

گروه اقتصادی: سازمان ملی استاندارد ایران به شرکت‌های تولیدکننده و واردکننده خودرو درباره خدمات پس از فروش اخطار داد.
مسیر استانداردسازی صنعت خودرو در ایران داستانی است که از سال‌ها پیش آغاز شده؛دستانی پرفراز و نشیب برای ارتقای کیفیت و ایمنی در ساخت و عرضه خودرو. اجرای استانداردهای هشتادوپنج‌گانه و تقویت خدمات پس از فروش از مهم‌ترین گام‌هایی بود که در این راستا برداشته شد، هرچند با چالش‌های اجرایی و فنی همراه بود؛ تولیدکنندگان داخلی زیر بار بخش اعظم این الزامات نرفتند؛ نتیجه‌ای که به مرور موجب کاهش تعداد استانداردهای الزامی و جایگزینی آنها با واژه «آنچه وسع‌مان می‌رسد انجام می‌دهیم» شد.

اما این پایان ماجرا نبود و با ورود به عرصه واردات خودرو، چالش‌های تازه‌ای سر برآورد. افزایش نرخ ارز و بالا رفتن هزینه واردات باعث شد بسیاری از شرکت‌ها برای کاهش قیمت تمام‌شده، دست به حذف آپشن‌ها یا سفارش خودروهایی با استاندارد پایین‌تر و حتی عدم ارائه خدمات پس از فروش بزنند؛ تصمیماتی که در تضاد کامل با اصول ایمنی و به‌رهه‌ری بودند. چنین روندی، سازمان ملی استاندارد ایران را واداشت تا بار دیگر و این بار با حساسیت بیشتر وارد میدان شود، چرا که خودروهای فاقد استاندارد نه‌تنها مصرف سوخت بالاتری دارند، بلکه در شرایط بحرانی، ایمنی لازم برای حفاظت از جان سرنشینان را نیز فراهم نمی‌کنند.

در همین زمینه قاسم فدوی، مدیرکل استاندارد استان تهران از الزام‌آور شدن استاندارد خدمات پس از فروش خودرو خبر داد. طبق این سیاست جدید، تمام تولیدکنندگان و واردکنندگان موظف شدند برای واحدهای خدمات پس از فروش خود پروانه کاربرد نشان استاندارد دریافت کنند در غیر این صورت، گمرکات کشور از ارائه خدمات حمایتی به آنها خودداری خواهند کرد. پس از پایان مهلت مقرر، ابلاغیه رسمی به گمرکات تهران ارسال شد تا تسهیلات مربوط به واردات قطعات خودرو فقط در اختیار

شرکت‌های دارای پروانه استاندارد قرار گیرد.

بر پایه آمار ارائه‌شده، هم‌اکنون بیش از ۴۰۰ نمایندگی خدمات پس از فروش خودرو در استان تهران فعالند و به مشتریان بیش از ۵۵ شرکت تولیدکننده و عرضه‌کننده خودرو خدمت‌رسانی می‌کنند. تاکنون تنها ۶ شرکت از جمله مدیران خودرو، ایساکو، عقاب افشان، آریا دیزل موتور، گروه بهمن و تجارت بم خودرو موفق به دریافت این پروانه شده‌اند.

فرآیند ارزیابی عملکرد نمایندگی‌ها نیز از سوی بازرسان سازمان استاندارد با دقت بالایی انجام می‌شود. بررسی تخصص کارکنان، سطح آموزش‌های فنی، تجهیزات تعمیرگاهی و روند عملیاتی مراحل پذیرش، تعمیرات، تأمین قطعات و امدادرسانی از جمله مواردی است که در ارزیابی‌ها مدنظر قرار گرفته است. هدف نهایی، ارتقای مداوم کیفیت خدمات، جلوگیری از فعالیت نیروهای غیرمتخصص و ایجاداعتماد پایدار میان مصرف‌کنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات است.

