

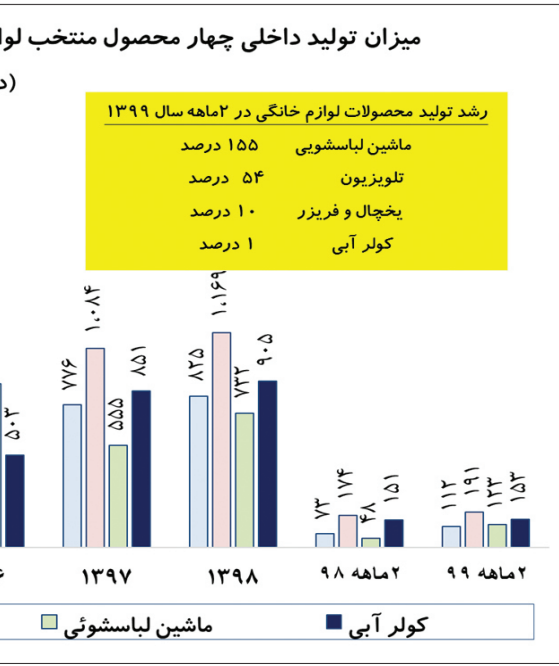
## گزارش «فرهیختگان» از تغییر معادلات در بازار لوازم خانگی

# ال جی و سامسونگ دیگر اول نیستند

صنعت لوازم خانگی یکی از صنایع بسیار مهم است که به واسطه حرکت در لبه تکنولوژی، تولید محصول در این حوزه و ماندن در کورس رقابت، بستگی زیادی به سطح فناوری، هزینه در تحقیق و توسعه و شناخت ذائقه متغیر در بازار دارد. همچنین یکی دیگر از مهم‌ترین پیش‌نیازهای فعالیت در این صنعت، تامین مواد اولیه و قطعات و اجزای ساخت کالاهاست که در برخی از این کالاها، انحصار آن در اختیار فقط چندکشور محدود است. این موضوعات سبب‌شده تولید و فعالیت و رقابت و ماندن در بازار لوازم خانگی سخت و شکننده باشد. بررسی هان‌شان می‌دهد صنعت لوازم خانگی ایران از دهه ۱۳۴۰ که بنیان اولیه برخی برندهای نوستالژیک کشور گذاشته می‌شد، فراز و نشیب‌های زیادی را به‌خود دیده است، به‌طوری‌که تا نیمه دهه ۱۳۸۰ برخی برندهای لوازم خانگی قدیمی ایرانی که چندین دهه با فناوری قدیمی در خط تولید و حداقل هزینه در تحقیق و توسعه در بازار فعالیت می‌کردند، به‌همین واسطه در دهه ۱۳۸۰ از رقابت در بازار بازنمانده و کم‌کم خاموشی را تجربه کردند. با خروج این برندها از بازار لوازم خانگی، گرچه برخی برندهای جدید داخلی وارد بازار لوازم خانگی کشور شدند، اما با واردات انحصاری کالا‌های خارجی و ازجمله واردات گسترده برندهای کرای، بازار لوازم خانگی ایران عمدتاً در اختیار برندهای کرای قرار گرفت. با تجربه تحریم‌های سال ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ برخی واردکنندگان داخلی اولین اقدامات برای مونتاژ گسترده و سپس داخلی‌سازی محدود را شروع کردند. اما با شروع مجدد تحریم‌ها در سال ۱۳۹۷ و با کاهش واردات و قطع همکاری‌ها، سرعت داخلی‌سازی محصولات لوازم خانگی بیشتر شده و آمارهان‌شان می‌دهد هم‌اکنون تعمیق داخلی‌سازی با سرعت قابل توجهی درحال انجام است؛ به‌طوری‌که طبق بررسی‌ها، در سال گذشته میزان تولید برخی محصولات منتخب لوازم خانگی رشد ۱۰ تا ۲۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۷ داشته و در سال جاری نیز براساس آمارها دوامه اول سال، به‌طور میانگین تولید این محصولات ۵۵ درصد رشد را تجربه کرده است. در گزارش پیش‌رو همچنین به آمارهای فروشگاه‌های آنلاین از فروش‌ترین برندها در کشور اشاره شده که نتایج آن نشان می‌دهد طی دوسال اخیر اقبال عمومی گسترده‌ای به کالا‌های داخلی و ازجمله به لوازم خانگی داخلی به‌وجود آمده است. فعالان بازار لوازم خانگی می‌گویند درحال حاضر با حدود ۲۰ درصد ظرفیت بالقوه خود فعالیت می‌کنند و اگر کنترلی روی قیمت مواد اولیه مانند فولاد، مس، آلومینیم و محصولات پتروشیمی و همچنین نوسان نرخ ارز وجود داشته باشد و همچنین دولت عزم خود را برای قاچاق لوازم خانگی به کار گیرد، می‌توانند پاسخ این اقبال عمومی را با قیمت و کیفیت نسبتاً قابل قبول بدهند.

