شرکت در مناقصه : ارائه رسید وجه مبنی بر واریز مبلغ لازم جهت شرکت در مناقصه به حساب جام بانک ملت به شماره ۹۲۰۰۰۳۵۱/۸۸ با کد شناسه ۳۵۱۶۱ به نام شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان یا ارائه ضمانت نامه بانکی معتبر .
*آدرس وتلفن شرکت ومحل جلسات توجیهی ،بازگشایی وتحویل پاکات :خرم آباد،خیابان شریعتی (جنب اداره پست)،کد پستی ۶۸۱۸۶۴۳۸۴۷،صندق پستی ۵۶۸،ستاد شرکت پخش فراورده های نفتی منطقه لرستان.
تلفن پاسخگویی به ابهامات ۳۳۳۳۰۳۰۲۶و۳۳۳۳۵۸۵۰ آقای مسعود بهاری /خانم شهره پورسلیم

آدرس های دستیابی:http:// iets.mporg.ir http://monaghese.niopdc.ir

روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه لرستان
شبکه اطلاع رسانی نفت وانرژی (شانا)

م الف ۱۵۱۰

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان

*مناقصه گزار: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان

*موضوع مناقصه : مورد مندرج در جدول ذیل و با شرح جزئیات در اسناد مناقصه

موضوع مناقصه	مبلغ تضمین /ریال	جلسه توجیهی	تاریخ تکمیل و تحویل پاکات	تاریخ بازگشایی پاکات
اداره امور انبار نفت ازنا	۸۰/۰۰۰/۰۰۰ (هشتاد میلیون)	ساعت:۱۱ چهار شنبه ۹۳/۸/۱۴	تا پایان وقت اداری یکشنبه ۹۳/۸/۱۸	ساعت :۱۰یکشنبه ۹۳/۸/۲۵

شرایط اولیه مناقصه گران : کسب حداقل ۶۰ امتیاز ارزیابی کیفی ، ضمنا شرکت هایی حق حضور در مناقصه را دارند که سرمایه لازم برای حضور در این مناقصه را قبلا در اسناد خود به ثبت رسانده باشند.
نوع تضمین شرکت در مناقصه : ارائه رسید وجه مبنی بر واریز مبلغ لازم جهت شرکت در مناقصه به حساب جام بانک ملت به شماره ۹۲۰۰۰۳۵۱/۸۸ با کد شناسه ۳۵۱۶۱ به نام شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان یا ارائه ضمانت نامه بانکی معتبر .
*آدرس وتلفن شرکت ومحل جلسات توجیهی ،بازگشایی وتحویل پاکات :خرم آباد،خیابان شریعتی (جنب اداره پست)،کد پستی ۶۸۱۸۶۴۳۸۴۷،صندق پستی ۵۶۸،ستاد شرکت پخش فراورده های نفتی منطقه لرستان.
تلفن پاسخگویی به ابهامات ۳۳۳۳۰۳۰۲۶و۳۳۳۳۵۸۵۰ آقای مسعود بهاری /خانم شهره پورسلیم

آدرس های دستیابی:http:// iets.mporg.ir http://monaghese.niopdc.ir

روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه لرستان
شبکه اطلاع رسانی نفت وانرژی (شانا)

م الف ۱۵۱۰