



## اخبار



## راهکارهای کاهش چالش صنعت لاستیک

افزایش قیمت لاستیک خودرو لزوماً مشکل این صنعت را حل نمی‌کند زیرا عرضه لاستیک به حد نیاز انجام نمی‌شود.

حسین فرهیدزاده رئیس سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گفت: تولید و توزیع لاستیک خودرو امسال نسبت به سال قبل کاهش ۱۴ درصدی دارد و این بخش با مشکلاتی مواجه است و تبادل ارز در آن به سختی انجام می‌گیرد. وی اظهار کرد: جبران کمبود تولید لاستیک خودرو در کشور مستلزم تأمین ارز برای واردات در این بخش و ساماندهی حوزه توزیع از طریق خروج آنها از حالت سنتی و ثبت نام توزیع‌کنندگان لاستیک در سامانه جامع تجارت است. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت بیان داشت: این وزارتخانه بسته پیشنهادی خود مبنی بر تأمین ارز را از مسیر تالاردوم سامانه نیما و کاهش تعرفه واردات (۱۰ درصد) ارائه داده است تا در بازه زمانی سه ماهه بتوان لاستیک خودرو را به یک قیمت معقولی رساند و وظیفه بازرسان در این بخش رصد بازار لاستیک خودرواست تا قیمت آن از رقم معقولی بیشتر نشود. فرهیدزاده بیان کرد: در هر صورت کسری بین تولید لاستیک خودرو تا میزان نیاز آن در کشور باید به‌نحوی جبران شود که یکی از راهکارهای آن تأمین لاستیک از محل واردات است.



## روند افزایشی ریزش بازرگانی

در حال برنامه‌ریزی هستیم تا براساس اهمیت و اولویتی که کشورهای هدف صادراتی برای ما دارند تعداد ریزش بازرگانی را افزایش دهیم. مهدی ضیغمی معاون وزیر صمت گفت: در برخی از کشورها کشتش بازار خوب است و امکان افزایش صادرات به میزان قابل توجهی وجود دارد بنابراین حضور بیش از یک ریزش بازرگانی در این کشورها لازم است که براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده تلاش می‌کنیم که تعداد ریزش بازرگانی را در این کشورها افزایش دهیم. رئیس سازمان توسعه تجارت اظهار داشت: در حال حاضر ۲۲ ریزش بازرگانی در کشورهای هدف صادراتی استقرار دارند که براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده تلاش می‌کنیم تا تعداد ریزش بازرگانی را در کشورهای هدف صادراتی تا پایان سال به ۳۵ نفر افزایش دهیم. وی افزود: همچنین قصد داریم تا با همکاری سازمان اداری و استخدامی کشور تعداد ریزش بازرگانی را تا پایان دولت به ۷۰ نفر افزایش دهیم.

مطابق قیمت مصوبه شورای رقابت به متقاضیان تحویل دهد. مشخص بودن موعد تحویل به متقاضیان، تخصیص خودرو به تمامی ثبت‌نام‌کنندگان، شناور بودن موعد تحویل با توجه به انصراف‌ها، اولویت تحویل خودرو برای طرح جوانی و خودرو فرسوده، امکان تغییر سفارش متقاضی در صورت موعد تحویل طولانی برای تحویل نزدیک‌تر و امکان برنامه‌ریزی تولید خودرو ساز بر اساس نیاز بازار، از دیگر مزیت‌های فروش خودرو در سامانه یکپارچه است. لذا همین موارد نشان می‌دهد که ادامه حیات این سامانه برای رفاه حال مردم و برنامه‌ریزی خودروسازان ضرورت دارد. موارد عنوان شده، پایان مزیت‌های سامانه یکپارچه خودرو نیست. این سامانه توانسته در مقایسه با بورس کالا و روش قرعه‌کشی، سهولت بیشتری برای متقاضیان فراهم کند. بازه مناسب سفارش‌گذاری، وجود چندین سفارش همزمان بر اساس نوع خودرو و یکپارچگی سامانه جهت عرضه انواع خودرو توسط چندین خودروساز از دیگر مزیت‌هاست.