### رشد ۵۵ درصدی تولید لوازم خانگی

تولید محصولات لوازم خانگی طی سال‌های اخیر فراز و نشیب‌های زیادی را تجربه کرده است. در این زمینه بررسی آمارهای منتشرشده از سوی وزارت صمت نشان می‌دهد در تولید تلویزیون، تعداد تولید سالانه کشور از دومیلیون و ۶۱ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۲ به ۱/۵ میلیون دستگاه تا سال ۱۳۹۵، به یک میلیون و ۲۵۷ هزار دستگاه تا سال ۱۳۹۶ (قبل از تحریم)، به ۱۷۶ هزار دستگاه تا سال ۱۳۹۷ و به ۸۲۵ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۸ رسیده است. طبق آمارهای مذکور تولید تلویزیون طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ کاهش ۶۰ درصدی داشته است، اما در این خصوص دو نکته را باید مدنظر داشت؛ اول اینکه روند کاهش تولیدی که تا سال ۱۳۹۷ و با شروع تحریم‌ها به اوج خود رسیده بود، در سال ۱۳۹۸ با رشد تولید روند قبلی را متوقف کرده است. همچنین مهم‌تر از آن، بررسی آمارهای تولید دوامه امسال لوازم خانگی نیز نشان می‌دهد تولید تلویزیون طی فروردین و اردیبهشت امسال در مقایسه با دوامه سال ۱۳۹۸ با رشد ۵۴ درصدی از ۷۳ هزار دستگاه به ۱۱۲ هزار دستگاه افزایش یافته است. این موضوع یعنی افزایش تولید در سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ از آنجایی مهم است که با شروع تحریم‌ها قطع ارتباط داخلی از برندهای خارجی با تولیدکنندگان داخلی، کاهش تولید سال ۱۳۹۷ با شروع داخلی‌سازی محصولات لوازم خانگی جبران شده است که در نوع خود قابل تقدیر بوده و اگر تعمیق داخلی‌سازی با در اولویت قرار گرفتن تحقیق و توسعه همراه باشد، می‌توان در چشم‌انداز تجارت خارجی نیز سهم‌ویژه برای صادرات محصولات لوازم خانگی متصور شد. نکته دیگر اینکه بررسی‌ها نشان می‌دهد بخشی از کاهش تولید محصولات لوازم خانگی داخلی به دلیل افزایش قاچاق کالا (به‌ویژه بعد از تحریم‌ها) و همچنین کاهش تقاضا در داخل طی سال‌های اخیر با تسریع در تحولات اجتماعی-اقتصادی (همچون کاهش قدرت خرید خانوارها و کاهش ازدواج و مسائلی از این دست) رخ داده است. پس از تلویزیون، بررسی آمارهای وزارت صمت در حوزه تولید یخچال و فریزر نشان می‌دهد تولید این محصولات نسبت به تلویزیون روند مناسب‌تری را طی کرده است، به‌طوری‌که میزان تولید سالانه یخچال و فریزر از ۹۹۵ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۶ (قبل از شروع تحریم‌ها) به یک میلیون و ۱۰۲ هزار دستگاه رسیده بود که این تعداد در سال ۱۳۹۷ به یک میلیون و ۸۴ هزار دستگاه و در سال ۱۳۹۸ نیز به یک میلیون ۱۶۹ هزار دستگاه رسیده است. در تولید یخچال و فریزر نیز طی دوامه اول