در مجموع می‌توان گفت این سیاست‌ها که با نظارت‌های

دقیق و الزام‌آور همراه هستند، می‌توانند ضمن ارتقای کیفیت

خدمات پس از فروش، از ورود خودروهای فاقد صلاحیت نیز

جلوگیری کنند اما ساختار بازار خودروی کشور را به سمت

اصلاحات بنیادین سوق دهند. این مسیر، نمایندگی‌های رسمی

را به ارتقای سطح خدمات ترغیب کرده و مصرف‌کنندگان را از

خدمات استاندارد و مطمئن بهره‌مند می‌کند. با استانداردسازی

خدمات پس از فروش به عنوان حلقه‌ای حیاتی در چرخه تولید

و مصرف، نه‌تنها نارضایتی‌های عمومی کاهش می‌یابد، بلکه

بهره‌وری تعمیرگاه‌هانیز بهبود یافته و آسیب‌های زیست‌محیطی

به حداقل می‌رسد.

البته این الزامات قانونی، فضای رقابت سالمی را میان شرکت‌ها

ایجاد کرده است؛ فضایی که آنها را به ارتقای زیرساخت‌ها،

به‌کارگیری تجهیزات پیشرفته و جذب نیروهای متخصص

سوق داده است. چنین رقابتی نه‌تنها کیفیت خدمات را ارتقا

تولیدکنندگان وواردکنندگان خودرو و باید برای واحدهای خدمات پس از فروش نشان استاندارد بگیرند

ترمز بی‌کیفیت‌ها کشیده می‌شود

داده، بلکه رضایت‌مندی مشتریان را نیز در پی داشته است. به موازات این اقدامات، سازمان ملی استاندارد معیارهای روشن و قابل اندازه‌گیری را برای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها معرفی کرده تا فرآیند نظارت، نه فقط ابزاری برای کنترل، بلکه محرکی برای تحول باشد؛ تحولی که هم به نفع مصرف‌کننده است و هم تولیدکننده را به سوی توسعه پایدار هدایت می‌کند.

درواقع مسیر استانداردسازی کامل در صنعت خودروی ایران، راهی دشوار اما پرازرش است؛ مسیری که نیازمند همکاری تنگاتنگ میان نهادهای دولتی و بخش خصوصی است و در صورت استمرار، می‌تواند به نقطه‌ای برسد که خودروهای تولیدی وارداتی کشور نه‌تنها با کیفیت بالا عرضه شوند، بلکه با نیازهای واقعی مصرف‌کنندگان نیز هم‌راستا باشند.

در این میان، بررسی تجربه کشورهای دیگر می‌تواند چراغ راهی باشد برای تعیین مسیر اصلاحات دقیق‌تر. کشورهای پیشرفته مانند آلمان، ژاپن، کره جنوبی و آمریکا هر کدام الگوهای خاصی برای استانداردسازی خدمات پس از فروش خودرو دارند که می‌توان از آنها درس گرفت.

در آلمان، خردروسازانی همچون مرسدس بنز و بی‌ام‌و خدمات

پس از فروش را در دوره گارانتی به صورت کامل و رایگان ارائه

می‌دهند. در صورت بروز نقص فنی، خودرو با جرثقیل به

تعمیرگاه منتقل می‌شود و پس از اتمام تعمیرات، در منزل به

صاحب خودرو بازگردانده می‌شود. همچنین در قالب عذرخواهی،

خدماتی مانند تعویض روغن، فیلتر و قطعات مصرفی نیز بدون

هزینه انجام می‌شود.

در ژاپن و کره جنوبی نیز خودروهای تولیدی دارای

گارانتی‌های شفاف و منظم هستند؛ خودروهای ژاپنی با گارانتی ۲

ساله یا تا ۵۰ هزار کیلومتر و خودروهای کره‌ای با گارانتی ۵ ساله

یا تا ۱۵۰ هزار کیلومتر تحت پوشش تولیدکنندگان خود قرار

دارند. در صورتی که تعمیرات زمانبر شود، خودروی جایگزین با

راندند در اختیار مشتری قرار داده می‌شود تا اختلالی در زندگی

روزمره‌اش ایجاد نشود.