## تحقق شفافیت در روند فروش خودرو

این سامانه شفافیت بسیار خوبی هم در فروش خودرو ایجاد کرده است. از جمله این شفافیت‌ها می‌توان به ارائه آمار متقاضیان و سفارش‌ها، مشخص بودن دقیق علل عدم احراز شرایط، امکان رفع مشکلات احتمالی در احراز شرایط و یکپارچگی و قابلیت ردیابی فرایند درخواست از زمان ثبت سفارش خودرو تا زمان تحویل به متقاضی اشاره کرد. در راستای شناسایی متقاضی واقعی نیز دو موضوع در سامانه در دستور کار است که اولین آن شناسایی متقاضی واقعی با توجه به رفتار متقاضیان در انتخاب اولویت‌ها و دوم، شناسایی متقاضی واقعی با وکالتی کردن حساب و انسداد وجه در حساب متقاضی کمتر از یک ماه است. در این میان یکی از بهترین اتفاق‌ها این است که پول یادشده در مدت کوتاه بلوکه شده و بعد از آن متقاضی بدون پرداخت وجه می‌تواند منتظر پیام خودرو ساز باشد.

بد نیست درباره سایر فروش‌های خودرو که در گذشته صورت می‌گرفت، صحبت کنیم. دولت گذشته برای آنکه بازار خودرو را ساماندهی کند، فروش به روش قرعه‌کشی را باب کرد. در این روش، متقاضیان بارها ثبت نام می‌کردند و همه چیز به شانس و البته برخی از فسادها بستگی داشت. از معایب این روش می‌توان به عدم مشخص بودن دقیق قیمت در پیش‌فروش، عدم تخصیص خودرو برای بازندگان، عدم وجود چندین سفارش همزمان بر اساس نوع خودرو، عدم ارائه آمار متقاضیان و سفارش‌ها، مشخص نبودن علل عدم احراز شرایط و حذف برخی از برندگان به دلیل عدم احراز شرایط و مهم‌ترین آن عدم امکان تشخیص متقاضی واقعی بود. این طرح که دولت گذشته شدت از آن حمایت می‌کرد و تعداد زیادی از متقاضیان از آن گله‌مند بودند، در کل سه مزیت داشت: اولین آن مشخص بودن موعد تحویل برندگان؛ دوم، عدم پرداخت وجه و سوم سهولت در سفارش بود.

## دستکاری در قیمت‌گذاری

خودروسازان با عرضه محدود و قطره چکانی و سیگنال‌هایی که به بازار می‌دهند به جهت کمبود مواد اولیه، افزایش قیمت مواد اولیه و... عملاً قیمت خودرو در بازار را دستکاری می‌کنند



«ایران اقتصادی» از تداوم راهبردهای دولت برای ساماندهی بازار خودرو گزارش می‌دهد

## مونتازکاران علیه سامانه یکپارچه فروش خودرو



از آنجا که روز به روز قیمت خودرو در بازار به کارخانه نزدیک می‌شد و می‌شود، خودروسازان

مقاضیان است. خودروسازان به دلیل پایین بودن بهره‌وری و عدم برنامه‌ریزی‌های دقیق، قیمت‌ها را تغییر می‌دهند و حتی اگر مجوز افزایش قیمت نداشته باشند با اضافه کردن یک یا چند آپشن، قیمت خودروها را گران می‌کنند. نکته دیگر وکالتی کردن حساب و انسداد وجه ۱۰۰ میلیون تومانی در حساب متقاضی برای کمتر از یک ماه است، البته خیلی از متقاضیان اعتقاد دارند که نمی‌توان چنین امری را در مشکلات سامانه دید؛ چرا که بواسطه این اتفاق، خریداران واقعی و غیرواقعی تفکیک می‌شوند و فرایند ثبت نام واقعی می‌شود.

در خصوص سامانه یکپارچه خودرو که عملاً موضوع اولویت بندی و نوبت دهی را شفاف می‌کند، باید گفت که مزایای زیادی در قیاس با سایر روش‌های فروش دارد. خودروساز و مونتازکار موظف است در فروش با موعد تحویل سه ماه، خودروها را

شورای رقابت پیگیری کردند و در نهایت هم مخالفت خود با قیمت‌گذاری این شورا را در محافل مختلف ابراز می‌کنند.