سال ۹۸، رشد ۱۰ درصدی را نشان می‌دهد.

در بخش تولید ماشین لباسشویی، بررسی‌ها نشان می‌دهد میزان تولید این محصول در سال ۱۳۹۲ حدود ۷۶ هزار دستگاه بوده که این تعداد تا سال ۱۳۹۶ (قبل از تحریم‌ها) به ۸۹۰ هزار دستگاه رسیده و سپس در سال ۱۳۹۷ با شروع تحریم‌ها، با کاهش نزدیک به ۲۸ درصدی به ۵۵۵ هزار دستگاه رسیده و در سال ۱۳۹۸ نیز با رشد ۳۲ درصدی، قدم‌های بلندی برای بازیابی تولید قبل از تحریم برداشته است. همچنین در دوامه سال جاری ۱۲۳ هزار دستگاه ماشین لباسشویی در کشور تولید شده که این میزان نسبت به تولید ۴۸ هزار دستگاهی دوامه پارسال، رشد ۱۵۵ درصدی را نشان می‌دهد. چهارمین محصول مربوط به لوازم خانگی، کولر آبی است که بررسی روند تولیدات این محصول نیز نشان می‌دهد میزان تولیدات آن از ۹۱۲ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۲ به ۵۰۳ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۶، ۸۵۱ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۷، ۹۰۵ هزار دستگاه در سال گذشته و ۱۵۳ هزار دستگاه نیز در دوامه سال جاری رسیده است. با توجه به اینکه تولید این محصول چندان به فناوری پیچیده‌ای نیاز ندارد، به‌نظر می‌رسد میزان تولید این محصول عمدتاً با حجم تقاضا در بازار مرتبط است.

### وابستگی لوازم خانگی به خارج چقدر است؟

بررسی آمارهای وزارت صمت و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران نشان می‌دهد تا سال ۱۳۹۷ (آخرین آمار) تعداد ۴۹۹ واحد در چهار بخش تولید تلویزیون، ماشین لباسشویی، یخچال و فریزر و کولر فعال و ۴۰۷ واحد دیگر نیز در حال راه‌اندازی بوده‌اند. طبق این آمارها، ظرفیت اسمی تولید لوازم خانگی در چهار بخش مذکور ۲۲ میلیون و ۲۵۵ هزار دستگاه و تولید فعلی آنها نیز نزدیک به ۳/۵ میلیون دستگاه است. به عبارتی دیگر حدود ۸۴ درصد از ظرفیت تولید لوازم خانگی داخلی بلااستفاده یا خارج از تولید قرار دارد. همچنین تا سال گذشته ۴۴ هزار و ۶۰۴ نفر به‌طور مستقیم در چهار بخش تولید تلویزیون، ماشین لباسشویی، یخچال و فریزر و کولر مشغول فعالیت بوده‌اند که با راه‌اندازی واحدهای در دست اجرا، این تعداد به ۱۳۱ هزار نفر خواهد رسید.

