

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: فیروز اسماعیلی‌نژاد
 قائم مقام مدیر مسئول: ولی یعقوبی
 زیر نظر شورای سیاست گذاری

سردبیر: امید اسماعیلی نژاد
 چاپ: کارگر
 توزیع: کارو کارگر

عضو انجمن صنفی مدیران نشریات ایران
 عضو انجمن روزنامه‌های غیر دولتی
 عضو تعاونی مطبوعات کشور

پست الکترونیکی روزنامه (E-MAIL):
 Eghtesadsaramad@gmail.com
 نشانی‌سایت: Eghtesadsaramad.ir

نشانی دفتر مرکزی:
 سه‌پدروی شمالی پلاک ۵۶ واحد ۳
 تلفن مرکزی روزنامه: ۸۸۷۶۹۲۲۷ - ۰۲۱
 تلفکس: ۸۸۷۶۹۲۲۷

سازمان شهرستان‌ها:
 تلفن تماس: ۰۲۱۶۶۹۳۳۷۱۴
 ۶۶۶۶۱۷۷۰-۶۶۶۳۳۷۷۸ داخلی ۵
 ایمیل: saramadrezaee@yahoo.com
 تلگرام: ۰۹۰۲۷۸۳۳۳۶۲۷

سراسرآمد

علیرضا فروتن - اقتصادسراسرآمد -
 حدیث گفتن در باب تولید ملی و خرید خودروی داخلی در این زمان نه تنها جدید و عجیب نیست، بلکه ممکن است باعث رنجیده خاطر شدن بخاطر حس تکرار مکررات هم بشود. اما سخن کوتاه که این بار ما در روزنامه اقتصادسراسرآمد بر آن شدیم تا تحلیلی تازه و راهکاری نوین برای این گره کور صنعت ایران ارائه دهیم. پاسخ به این پرسش که چرا برخلاف دیگر کشورهای جهان، خودروهای کمتر شناخته شده برندهای چینی دارای محبوبیت و بازار خوبی در ایران هستند، نیاز به بررسی‌هایی از جوانب مختلفی دارد. اما اکثراً متفق القول هستند که اولین و اصلی‌ترین دلیل آن قیمت تمام شده است. با این حال آیا خودروهای چینی عرضه شده در ایران از رقبای کاملاً ایرانی خود ارزان‌تر هستند؟! قبل از شروع تحلیل بایستی ابتدا نگاهی به تاریخچه شکل‌گیری این صنعت در سرزمین ازدهای سرخ بیاندازیم. برخلاف باور عمومی صنعت خودروسازی در چین نسبتاً با سابقه و همپای ایران و کره جنوبی شکل گرفته است. پس این صنعت زمان لازم برای به بلوغ رسیدن و رشد و شکوفایی را داشته است. هر چند اولین رگه‌های خودروسازی در چین به قبل از دهه ۵۰ میلادی و ساخت خودروهای سنگین و استفاده‌های نظامی از آن‌ها در جنگ جهانی دوم بر می‌گردد، ولی اولین کارخانجات تولید خودروی سواری بین سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ میلادی شکل گرفتند. به گزارش اقتصاد سراسرآمد، امروزه بیش از ۷۰ برتسد مختلف خودروسازی در چین تولید و به فروش می‌رسند، ولی فقط چهار شرکت اصلی جزو گردانندگان این صنعت در سرزمین ازدها هستند. شرایط ورود خودروهای خارجی نیز به گونه‌ای است که در همکاری مشترک، یک شرکت خودروساز داخلی و چینی، آن‌ها را به نام خود تولید و یا مونتاژ نماید. همین موضوع باعث به وجود آمدن دوقلوهای چینی از هر برند خودروسازی جهانی است. بعضی شرکت‌ها مانند دانگ‌فنگ نیز می‌توانند همزمان شریک تجاری چندپدن خودروساز مطرح دنیا از قبیل پژو، سیتروئن، نیسان و... باشند. پس با این حساب کبی بسرداري از برندهای جهانی و مطرح دنیسای خودرو نیز کاملاً قانونی و عرف بازار است. اما این بازار وسیع و بکر در زمانی که در حال اشباع بود، تصمیم به صادرات و رقابت خودروهای تولید داخلی خود در بازارهای جهانی نمود. البته برای دستیابی به استانداردهای لازم جهت حضور در بازارهای جهانی نیاز بود تا رشد فناوری و

