

## بنگاه



## رونمایی از دو محصول H28 و H26 در ذوب آهن اصفهان

در نشست خبری مدیرعامل ذوب آهن اصفهان با اصحاب رسانه، براساس برنامه تحولی ذوب آهن اصفهان دو محصول ارزش افزا در راستای صنعتی سازی ساختمان و کمک به تسریع در طرح نهضت ملی مسکن شامل H28 و H26 رونمایی شد.

تیر آهن های بال پهن H26 و H28 که با سه گرید فولاد St37، St44 و St52 تولید شده است مقاومت بالا در برابر زلزله نسبت به سازه های سنتی دارند و همچنین افزایش ایمنی ساختمان، مقاومت مناسب خمشی، مقاومت مناسب برشی، افزایش فضای مفید ساختمان نسبت به سایر انواع تیر آهن و... از جمله مزایای آنها محسوب می شود.

مهرداد تولیدیایان معاون بهره برداری شرکت در این خصوص گفت: ذوب آهن اصفهان در راستای صنعتی سازی ساختمان و تکمیل سبد محصولات ارزش افزا در این مجتمع عظیم صنعتی در سال جاری، چهار محصول جدید را تولید کرد که H24 و TH29 در نیمه اول سال جاری در حضور اصحاب رسانه رونمایی شد و امروز هم دو محصول H26 و H28 رونمایی گردید.

وی افزود: طراحی جسورانه و دقیق این دو محصول جدید ثمره تلاش و کوشش همکاران عزیز من است که از همین جا شایسته می دانم به همه تلاشگران ذوب آهنی خسته نباشید بگویم و این موفقیت بزرگ را صمیمانه تبریک عرض می نمایم.

معاون بهره برداری شرکت تصریح کرد: نقطه قابل توجه در خصوص این محصولات جدید، روش تولید آنها است زیرا استانداردهای جهانی برای تولید این محصولات استفاده از شمش بیم پلانک است اما در کارخانه با ابتکار همکاران عزیزم در مدیریت مهندسی نورد شرکت با استفاده از محصول چهارگوش این دو محصول جدید به سید محصولات ارزش افزای کارخانه اضافه شد.

تولیبیان در خصوص میزان مصرف آب در ذوب آهن اصفهان نیز اظهار داشت: مصرف آب در این مجتمع عظیم صنعتی در مقایسه با مصرف در فصل تابستان ۲ هزار مترمکعب بر ساعت است، با ساخت تصفیه خانه آب در ذوب آهن با ورودی ۱۰۰۰ مترمکعب بر ساعت، حدود ۸۰۰ مترمکعب تصفیه شده قابل استفاده در صنعت را تحویل می دهد که از این طریق ۳۰ درصد آب مورد نیاز ذوب آهن اصفهان به دست می آید و به همین میزان برداشت آب از زاینده رود کاهش می یابد؛ همچنین این مجتمع عظیم صنعتی با مشارکت در پروژه انتقال آب خلیج فارس برداشت آب از زاینده رود را به صفر می رساند.

تعمیرات، تأمین و تعویض قطعات و پشتیبانی خدمات که در یک دوره زمانی مشخص (مطابق ماده ۱۵ آمده است که مدت زمان تعهد خدمات شامل تعمیرات و تأمین قطعات، ۱۰ سال بعد از فروش آخرین دستگاه خودرو از همان نشان تجاری و نوع خودرو، توسط عرضه کننده است.) این آیین نامه در قبال دریافت اجرت از سوی عرضه کننده برای مصرف کننده انجام می شود.

نکته مهم دیگر در موضوع خدمات پس از فروش این است که ماده ۲۱ عرضه کننده در دوره تعهد موظف است از طریق واسطه خدمات پس از فروش یا نمایندگی های مجاز، نسبت به پذیرش تمام خودروهای تحت مسئولیت خود و همچنین سایر خودروهای مشابه وارداتی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی، مطابق با دستورالعمل ابلاغی وزارت صمت اقدام کند. با توجه به ماده ۲۱ آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو، شرکت های واردکننده خودرو اگر نتوانند خدمات پس از فروش را ارائه کنند، بایستی از سایر مجموعه ها کمک بگیرند و نمی توانند واردات خودرو بدون ارائه گارانتی داشته باشند؛ البته در این حوزه هم ابهام هایی وجود دارد چرا که بعضاً شرکت سوم هم در ارائه گارانتی تعلل می کند.