در آمریکا، رقابت شدیدی میان شرکت‌ها برای جذب رضایت مشتریان وجود دارد. آنها با ارائه واراننتی‌های مادام‌العمر یا تا ۱۰ سال، سعی در جلب اعتماد مشتریان دارند. خدمات پس از فروش شامل آموزش کامل کارکنان، اطلاع‌رسانی شفاف درباره قطعات اصلی و تقلبی و پیگیری رضایت مشتریان از طریق سیستم‌های دیجیتال است.

تفاوت اساسی میان گارانتی و واراننتی در کشورهای پیشرفته نیز قابل توجه است. واراننتی به معنای تعهد کامل تولیدکننده

به تعمیر رایگان محصول در صورت بروز مشکل فنی است، در حالی که گارانتی ممکن است شامل هزینه‌های جزئی برای برخی

خدمات باشد اما همچنان تحت پوشش تعهدات شرکت قرار دارد.

با نگاه به این الگوها، آشکار است که خدمات پس از فروش در کشورهای پیشرفته نه‌تنها به عنوان بخشی از عرضه محصول،

بلکه به عنوان سنگ‌بنای ایجاد اعتماد و وفاداری مشتری شناخته می‌شود. تعریف دقیق استاندارد‌ها، ایجاد ساختارهای نظارتی

مستقل، آموزش پرسنل متخصص و بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال همه در جهت ارتقای کیفیت و شفافیت عملکرد هستند

در نهایت، تجربه این کشورها نشان می‌دهد استانداردسازی

خدمات پس از فروش نه‌تنها ضامن کیفیت محصول، بلکه آغازگر

تحولی فرهنگی در رفتار مصرف‌کننده است. بنابراین، صنایع

خودروسازی ایران نیز با بهره‌گیری از این تجربه‌ها و تطبیق

آن با شرایط داخلی، می‌تواند در مسیر اصلاحات اثربخش‌تر

گام برداشته و به نقطه‌ای برسد که اعتماد عمومی و کیفیت

خدمات به طور هم‌زمان ارتقا یابد. در کشورهای توسعه‌یافته،

خدمات پس از فروش نه‌تنها بخشی از تعهد قانونی، بلکه ابزاری

برای وفادارسازی مشتری، افزایش اعتبار برند و رقابت‌پذیری در

بازار جهانی است. این خدمات با شفافیت، کیفیت بالا و احترام

به حقوق مصرف‌کننده ارائه می‌شوند؛ الگویی که می‌تواند برای

صنعت خودروی ایران نیز الیزالهامش باشد.



تجارت‌راهبردی ایران و ترکیه

بهار امسال، تجارت دوجانبه به ۲۲۲۹ میلیون دلار رسید

بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد کاهش ۱۳٫۳ درصدی تجارت دوجانبه عمده‌تا ناشی از عوامل چندگانه‌ای چون ناترازی انرژی، قطعی برق، مشکلات زیرساختی، نوسانات تعرفه‌ای و تصمیمات سیاسیستی مقطعی در هر ۲ کشور بوده است. در ایسن میان، برخی کالاها با کاهش قابل توجهی در صادرات مواجه شدند. گاز طبیعی، با وجود باقی ماندن در جمع اقلام عمده صادراتی، به دلیل کاهش تقاضای فصلی و سیاست‌های تنوع‌سازی انرژی در ترکیه با افت چشمگیر صادرات روبه‌رو شد. پروپان مایع، کود اوره، مس کاتود و مس تصفیه‌شده نیز به ترتیب به علت گرمای زودهنگام، توقف تولید ناشی از انفجار در بنادر جنوبی و نوسانات جهانی قیمت با افت قابل توجهی مواجه شدند. محصولات فلزی و متالوپلیمرها مثل شمش فولاد، فرمولیبدن، فروسیلیکوکروم نیز به دلایلی نظیر قطعی انرژی و کاهش تولید داخلی، به صفر رسیده یا به‌شدت کاهش یافته‌اند. حتی محصولات کشاورزی مانند خرما نیز تحت‌تأثیر ممنوعیت صادراتی و افت تقاضای ترکیه، با کاهش ۴۷ تا ۸۸ درصدی مواجه شدند.

