

سومین خودروساز کشور، جایگاه تولید خود را حفظ کرد

ایگل؛ پرچمدار تازه کرمان موتور

آمار تجمیعی وزارت صنعت، معدن و تجارت تا پایان تیرماه نشان می‌دهد کرمان موتور و خودروسازان به‌در مجموع ۷ هزار و ۹۱۸ دستگاه خودروی سواری تولید کرده‌اند. در این میان، ۴ هزار و ۶۵۹ دستگاه مربوط به

KMC Eagle بوده است؛ به این ترتیب، ایگل بیش از ۵۵۸ درصد از مجموع تولید

این دو شرکت را در چهار ماه نخست سال به خود اختصاص داده است. ایگل در تیرماه نیز با تولید یک‌هزار و ۷۷۱ دستگاه، بالاترین تیراژ ماهانه خود در چهار ماه نخست سال را ثبت کرده است. تولید این خودرو در مدت مشابه سال گذشته ۹۸۷ دستگاه بود که در چهار ماه نخست امسال با ۳۷۲ درصد رشد، به ۴ هزار و ۶۵۹ دستگاه رسیده است. افزایش تیراژ کی‌امسی ایگل در حالی اتفاق افتاده که ترکیب تولید کرمان موتور نیز در حال تغییر است. این خودرو که بر پایه پلتفرم اختصاصی PS1 توسعه یافته، اکنون سهم اصلی تولید شرکت را در اختیار دارد و در کنار آن، محصول جدید دیگری از همین پلتفرم وارد چرخه تولید شده است. KMC Shadow برای نخستین بار در آمار تولید کرمان موتور ثبت شده است. بر اساس آمار وزارت صمت، تولید تجمیعی این هاچ‌بک تا پایان تیرماه به ۱۰ دستگاه رسیده است. هرچند این رقم در مقایسه با تیراژ ایگل قابل توجه نیست، اما از منظر ترکیب تولید اهمیت دارد؛ چرا که نشان دهنده ورود یک محصول جدید بومی به خط تولید کرمان موتور است.

این تغییر در ترکیب تولید را می‌توان در کنار جایگاه کرمان موتور در جدول تولید خودروسازان بررسی کرد. کرمان موتور و خودروسازان به‌با مجموع تولید ۷ هزار و ۹۱۸ دستگاه، پس از ایران خودرو و سایپا در رتبه سوم تولید کنندگان خودروهای سواری کشور قرار گرفته‌اند.

تاب آوری تولید در بحران

این جایگاه در شرایطی به دست آمده که تولید خودروهای سواری کشور در چهار ماه نخست سال ۱۴۰۵ نسبت به مدت مشابه به سال قبل حدود ۳۱ درصد کاهش داشته و تولید سواری در بخش خصوصی نیز با افت ۵۸٫۴ درصدی مواجه شده است. بنابراین، آمار کرمان موتور را نمی‌توان صرفاً از منظر حجم تولید بررسی کرد؛ تغییر در ترکیب محصولات یکی از نکات قابل توجه این آمار است. در واقع، بخشی از تولید امسال کرمان موتور به محصولی اختصاص یافته که در سال گذشته هنوز سهم محدودی در تولید شرکت داشت و همزمان محصول دیگری نیز به آمار تولید اضافه شده است. از این منظر، آمار چهار ماهه نخست سال علاوه بر نشان دادن حجم تولید، تصویری از تغییر تدریجی سبد محصولات کرمان موتور ارائه می‌کند، تغییری که در آن محصولات توسعه‌یافته بر پایه پلتفرم‌های اختصاصی، سهم بیشتری از تولید را به خود اختصاص داده‌اند. تاب‌آوری تولید کرمان موتور را می‌توان نه فقط در حجم تولید، بلکه در توانایی حفظ فعالیت تولیدی همزمان با تغییر و توسعه سبد محصولات نیز دنبال کرد؛ مسیری که Eagle و Shadow دو نقطه متفاوت آن را در آمار تولید سال ۱۴۰۵ نمایانگی می‌کنند. ادامه این روند در ماه‌های آینده، می‌تواند مشخص‌کنند این تغییر تا چه اندازه به یک تغییر پایدار در ساختار تولید کرمان موتور تبدیل خواهد شد.

