فروش کالا در شبکه‌های اجتماعی سازماندهی نشده است

رضا الفت‌نسب، عضو هیات مدیره انجمن صنفی کسب‌وکار اینترنتی، درباره مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال گفت: آمارها نشان می‌دهد نهایتا یک تا ۲ درصد خرده فروشی کالا در کشور به صورت آنلاین است و ۹۸ درصد کسب کار هنوز در بازارهای سنتی انجام می‌گیرد؛ اما فروش کالا در شبکه‌های اجتماعی تاکنون هیچ سازمان‌دهی نشده است. متاسفانه هیچ برنامه‌ای برای آن وجود ندارد و دلیل آن وجود نقطه‌نظرهای گوناگون است، زیرا عده‌ای معتقدند کسب‌وکار در این فضاها غیرقانونی است و عده‌ای معتقدند که قانونی است اما به دلیل این تفاوت نظرات ساماندهی انجام‌نشده است. البته شنیده‌ها حاکی است سازمان‌هایی مانند سازمان امور مالیاتی دائما در در حال رصد فضای مجازی هستند بعضا شماره کارت‌هایی که اعلام می‌شود و در آن پول واریز می‌شود رصد می‌شود، ولی این‌که برای این رصد چه اتفاقی می‌افتد را من اطلاع ندارم، ولی احتمالا شناسایی می‌شوند، این چیزی است که ما اطلاع داریم.





جام‌جم از فرار گسترده مالیاتی در بستر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی گزارش می‌دهد: چتر مالیاتی به فضای مجازی می‌رسد؟

شاخ‌هایی که مالیات نمی‌دهند

گروه اقتصاد

سال آینده از لحاظ بودجه برای کشور سال سختی است. با کاهش اجباری وابستگی بودجه به درآمدهای نفتی، دولت به ناچار به سمت افزایش درآمدهای مالیاتی روی آورده است به طوری که قرار است در سال آینده بیش از ۱۹۰ هزار میلیارد تومان از محل مالیات، به خزانه واریز شود. کارشناسان معتقدند افزایش درآمدهای مالیاتی نباید از محل اخذ مالیات بیشتر از افراد و بخش‌هایی باشد که تاکنون در چتر مالیاتی قرار داشته‌اند، بلکه دولت باید با شناسایی پایه‌های مالیاتی جدید، از بخش‌هایی مالیات دریافت کند که تاکنون در تیررس مالیات‌ستانی نبوده‌اند. یکی از این بخش‌ها که دولت کمتر به سمت مالیات‌ستانی از آنها رفته، فعالیت‌های اقتصادی در اینترنت و فضای مجازی است. در سال‌های اخیر فعالیت‌های اقتصادی در بستر اینترنت و فضای مجازی در ایران به‌شدت گسترش یافته است. سال گذشته گردش مالی فعالان این عرصه صد هزار میلیارد تومان بود که امسال پیش‌بینی شده این رقم به حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد رسید. بنابر اعلام انجمن کسب‌وکارهای اینترنتی، ۳۰۰ هزار فروشنده مجوزدار در بستر اینترنت مشغول فعالیتند.

با گسترش فضای مجازی، بسیاری افراد به فروش کالا در این فضای کم‌خرج روی آورده‌اند اما به علت نبود شبکه ملی اطلاعات در ایران، اکثر فعالیت‌ها در فضای مجازی، غیرشفاف است. این نبود شفافیت، موجب خسران دولت هم شده است چراکه روزانه صدها میلیارد تومان خرید و فروش اینترنتی صورت می‌گیرد اما دولت قادر به اخذ مالیات از همه این داد‌وستدها نیست. با این‌که سایت‌های اینترنتی فروش کالا تقریبا سازماندهی شده‌اند و زیر نظر وزارت صنعت در حال فعالیتند و مالیات‌ستانی از آنها هم در حال انجام است، اما بسیاری دیگر از کسب‌وکارها در شبکه‌های اجتماعی مجازی خصوصا اینستاگرام و تلگرام ایجاد شده که هیچ نظارتی روی آنها نیست و مالیاتی هم پرداخت نمی‌کنند.