درخصوص میزان داخلی‌سازی محصولات لوازم خانگی همچنان که گفته شد، طی سال ۱۳۹۸ همه محصولات رشد تولید داشته‌اند و در دوامه امسال نیز نسبت به مدت مشابه سال گذشته تولید ماشین لباسشویی ۱۵۵ درصد، تولید تلویزیون ۵۴ درصد، تولید یخچال و فریزر ۱۰ درصد و تولید کولر آبی نیز یک درصد افزایش یافته است که این موارد نشان می‌دهد پس از اعمال تحریم‌های آمریکا در سال ۱۳۹۷ و به‌دنبال آن، خروج شرکت‌های خارجی و قطع ارتباط تولیدکنندگان داخلی با شرکای خارجی، داخلی‌سازی روند، به‌ویژه رشدی را تجربه کرده است. در این باره، براساس اظهارات دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به‌طور میانگین در صنت لوازم خانگی ۶۵ تا ۷۰ درصد مواد اولیه، اجزا و قطعات بومی‌سازی شده است. همچنین نسبت وابستگی به خارج در تولید اجاق گاز حدود پنج تا ۱۰ درصد، در ماشین لباسشویی حدود ۲۰ تا ۴۰ درصد، در یخچال بین ۲۰ تا ۴۰ درصد و در تلویزیون بین ۸۰ تا ۹۰ درصد است. لازم به ذکر است در برخی محصولات همچون یخچال، تنها پنج کشور تولیدکننده موتور هستند و در تلویزیون نیز تنها چهار کشور تولیدکننده برد و پنل هستند و با توجه به حرکت این حوزه در لبه تکنولوژی، برای اغلب کشورها داخلی‌سازی کامل همه این محصولات نه‌امکان‌پذیر و نه به‌صرفه است. بر این اساس با تکنولوژی پیشرفته‌ای که این محصولات داشته و با هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه (R&D) که برای بقا در بازار

# اقتصاد



جهان، جایگاه خوبی در جهان و به‌ویژه در مقایسه با کشورهای منطقه است. البته این موضوع شامل همه کالا‌های ایرانی نمی‌شود اما بخش قابل توجهی از برندهای ایرانی توانسته‌اند با وجود تحریم‌های ظالمانه، جایگاه و بازار خوبی در منطقه و جهان برای خود دست‌وپا کنند. درخصوص بازار داخلی نیز گرچه هیچ نهادی گزارش مستندی تاکنون از جایگاه برچسب ساخت ایران منتشر نکرده، اما آمارهای سال ۱۳۹۸ شرکت دیجی کالا به‌عنوان بزرگ‌ترین فروشگاه آنلاین کشور نشان می‌دهد در نیمه اول سال ۱۳۹۶ نسبت خرید کالا‌های ایرانی در این فروشگاه ۴۲ به ۵۸ درصد به نفع کالا‌های خارجی بوده، اما تا سال ۱۳۹۸ ورق کاملاً برگشته و سهم کالا‌های ایرانی از کل فروش این فروشگاه آنلاین به حدود ۶۹ درصد و سهم کالا‌های خارجی از کل فروش آن نیز به ۳۱ درصد رسیده است. طبق آمارهای گزارش این فروشگاه آنلاین، تعداد کسب‌وکارهای ایرانی فعال در پلت‌فرم مارکت‌پلیس دیجی کالا از هزار و ۹۴ کسب‌وکار در سال ۱۳۹۵ به ۶۱ هزار و ۱۴ کسب‌وکار در پایان سال ۱۳۹۸ رسیده و بین ۲ میلیون و ۲۳۸ هزار کالا‌های ایرانی، ۱۰ برند ایرانی ایکس‌ویژن، پارس‌خیز، مهیاپروتئین، چشمه‌نور، تسکوپا‌کوشوما، اخوان، امرسان، کامان و ایستکول به‌ترتیب پر فروش‌ترین برندهای داخلی هستند. نکته جالب توجه نیز اینکه، از ۱۰ برند پر فروش این شرکت، ۶ برند در حوزه لوازم خانگی و چهار برند دیگر مربوط به بخش‌های دیگر است.