آخرین وضعیت تولید خودروهای ناقص

دنیای اقتصاد: دبیر انجمن قطعه‌سازان با تشریح دلایل تولید خودروهای ناقص، ریشه اصلی این مساله را ناتوانی خودروساز در ایفای تعهدات مالی و قیمتی خود در قبال زنجیره تامین دانست.

به گزارش مهر، آرش محبی‌نژاد ادامه داد: اصل تولید خودروی ناقص یا به اصطلاح «خودروی کف کارخانه»، به دلیل کمبود برخی قطعات است؛ قطعاتی که خودروساز نمی‌تواند آنها را در فرآیند تولید روی خودرو نصب کند و قرار است پس از تکمیل تولید، روی خودرو بسته شوند. این فعال صنعت قطعه افزود: عمده این قطعات، قطعاتی هستند که خودروساز نتوانسته تعهدات خود را در قبال تامین‌کنندگان از نظر مالی و قیمتی ایفا کند. البته نقش جنگ و مسائل اخیر پیش‌آمده در فعالیت‌های لجستیکی و تامین مواد اولیه و قطعات را نیز نمی‌توان نادیده گرفت. وی درباره آمار خودروهای ناقص نیز گفت: آماری که از میزان تولید خودروهای ناقص داریم، خوشبختانه روبه کاهش است. این عدد در مقطعی چند ده هزار دستگاه بود، به عنوان نمونه در شرکت سایپا به مرز ۶ هزار دستگاه رسید. دبیر انجمن قطعه‌سازان تصریح کرد: این آمار اکنون به‌شدت کاهش یافته و بر اساس شنیده‌ها، بین ۱۵ تا ۲ هزار دستگاه از خودروهای ناقص جمع‌آوری شده است و به‌زودی این آمار به نزدیک صفر خواهد رسید.

نیش بازار

نام خودرو	قیمت (میلیون تومان)
پژو ۲۰۷ معمولی	۱۶۱۵
پژو ۲۰۷ اتومات	۲۶۱۰
رانا پلاس	۱۶۲۰
دنا پلاس اتومات توربو آپشنال	۲۶۹۰
تارا اتومات	۲۸۷۰
رکرا	۳۶۰۰
سورن پلاس بنزین‌سوز	۱۶۲۵
کونیک دنده‌ای	۱۹۵۰
شاهین دنده‌ای	۲۰۱۰
شاهین اتومات آپشنال	۲۶۰۰
ساینا دوگانه‌سوز	۱۳۲۰
ساینا دنده‌ای	۱۲۴۰
اتلس	۱۳۱۵
ام‌وی‌ام X22 پرو	۲۵۰۰
هاپما S8	۴۸۶۰
کی‌ام‌سی A5	۳۹۰۰
چک J4	۲۳۵۰
چری اریزو 5T	۳۵۵۰
دیگنتی پرایم	۴۴۰۰
فونیکس تیگو ۷ پرو	۵۳۵۰
فیدلیتی الیت هفت‌نفره	۵۱۵۰

قیمت تمام‌شده برای خودروسازان در بهار امسال ۴۰/۸ درصد افزایش یافت

جهش تورم در خط تولید خودرو

تورم تولیدکننده خودرو در بهار امسال همراه باتداوم جنگ،

تشدید فشارهای ارزی، رشد هزینه‌های عمومی و اختلال در زنجیره تامین، شتاب گرفت؛ به‌طوری‌که تورم فصلی این بخش با جهشی ۲۳ درصدی نسبت به سه‌ماهه پایانی سال گذشته به ۴۰/۸ درصد رسید و تورم نقطه‌به‌نقطه نیز با عبور از مرز ۹۰ درصد، روی ۹۴/۹ درصد ایستاد. این جهش قیمتی اما در شرایطی رخ داد که خودروسازان بخش عمده بهار را با قیمت‌های سال گذشته سپری کردند و افزایش قیمت کارخانه‌ای محصولات آنها با تاخیر در پایان خرداد و تیر ماه کلید خورد. مرکز آمار ایران با انتشار شاخص قیمت تولیدکننده

این ارقام در شرایطی ثبت شده‌اند که صنعت خودرو در

بهار امسال همراه با شرایط سیاسی و اقتصادی کشور در شوک بود. از رشد عمومی قیمت‌ها و افزایش نرخ ارز گرفته تا دشواری و پرهزینه‌تر شدن تامین قطعات و مواد اولیه. در این میان، جنگ و اختلال در مسیرهای تامین و حمل‌ونقل نیز بر هزینه‌های تولید فشار مضاعف وارد کرد. بنابراین جهش ۴۰/۸ درصدی تورم فصلی تولید خودرو را می‌توان تا حد زیادی بازتاب فشرده‌شدن هزینه‌های تولید در یکی از پرتنش‌ترین فصل‌های سال‌های اخیر صنعت خودرو دانست.