حسین رنجبر از فعالان بازار خودرو درباره خودروهای وارداتی به «ایران اقتصادی» گفت: کیفیت خودروهای خارجی در قیاس با خودروهای ساخت داخل، بسیار بهتر است و اکنون خودروهای خارجی در بازار، خرید و فروش می شود که از عمر آنها بیش از ۱۵ سال می گذرد و هزینه آنها به غیر از بنزین، تعویض لاستیک، روغن و لنت نیست؛ اما در خودروهای داخلی از موتور تا فرمان و سایر بخش های خودرو مشکل وجود دارد لذا در خودروهای داخلی گارانتی اهمیت قابل توجهی دارد اما در خودروهای خارجی با ایجاد تعمیرگاه های کوچک و زنجیره ای می توان خدمات در سراسر کشور ارائه کرد.

او ادامه داد: از آنجا که بازار مشتاق خودروهای خارجی است، حتی اگر گارانتی هم محدود باشد، همچنان مشتری برای خودروهای وارداتی وجود دارد اما این امر نباید عاملی برای سوء استفاده شرکت های واردکننده خودرو باشد؛ واردکنندگان ملزم به ارائه خدمات هستند.

رنجبر اذعان داشت: برای اینکه موضوع خدمات پس از فروش خودروهای خارجی سروسامان پیدا کند، ضرورت دارد که سازمان حمایت در این حوزه ورود کند و اجازه ندهد که واردکنندگان خودرو نسبت به خودروهای وارداتی بی تعهد باشند.



برای اینکه موضوع خدمات پس از فروش خودروهای خارجی سروسامان پیدا کند، ضرورت دارد که سازمان حمایت در این حوزه ورود کند و اجازه ندهد که واردکنندگان خودرو نسبت به خودروهای وارداتی بی تعهد باشند

خودرو بحث خدمات پس از فروش و نمایندگی در شهرهای مختلف است که برخی از واردکنندگان شرایط مناسبی ندارند. شرکت راساموتو خاورمیانه به عنوان واردکننده محصولات GAC تنها ۲ نمایندگی در کشور دارد. شرکت دیار خودرو نیز ۵ نمایندگی و نامی خودرو واردات نمایندگی در کل کشور دارد. برخی شرکت ها مانند معین خودرو حتی سایت اینترنتی روزی ندارند؛ از همین رو تأکید می شود که در کنار واردات خودرو باید نظارت بیشتری در بحث خدمات پس از فروش صورت گیرد. موضوع خدمات پس از فروش را برخی از مدیران شرکت هایی که به آن اشاره شد، به گونه ای دیگر توضیح می دهند که جای سؤال و ابهام دارد. یکی از آنها می گوید که خودروهای خارجی مانند خودروهای ایرانی نیاز به تعمیرات ندارد و لذا با نمایندگی های محدود هم می توان خدمات را ارائه کرد و قطعاً مشتری راضی خواهد بود.

اما طبق آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو، هر شخص حقیقی یا حقوقی که به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش، مبادرت به فروش خودروهای نو ساخت داخل کشور یا وارداتی خود می کند، تأکید شده است که مجموعه خدمات



عکس: ایرنا

«ایران اقتصادی» از افزایش مشکلات متقاضیان خودرو گزارش می دهد

## چالش جدی خدمات پس از فروش خودروهای وارداتی

اساس اگر کسی خودرو این شرکت را خریداری کند برای دریافت خدمات باید کیلومترها حرکت کند یا با خودروبر خودرو خود را جابه جا کند تا بتواند خدمات مورد نیاز را دریافت کند.

از آنجا که عباس علی آبادی، وزیر صنعت، معدن و تجارت عنوان کرده است که واردات خودرو برای رفع ناترازی انجام می شود تا زمانی که ناترازی در این حوزه ها وجود داشته باشد، واردات اقدام دستی است. این گفته نشان می دهد که واردات خودرو ادامه دار خواهد بود لذا برای آنکه مردم اسیر خودروهای وارداتی نشوند و پروژه واردات خودرو با هدف آرامش بازار شکست نخورد باید در موضوع واردات خودرو به موضوع خدمات پس از فروش توجه مضاعف شود.