#### ایکس‌ویژن و امرسان بالاتر از سامسونگ و ال جی

در مطلب پیشین گفته شد که در میان ۱۰ برند پر فروش فروشگاه آنلاین دیجی کالا، ۶ برند جزء برندهای لوازم خانگی بوده‌اند. اما بررسی جزئی‌تر نشان می‌دهد طی سال گذشته پر فروش‌ترین برندهای حوزه تلویزیون این فروشگاه به‌ترتیب شامل سهم‌برندهای ایکس‌ویژن، سامسونگ، تی‌سی‌ال جی، پلاس، سونی، پاناسونیک، هایسنس، شهاب، ال جی و فیلیپس بوده است. در بخش یخچال و فریزر نیز، پر فروش‌ترین برندهای این فروشگاه آنلاین به‌ترتیب برندهای امرسان، ایستکول، ال جی، سامسونگ، دوو، بوش، پارس، هیمالیا، فیلیور و الکترواستیل بوده است.

#### کرای‌ها قاچاقی می‌آیند؟

در سال ۱۳۸۲ که کمتر برند لوازم خانگی ایرانی در تبلیغات تلویزیونی حضور داشتند، برندهای ال جی و سامسونگ پای ثابت تلویزیون بودند. از همه‌جالب‌تر اینکه این تبلیغات حتی در سریال‌های تلویزیونی همچون نقطه چین (به کارگردانی مه‌ران مدبری) نیز حاضر بودند. در آن سال‌ها کمتر کسی می‌توانست تصور کند که دو برند کرای‌ای همه برندهای تبلیغات محیطی کشور در خیابان‌ها، بزرگراه‌ها و میدان‌های شهری را تصرف خواهند کرد. در کنار واردات این کالاها، در سال‌های بعد شرکت‌های واردکننده ایرانی (گلدیران و سام‌سرویس) شروع به مونتاژ محصولات کرای کردند و دو برند جدید جی‌پلاس و سام، با زد دل این برندها بیرون آمدند. در ادامه با شروع تحریم‌ها در سال ۱۳۹۷، تصاویری از جایگزینی تابلوهای دوبرند کرای لوازم خانگی یعنی ال جی و سامسونگ با برندهای ایرانی خیرساز شد. تاکنون حجم فعالیت‌ها و همکاری‌های برندهای داخلی با کرای‌های سامسونگ، تی‌سی‌ال جی، پلاس، سونی، هایسنس و سایر برندهای ایرانی پیشرفت قابل توجهی در این حوزه و داخلی‌سازی داشته‌اند. البته این همه ماجرا نیست، چرا که او‌اخر فروردین بود که عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی طی اظهاراتی با انتقاد از ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز ادعا کرد کالا‌های برند سامسونگ و ال جی کره به‌راحتی از برخی مبادی جنوب کشور به داخل ایران قاچاق می‌شوند. وی گفت: «مقامات کره پول‌های ما را نمی‌دهند، به آنها گفتیم اگر ندیدید دیگر اجازه نمی‌دهم کالا‌های سامسونگ و ال جی به ایران بیاید. دیدم خیلی جوابی نداشتند و حساسیتی نشان ندادند. برایشان مهم نیست. کالا‌یشان را از طریق دبی (امارات) می‌فروشند از طریق لنج‌ها در کنگان و نظایر آن به داخل کشور می‌آید. معلوم است جواب ما را نمی‌دهند، چون کالا‌یشان را می‌فروشند.» وی ادامه می‌دهد: «معنا ندارد. اگر ما ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و اقتصاد مقاومتی داریم، باید جلوی اینها را بگیریم.» این ادعای رئیس بانک مرکزی در ادامه گرچه با پاسخ مناسب و مستندی از سوی ستاد قاچاق کالا و ارز مواجه نشد، به نظر می‌رسد همچنان قاچاق آنها ادامه دارد. به‌هرحال فعالان بازار لوازم خانگی معتقدند حالا که برندهای کرای از ایران خارج شده‌اند، در کنار کنترل قاچاق کالا، دستگاه‌های دولتی ازجمله وزارت صمت باید محدودیت‌های ارزی را کاهش دهد و با تدوین سازوکار مناسب، فرآیند تامین مواد اولیه مورد نیاز تولیدکنندگان را تسهیل کرده و با جدیت فرآیند اجرایی آن را پیگیری کند. به اعتقاد آنان اگر این فرصت طلایی تعمیق داخلی‌سازی با برندسازی همراه شود، صنعت لوازم خانگی به‌زمر خواهد نشست.