اما اهمیت آمار جدید فقط در بزرگی اعداد نیست، نکته مهم‌تر آن است که این جهش تورمی در شرایطی رخ داده که خودروسازان در سه‌ماهه بهار، محصولات خود را با قیمت‌هایی عرضه کردند که مبنای آنها قیمت‌های سال ۱۴۰۴ بود. به عبارت دیگر، میان رشد هزینه‌ها و اصلاح قیمت فروش کارخانه‌ای فاصله‌ای معنادار، شکل گرفت؛ فاصله‌ای که در ادامه، با افزایش قیمت‌های خرداد و تیرماه تاحدی جبران شد.

جهش تورم تولید خودرو

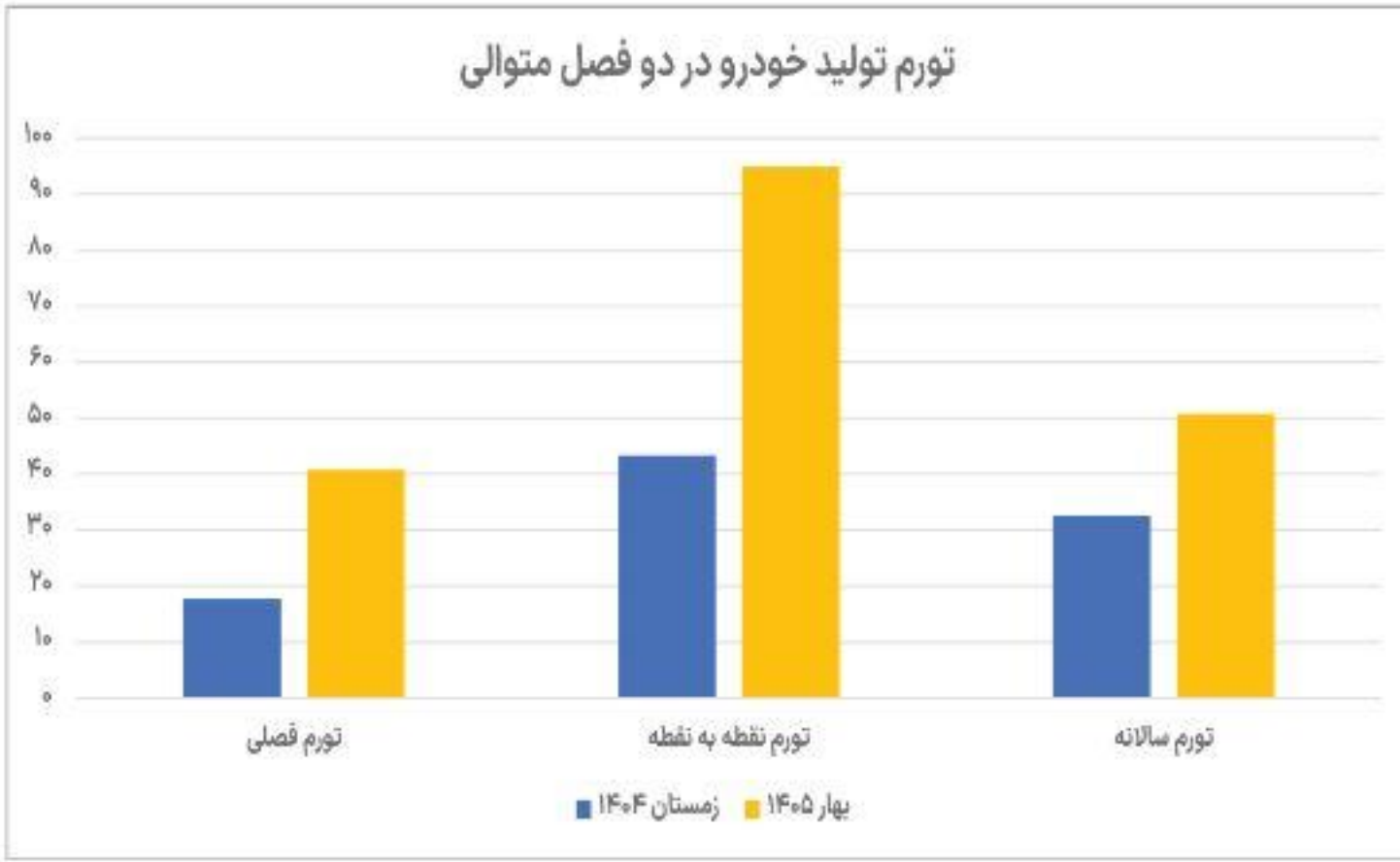
بررسی آمار مرکز آمار ایران نشان می‌دهد شدت افزایش تورم در صنعت خودرو در بهار حتی از میانگین صنعت نیز بیشتر بوده است. تورم فصلی کل صنعت در بهار ۱۴۰۵ معادل ۳۶/۲ درصد ثبت شده، درحالی‌که این نرخ برای گروه خودرو ۴۰/۸ درصد بوده است. در واقع، خودرو در بهار یکی از گروه‌هایی بوده که افزایش قیمت تولیدکننده در آن با سرعت بیشتری از متوسط صنعت اتفاق افتاده است. از منظر نقطه‌به‌نقطه نیز اگرچه تورم خودرو با ۹۴/۹ درصد پایین‌تر از تورم ۱۰۹ درصدی کل صنعت قرار گرفته، اما رشد آن نسبت به فصل قبل بسیار قابل توجه است. تورم نقطه‌به‌نقطه خودرو در زمستان ۲۳/۴ درصد بود و در بهار به ۹۴/۹ درصد رسید؛ یعنی ۱/۵ واحد درصد افزایش.