## تمرکز برای جلوگیری از افزایش قیمت

عملکرد وزارت صمت نشانگر آن است که تحت تأثیر خودروسازان و مونتازکاران نیست و شورای رقابت هم با آنکه دوبار با مونتازکاران همراهی کرد، به نظر می‌رسد که در این برهه زمانی دست رفاقت به خودروسازان و مونتازکاران ندهد و قیمت‌ها برای بار دوم و سوم در سال جاری گران نشود. سامانه یکپارچه خودرو در قیاس با سایر روش‌های فروش خودرو چون بورس کالا و قرعه‌کشی مزیت‌های پرشماری دارد و تنها یک الی دو مشکل دارد، که البته آنها هم ارتباط مستقیمی با سامانه ندارد. یکی مربوط به عدم مشخص بودن قیمت دقیق و قطعی در موعد تحویل بیش از ۳ ماه به

می‌تواند صاحب خودرو شوند، منتظر دومین مرحله ثبت نام سامانه یاد شده، شدند. اردیبهشت ماه نیز دومین مرحله فروش برگزار شد و در نهایت قیمت خودرو با شیب تندی کاهش یافت. این امر برخلاف پیش‌بینی خودروسازان و مونتازکاران بود. از آنجا که روز به روز قیمت خودرو در بازار به کارخانه نزدیک می‌شد و می‌شود، خودروسازان و مونتازکاران به دنبال آن هستند که سامانه یکپارچه حذف و جایگزین آن، فروش‌های مستقیم خودروسازان شود. تجربه سال‌های گذشته نشان می‌دهد که فروش مستقیم خودروها مشکلات زیادی را برای مردم ایجاد کرده است. خودروسازان با عرضه محدود و قطره چکانی و سیگنال‌هایی که به بازار می‌دهند به دلیل کمبود مواد اولیه، افزایش قیمت مواد اولیه و... عملاً قیمت خودرو در بازار را دستکاری می‌کنند.

## بازار خودرو

سامانه یکپارچه خودرو از اواخر سال گذشته فعالیت خود را آغاز کرد. این سامانه به دنبال آن بود به فسادهایی که خودروسازان و دولت گذشته داشته است، پایان دهد و در نهایت روند عرضه خودرو را شفاف کند. بدین جهت و با نظر مثبت وزیر وقت صمت (سیدرضا فاطمی امین) و شورای رقابت، قرار شد عرضه تمام خودروها تنها از طریق سامانه یکپارچه خودرو باشد تا دیگر هیچ خودروساز و مونتازکاری نتواند بازار خودرو را که برای برخی‌ها محل سودهای میلیاردری شده بود به هم بریزد.

## خلاف تصور مونتازکاران

تصور خودروسازان و مونتازکاران این بود که سامانه یکپارچه بعد از یک مرحله اجرا، جواب نخواهد داد و دولت مجدد عرضه خودرو را به خودروسازان و در نهایت در قالب قرعه‌کشی عرضه خواهد کرد.

اما با نخستین مرحله از اجرای عرضه خودرو از طریق سامانه یکپارچه، آب روی آتش ریخته شد و به یکباره موج تقاضا برای خرید خودرو فروکش کرد. خیلی از کسانی که در دولت گذشته همواره منتظر قرعه‌کشی بودند تا شاید شانس به سرآنگ آنها بیاید، بدون دردسر و تنها با بلوکه کردن ۱۰ میلیون تومان، توانستند به خودرو ثبت نام شده خود دست پیدا کنند. وقتی متقاضیان خرید خودرو، دیدند که از طریق سامانه یکپارچه خودرو

## استفاده ایزاری از زبان انباشته

نمونه این اتفاق‌ها را می‌توان طی چند روز اخیر در مصاحبه مدیران خودروسازی دید. به عنوان مثال چندی پیش محمدعلی تیموری، مدیرعامل سایپا گفت، به‌زودی زبان انباشته خودروسازان به ۲۰۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد. این گفته بدان معناست که اگر قیمت خودرو افزایش پیدا نکند، زبان انباشته بیشتر خواهد شد و تولید خودرو با چالش‌های جدیدی روبه‌رو می‌شود. خودروسازان و مونتازکاران در کنار چنین سیگنال‌هایی بارها درخواست افزایش قیمت محصولات خود را از