#### کاهش قابل توجه واردات لوازم خانگی

یکی از نکات قابل تامل در حوزه لوازم خانگی، فقر اطلاعاتی در حوزه تولید، صادرات و واردات آنهاست، به‌طوری‌که تاکنون آماری از تجارت خارجی این محصولات در سال ۱۳۹۸ منتشر نشده است. با این حال بررسی حجم تجارت خارجی لوازم خانگی نشان می‌دهد بین سال‌های ۱۳۹۲ واردات ماشین لباسشویی از حدود ۲۲ میلیون دلار با کاهش ۵۷ درصدی به ۱۳/۵ میلیون دلار رسیده است. طی این مدت واردات کولر آبی انجام نشده، واردات یخچال و فریزر با کاهش ۲۰ درصدی از ۴۶ میلیون دلار به ۳۶/۷ میلیون دلار رسیده است. در حوزه تولید نیز هم آمار وجود ندارد. در بخش صادرات نیز بیشترین صادرات سالانه مربوط به کولر آبی با ۱۱۳ میلیون دلار، یخچال و فریزر با ۱۶/۵ میلیون دلار، اجاق گاز با ۱۲ میلیون دلار و ماشین لباسشویی نیز با ۲/۶ میلیون به‌ترتیب بیشترین صادرات را داشته‌اند. در این بخش نیز از صادرات تلویزیون آماری در دست نیست.

## مناقسه عمومی

**دستگاه مناقسه گذار**: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

**موضوع مناقسه**: نگهداری، سرویس و راهبری تاسیسات مکانیکی و الکتریکی ساختمان‌های دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب به صورت حجمی

**مهلت مراجعه جهت دریافت اسناد مناقسه**: از تاریخ ۹۹/۵/۱۱ لغایت ۹۹/۵/۲۵

به مدت ۱۰ روز کاری

**محل فروش اسناد مناقسه**: تهران، شهرک قدس، بلوار فرحزادی، بلوار دادمان، خیابان درختی، کوچه شهید تقفی، پلاک ۱۶، طبقه همکف، دبیرخانه واحد با در دست داشتن معرفی‌نامه واصل فیش واریزی خرید اسناد مناقسه به مبلغ ۱۰۰/۰۰۰/۰۰ ریال به حساب ۰۸/۰۶۲۲۹۸۲۰۰۸ بانک ملی شعبه یخچال با شناسه واریز ۰۶۶۶۶۶۶۶۶۶۳۳

**مهلت ارائه پاکات**: تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۴) روز شنبه مورخ ۹۹/۵/۲۵

**محل تحویل پاکات مناقسه**: تهران، شهرک قدس، بلوار فرحزادی، بلوار دادمان، خیابان درختی، کوچه شهید تقفی، پلاک ۱۶، طبقه اول، اداره کل حراست، دبیرخانه محرمانه حراست.

- تضمین شرکت در مناقسه ۰۰۰/۰۰۰/۰۰ ریال می‌باشد که به صورت ضمانت‌نامه بانکی یا واریز نقدی به شماره حساب ۰۸/۰۶۲۲۹۸۲۰۰۸ بانک ملی شعبه یخچال با شناسه واریز ۰۶۶۶۶۶۶۶۶۶۳۳ خواهد بود.