تورم سالانه با وجود آنکه نسبت به تورم نقطه‌ای پایین‌تر است، مسیر صعودی خود را ادامه داده است. این شاخص از ۳۲/۷ درصد در زمستان به ۵۰/۸ درصد در بهار رسیده و ۱۸/۱ واحد در صد رشد کرده است. این فاصله میان تورم سالانه و نقطه‌ای، خود حاوی یک پیام مهم است: بخش قابل توجهی از فشار تورمی خودرو در ماه‌های نزدیک به پایان دوره شکل گرفته و هنوز اثر کامل آن در میانگین چهار فصل منعکس نشده است.

در واقع اگر تورم سالانه را معیاری برای سنجش فشار قیمتی در یک دوره طولانی‌تر بدانیم و تورم فصلی را نشانه‌ای از شتاب افزایش قیمت‌ها، آنچه در بهار اتفاق افتاده بیشتر به

بخش صنعت مربوط به بهار سال جاری از جهش تورم تولیدکننده خودرو خبر داد؛

به‌طوری‌که شاخص قیمت تولیدکننده در گروه «ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلو و نیم‌تریلو» به‌طور فصلی از ۱۷/۸ درصد در زمستان سال گذشته به ۴۰/۸ درصد در بهار امسال رسید؛ یعنی ۲۳ واحد در صد افزایش. از سوی دیگر تورم نقطه‌به‌نقطه نیز از ۴۳/۴ به ۹۴/۹ درصد در سه‌ماهه ابتدایی امسال رسید؛ یعنی ۵۱/۵ واحد درصد افزایش پیدا کرده است. تورم سالانه نیز در سه‌ماهه زمستان ۱۴۰۴ که ۳۲/۷ درصد بود در بهار امسال به ۵۰/۸ درصد افزایش یافته است، بدین معنا که تورم سالانه نیز ۱۸/۱ واحد در صد صعود کرده است.



میان قیمت تمام‌شده و قیمت فروش اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. هرچه این فاصله طولانی‌تر شود، فشار آن ابتدا در حاشیه سود خودروساز، سپس در نقدینگی و در نهایت در توان تولید و تامین قطعات نمایان خواهد شد.