در سوی دیگر اما اقلامی وجود داشت که با رشد قابل توجهی در صادرات به ترکیه همراه بود و نشان‌دهنده ظرفیت‌های مغفول صادراتی ایران است. برای مثال، صادرات کانتینر با رشد ۱۰۰ درصدی به ۵۰ میلیون دلار رسید، آلومینیوم غیرمزوج و پروفیل‌های آلومینیومی با رشد ۱۶۲ درصدی به ۹ میلیون دلار، پلی‌اتیلن‌ها با رشد ۱۰۷ درصدی به بیش از ۱۷ میلیون دلار رسید. همچنین پسته با رشد ۱۰۸ درصدی و آمونیاک بدون آب با رشد چشمگیر ۱۶۹۲ درصد همراه بودند. در حوزه مواد غذایی، محصولات فراوری‌شده نظیر کمپوت، ژله و مارمالاد با رشد ۷۵۰ درصدی به ۵ میلیون دلار رسیدند. صادرات صنعتی جدید مانند موم پارافین، اکسیدها و هیبروکسیدهای مولیبدن نیز افزایش قابل توجهی داشتند. همچنین صادرات محصولات شیشه‌ای، کاشی و سرامیک و کالاهای کشاورزی متنوع مانند کشمش، بادام، توت‌فرنگی، چای تخمیری، قیسی، آب انگور، تخم نطفه‌دار بوقلمون رشد قابل توجهی – بین ۲ تا ۱۰۰۰ درصد – تجربه کردند.

تمرکز صادرات ایران به ترکیه بر خلاف بسیاری از بازارهای دیگر، صرفاً بر گاز و فراورده‌های پایه نفتی نیست، بلکه شامل طیف متنوعی از محصولات پتروشیمی، فلزی، کشاورزی، غذایی و حتی صنعتی نوظهور نیز می‌شود. ترکیه در این میان تقاضای متنوعی برای مواد اولیه، محصولات فراوری‌شده و کالاهای مصرفی دارد که برای ایران فرصت ایجاد کرده تا سبد صادراتی خود را متنوع‌تر کرده و از الگوی تک‌محصولی فاصله بگیرد. از سوی دیگر، واردات ایران از ترکیه نیز نشان‌دهنده وابستگی به برخی اقلام اساسی نظیر روغن‌های خوراکی، غلات دامی، فلزات گرانبها، تجهیزات پزشکی و خودرو است. این وابستگی‌ها ضرورت برنامه‌ریزی دقیق‌تری را در زمینه تولید داخلی، اصلاح سیاست‌های واردات و تقویت مزیت‌های صادراتی ایران برجسته می‌سازد.

همچنین می‌توان ادعا کرد تجارت با ترکیه برای ایران صرفاً یک راهکار مقطعی برای دور زدن تحریم‌ها نیست، بلکه یک فرصت پایدار برای توسعه صادرات غیرنفتی، تنوع‌بخشی به منابع ارزی، جذب سرمایه‌گذاری مشترک و پیوندهای اقتصادی

چندلایه است. رسیدن به این اهداف نیازمند تعامل مستمر، شناخت عمیق بازار ترکیه، ارتقای کیفیت و استانداردهای محصولات ایرانی و تثبیت مقررات تجاری بین ۲ کشور است تا بتوان از ظرفیت‌های موجود حداکثر بهره‌برداری را داشت و روابط اقتصادی را از سطح ناپایدار به یک وضعیت پایدار، قابل اتکا و رو به رشد رسانند.

با مرور روند تجارت در فصل بهار ۱۴۰۴، آنچه به‌وضوح قابل تشخیص است، وجود ۲ مسیر هم‌زمان و متضاد در مناسبات تجاری ایران و ترکیه است؛ از یک سو افت تجارت در برخی اقلام حیاتی و از سوی دیگر، رشد چشمگیر در برخی کالاهای جدید یا کمتر دیده‌شده در مبادلات پیشین.