در آیین نامه واردات خودروهای نو که توسط معاون اول رئیس جمهور ابلاغ شد، آمده است که صدور ثبت سفارش خودرو اعم از واردات توسط اشخاص حقیقی و حقوقی مستلزم اخذ تأییدیه تأمین قطعات بدکی و ارائه خدمات پس از فروش و سایر ضوابط فنی مربوط از وزارت صمت و رعایت ماده ۱۰ اصلاحی قانون ساماندهی صنعت خودرو مصوب ۱۴۰۱ است. برخی از منابع خبری اعلام کردند که یکی از نکات مهم درباره واردات

نسبت به رفع عیوب اقدام کنند و این احتمال وجود دارد که خودرو خارجی در صورت خرابی، مدت طولانی در نمایندگی بماند. مقوله دوم تعداد نمایندگی ها است؛ شرکت های تولیدکننده و مونتاژکننده خودرو وضعیت به مراتب بهتری در ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان خواهند داشت اما برخی از شرکت های واردکننده خودرو در خیلی از شهرهای کشور حتی یک نمایندگی هم برای ارائه خدمات گارانتی ندارند. بر این

تومان به بالا براساس نوع خودرو حاضر هستند، پول پرداخت کنند تا سهم خود را از خودروهای خارجی که قرار است وارد کشور شود، افزایش دهند.

اما خودروهای وارداتی می تواند یک چالش جدی برای خریداران ایجاد کند و آن خدمات پس از فروش است. در این حوزه دو مقوله مهم نهفته است. یک آنکه خودروهای وارداتی از نظر تکنولوژی به روز تر هستند و بعضاً نمایندگی شرکت های واردکننده خودرو، نمی تواند

## خودرو

با باز شدن سامانه یکپارچه برای خودروهای وارداتی، برخی ها به دنبال آن هستند که سهم بیشتری از خودروهای خارجی داشته باشند. حتی آگهی هایی در فضای مجازی منتشر شده که نشان می دهد خریداران خودروهای وارداتی به ازای هر کارت ملی از حداقل ۲۰۰ میلیون



## رها سازی مشتری به بهانه تحریم

برخی دیگر از منابع خبری درباره شرکت های واردکننده خودرو که نسبت به ایجاد نمایندگی و ارائه خدمات پس از فروش اقدامی انجام ندادند، گفتند که گویا این شرکت ها قصدی هم برای این کار ندارند، چراکه به رغم مدعی نمایندگی برندهای مطرح، هیچ تابلویی به نام آنان دیده نشده است و خبری هم درباره افتتاح یا ایجاد و احداث شبکه نمایندگی جدید دیده نمی شود. به نظر می رسد این بخش از واردکنندگان با توجه به نیاز و عطش بازار، صرفاً قصد عرضه محصولات وارداتی در تعدادی محدود را دارند. در واقع، آن گونه که شنیده می شود، حضور این شرکت ها به رغم سرو صدایی که به راه انداخته اند، با توجه به تعداد اندک وارداتی که انجام داده اند، کوتاه مدت خواهد بود.

به نظر می رسد قصد آنها صرفاً فروش یک تعداد محصول محدود از برندهای معتبر است و بعد از آن مشتری را به حال خود می گذارند، همچنین برای اینکه مشکلی پیش نیاید، به احتمال زیاد مسیری را در پیش خواهند گرفت که سال های پیش برخی واردکنندگان خودروهای تجاری بیموده اند؛ آنها برای اخذ مجوز ترخیص، به دلیل فقدان زیرساخت های لازم در ازای پرداخت درصدی معین، ارائه خدمات پس از فروش را به شرکتی دیگر واگذار می کردند. این مسأله از نظر قانونی مشکلی ندارد، اما مشکل زمانی آغاز خواهد شد که مشتریان برای دریافت خدمات به شرکت سوم مراجعه کنند. در این وضعیت بهانه های مختلفی برای سرویس ندادن تراشیده می شود که رایج ترین آن تحریم است. در این حالت مشتری در دوراهی قرار می گیرد، یا باید تا زمان رسیدن قطعه مورد نیاز خودرو را در تعمیرگاه بخواباند یا اینکه بی خیال استفاده از گارانتی شده و نیازش را از بازار آزاد تهیه کند. در این جا باز هم سرمصرف کننده بدون کلاه خواهد ماند. از سوی دیگر باید در نظر داشت که برای واردکننده ای که در نهایت کمتر از هزار دستگاه می خواهد به فروش برساند، ارائه خدمات پس از فروش براساس نص قانون وجود ندارد. بنابراین این شرکت ها ترجیح می دهند درصدی از سود خود را به شرکتی ثالث بدهند و تا مردم در عطش خودروهای وارداتی هستند، محصول را به فروش برسانند.