قیمت‌گذاری با تاخیر

همان‌طور که عنوان شد با وجود جهش تورم تولیدکننده در بهار، خودروسازان در بخش قابل‌توجهی از این فصل محصولات خود را با قیمت‌های مبتنی بر سال ۱۴۰۴ به فروش رساندند. این موضوع از منظر سیاست قیمت‌گذاری اهمیت زیادی دارد؛ زیرا شاخص قیمت تولیدکننده نشان می‌دهد هزینه و قیمت در مبدأ تولید با سرعت زیادی افزایش یافته، اما قیمت فروش کارخانه‌ای هم‌زمان با آن تعدیل نشده است.

در چنین شرایطی، افزایش قیمت رسمی در خرداد و تیر را می‌توان تا حدی واکنش با تاخیر به همین شکاف دانست، ایران‌خودرو در ۲۷ خردادماه مجوز و اعمال افزایش قیمت محصولات خود را در دستور کار قرار داد و افزایش قیمت برخی محصولات این شرکت در محدوده ۴۰ تا ۴۵ درصد قرار گرفت. فهرست جدید قیمت محصولات ایران خودرو در همان تاریخ منتشر شد. به این ترتیب، فاصله زمانی میان وقوع شوک هزینه‌ای و انعکاس آن در قیمت فروش، قابل‌توجه است. شاخص قیمت تولیدکننده خودرو در کل بهار جهش کرده، اما اصلاح قیمت کارخانه‌ای در روزهای پایانی فصل

معطلی در صف خدمات پس از فروش

شخص دیگری نیز که از معطلی در صف دریافت خدمات پس از فروش ابراز نارضایتی می‌کند، می‌گوید: «برای دریافت نوبت چند روزی را معطل شدم و پس از آن هم خودروی شخصی‌ام که برای رده‌روزانه از آن استفاده می‌کنم، برای انجام تعمیرات متوقف شد. البته یکی از خودروسازان در پاسخ به این مشکل، اعلام کرده که معضل تامین قطعه و ارائه خدمات پس از فروش سراسری نیست و برنامه‌هایی در راستای ارائه سرویس سریع در نمایندگی‌ها در دستور کار قرار گرفته‌است.

پیش‌تر، احمد حسینی، رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم یدکی خودروی تهران، در پاسخ به چرایی کمبود قطعه و چالش‌های موجود در بخش خدمات پس از فروش در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد»، به خودداری برخی خودروسازان به انجام تکلیف قانونی خود اشاره کرده بود. اشاره این مقام صنفی به ماده ۴۰ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است که بر اساس آن تولیدکنندگان موظف به تضمین موجودی قطعات و ارائه خدمات پس از فروش هستند. اما عدم اجرای دقیق این ماده قانونی، موجب خلأ بزرگی در بخش تامین قطعات شده که پیامدهای آن به‌طور مستقیم مصرف‌کنندگان نهایی را هدف قرار داده است.

کمبود قطعه در بخش خودروهای وارداتی

همان‌طور که گفته شد، مشکل کمبود قطعه و ضعف در شبکه خدمات پس از فروش در بخش خودروهای وارداتی نیز فراگیر شده؛ به گونه‌ای که این روزها بسیاری از مالکان این خودروها مجبور به رها کردن خودروهایشان در تعمیرگاه‌ها شده‌اند. همین موضوع سبب شده برخی کارشناسان نسبت به واردات خودرو بدون در نظر گرفتن تامین قطعه و گارانتی هشدار دهند.

یک کارشناس حوزه واردات در گفت‌وگو با خبرگزاری ایسنا، در بررسی این موضوع به متن قانون اشاره کرده که بر اساس آن شرکت‌های خودرویی موظف به تامین قطعه به مدت ۱۰ سال هستند، اما واقعیت امر این است که برخی از شرکت‌هایی که ۱۰ سال پیش اقدام به واردات خودرو کرده‌اند، امروز با وجود نداشتن با‌شاهد تعطیلی تعدادی از آنها هستند. در برخی موارد نیز خودروهایی وارد شده‌اند که مدل آنها در ادامه با نسخه‌های جدیدتر جایگزین شده و بنابراین شرکت‌ها در تامین قطعات آنها مسؤولیتی را متوجه خود نمی‌دانند.