در این دوره، تمرکز صادراتی ایران به ترکیه بر ۴ محور کلایی مشخص بود: کالاهای پتروشیمی و پایه نفتی، محصولات صنایع فلزی و معدنی، گروه کالاهای کشاورزی و فراوری‌شده و اقلام صنعتی قابل حمل مانند کانتینرها. جالب آنکه برخلاف سایر مقاصد صادراتی ایران که اقلامی چون پروپان مایع، متانول، بوتان و قیر در صدر فهرست قرار دارند، ترکیه تقاضای متنوع‌تری از ایران دارد که شامل فلزات اساسی نظیر آلومینیوم و روی، پلیمرهای پیشرفته از جمله پلی‌اتیلن‌ها یا گریدهای بادی، فیلم و لوله، کود اوره، محصولات غذایی و میوه‌جات فراوری‌شده و حتی پسته و خرما در گونه‌های مختلف است.

در صادرات کالاهای معدنی و فلزی، اقلامی چون شمش فولاد، فروآلیاژها، فرمولیبدن و فروسیلیکوکروم نیز به بازار ترکیه راه یافته‌اند که با وجود کاهش فعلی، ظرفیت بالایی برای رشد دارند. نکته قابل توجه دیگر، صادرات کانتینرهای استاندارد ساخت ایران به ترکیه است که با رشد ۱۰۰ درصد به ۵۰ میلیون دلار رسیده و نشان‌دهنده توانمندی صنعت لجستیک کشور در پاسخگویی به نیازهای منطقه است.

در حوزه کشاورزی نیز صادرات پسته ایران با تأیید اتحادیه اروپا مبنی بر نبود آفات‌وتکسین و حضور پررنگ در نمایشگاه‌های مانند ورلدفود و اگرو اکسیوس، رشد ۱۰۰ درصد را تجربه کرده است. صادرات هندوانه، کشمش، خرما، بادام و سایر میوه‌جات فراوری‌شده مانند کمپوت، ژله و مارمالاد نیز از دیگر نقاط قوت ایران در بازار ترکیه بوده‌اند که با برنامه‌ریزی، می‌توانند سهم



خود را ارتقا دهند.

در سوی واردات، وابستگی ایران به کالاهای خاص از ترکیه نمود برجسته‌ای دارد. واردات فلزات گرانبها از جمله طلا و آلومیدوم به ارزش ۴۱۷ میلیون دلار نشان‌دهنده حجم قابل توجهی از تقاضای داخلی است. همچنین واردات روغن‌های خوراکی نظیر آفتابگردان و پالم، غلات دامی، گوشت، دانه‌های

سویا، راتکتور و خودروهای سواری نیازماینگر نیازهای مهم بخش

کشاورزی، دامداری و حمل‌ونقل کشور است.

در این میان، قطع برق، کمبود گاز، مشکلات تولید و اختلال

در زمان‌بندی حمل‌ونقل باعث کاهش شدیدصادرات برخی اقلام

فلزی و صنعتی ایران شده است. شمش آهن و فولاد، کود اوره و

مس تصفیه‌شده جزو اقلامی هستند که به دلیل محدودیت‌های

تولید، با افت ملموسی مواجه شده‌اند. همچنین ممنوعیت‌های

صادراتی برای خرما و کاهش تقاضای ترکیه در ایام غیررمضان،

موجب افت سنگین در صادرات این محصول شد.

با توجه به این داده‌ها، می‌توان نتیجه گرفت تجارت با ترکیه

۲ مسیر را به طور هم‌زمان طی می‌کند: یک مسیر مبتنی بر

فشارها و محدودیت‌های تولیدی و زیرساختی و مسیر دیگر بر

پایه ظرفیت‌های تازه و فرصت‌های کشف‌شده که نیازمندتوسعه،

برنامه‌ریزی و تثبیت است.

شناسایی این فرصت‌ها از صادرات کانتینر، آمونیاک،

پلیمرهای پیشرفته، محصولات فراوری‌شده کشاورزی گرفته تا

توسعه بازار پسته و بادام نیازمند سیاست‌گذاری دقیق، حضور

موثر در نمایشگاه‌های تخصصی، تقویت رایزنی‌های تجاری و

بویژه پایدارسازی مقررات صادراتی و وارداتی بین ۲ کشور است.