جهشی سریع در زمینه تکنولوژی ساخت و ایمنی بالای تولیدی‌های خود داشته باشند. بهترین راهکار آنان برای این مهم خرید برندهای با سابقه و دارای تکنولوژی طراحی و ساخت خودرو بود. پس از خرید برندهایی از قبیل ولوو، جی‌ام و... روی تبلیغات جهانی محصولات خود که نام بزرگان این عرصه را بدک می‌کشید مانورهای گسترده‌ای دادند و با سعی در هدف‌گیری بازارهای نسبتاً خوب جهان سومی روی قیمت پایین و آپشن‌های بالای محصولات خود تاکید کردند. متأسفانه یکی از این بازارها که به بدترین شکل ممکن هدف گرفته شد، بازار خوب و بی‌رقیب ایران بود. با توجه به قوانین سخت و شرایط دشوار واردات برندهای خارجی خودروسازی در ایران، چینی‌ها از راه حل خود برای نفوذ در این بازار تشنه استفاده کردند. آنها که به خوبی مفهوم داخلی سازی و هضم برندهای موفق جهانی را می‌دانستند، با همین استراتژی شروع به رایزنی با گردانندگان بازار خودروی ایران کرده، و به زودی به قراردادهای خوبی دست یافتند. گروه‌های خودروسازی ایران خودرو و سایپا به عنوان پرچمداران تولید خودروی ملی در ایران نیز در امان نمانده و جذب سوداگران چینی و این معامله پر سود شدند. تولید خودرو و قطعات آن در ایران



بسیار با صرفه‌تر و دارای حاشیه سود بسیار بیشتری نسبت به انواع ژاپنی و اروپایی آن است. حال خودروها و قطعات چینی آن را اگر مونتاژ کرده و به قیمت گزافی بفروشید بقدر سود خواهید برد؟! با سوالی دیگر بهتر می‌شود به هدف خودروسازان ایرانی به نشان دادن چراغ سبز مونتاژ به چشمم بادامی‌ها پی برد. آیا می‌شود نسخه‌ای از پژو، سمند و یا پراید را به قیمتی بالاتر از ۵۰ میلیون تومان فروخت؟ یک خودروی شناخته نشده و پر زرق و برق چینی را چطور؟ هر چند بررسی‌های مختلف برای جواب دادن به سوال اصلی این تحلیل، تقاضا را هدف خود قرار داده و آن‌ها را مقصر می‌دانند، ولی عدم تناسب عرضه و تقاضا و بسته بودن بازار و بی‌رقیب بودن خودروسازان داخلی، خود نیز متقاضیان را به مسیرهای اشتباه انتخاب سوق می‌دهد. البته در این مقال ما می‌گوئیم تا سهم خودروسازان ایرانی را در این بلیشور پیدا کنیم. به غیر از ارتباط مستقیم با برندهای صد در صد چینی، طرف ایرانی سراغ برندهای چینی -اروپایی و یا چینی -ژاپنی نیز رفته و با نام بردن از طرف ژاپنی و یا اروپایی سعی به گمراه ساختن مشتریان خود دارند. به عنوان مثال برند فرانسوی پژو در ایران سایپاهای طولانی دارد و حق آب و گلی به