اشاره این کارشناس به ماده ۴۰ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب مجلس شورای اسلامی است که بر اساس آن عرضه‌کننده موظف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلاست خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه‌شده به مصرف‌کننده است. این ماده قانونی شامل دو تبصره نیز می‌شود که بر اساس تبصره یک آن، «دوره تضمین نمی‌تواند کمتر از یک سال از زمان تحویل خودرو به مصرف‌کننده یا کارکردی برابر با ۳۰ هزار کیلومتر (هر کدام زودتر به پایان برسد) باشد.» در توضیح این تبصره قانونی باید گفت که ضمانت خودرو تا زمانی معتبر است که یکی از این دو شرط، یعنی گذشت یک سال یا رسیدن کارکرد خودرو به ۳۰ هزار کیلومتر، زودتر محقق شود.

اتفاق افتاده است. این بدان معناست که خودروساز در بخشی از دوره، افزایش هزینه را تحمل کرده و امکان انتقال کامل آن به قیمت فروش را نداشته است.

در مورد سایپا نیز افزایش قیمت با فاصله زمانی بیشتری اتفاق افتاد. مدیرعامل سایپا در ۱۶ تیرماه از اعلام قیمت‌های جدید محصولات این شرکت در روزهای آتی خبر داد. قیمت‌های جدید این شرکت در تیرماه در شرایطی اعلام شد که شاخص تورم تولید خودرو از چند ماه قبل افزایش قابل توجهی را ثبت کرده بود.

بر اساس اطلاعات مورد استفاده در این گزارش، افزایش قیمت محصولات سایپا در تیرماه در محدوده ۲۰ تا ۳۰ درصد قرار گرفت. این وضعیت یک پرسش مهم را پیش روی سیاستگذار قرار می‌دهد: اگر قیمت‌گذاری رسمی قرار است براساس هزینه‌های واقعی تولید انجام شود، چرا فاصله میان جهش هزینه و اصلاح قیمت تا این اندازه طولانی است؟ پاسخ را باید در دو ملاحظه متضاد جست‌وجو کرد. از یک طرف، سیاستگذار صنعت خودرو نگران اثر افزایش قیمت کارخانه‌ای بر تورم مصرف‌کننده و قدرت خرید خانوار است و طبیعی است که تمایل داشته باشد افزایش قیمت خودرو را محدود و تدریجی کند. از طرف دیگر، خودروساز و قطعه‌ساز نمی‌توانند برای مدت طولانی محصول را با قیمتی پایین‌تر از هزینه‌های واقعی تولید عرضه کنند، بدون آنکه این سیاست به زیان انباشته، کمبود نقدینگی و اختلال در تولید منجر شود. در واقع، تجربه بهار امسال نشان می‌دهد سرکوب قیمت فروش لزوماً به معنای حذف تورم نیست؛ بلکه می‌تواند زمان بروز آن را جابه‌جا کند. تورمی که در بهار در هزینه و قیمت تولیدکننده خودرو شکل گرفته، در صورت عدم اصلاح قیمت فروش، می‌تواند در صورت‌های مالی خودروساز، مطالبات قطعه‌سازان و نیاز به سرمایه در گردش پنهان شود و سپس با تاخیر در قیمت کارخانه‌ای ظاهر شود.

نکته دیگر این است که قیمت‌های جدید لزوماً تمام فشار هزینه‌ای ایجادشده در بهار را جبران نمی‌کنند. تورم فصلی ۴۰/۸ درصدی خودرو به معنای افزایش شدید قیمت تولیدکننده نسبت به زمستان است، اما افزایش قیمت کارخانه‌ای شرکت‌ها بر اساس ترکیبی از عوامل، مجوزهای سیاستگذار، ساختار محصولات و هزینه‌های قانونی تعیین می‌شود. بنابراین نمی‌توان گفت افزایش قیمت کارخانه‌ای دقیقاً به اندازه تورم تولیدکننده بوده است.

بدین ترتیب هم‌زمانی دو اتفاق قابل‌توجه است: در بهار، تورم تولیدکننده خودرو به ۴۰/۸ درصد رسید و در پایان خرداد و تیر، قیمت‌های کارخانه‌ای با جهش مواجه شد. این هم‌زمانی نشان می‌دهد فشار هزینه‌ای سرانجام وارد خود را به قیمت فروش باز کرده است. مساله برای نیمه دوم سال این است که آیا این افزایش قیمت‌ها می‌تواند شکاف میان قیمت فروش و هزینه تولید را پر کند یا خیر. اگر نرخ ارز، هزینه قطعات، مواد اولیه، دستمزد و هزینه‌های لجستیکی همچنان در مسیر صعودی باقی بماند، افزایش‌های اخیر ممکن است تنها بخشی از فشار انباشته‌شده را جبران کند.