این مساله به زیان کسب‌وکارهای شفاف، مجوزدار و سنتی هم شده و نوعی تبعیض مالیاتی ایجاد کرده است. بنگاه‌هایی که به طور رسمی و بامجوز در فضای واقعی در حال فعالیتند، مالیات، عوارض شهرداری و بیمه پرداخت می‌کنند و تحت کنترل نهادهای نظارتی هم قرار دارند؛ اما کسب‌وکارهای موازی که در فضای مجازی در حال انجام است، عموما بدون پرداخت مالیات، عوارض و بیمه است. هم‌اکنون فعالیت‌های اقتصادی زیادی در فضای مجازی داریم که ثبت نشده‌اند و افراد زیادی فعالیتی اقتصادی را انجام می‌دهند که در جایی ثبت نشده است.

مشکلات سازمان مالیاتی در شناسایی فعالان مجازی

به علت نبود شبکه ملی اطلاعات، سازمان مالیاتی در اخذ مالیات از کسب‌وکارهای اینترنتی و فضای مجازی دچار مشکل است زیرا شناسایی فعالان در اینترنت، دشوار است. تعیین مشمولیت‌های مالیاتی کسب‌وکارهای مجازی و تعیین مقر آنها، مکان استقرار سرور، محل اداره و پشتیبانی سرور، محل اداره و پشتیبانی وب‌سایت، محل پرداخت و دریافت وجه و محل تولید کالای دیجیتال ازجمله این مشکلات است. ضمن آن‌که مالکیت بسیاری از صفحه‌های پرمخاطب حوزه آرایشی، بهداشتی، طنز، آشپزی و... که مخاطبان میلیونی و درآمدهای آنچنانی از راه تبلیغات دارند، مشخص نیست. همه این مشکلات، ناشی از نبود شبکه ملی اطلاعات است، زیرا تا زمانی که سرور اصلی این سایت‌ها در خارج از کشور باشد، حاکمیت ایران کنترل و نظارتی بر فعالان در این بستر ندارد که عواقب فراوانی دارد و فرار مالیاتی یکی از آنهاست. حتی کار به جایی کشیده شده که بسیاری از فعالان کسب‌وکار در فضای مجازی، برای این‌که از طریق نقل و انتقالات بانکی لو نروند، کالاها را به صورت نقدی (پرداخت در محل) تحویل مشتریان می‌دهند. شرکتی که فعالیت خود را در بستر اینترنتی و در فضای مجازی انجام می‌دهد باید مانند یك شرکت متعارف تکالیف نگهداری حساب‌ها و ضبط و ثبت خرید، فروش، هزینه‌ها، درآمدها، رعایت استانداردهای حسابداری و رعایت قوانین و مقررات مالیاتی را انجام دهد. سازمان امور مالیاتی طبیعتا در چنین شرایطی به دفاتر این‌گونه شرکت‌ها رسیدگی می‌کند؛ اما اگر این شرکت‌ها کار خود را به‌درستی انجام ندهند، این سازمان مجبور است بر اساس اطلاعات و گزارش‌هایی که در نظام جامع اطلاعات مالیاتی از منابع مختلف کسب می‌کند، مالیات را محاسبه کرده و به آنها برآورد خود را اعلام کند.

میلیاردرهای مجازی که مالیات نمی‌دهند

باشگاه خبرنگاران در گزارشی درباره فرار مالیاتی در فضای مجازی نوشته است: واینرها و اینفلوئنسرها یا به زبان عامیانه شاخ‌های فضای مجازی از جمله افرادی هستند که ماهانه درآمد چند صد میلیونی به جیب می‌زنند و نه‌تنها بازار آزاد و کم‌نظارتی برای کسب درآمد پیدا کرده‌اند بلکه متولیان امور مالیات هم کاری به کار آنها ندارند و این امر منجر به این شده است تا به‌راحتی از راه‌های اخلاقی و شاید گاهی غیراخلاقی، پول پارو کنند!

یك نگاه کلی به تعرفه‌های تبلیغات این افراد و توجه به تعداد تبلیغات روزانه‌ای که در صفحات آنها انجام می‌شود به راحتی سطح درآمد چند صد میلیونی آنها را تعیین می‌کند؛ برای مثال صاحب یکی از این صفحات با حدود دو میلیون دنبال‌کننده برای قرار دادن هر استوری از چهار میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تا هفت میلیون تومان پول دریافت می‌کند و این در حالی است که تعداد این استوری‌ها به بیش از سه‌عدد در روز می‌رسد. اگر سراغ پست‌های اینستاگرامی بروید هزینه شما فراتر رفته و به بیش از ۴۰ میلیون تومان می‌رسد.