گره کور صنعت خودروسازی ایران در سرزمین ازدهای سرخ

خودروی ملی یا چینی ملی

صنعت خودروسازی ملی ایران داشته و در دوره پسا تحریم برجام نیز از اولین متقاضیان همکاری با ایران بود. اما جالب است بدانید که در نهایت، شروع همکاری‌های دوجانبه با شعبه چینی این برند فرانسوی به اجرا در خواهد آمد. تمام مدل‌های جدید پژو که قرار است از سال آینده در ایران تولید شوند توسط شرکت دانگ‌فنگ از چین وارد می‌شوند نه اروپا! این تنها به پژو منحصر نمی‌شود، بلکه دیگر رقیب فرانسوی، سیتروئن نیز در همکاری با گروه خودروسازی سایپا شعبه چینی خود را پیش قدم کرده است. براساس گزارش اقتصادسراسرآمد حال در بازار بی رونق خودرو در این نوع خودروی چینی می‌بینیم؛ یکی صد در صد چینی با نام عجیب غربی و دیگری چینی اروپایی نما با نام و ظاهر اروپایی! احتمالاً با این اوصاف بزرگان صنعت خودروسازی ایران نیز دست به تغییر مفهوم خودروی ملی زده و چینی بودن را اصل اول آن اعلام خواهند کرد، البته چینی ایرانی نما یا خودروی ملی چینی! پس در این عرضه خودروی چینی به صورت وارداتی، مونتاژی و تولیدی چگونه می‌توان تقاضا را مدیریت کرده و بهترین محصول را به دست آن‌ها رساند؟! محبوبیت خودروهای چینی در ایران تنها به علت نبود رقیب و تکراری و قدیمی بودن طرح خودروهای ایرانی نیست، بلکه خودروسازان ایرانی با چینی کردن محصولات و سبد خودروی خود متقاضی را به این مسیر اشتباه سوق می‌دهند. به عنوان مثال آیا آپشن‌هایی نظیر سانروف را نمی‌توان در تولیدات برندهای ایرانی به کار گرفت که خریدار را برای برخورداری از این قابلیت به سمت خودروهای بی‌نام و نشان چینی هدایت کنیم؟! در پایان امید است که مسئولان صنعت خودروسازی در تبیین سیاست‌های کلان تولید ملی در راستای اقتصاد مقاومتی عمل کرده و دست چینی‌ها را از بردن سودهای گزاف و خنده به ریش مردم این دیار کوتاه کنند. اگر چینی‌ها خود در بازار داخلی ششان سوار بر خودروهایی که به ایران صادرات می‌کنند نمی‌شوند و این مدل‌ها جزو شکست خورده‌های بازار چین است، پس چه سخاوتمندی به همکاری با صنعت خودر و سازی و بازار پر سود خودروی ایران دارند؟! پیش‌تر نیز بارها گفته شده است که در لیست ۱۰ خودروی پر طرفدار چینی برندهای آمریکایی هستند که خود چینی‌ها نیستند! پس بهتر است به هموطنان و خواهران و برادران با استعداد عزیز خود اعتماد کرده و دست در دست هم به ساختن ایرانی آباد با خودروی صد در صد ایرانی بپردازیم.

اصناف

احتمال حذف حواله از فرآیند توزیع مرغ بین خرده‌فروشان

یک منبع آگاه گفت: بدلیل دلایلی ها و رانت ایجاد شده، حواله از فرآیند توزیع مرغ بین خرده فروشان در صورت تصویب ستاد تنظیم بازار تهران حذف می‌شود. به گزارش اقتصادسراسرآمد، منبع آگاه افزود: تعداد محدودی از خرده فروشان مرغ در تهران حواله خرید مرغ با قیمت مصوب از عمده‌فروشی‌ها را دریافت می‌کنند که این موضوع باعث ایجاد رانت می‌شود. وی گفت: صاحبان این حواله‌ها با فروش بخشی یا تمام مرغ دریافتی با قیمت بالاتر از نرخ مصوب به خرده فروشان بازار را دچار تلاطم می‌کنند. این منبع آگاه افزود: به این ترتیب قیمت مرغ در خرده‌فروشی‌ها هر روز گران‌تر می‌شود، به عنوان مثال یک خرده‌فروش که حواله مرغ با قیمت مصوب را دارد با مراجعه به میدان تر بارها بهمین، مرغ را با قیمت مصوب ۱۹،۴۰۰ تومان دریافت می‌کند، درحالی‌که مرغ دریافتی را باید با نرخ مصوب ۲۰،۴۰۰ به فروش برساند که این کار را نمی‌کند و مرغ را با قیمت ۲۵ تا ۲۶ هزار تومان در اختیار خرده‌فروشی‌هایی که حواله دریافت نمی‌کنند می‌گذارد. وی ادامه داد: به این ترتیب و با این دلال بازی‌ها قیمت مرغ در بازار به حدود ۳۳ تا ۳۴ هزار تومان هم رسیده است. وی خاطر نشان کرد: برای جلوگیری از رانت ایجاد شده و با توجه به افزایش توزیع مرغ در جلسه ستاد تنظیم بازار استان تهران حذف حواله از فرآیند توزیع مرغ بررسی می‌شود و به احتمال بسیار زیاد این موضوع به تصویب ستاد می‌رسد.



وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران
(شبهای خاص)

شرکت راه آهن ج.ا.ا. در نظر دارد بنابر آئین نامه اجرائی بندج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط جهت دعوت به مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.

۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: خرید ۱۵ دستگاه انواع دیزل ژنراتور

۲- مبلغ کل برآورد: ۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال

۳- مدت: مدت اجرا ۴ ماه بوده و محل اجرا طبق اسناد مناقصه می باشد.

۴- رعایت مفاد مواد (۳)،(۴)،(۵)،(۶)،(۸)،(۱۳)،(۱۶)و (۱۷) قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی (مصوب ۲/۱/۱۳۹۰) در ارجاع کار طرح(ا پروژه هـا) که "منجر به تولید و احداث یک واحد جدید، توسعه و اصلاح واحد موجود و یا خرد محصولات مبتنی بر سفارش طراحی -ساخت می شود" الزامی می باشد.