در نهایت، تسهیل تجارت ایران با ترکیه اگرچه با نوساناتی

همراه بوده اما پتانسیل آن برای تبدیل شدن به یک ستون پایدار

از اقتصاد منطقه‌ای ایران کاملاً مشهود است. عبور از صادرات

محدود به سمت تنوع صادراتی، کاهش وابستگی وارداتی

در کالاهای استراتژیک، توسعه تعاملات سرمایه‌گذاری مشترک

و ورود به بازارهای ثانویه از طریق ترکیه می‌تواند چشم‌انداز

بلندمدت مناسبات اقتصادی ایران را متحول سازد؛ نه‌تنها در

مقابله با تحریم‌ها، بلکه در مسیر مقاوم‌سازی زیرساخت‌های

اقتصادی، صنعتی و کشاورزی کشور.

سه‌شنبه ۷ مرداد ۱۴۰۴
وطن‌امروز | شماره ۴۳۷۶

اقتصادی

اخبار

تورم سالانه به ۳۵٫۳ درصد رسید

نرخ تورم سالانه برای خانوارهای کشور در تیرماه ۱۴۰۴ به ۳۵٫۳ درصد رسید که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۰٫۸ واحد درصد افزایش یافته است. به نقل از مرکز آمار ایران، تیرماه سال جاری شاخص قیمت مصرف‌کننده خانوارهای کشور به عدد ۳۶۰٫۲ رسید که نسبت به ماه قبل ۳۵٫۳ درصد افزایش، نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۱٫۲ درصد افزایش و در ۱۲ ماهه منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۳۵٫۳ درصد افزایش داشته است.

منظور از تورم نقطه به نقطه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت نسبت به ماه مشابه سال قبل است که تیرماه امسال تورم نقطه به نقطه خانوارهای کشور به ۴۱٫۲ درصد رسید. یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین، ۴۱٫۲ درصد بیشتر از تیرماه ۱۴۰۳ برای خرید یک «مجموعه کالاهای خدمات‌پکسان» هزینه کرده‌اند. لازم به ذکر است تورم نقطه به نقطه تیرماه ۱۴۰۴ در مقایسه با ماه قبل، ۱٫۸ واحد درصد افزایش داشته است. منظور از تورم ماهانه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت نسبت به ماه قبل است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در ماه گفته شده، تورم ماهانه خانوارهای کشور برابر ۳٫۵ درصد بوده است.

همچنین تورم ماهانه برای گروه‌های عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات»، ۵٫۱ درصد و برای گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات»، ۲٫۶ درصد بوده است.

طبق داده‌های منتشرشده، منظور از نرخ تورم سالانه، درصد تغییر میانگین اعداد شاخص قیمت در یک سال منتهی به ماه جاری، نسبت به دوره مشابه قبل از آن است که در تیرماه ۱۴۰۴، نرخ تورم سالانه برای خانوارهای کشور به ۳۵٫۳ درصد رسید که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۰٫۸ واحد درصد افزایش یافته است.

علاوه بر موارد گفته شده، نرخ تورم سالانه کشور در تیرماه ۱۴۰۴ برابر ۳۵٫۳ درصد است که دامنه تغییرات آن برای دهک‌های مختلف هزینه‌ای از ۳۵٫۰ درصد برای دهک دهم، تا ۳۵٫۶ درصد برای دهک‌های هشتم و نهم است.

بر این اساس، فاصله تورمی دهک‌ها در این ماه به ۰٫۶ واحد درصد رسید که نسبت به ماه قبل (۰٫۸ واحد درصد) ۰٫۲ واحد درصد کاهش داشته است.