موضوع با اهمیت دیگری که مطرح می‌شود ماجرای مالیات‌ستانی از آنهاست، درآمدزایی از این طریق در تمام دنیا رواج دارد، اما فعالان این حوزه هم باید مانند سایر کسب‌وکارها مالیات خود را بپردازند، اما در ایران آنها فعلا مالیات نمی‌دهند.

گام اولیه برای اخذ مالیات در فضای مجازی

محمد مسیحی، معاون درآمدهای مالیاتی سازمان امور مالیاتی هفته پیش اعلام کرد: «چهره‌های شناخته‌شده در شبکه‌های اجتماعی مشمول پرداخت مالیات هستند. البته هنرمندان نیز فقط در چارچوب مجوز وزارت ارشاد معاف از مالیات هستند.»

او ادامه داد: «برای بحث شبکه‌های اجتماعی هیچ محدودیتی از بابت شمول مالیات نداریم و فعالان فضای مجازی مثل بقیه افرادی که در فضای واقعی فعالیت می‌کنند حتما مشمول مالیات می‌شوند.»

وی گفته که در یکی دو سال گذشته برنامه‌ای را برای رسیدگی به فعالان فضای مجازی در دستور کار داشته‌اند که پرداخت بخشی از این مطالبات مالیاتی در این حوزه به نتیجه رسیده است. مسیحی اما نگفته که آیا عدالت مالیاتی میان تمامی اینفلوئنسرها برقرار شده است یا فقط تعدادی از این افراد فعال در فضای مجازی مطالبات مالیاتی را پرداخت کرده‌اند؟

معاون درآمدهای مالیاتی سازمان امور مالیاتی در مورد هنرمندان و بازیگرانی که در فضای مجازی فعالیت دارند هم گفته است: «اگر چهره‌های معروف فراتر از این مجوزی (بند (ل) ماده ۱۳۹ قانون مالیات) که دارند، فعالیتی داشته باشند، به عنوان مثال تبلیغات محصولی راکنند، در آنجا دیگر معافیتی برایشان متصور نیست و سازمان مالیاتی، مالیات مربوطه را اخذ می‌کند، حال این تبلیغ در اینستاگرام باشد یا در هر محیط دیگرا» اما او نگفته که آیا تاکنون از افراد معروف که همزمان با فعالیت هنری، در فضای مجازی هم تبلیغات تجاری می‌کنند مالیات‌ستانی انجام شده است یا خیر و تنها گفته که معافیت‌های هنرمندان تنها در چارچوب مجوز وزارت ارشاد است.

راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات پیش‌نیاز اخذ مالیات از کسب‌وکارهای اینترنتی



محمدحسن انتظاری، عضو شورای عالی مجازی در پاسخ این سؤال که آیا شورای عالی فضای مجازی تصمیمی درخصوص اخذ مالیات از کسب‌وکارها و فعالیت‌های اقتصادی در فضای مجازی دارد، گفت: این مساله هنوز جزو دستور کار شورای عالی فضای مجازی نیامده است، چون مسائل واجب‌تری از جمله شبکه ملی اطلاعات وجود دارد که شورا در حال رسیدگی به آنهاست. وی افزود: یکی از مسائلی که کم‌کم در کشور مطرح می‌شود، بحث زیست‌بوم اقتصاد فضای مجازی است به‌خصوص زیست‌بوم کسب‌وکارهای فضای مجازی، به همین دلیل در آینده انتظار می‌رود به این مساله رسیدگی شود.

عضو شورای عالی فضای مجازی تصریح کرد: در وضعیت فعلی کسب‌وکارهایی که در فضای مجازی فعالیت می‌کنند دو بخش هستند؛ برخی از آنها در شبکه‌های اجتماعی خارجی کار می‌کنند. این افراد با قطعی اینترنت فهمیدند که کسب‌وکارشان پایداری ندارد و برخی دیگر کسانی هستند که در شبکه‌های فضای اجتماعی داخلی فعالیت می‌کنند و با زحمت زیادی در حال ادامه فعالیت هستند و در مراحل اولیه فعالیت خود قرار دارند.