به این ترتیب، گزارش بهار مرکز آمار را می‌توان هشداری درباره تورم نهفته در صنعت خودرو دانست. عدد ۴۰/۸ درصدی تورم فصلی و ۹۴/۹ درصدی تورم نقطه‌به‌نقطه فقط بیانگر گران‌شدن تولید نیست، بلکه نشان می‌دهد شوک‌های ارزی، تورم عمومی و اختلالات تامین در شرایط بحرانی می‌توانند با سرعت زیادی وارد ساختار هزینه خودروساز می‌شوند. در چنین شرایطی، سیاست قیمت‌گذاری نمی‌تواند برای همیشه میان هزینه تولید و قیمت فروش دیوار ایجاد کند، چرا که این فاصله در نهایت با صورت‌های مالی خودروسازان، یا در زنجیره قطعه‌سازی و در قیمت خودرو خود را نشان خواهد داد.

بنابراین، اگر خودرو پیش از یک سال به کارکرد ۳۰ هزار کیلومتر برسد، دوره تضمین در همان زمان پایان می‌یابد و اگر پس از گذشت یک سال هنوز به این میزان کارکرد نرسیده باشد، ضمانت با پایان یک سال خاتمه پیدا می‌کند. تبصره دو این قانون نیز به ما می‌گوید که دوره تعهد یا دوره تامین قطعات و ارائه خدمات فنی استاندارد، برابر ۱۰ سال از زمان تحویل رسمی آخرین خودرو به مصرف‌کننده است.

همچنین در بررسی دلایل نبود قطعه و مشکلات در بخش ارائه خدمات پس از فروش در بخش خودروهای وارداتی، کارشناسان به موضوع ارز نیز اشاره می‌کنند. در واقع، افزایش قابل توجه نرخ ارز طی یک سال گذشته، هزینه واردات قطعات را بالا برده و شرکت‌ها را ناگزیر کرده است منابع ارزی خود را ابتدا به تامین قطعات حیاتی و فنی اختصاص دهند. به همین دلیل، قطعات مرتبط با موتور و سایر اجزای حساس خودرو در اولویت واردات قرار گرفته‌اند تا امکان رفع نقض‌های اساسی و انجام تعمیرات ضروری فراهم باشد. در مقابل، تامین قطعات کالولت‌تر، به‌ویژه قطعات بدنه، با محدودیت و تاخیر بیشتری انجام می‌شود و مصرف‌کنندگان برای دریافت این قطعات باید مدت زمان طولانی‌تری منتظر بمانند.

از سوی دیگر، در شرایطی تعداد شرکت‌های وارداتی افزایش یافته و به‌حدود ۲۰۰ شرکت رسیده که هم‌زمان تعداد خودروهای وارداتی به همان نسبت افزایش پیدا نکرده که همین موضوع سبب شده عملاً تامین مناسب قطعات و ارائه کامل خدمات پس از فروش محلی از اعراب نداشته باشد. به همین دلیل پیشنهاد فعالان بازار این است که به جای برخورداری از این حجم بالای تنوع وارد کنندگان، بهتر است مسئولیت واردات و تامین قطعات در یک یا نهایت چند شرکت و تامین‌کننده متمرکز شود و در ادامه نیز نظارت بر وضعیت خدمات پس از فروش آنها به شکل منسجم و جدی دنبال شود.



آگهی مناقصه عمومی

شماره ۳۱۰۵۱۱۱

نوبت دوم

شرکت ملی صنایع مس ایران با عنوان مناقصه‌گذار در نظر دارد پروژه "احداث آشپزخانه و غذاخوری مرکزی مجتمع مس سونگون" را به شرکت‌ها یا موسسات واجد صلاحیت واگذار نماید. مقتضی است جهت کسب اطلاعات بیشتر به وب‌سایت‌های رسمی این شرکت به‌شرح ذیل مراجعه نمایید.

www.nicico.com

www.dargah.nicico.com

www.azarbaljan.nicico.com

گفت‌وگو با آقای...