■ ■ ■

افزایش ۴۰ تا ۵۰ درصدی

قیمت پمپ آب

رئیس اتحادیه صنفی فروشندگان ماشین‌آلات کشاورزی، صنعتی، ساختمانی و لوازم یدکی کشاورزی با بیان اینکه در این مدت با قطعی آب برق، تقاضا برای پمپ و موتور برق افزایش یافته، گفت: در حالی که تولیدکنندگان امکانات متعددی از دولت دریافت می‌کنند اما قیمت‌های خود را در این شرایط بد، ۴۰ تا ۵۰ درصد افزایش داده‌اند. از طرف دیگر برخی تولیدکنندگان پمپ‌ها را احتکار کرده‌اند و این محصول به دست کسبه نمی‌رسد.

مهدی آذرینا در پاسخ به سوالی درباره افزایش قیمت پمپ در پی قطع برق و افزایش تقاضا در بازار، تصریح کرد: با درخواست تولیدکنندگان ایرانی، مدتی است واردات پمپ محدود و تعرفه آن افزایش یافته است. همچنین در حالی که تولیدکنندگان امکانات متعددی از دولت دریافت می‌کنند، قیمت‌های خود را در این شرایط بد، ۴۰ تا ۵۰ درصد افزایش داده‌اند. از طرف دیگر برخی تولیدکنندگان پمپ‌ها را احتکار کرده‌اند و این محصول به دست کسبه نمی‌رسد.

وی با بیان اینکه با توجه به محدودیت تجارت با کشورهای اروپایی، می‌توان پمپ را از چین وارد کرد تا بخشی از مشکلات فعلی برطرف شود، گفت: در حال حاضر با درخواست تولیدکنندگان واردات محدود شده اما مافیایی در دویی ایجاد شده و پمپ‌ها در این کشور دیو می‌شود و بخشی به صورت قاچاق و بخشی به صورت قانونی وارد کشور می‌شود. به گفته این مقام صنفی، در حال حاضر ایتالیا در صنعت پمپ در دنیا رتبه اول دارد اما ما نمی‌توانیم با آنها تجارت کنیم. با این حال همین کالاهای درجه یک در کشورهای همسایه، حتی افغانستان عرضه می‌شود. با توجه به شرایط، مصرف‌کننده ایرانی مجبور است این کالا را حتی تا ۴۰ درصد گران‌تر بخرد. آذرینبا با بیان اینکه اگر واردات به صورت بهینه انجام شود، تولیدکننده هم مجبور به رقابت می‌شود اما در حال حاضر تولیدکنندگان یک‌ه‌تازی می‌کنند، تصریح کرد: در این مدت با قطع آب و برق، تقاضا برای پمپ و موتور برق افزایش یافته است. در این شرایط همه‌ای هم به کسبه وارد شده اما باید با سرچشمه این موضوع مقابله شود.

■ ■ ■

طلا جهانی به سراسشیبی افتاد

قیمت طلا در معاملات روز دوشنبه بازار جهانی، تحت تأثیر توافق تجاری بین آمریکا و اتحادیه اروپا که تقاضا برای این فلز ارزشمند را کمتر کرد، به پایین‌ترین حد در ۲ هفته گذشته رسید. بهای هر اونس طلا برای تحویل فوری در معاملات روز گذشته به پایین‌ترین حد از ۱۷ جولا نزول کرد و با ۰٫۱ درصد کاهش به ۳۳۳۲ دلار و ۳۹ سنت رسید. بهای هر اونس طلا در بازار معاملات آتی آمریکا نیز با ۰٫۱ درصد کاهش، ۳۳۳۲ دلار و ۵۰ سنت معامله شد. آمریکا یکشنبه به یک توافق تجاری با اتحادیه اروپا دست یافت که بر اساس آن، تعرفه واردات ۱۵ درصدی بر اکثر کالاهای اتحادیه اروپا، یعنی نصف نرخ تعرفه تهدید شده، اعمال می‌شود و از یک جنگ تجاری بزرگ‌تر میان این ۲ متحد که حدود یک‌سوم تجارت جهانی را تشکیل می‌دهند، جلوگیری می‌کند. بخش‌های کلیدی این توافق، مشابه توافق اعلام شده میان آمریکا و ژاپن است اما همانند آن توافق، سوالات زیادی را بی‌پاسخ می‌گذارد.