انتظاری گفت: فارغ از این دو گروه برخی نیز کسب‌وکار مهم و وسیعی دارند که در رابطه با آنها دو دیدگاه وجود دارد؛ دیدگاه اول متعلق به اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی است که معتقدند باید از همه فعالیت‌های مجازی مالیات اخذ شود و این کسب‌وکارها مجوزهای مربوط را گرفته و به صورت شفاف فعالیت کند، گروه دوم نیز اعتقاد دارند این کسب‌وکارها باید به حال خود رها شود.

وی با بیان این‌که بررسی خدمات دیجیتال در شورای عالی فضای مجازی مطرح و در دستور کار شورا قرار گرفته و چند جلسه دیگر نیز قرار است روی آن بحث شود، یادآور شد: طبیعتا اگر زیست‌بوم کسب‌وکارهای فضای مجازی در چارچوب اقتصاد و خدمات دیجیتال شکل بگیرد، اخذ مالیات از کسب‌وکارهای اینترنتی و ساماندهی آنها در دستور کار قرار می‌گیرد. این عضو شورای عالی فضای مجازی اظهار کرد: اعتقاد شخصی خودم این است که اگر کسب‌وکارها در فضای مجازی داخل کشور (نه فضای مجازی خارجی) شکل بگیرد که باعث تقویت اقتصاد داخلی شود نباید تا زمانی که هنوز به بلوغ و سوددهی لازم نرسیده با تعیین شاخص‌های نظارتی خاص از آنها مالیات گرفته شود، چون در حال رشد بوده و باید از آنها حمایت شود.

انتظاری در پایان گفت: ولی وقتی این شرکت‌ها و کسب‌وکارها سودده شده و توانست روی پای خودشان بایستد باید آنها به اقتصاد کشور کمك کرده و مالیات پرداخت کنند با وجود این؛ در وضعیت فعلی در مرحله‌ای هستیم که هنوز این کسب‌وکارها جان نگرفته بنابراین نباید از آنها مالیات اخذ شود.

اجحاف در حق فعالیت شفاف اقتصادی

با توجه به عدم اخذ مالیات از فعالان اقتصادی در عرصه فضای مجازی، در حال حاضر شرایطی به وجود آمده است که فعالان فضای مجازی می‌توانند درآمدهای بسیاری داشته باشند و مالیات نپردازند، در حالی که استارت‌آپ‌ها و سایر کسب‌وکارهای رسمی و مجوزدار، حتی در صورت داشتن زیان باید دفتر سالیانه خود را پر کرده و به سازمان مالیاتی ارسال کنند تا آنها در مورد پرداخت یا عدم پرداخت مالیات این کسب‌وکارها تصمیم بگیرند. آنچه که اهمیت دارد بی‌توجهی دستگاه‌های نظارتی به فعالان این حوزه است؛ اقدام نکردن برای دریافت مالیات از این کسب‌وکارها به نوعی اجحاف در حق کسب‌وکارهایی است که با سازمان مالیاتی در ارتباط هستند؛ حتی کارمندان عادی هم پیش از پرداخت حقوق، مالیات‌شان کسر می‌شود.

ماجرا فقط به فعالان اینستاگرامی خلاصه نمی‌شود. صفحه‌ها و کانال‌های بسیاری از این طریق کسب درآمد می‌کنند؛ می‌توانیم انگشت اتهام را به سمت قانون‌گذاران برگردانیم و ماجرا همین جا تمام شود؛ شبکه‌های اجتماعی به شهری بی‌در و پیکر برای فعالان این حوزه تبدیل شده و حالا وضع نابسامانی پیدا کرده است و هیچ مقامی مسؤولیت آن را نمی‌پذیرد.

عباس آسوشه، معاون فناوری مرکز ملی فضای مجازی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، اظهار کرد: به طور کلی دو نوع تبلیغ در فضای مجازی وجود دارد؛ دسته اول مجموعه‌ها یا افرادی هستند که به ازای دریافت مبالغی اقدام به تبلیغات در فضای مجازی می‌کنند و از جمله آنها می‌توان به افراد معروف اشاره کرد.