۵- شرکت کنندگان در فراخوان می‌بایست پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت، معدن و تجارت با تاریخ معتبر را داشته باشند. همچنین با توجه به نامه شماره ۶۰/۸۱۴۹۳ مورخ ۹۷/۳/۳۰ وزارت صنعت، معدن و تجارت و رعایت آخرین مصوبه هیئت وزیران به شماره ۱۸۷۷۴/ت ۵۵۵۳۵۰ مورخ ۱۳۹۷/۰۲/۲۳ و الحاقیه های قبلی آن و ثبت شده در فهرست توانمندی های مندرج در سامانه توانمندی های محصولات داخل وزارت صمت الزامی می‌باشد. شایان ذکر می‌باشد داشتن نمایندگی از تولیدکنندگان به عنوان پروانه بهره برداری محسوب نخواهد شد.

۶- مهلت نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی: متقاضیان می توانند حداکثر تا ساعت ۱۴:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۹۹/۱۲/۲۵ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir و با پرداخت مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ (پانصد هزار) ریال از طریق لینک مربوط در سامانه فوق، اسناد ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.

کلیه فرایند برگزاری مناقصه بجز تحویل پاکات الف مربوط به تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می پذیرد، نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.

۷- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۴:۳۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۴ از طریق سامانه فوق

۸- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.

۹- مدت اعتبار ضمانت های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه می باشد و در خواست خریدار به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می باشد.

پس از ارزیابی کیفی، از مناقصه گران واجد شرایط که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند جهت دریافت اسناد مناقصه دعوت بعمل خواهد آمد.
میم الف: ۴۱۴۸ شناسه آگهی: ۱۱۰۳۱۹۵

اداره کل خدمات ساختمانی و ایستگاهی شرکت راه آهن



دانشگاه علوم پزشکی تهران
معاونت بهداشتی

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه عمومی خرید، نصب و راه اندازی یک دستگاه بیخطر ساز سیستمندهای عفونی بیمارستانی جهت بیمارستان جدید التاسیس شبکه تکاب را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
ولازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، نسبت به انجام مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی جهت اخذ شرایط مناقصه و شرکت در مناقصه اقدام نمایند.

- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه:** تاریخ ۱۳/۱۲/۱۳۹۹ می باشد.
- مهلت زمانی در یافت اسناد مناقصه از سایت:** تا ساعت ۱۴:۳۰ مورخه ۱۶/۱۲/۱۳۹۹
- مهلت زمانی ارائه مدارک:** ساعت ۱۴:۳۰ مورخه ۲۶/۱۲/۱۳۹۹
- تاریخ بازگشایی پاکت ها:** ساعت ۹ صبح مورخه ۲۷/۱۲/۱۳۹۹
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت ها:** آدرس: ارومیه- بلوار رسالت- انتهای کوی اورژانس- ستاد دانشگاه علوم پزشکی ارومیه
- تلفن:** ۰۴۴-۳۱۹۳۷۳۴۰
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:** مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱
- دفتر ثبت نام:** ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

امور قرار دادها، مناقصات و مزایدات دانشگاه علوم پزشکی خدمات بهداشتی درمانی آذربایجانغربی

آگهی مزایده (نوبت دوم)

- نام و نشانی مزایده‌گذار:** استان بوشهر - شهرستان کنگان - شهر بندر سیراف - شهرداری
- موضوع مزایده:** فروش زمین متروکه
- تاریخ آگهی نوبت اول:** ۹۹/۱۲/۰۶ و **نوبت دوم:** ۹۹/۱۲/۱۳
- تاریخ فروش اسناد مزایده:** از تاریخ ۹۹/۱۲/۰۹ تا مورخه ۹۹/۱۲/۱۲
- تاریخ و محل تحویل پیشنهادات:** شهرداری بندر سیراف امور قرارداده‌ا ۹۹/۱۲/۱۳ تا مورخه ۹۹/۱۲/۲۶ در ساعات اداری
- تاریخ بازگشایی اسناد:** مورخه ۹۹/۱۲/۲۷ ساعت ۱۱ صبح
- شرح مختصری از کار:** فروش زمین متر وکه به آدر سیراف خیابان اصلی جنب کوچه ۱۳ آبان به مساحت ۸/۲۷ متر مربع

روابط عمومی شهرداری بندر سیراف