- دستگاه در رد یا قبول یک یا همه پیشنهادات مختار می‌باشد.

- به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد تضمین ترتیب‌اثر داده نخواهد شد.

- پرداخت هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقسه می‌باشد.

- شرکت در مناقسه به منزله پذیرفتن اختیارات و تکالیف دستگاه مناقسه گذار و کلیه شرایط آیین‌نامه معاملات دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد.

- شرکت کنندگان می‌بایست دارای رزومه کاری مرتبط با انجام پروژه و مورد تایید کارفرما باشند.

- پاکت‌های خارج از موعد مقرر به هیچ عنوان تحویل گرفته نخواهد شد.

شماره تماس: ۰۹۲۱۶۱۹۷۲۰۰

## مناقسه عمومی

**دستگاه مناقسه گذار**: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

**موضوع مناقسه**: تامین نیروی انسانی راننده به همراه خودرو سبک

**مهلت مراجعه جهت دریافت اسناد مناقسه**: از تاریخ ۹۹/۵/۱۱ لغایت ۹۹/۵/۲۵

به مدت ۱۰ روز کاری

**محل فروش اسناد مناقسه**: تهران، شهرک قدس، بلوار فرحزادی، بلوار دادمان، خیابان درختی، خیابان شهید تقفی، پلاک ۱۶، دبیرخانه واحد با در دست داشتن معرفی‌نامه و اصل فیش واریزی خرید اسناد مناقسه به مبلغ ۰۰۰/۰۰۰/۰۰ ریال می‌باشد که به صورت ضمانت‌نامه ملی شعبه یخچال با شناسه واریز ۰۵۵۵۵۵۵۵۵۵۷۷

**مهلت ارائه پاکات**: تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۴) روز شنبه مورخ ۹۹/۵/۲۵

**محل تحویل پاکات مناقسه**: تهران، شهرک قدس، بلوار فرحزادی، بلوار دادمان، خیابان درختی، خیابان شهید تقفی، پلاک ۱۶، طبقه اول، اداره کل حراست، دبیرخانه محرمانه حراست.

- تضمین شرکت در مناقسه ۰۰۰/۰۰۰/۰۰ ریال می‌باشد که به صورت ضمانت‌نامه بانکی یا واریز نقدی به شماره حساب ۰۸/۰۶۲۲۹۸۲۰۰۸ بانک ملی شعبه یخچال با شناسه واریز ۰۵۵۵۵۵۵۵۵۵۷۷ خواهد بود.

- دانشگاه در رد یا قبول یک یا همه پیشنهادات مختار می‌باشد.

- به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد تضمین ترتیب‌اثر داده نخواهد شد.

- پرداخت هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقسه می‌باشد.

- شرکت در مناقسه به منزله پذیرفتن اختیارات و تکالیف دستگاه مناقسه‌گذار و کلیه شرایط آیین‌نامه معاملات دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد.

- شرکت‌اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط با انجام موضوع مناقسه امکان‌پذیر می‌باشد.

- شرکت کنندگان می‌بایست دارای رزومه کاری مرتبط با انجام موضوع مناقسه و مورد تایید کارفرما باشند.

- پاکت‌های خارج از موعد مقرر به هیچ عنوان تحویل گرفته نخواهد شد.

**صدای نخچگان، نگاه جوانان**  
**FARHIKHTEGAN**  
روزنامه فرهیختگان  
**WWW.FDN.IR**  
**@farhikhtegandaily**

### سازمان آگهی‌های روزنامه

# فرهنگ‌یگان

Advertisement's Organization

**تلفن:** ۰۱۸ ۶۶۳۴۸۰۴۶-۶۶۳۴۸۰(۰۲۱)

**فکس:** ۰۱۷ ۶۶۳۴۸۰(۰۲۱)

**ایمیل:** a66348018@gmail.com