او ادامه داد: دسته دوم ارائه‌دهندگان خدمات تبلیغاتی هستند که با طراحی و استفاده از ربات‌های خاص به تولید و انتشار تبلیغات در فضای مجازی کمك می‌کنند.

آسوشه با تأکید بر این‌که اعداد و ارقام جابه‌جا شده در معاملات این دو گروه بیش از حد تصور است، بیان کرد: گرچه حضور این افراد می‌تواند بسیار مفید و مثمر ثمر باشد اما متأسفانه وضوح کافی درباره اطلاعات معاملات آنها وجود ندارد.

نه زیرساختی وجود دارد و نه مدیران کارشناس

آرش بهجو، کارشناس فناوری درباره امکان اخذ مالیات از فعالان اقتصادی در عرصه فضای مجازی گفت: لفظ کسب‌وکار مجازی شاید کاملا گویا نباشد و بهتر است از لفظ بازار الکترونیك استفاده کنیم. از میزان کسب و کار در بازار الکترونیك برآوردهای گوناگونی است و برآوردها نشان می‌دهد ۳ درصد کسب و کار ما در بازار الکترونیك انجام می‌شود و ۹۷ درصد آن هنوز به صورت سنتی است. ولی میزان این گردش مالی نیز در فضای مجازی کم نیست و تقریبا نزدیك به چند هزار میلیارد می‌رسد که قابل توجه است.

وی در ادامه گفت: ما چندین شرکت بزرگ داریم که کارشان کاملا به صورت الکترونیك است و ثبت شده هستند، مانند دیجی‌کالا که حسابرسی مالیاتی از آنها صورت می‌گیرد. یکی از اقداماتی که دولت در حال انجام آن است و مربوط به همین مساله است قانون مبارزه با پولشویی است؛ یعنی دولت سعی دارد از تمام تراکنش‌های مالی که انجام می‌شود آگاه شود و حسابی که تراکنش مالی بالا و مشخصی دارد را از آن مالیات بگیرد.

بهجو گفت: بخش دیگر وب‌سایت‌ها و صفحاتی هستند که یك شماره حساب و تراکنش‌های بسیار زیادی دارند و تا جایی که می‌دانم مالیات به سمت این صفحات رفته است. بخش دیگری که می‌ماند خرده‌فروشی‌های اینترنتی هستند که دولت معمولا نمی‌تواند کاری بکند، زیرا معمولا رصد نمی‌شوند و مبالغ دریافتی آنها از حداقل مشخص کمتر است.

منتها قوانینی که دولت از آن استفاده می‌کند و کارشناسانی که روی این قوانین و تصویب آن کار می‌کنند هیچ اطلاعی از سازوکار تجارت الکتریك ندارند. ما نه زیرساخت آن را داریم که بتوان بازار الکترونیك را مدیریت کرد و نه افرادی که در سطوح مدیریتی هستند آگاهی کافی دارند و نتیجه این است شرکت‌هایی که در حال مالیات دادن هستند، مشمول پرداخت مالیاتی می‌شوند که مستحق آن نیستند.

> سال گذشته گردش مالی فعالان این عرصه صد هزار میلیارد تومان بود که امسال پیش‌بینی شده این رقم به‌حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد رسید بنابر اعلام انجمن کسب‌وکارهای اینترنتی، ۳۰۰ هزار فروشنده مجوزدار در بستر اینترنت مشغول فعالیتند

راهکار مالیات‌ستانی از اقتصاد فضای مجازی

محمد سلیمانی، وزیر سابق ارتباطات و فناوری اطلاعات در این خصوص گفت: به اعتقاد بنده بنگاه‌هایی که فعالیت اقتصادی می‌کنند و به صورت کلی هرکسی که می‌خواهد چه در فضای مجازی چه در فضای حقیقی از مردم پول بگیرد نیاز به مجوز دارد، خصوصا اگر این کار به صورت فراگیر باشد.

وی افزود: کسانی که در فضای مجازی کسب‌وکار راه انداخته‌اند و از مردم پول دریافت می‌کنند باید مجوزهای لازم را اخذ کنند که مجوز گرفتن برای فعالیت در این فضا شرایط متعددی دارد به طوری که باید هویت شخص معلوم و مشخص باشد چقدر پول می‌گیرد و به چه حسابی واریز می‌شود، تعرفه آن باید طبق نرخی باشد که دولت اعلام می‌کند، اگر اشکالی نیز پیش آمد باید جوابگو باشد. اگر شرایط اختصاصی هم دارد باید آن را به مسؤولان ذی‌ربط اطلاع دهد.