## برش

مزایا و معایب قابل تأمل یکی دیگر از روش‌های فروش که خودروسازان و مونتازکاران بشدت به دنبال آن بودند که به حیات خود ادامه دهند، فروش خودرو از طریق بورس کالا بود. خودروسازان و مونتازکاران از این طریق قیمت‌گذاری شورای رقابت را دور می‌زدند؛ طریقی که باعث شد قیمت خودرو در بازار گران شود و همچنین گروه بهمن با تکیه بر آن قیمت خودرو را در بازار حداقل ۱۰۰ میلیون تومان گران کرد. این طرح در مجموع و خوشبختانه تنها دو مزیت داشت: یک، مشخص بودن موعد تحویل و دیگری شناسایی متقاضی واقعی با پرداخت درصد قابل توجه از قیمت پایه بود، اما در خصوص معایب فروش خودرو از طریق بورس کالا باید عنوان کرد که این امر چالش‌هایی چون عدم مشخص بودن قیمت دقیق، قیمت مزایده‌ای، عدم استناد به قیمت شورای رقابت، عدم تخصیص خودرو برای بازندگان، عدم وجود اولویت تحویل خودرو برای طرح جوانی و خودرو فرسوده، پیچیدگی در سفارش، بازه زمانی بسیار کوتاه سفارش‌گذاری، عدم ارائه آمار متقاضیان و سفارش‌ها و مشخص نبودن علل عدم احراز شرایط و همچنین پیش پرداخت با درصد قابل توجه از قیمت پایه خودرو ایجاد کرده بود.

## تداوم رشد ارزش تجارت ایران و پاکستان

متوسط رشد سالانه ارزش صادرات ایران به پاکستان و واردات ایران از این کشور نیز طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ به ترتیب برابر با ۹.۶ درصد و ۱۱.۱ درصد بوده است. تراز تجاری ایران با پاکستان به لحاظ ارزشی طی ۱۰ سال مورد بررسی همواره به نفع ایران و با مزاد مواجه بود، همچنین طی سال ۱۴۰۱ مقدار وزنی صادرات بدون نفت خام ایران به پاکستان نسبت به سال قبل ۲۱.۸ درصد افزایش داشته، واردات ایران از

بررسی آمار تجارت بین ایران و پاکستان نشان می‌دهد تراز تجاری ایران با پاکستان به لحاظ ارزشی طی ۱۰ سال مورد بررسی همواره به نفع ایران و با مزاد مواجه بود، همچنین طی سال ۱۴۰۱ مقدار وزنی صادرات بدون نفت خام ایران به پاکستان نسبت به سال قبل ۲۱.۸ درصد افزایش داشته، واردات ایران از

در دنیا است. رویداد اکسپو در عرصه بین‌المللی در سطحی از اهمیت قرار دارد که حداقل هفت سال پیش از برگزاری در مورد کشور میزبان با برگزاری انتخابات بین‌المللی توسط دفتر مذکور، تصمیم‌گیری می‌شود. از اهداف حضور کشورمان در اکسپو می‌توان به جذب سرمایه‌گذار خارجی، به نحو مقتضی اقدام کنید. یادآور می‌شود که اکسپو سومین رویداد بزرگ جهانی پس از جام جهانی فوتبال و بازی‌های المپیک است و در نوع خود یک المپیک بزرگ صنعت نمایشگاهی

به عنوان نماینده جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه یاد شده به عنوان «کمیسرژنرال» منصوب می‌شود. همچنین انتظار می‌رود با هماهنگی وزیر صنعت، معدن و تجارت و استفاده از سایر ظرفیت‌های کشور، از فرصت رویداد جهانی مهم مذکور در راستای معرفی همه جانبه توانمندی‌های کشور به نحو مقتضی اقدام کنید. یادآور می‌شود که اکسپو سومین رویداد بزرگ جهانی پس از جام جهانی فوتبال و بازی‌های المپیک است و در نوع خود یک المپیک بزرگ صنعت نمایشگاهی

## نماینده ایران در اکسپو ۲۰۲۵ معرفی شد

محمد مخبر معاون اول رئیس‌جمهور طی حکمی، سید احمدرضا علایی طباطبایی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران را به عنوان نماینده ایران در اکسپو ۲۰۲۵ معرفی کرد. براساس این گزارش در متن حکم معاون اول رئیس‌جمهور اعلام شده با توجه به مصوبه اواخر تیرماه هیأت وزیران، مبنی بر حضور جمهوری اسلامی ایران در رویداد جهانی اکسپو ۲۰۲۵ اوزاکا-ژاپن، بنا به پیشنهاد وزیر صنعت، معدن و تجارت،