## عراق متقاضی اول کالاهای صادراتی ایران شد

## تحقق تجارت ۵۰ میلیارد دلاری

## تجارت

در این روند ۵۳ درصد وزن و ۵۷٫۲ درصد ارزش صادرات ۱۰ ماهه کشور به مقصد ۱۵ کشور همسایه ایران بوده است. مدیرکل دفتر مطالعه، پایش و توسعه بازار سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در خصوص صادرات محصولات غذایی و کشاورزی ایران به همسایگان افزود: در ۱۰ ماهه امسال ۶ میلیون و ۱۵۱ هزار و ۷۴۴ تن محصولات دامی، شیلاتی، زراعی، کشاورزی و غذایی به ارزش سه میلیارد و ۹۰۹ میلیون و ۶۴۸ هزار و ۷۰۸ دلار به کشورهای همسایه ایران صادر شد که شامل ۹۱ درصد وزن و ۸۰ درصد ارزش کل صادرات محصولات کشاورزی و غذایی کشور به دنیا بوده است. یاب عیاری دیگر مقصد اصلی صادرات این نوع محصولات، کشورهای همسایه بودند.

## رشد ۱٫۸ درصدی

سیدروح اله لطیفی، سخنگوی کمیسیون توسعه تجارت خانه صنعت معدن و تجارت ایران از تجارت غیرنفتی ۵۰ میلیارد دلاری ایران و ۱۵ کشور همسایه در ۱۰ ماهه امسال خبر داد که نسبت به مدت مشابه با رشد ۱٫۸ درصدی همراه شد؛ همچنین

وی افزود: عراق با فروش ۵۰۲ میلیون دلار، قطر با ۹۰ میلیون دلار، قزاقستان با ۵۶٫۳ میلیون دلار، آذربایجان با ۳۹٫۶ میلیون دلار، ارمنستان با ۳۹٫۵ میلیون دلار، ترکمنستان با ۳۴٫۳ میلیون دلار، افغانستان با ۳۲٫۸ میلیون دلار، کویت با ۸٫۷ میلیون دلار و بحرین با ۱٫۲ میلیون دلار در رتبه های ششم تا چهاردهم فروش کالا به ایران در بین ۱۵ کشور همسایه از ابتدای سال تاکنون بودند.

## افزایش مبادلات تجاری

اداره آمار آمریکا از رشد ۲ برابری صادرات ماهانه این کشور به ایران خبر داد و کل مبادلات دو کشور در سال میلادی گذشته را بیش از ۶۱ میلیون دلار اعلام کرد. جدیدترین آمار منتشر شده از سوی اداره آمار آمریکا نشان می دهد مبادلات تجاری این کشور با ایران در سال گذشته میلادی رشد ۸ درصدی داشته است.

مبادلات تجاری دو کشور در سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۵۶٫۷ میلیون دلار بوده که این رقم در سال ۲۰۲۳ به ۶۱٫۲ میلیون دلار افزایش یافت. براساس این گزارش صادرات آمریکا به ایران در ماه های ژانویه تا دسامبر ۲۰۲۳ میلادی بالغ بر ۵۹ میلیون دلار بوده است که این رقم نسبت به سال ۲۰۲۲ رشد ۲۹ درصدی داشته است. آمریکا در سال ۲۰۲۲



بالغ بر ۴۵٫۵ میلیون دلار کالا به ایران صادر کرده بود. واردات آمریکا از ایران در سال ۲۰۲۳ کاهش قابل توجه داشته و به ۲۰٫۲۲ میلیون دلار رسیده است. در سال ۲۰۲۲ واردات آمریکا از ایران ۱۱٫۲ میلیون دلار گزارش شده بود. ایران در میان مقاصد صادراتی آمریکا در سال ۲۰۲۳ رتبه ۱۶۸ و در میان منابع وارداتی این کشور رتبه ۲۰۰ را به خود اختصاص داده است.

این گزارش همچنین به رشد قابل توجه تجارت دو کشور در آخرین ماه سال ۲۰۲۳ اشاره می کند. صادرات آمریکا به ایران در دسامبر این سال تقریباً ۲ برابر شده و به ۱۰٫۱ میلیون دلار رسید. واردات آمریکا از ایران در این ماه نیز ۶ برابر شده و به ۰٫۶ میلیون دلار رسید. آمریکا در دسامبر سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۵٫۲ میلیون دلار کالا از ایران وارد کرده بود.

## عراق با خرید ۷٫۲ میلیارد دلار، امارات ترکیه با ۳٫۵ میلیارد دلار، پاکستان با ۱٫۷ میلیارد دلار و افغانستان با ۱٫۵ میلیارد دلار، پنج مقصد نخست صادرات کشورمان در بین همسایگان بودند