وزیر سابق ارتباطات و فناوری اطلاعات تصریح کرد: مهم‌ترین نکاتی که باید فعالان این حوزه رعایت کنند، مالیات‌دهی به دولت و بیمه کردن کالایی است که می‌خواهند آن را به مردم عرضه کنند، اگر می‌خواهند پولی از حسابی در ازای فروش کالای خود بردارند باید ضمانت‌های لازم را بدهند که به حساب شخص دستبرد نزنند و با توجه به خطرات متعدد فضای مجازی از سایر اطلاعات حساب شخص نیز در راستای دیگری استفاده نکنند.

وزیر سابق ارتباطات و فناوری اطلاعات در خصوص تبعیض بین فعالین بازار در فضای حقیقی و فضای مجازی نیز گفت: کسانی که به صورت حقیقی در معابر کالاهایشان را به فروش می‌رسانند با برخورد شهرداری‌ها و سازمان مالیاتی و تامین اجتماعی مواجه می‌شوند این در حالی است که کسانی که می‌خواهند کالایشان را در فضای مجازی بفروشند کسی با آنها برخورد نمی‌کند چون زیرساخت‌های لازم فراهم نبوده و فضای مجازی در اختیار حاکمیت نیست.

سلیمانی اظهار کرد: بنابراین به مثابه فضای حقیقی برای فضای مجازی نیز باید حاکمیتی تعریف شود تا تحت حاکمیت ملی قرار گیرد سپس این مسائل خود به خود حل می‌شود و این افراد نمی‌توانند در این فضا کسب‌وکاری صورت دهند مگر این که جوانب امر را رعایت فرمایند و طبق قانون فعالیت کنند و مالیات بدهند.

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی (فشرده)
شماره ۱۱۸-۹۸/۹ت

شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران در نظر دارد، «انجام عملیات آماده سازی، باطله برداری و استخراج ماده معدنی در معدن سنگ آهن حنار» را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به شماره ثبت ستاد ۲۰۹۸۰۰۱۰۲۸۰۰۰۶۴ و با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه با تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۶/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (شش میلیارد) ریال (واریز نقدی یا ضمانتنامه بانکی) برگزار نماید. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۸/۰۹/۲۵ و مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت تا ساعت ۱۷ مورخ ۹۸/۱۰/۱۱ و مهلت ارائه پیشنهادات حداکثر تا ساعت ۱۷ مورخ ۹۸/۱۰/۲۱ می‌باشد. علاقه‌مندان شرکت در مناقصه می‌بایست جهت ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی با شماره‌های دفتر ثبت‌نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱ و مرکز ۲۷۳۱۳۱۳۱-۰۲۱ تماس حاصل نمایند و یا به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایند.

آگهی مناقصه عمومی
دومرحله‌ای
شماره ۱۱۱-۹۸/۹ت

شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران در نظر دارد، مناقصه عمومی «انجام خدمات و عملیات پی‌جویی، شناسایی، اکتشاف عمومی و تفصیلی در سطح استان خراسان جنوبی (۱۱ محدوده اکتشافی)» را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به شماره ثبت ستاد ۲۰۹۸۰۰۱۰۲۸۰۰۰۰۶۰ و با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه به مبلغ ۱/۶۵۰/۰۰۰/۰۰۰ (یک میلیارد و ششصد و پنجاه میلیون) ریال (واریز نقدی یا ضمانتنامه بانکی) برگزار نماید. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۸/۰۹/۲۵ و مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت تا ساعت ۱۷ مورخ ۹۸/۱۰/۱۱ و مهلت ارائه پیشنهادات حداکثر تا ساعت ۱۷ مورخ ۹۸/۱۰/۲۱ می‌باشد. علاقه‌مندان شرکت در مناقصه می‌بایست جهت ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی با شماره‌های دفتر ثبت‌نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱ و مرکز ۲۷۳۱۳۱۳۱-۰۲۱ تماس حاصل نمایند و یا به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایند.