

ادامه از صفحه ۵

ایران کشور «فیک» پوشان

● طبق قوانین گمرک، اگر کالایی از این دست وارد گمرک شود و برای ورود به کشور تأیید نشود، باید به خارج برگردانده شود و اگر برگشت داده نشد، به انبار منتقل می‌شود. پس از آن برای صاحب کالا اختاره‌بی ارسال می‌شود تا برای تعیین تکلیف کالای خود مراجعه کند. پس از زمانی مشخص، چنانچه باز هم صاحب کالا برای تعیین تکلیف کالا اقدام نکرد، اگر کالا مثلاً یک ماده غذایی غیراستاندارد باشد، معدوم خواهد شد اما اگر شامل این مسئله نباشد، بر اساس قانون متروکه، این کالاها متروکه می‌شوند. قانون دیگری هم داریم که می‌گوید کالای متروکه پس از چهار ماه باید معدوم یا حراج شود. صاحبان اصلی کالا حواسشان جمع است؛ بسیاری برای سوءاستفاده از همین قانون، کالایشان را رها می‌کنند تا متروکه شود. در این شرایط، کالایشان که اجازه ترخیص ندارد را بر نمی‌گردانند اما بعد از مدتی که متروکه شد، در حراج شرکت می‌کنند و آن را دوباره با قیمت پایینی می‌خرند و با پرداخت عوارضی متناسب با این قیمت کم، وارد کشور می‌کنند. ما به این کالاها «قاجاق مجاز» لقب می‌دهیم. بعضی هم اگر قاجاقچی خوبی سراغ داشته باشند، کالا را از گمرک در ظاهر به خارج برمی‌گردانند اما آن را از مسیر قاجاق به ایران می‌آورند.

تعییب متخلفان با در خواست برندها

عسکرالوادئ قبول دارد که در بازار امروز کشور به‌راحتی از عنوان برندها سوءاستفاده می‌شود اما معتقد است پس از رفع تحریم‌ها، اگر برندها مایل باشند می‌توانند وارد بازار ایران شوند. گرچه لغو تحریم برای واردات ایران و مناسب‌شدن زمینه ورود برندها شاید شش ماه طول بکشد اما وقتی برندهای اصلی وارد کشور شوند، برندهای تقلبی جمع می‌شوند؛ برند اصلی نمایندگی‌های معتبر خود را به مراجع معرفی می‌کند و درخواست می‌دهد شرکت برندهای تقلبی را در بازار جمع کنند. این شرایط سازمان‌های مرتبط با بازار، نظارت و با متخلفان برخورد می‌کنند. حتی برند اصلی می‌تواند با شکایت از متخلفان، برای آنها قرار تعقیب بگیرد. جمع می‌شوند؛ برند اصلی نمایندگی‌های معتبر خود را به مراجع معرفی می‌کند و درخواست می‌دهد شرکت برندهای تقلبی را در بازار جمع کنند. این شرایط سازمان‌های مرتبط با بازار، نظارت و با متخلفان برخورد می‌کنند. حتی برند اصلی می‌تواند با شکایت از متخلفان، برای آنها قرار تعقیب بگیرد. شرط اصلی برخورد با برندهای تقلبی، شکایت برند اصلی است گرچه فروشندگان برندهای تقلبی هم با آمدن برند اصلی خودشان را جمع می‌کنند چراکه می‌دانند منافع برند اصلی را به خطر انداخته‌اند و حضورشان تحمل نمی‌شود.

او در توصیف وضع و اوضاع فعلی بازار می‌گوید: آن‌قدر کالای قاجاق وارد بازار شده که دیگر برندها کارایی ندارند. یک کفش برند را کنار پادرو ۲۰ هزار تومان می‌فروشند. یک مدل دیگری را فقهیه بالاتر در فروشگاه‌های عادی شهر فروخته می‌شود و بسیاری از فروشگاه‌ها هم، به‌خصوص در بالای شهر، کلاهبرداری می‌کنند و نمونه‌های دیگری از این برندهای تقلبی را با قیمت‌های بسیار بالا به مشتری غالب می‌کنند.

او آخر و عاقبت بی‌اعتمادی مردم به برندها را ناخوشایند عنوان می‌کند و می‌گوید: بی‌پندوباری بازار، یکی از تبعات وفور برندهای تقلبی است که در غیاب برندهای اصلی، به‌خصوص در زمان تحریم، همه‌گیر شده و درست‌شدن این وضعیت هم زمان‌بر است. اگر برندهای اصلی به ایران بیایند و برخورد با کالای قاجاق و تقلبی هم نشدند شود، رفته‌رفته اوضاع بهتر می‌شود اما بحث برندهای تقلبی فقط برای پوشاک نیست. از لاستیک و لوازم یدکی خودرو تا قطر و ادکلن و ساعت، همه با سوءاستفاده از نام و شهرت برندهای معروف و معتبر به‌راحتی فروخته می‌شوند درحالی‌که قطعا از نظر کیفیت و کارایی به‌گردد پای برند اصلی نمی‌رسند. بازنده اصلی خرید برندهای تقلبی، مصرف‌کننده است. حتی اگر پول کمتری نسبت به برند اصلی بپردازد؛ چراکه برخی مواقع، استفاده از کالای تقلبی، خسارت مالی و جانی درپی دارد. کسی اگر بخواهد، در کوچه‌پس‌کوچه‌های شهر ری هم می‌تواند محصول یک برند اصلی را بکند و راحت بفروشد.

در بازار، لوازم یدکی تقلبی هم با علامت برندهای معتبر وجود دارد. عسکرالوادئ می‌گوید هر کدام از برندها اگر نماینده رسمی در ایران داشتند، حتماً به حضور برندهای تقلبی اعتراض می‌کردند. به اعتقاد او برخی از حوادث رانندگی به دلیل استفاده از لوازم یدکی تقلبی است که با مارک‌های تقلبی در بازار فروخته می‌شوند و صاحب اتومبیلی که قطعه تقلبی روی ماشینش گذاشته می‌شود، احتمالاً تا قطعه خراب نشود نمی‌فهمد تقلبی بوده است. مثلاً قطعه تقلبی در ترمز یک خودرو می‌تواند به‌راحتی جان سرنشینان آن را به خطر بیندازد. عسکرالوادئ، بازرگان پیش‌کسب‌شده‌ای که با بسیاری از بازارهای دنیا دادوستد دارد می‌گوید فعلاً بازار ما پر از برندهای تقلبی است طوری که اگر کسی از بیرون بیاید و خبر نداشته باشد اینجا چه خبر است، اول فکر می‌کند کل این مردم برندیوش هستند اما حقیقت این است که اصالت برند، در بخش بزرگی از بازار ما وجود ندارد. اگر بخواهیم اوضاع را درست کنیم، اول از همه باید گمرک و دیگر سازمان‌های دولتی مسئول در تجارت، همکاری‌های خود را با نیروی انتظامی برای مقابله با قاجاق توسعه دهند. ما در کشور استانداردهایی داریم. این استانداردها و حتی برخی از قوانین گمرکی باید اصلاح شوند تا کالای غیرمجاز و ازاران به هر شیوه نتواند با نام یک برند معتبر به بازار راه پیدا کند.



اگرچه بدهی خارجی، در ظاهر پدیده خوشایندی به نظر نمی‌رسد، همواره این موضوع صادق نیست، در برخی کشورها به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته، بدهی خارجی و بدهی دولت جزء عملکردهای مثبت ارزیابی می‌شوند. در اقتصاد ایران نیز، با توجه به بحران نقدینگی و تأمین ارزی ریالی کشور به‌ویژه با پیش‌بینی تداوم کاهش قیمت نفت، شرایط به گونه‌ای پیش می‌رود که اقتصاد کشور نیازمند تمهیداتی برای تأمین ارزی است. برای این منظور اقتصاد باید اقتصاد درصدد جذب سرمایه‌های خارجی باشد که یکی از راهکارهای تأمین سرمایه خارجی، استقراض خارجی است. بدهی خارجی کشور در سال‌های اخیر و در نتیجه تحریم‌ها به‌شدت کاهش یافته است و



بالاخره بعد از بیش از یک سال کشمکش، قرارداد همکاری مجدد ایران خودرو و پژو در سفر رئیس‌جمهور روحانی به پاریس امضا شد. براساس این قرارداد، یک شرکت خودروسازی جدید با شراکت ۵۰درصدی دو شرکت ایران خودرو و پژو در ایران تأسیس می‌شود. این شرکت در مرحله اول، در نیمه دوم سال ۲۰۱۷، سالانه ۲۰۰ هزار خودرو در ایران تولید خواهد کرد و طبق گفته‌ها، قرار بر این شده است ۳۰ درصد این تولیدات توسط شبکه صادراتی پژو صادر شوند. طرف فرانسوی این قرارداد، شرکت پژو زیرمجموعه گروه خودروسازی پژو سیترون (PSA) است. پژو سیترون قصد دارد تولید سه میلیون دستگاه خود در سال ۲۰۱۵ را در عرض ۱۰ سال و تا سال ۲۰۲۵ به هشت میلیون دستگاه برساند. این گروه، شرکت ایران خودرو را شریک این مسیر بلندپروازانه می‌بیند و روی بازار ایران و استفاده از ایران‌خودرو به عنوان پایگاه منطقه‌ای برای صادرات به خاورمیانه و شمال آفریقا، حساب باز کرده است. مدیران شرکت ایران خودرو، طرف دیگر قرارداد، تولید خودروهای جدید و به‌روز شرکت پژو، سرمایه‌گذاری مستقیم ۴۰۰ میلیون یورویی برای تأسیس شرکت جدید، انتقال تکنولوژی، تبدیل ایران به پایگاه صادرات منطقه‌ای و تولید خودرو ایرانی به یکی از پلت‌فرم‌های شرکت پژو را مزیت‌های این قرارداد بیان کرده‌اند. گروه خودروسازی پژو سیترون به تولید کمتر از سه میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۵، حدود دوونیم درصد از بازار جهانی تولید خودرو را در اختیار دارد. از این تعداد خودرو تولیدشده، حدود یک میلیون و ۹۰۰ هزار دستگاه در بازار داخلی اروپا به فروش رسیدند و حدود ۷۳۰ هزار دستگاه در کشور چین تولید و فروخته شدند. سهم این گروه خودروسازی از بازارهای آمریکای شمالی، آمریکای جنوبی، اقیانوسیه، خاورمیانه، هند و آفریقا حدود ۲۷۰ هزار دستگاه است. اینکه یک گروه خودروسازی بزرگ، سهم بسیار کمی از بازار خودرو دنیا دارد و فقط در بخش کوچکی از این بازار، که رقابتی نیست قدرت فروش دارد، یک نشانه است؛ نشانه‌ای که باید قبل از انتخاب این شرکت به عنوان شریک استراتژیک مورد بررسی قرار می‌گرفت. گروه پژو سیترون، ۲۵ درصد محصولاتش را در بازار چین تولید می‌کند و به فروش می‌رساند، بدون احتساب این خودروها، فقط حدود ۱۲ درصد از محصولات این شرکت صادر می‌شوند و این خودروساز هیچ سهمی از بازار رقابتی ایالات متحده آمریکا ندارد. در مقام مقایسه، شرکت ژاپنی تویوتا در سال ۲۰۱۵ حدود ۹ میلیون خودرو تولید کرده که از این تعداد هفت میلیون دستگاه وارد خودروسازان خارجی فروخته شده‌اند و حدود ۳۰ درصد تولیدات این شرکت معادل دو میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه به بازار آمریکای شمالی صادر شده‌اند و این شرکت ۱۵ درصد از سهم بازار خودرو ایالات متحده آمریکا را به خود اختصاص داده است. شرکت نسان، دیگر خودروساز بزرگ ژاپنی، در سال ۲۰۱۵ حدود پنج‌میلیون و ۲۰۰ هزار خودرو تولید کرده که از این تعداد چهار میلیون و ۸۰۰ هزار دستگاه معادل حدود ۹۰ درصد در بازارهای خارجی فروخته شده‌اند و حدود ۳۰ درصد تولیدات این شرکت معادل یک‌ونیم میلیون دستگاه به بازار ایالات متحده آمریکا صادر شده‌اند و هشت درصد از سهم این بازار رقابتی را کسب کرده‌اند. یکی از اصلی‌ترین مزیت‌های قرارداد جدید استفاده از شبکه صادراتی پژو سیترون برای صادرات ۳۰ درصد از محصولات تولیدشده در شرکت جدید بیان شده است. اگر گروه پژو سیترون نتوانسته است خودرویی را به بازاری صادر کند، تولید همان خودرو در ایران مرتبی برای صادرات ایجاد نمی‌کند و این فرض که محصولات تولیدشده در ایران، از شبکه‌های صادراتی پژو به بازارهای جهانی صادر خواهند شد، فرضی ساده‌انگارانه به نظر می‌رسد. اکنون که قرارداد همکاری استراتژیک منعقد شده، صحبت از تولید خودروهای پژو ۲۰۰۸، پژو ۲۰۰۸ و پژو ۳۰۱ است. هر سه این خودروها بر پلت‌فرم PSA PF1 طراحی شده‌اند. خودروهای سواری پژو ۲۰۸ و پژو ۳۰۱ از چهار سال پیش (۲۰۱۲) و خودرو سواری بلند پژو ۲۰۸، به‌تازیه در سال پیش (۲۰۱۳) در خط تولید قرار دارند. بنابراین بر خلاف ادعاهای ایران‌خودرو، قرار نیست محصول جدیدی در

اقتصاد

استقراض خارجی با اولویت پروژه‌های ارز آور

می‌توان از ظرفیت خلق بدهی خارجی برای تأمین مالی بهره برد. درحال حاضر، میزان بدهی بسیار کمتر از سقف مجاز آن در برنامه ششم توسعه است. حجم بدهی‌های خارجی بالفعل در پایان خردادماه امسال، به ۵،۵ میلیارد دلار رسیده که ۴۵۴ میلیون دلار از این بدهی کوتاه‌مدت و ۵۰۳ میلیارد دلار هم میان و بلندمدت است. این در حالی است که میزان تعهدات و بدهی‌های خارجی تضمین‌شده از سوی دولت و بانک‌های عامل در سال‌های برنامه ششم، به گونه‌ای تنظیم شده‌که ارزش حال خالص بدهی‌ها و تعهدات دولت بدون تعهدات ناشی از قراردادهای قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی، نباید در سال آخر برنامه بیش از ۵۰ میلیارد دلار باشد. بنابراین می‌توان با توجه به لزوم خروج سریع از شرایط رکودی و کاهش وابستگی به درآمد‌های ارزی ناشی از فروش

قرارداد خودروساز فرانسوی با حداقل بازار صادراتی با ایران خودرو

پژو، بدون خودرو جدید می‌آید



ایران تولید شود. اگرچه این خودروها اکنون از خودروهای پرفروش پژو محسوب می‌شوند، اما اگر زمان اجرایی‌شدن قرارداد فعلی که ۱/۵ سال دیگر، یعنی نیمه دوم سال ۲۰۱۷ است را در نظر بگیریم، این خودروها نته‌ها خودروهای جدید پژو محسوب نمی‌شوند، بلکه درواقع قرار است در پایان چرخه عمر محصول به ایران منتقل شوند. آژموده را آژمودن خلاصه، حدود ۲۵ سال پیش در سال ۱۳۹۶ با تولید پژو

۴۰۵ در ایران، شرکت ایران‌خودرو و پژو همکاری خود را آغاز کردند. این شرکت جدی‌ترین حضور را در تاریخ ۵۰ ساله صنعت خودرو کشور به عنوان همکار خارجی داشته است. طبق تخمین‌ها، حدود چهار میلیون خودرو پژو در ایران موجود است. هم‌س‌ساله چند صد هزار دستگاه خودرو تحت لیسانس پژو در بازار انحصاری خودرو ایران به فروش رفته و فقط در سال گذشته حدود ۳۵۰ هزار خودرو با برند پژو در بازار ایران فروخته شده است. مدیران ایران‌خودرو یکی از دستاوردهای قرارداد جدید را انتقال دانش و تکنولوژی از پژو بیان کرده‌اند، اما مشخص نیست تفاوت این قرارداد با قراردادهای قبلی در چیست که این قرارداد برخلاف نتایج ربع قرن همکاری قبلی، به انتقال تکنولوژی منجر خواهد شد. هنگامی که ارتباط و همکاری ۲۵ساله ایران‌خودرو و پژو را بررسی کنیم، مشاهده می‌کنیم طرف فرانسوی بازاری انحصاری و فروشی تضمین‌شده دریافت کرده و در ازای آن فقط بخشی از توانمندی تولید ماشین‌های از رده خارج خود را به طرف ایرانی داده است. اوج این ارتباط غیرمتناسب و وابستگی در خروج سال ۱۳۹۱ شرکت پژو از بازار ایران نمایان شد که خط تولید محصولات پژو در شرکت ایران‌خودرو برای حدود یک سال متوقف بود. در مقام مقایسه حاصل و نتیجه همکاری خودروسازان ایرانی با پژو، به‌مراتب از نتیجه همکاری ایران با خودروسازان آمریکایی در اواخر دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی کمتر است؛ در قالب آن همکاری‌ها محصولاتی مانند شورولت نوا، بیوک اسکالپارک و کادیلاک سبویل تا اوایل دهه ۷۰ شمسی و حدود ۱۵ سال بعد از خروج شرکای آمریکایی از بازار ایران با کیفیت و شرایط قابل قبول به بازار عرضه می‌شدند. مزیت دیگر بیان‌شده توسط مدیران ایران‌خودرو، تولید خودرو ایرانی‌یی روی پل‌ت‌فرم پژو است. اینکه اقدام اخیر چگونه مزیت محسوب می‌شود خودروهای قبلی ایرانی در بازار چه سرنوشتی پیدا کردند؟ این خودرو جدید با پل‌ت‌فرم پژو قرار است به چه نیازی در بازار پاسخ بگوید؟ سرنوشت تحقیق و توسعه‌های پل‌ت‌فرم‌های قبلی چه شد و در صنعتی که خودروسازان بزرگ برای کاهش هزینه‌های خود در پروژه‌ها و مراکز تحقیق و توسعه شریک می‌شوند و خودروهای مشابه تولید می‌کنند؟ چرا ایران‌خودرو هنوز مانند ۱۰ سال پیش دنبال تولید خودرو ملی و ایرانی است؟ سؤالاتی هستند که مدیران ایران‌خودرو باید برایشان پاسخ داشته باشند.

سرمایه‌گذاری ۴۰۰میلیون یورویی پژو و شراکت ۵۰درصدی در کارخانه جدید مبارکه نیز از مزیت‌های قرارداد جدید بیان شده‌اند. تولید محصول در مقصدهای صادراتی و استفاده از پلنت‌های خارجی برای تولید از روندهای استراتژیک بازار جهانی خودرو محسوب می‌شود. اکثر محصولات صادراتی شرکت‌های بزرگ در خارج از کشور اصلی تولید می‌شوند. برای مثال، شرکت‌های تویوتا، نیسان، بی‌ام‌دبلیو، هوندا، هیوندای، کیا، مرسدس‌بنز، میتسوبیشی و فولکس‌واگن بخشی از محصولات صادراتی به ایالات متحده آمریکا را در آمریکا تولید می‌کنند. وضعیت کنونی بازار جهانی خودرو، رقابت شدید و مازاد ظرفیت خودروسازان بزرگ است؛ این وضعیت شدت رقابت غول‌های خودروسازی به‌حدی زیاد است که قدرت چانه‌زنی آنها را کاهش می‌دهد و بسیاری از شرکت‌ها حاضر به سرمایه‌گذاری کامل برای دستیابی به بازارهای جدید هستند. در این شرایط، توافق ایران‌خودرو و پژو سیترون برای ایجاد یک شراکت جدید (Joint Venture) در بازاری با شرایط ایران، شاهکار مذاکره و توافق محسوب نمی‌شود.

زرمزه ادامه همکاری ایران‌خودرو و پژو از سال گذشته و با جدی‌شدن مذاکرات هسته‌ای ایران و نمودارشدن

خارجی با ارز ناشی از فروش نفت بازپرداخت خواهد شد که به نفتی‌ترشدن اقتصاد دامن خواهد زد. اقتصاد کشور در حال گذار از اقتصاد نفتی به اقتصاد مبتنی بر مالیات است. در صورت استفاده از ظرفیت خلق بدهی خارجی می‌توان این روند و این دوره گذار را تسهیل و تسریع کرد. برای این منظور، باید به فکر راهکاری مناسب برای اخذ بدهی خارجی باشیم. یکی از بهترین و مهم‌ترین منابع بدهی خارجی صندوق بین‌المللی پول است که با رعایت چارچوب‌های اقتصاد مقاومتی و با توجه به عضویت ایران در این نظام مهم پولی جهان، نظارت‌های حمایتی در زمینه نحوه هزینه‌کرد این مبلغ نیز مورد نظارت این دستگاه قرار خواهد گرفت که موجب افزایش شفافیت اقتصادی و افزایش کارایی چنین مبلغی خواهد بود. برای تشخیص طرح‌های ارزآور باید دولت درصدد شناسایی دقیق ظرفیت‌های اقتصادی باشد و به‌واسطه این طرح‌ها بتوان ارزش افزوده بالایی در حوزه تولید و بازرگانی خارجی ایجاد کرد.

میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو در این بازار فروخته شد. طبق پیش‌بینی‌ها، با شروع بهبود اوضاع اقتصادی و صنعتی کشور، حجم بازار خودرو تا دو سال دیگر به حجم بازار سال ۲۰۱۱ یعنی یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه می‌رسد و با افزایش‌های مداوم فروش سالانه، در سال ۲۰۲۲ ظرفیت بازار خودرو ایران به دو میلیون دستگاه در سال خواهد رسید. قرارداد و شراکت جدید اگر چه به طور موقت باعث ورود ماشین‌های جدیدتر و با تکنولوژی به روزتر به بازار خودرو بدون رقابت و خسته از مدل‌های تکراری ایران می‌شود و احتمالاً امید بهبود اوضاع بازار خودرو را در دل مردم زنده خواهد کرد، اما درنهایت نتیجه متفاوتی نسبت به چندین قرارداد امضا شده و همکاری‌های انجام‌شده در دهه‌های پیشین با خودروسازان فرانسوی نخواهد داشت. درواقع اکنون با امضای این قرارداد مدیران صنعتی کشور، اقدامات قبلی‌شان را تکرار کرده‌اند؛ اقداماتی که به وضعیت امروز بازار خودرو ایران منجر شده است. بازار خودرو ایران، در شرایط مازاد ظرفیت تولید خودروسازان بزرگ جهان، بازاری فوق‌العاده جذاب محسوب می‌شود و می‌توان این بازار را با درایت و تدبیر در اختیار شرکت‌های متقاضی بهتری گذاشت.

استراتژی ملی وسازمانی ماصدارات است

مدیر عامل فولاد مبار که: راهی جز توسعه صادرات نداریم



هجوم بیابرد که با در نظر گرفتن کاهش قیمت انرژی، بدترین سناریوی ممکن در این چندساله رقم خورده است.

وی در ادامه از عزم همیشگی مدیران در این شرکت برای سازکاری با شرایط و تلاش برای پیشرفت در هر شریاطی یادکرد و خواستار آن شد که تعرفه‌های واردات فولاد مانند برخی کشورها مثل ایالات متحده، یا حتی ترکیه به نحوی تنظیم شود تا تولید داخلی بیش از این توان رقابت خود را از دست ندهد.

مدیرعامل فولاد مبارکه همچنین به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی این مجتمع صنعتی در استان و کشور اشاره کرد و تصریح داشت: این شرکت با مشارکت در تکمیل مصلی بزرگ اصفهان، ورزشگاه نقش جهان، ساخت پایگاه امداد و نجات مبارکه، حمایت از ورزش در سطوح همگانی و باشگاهی و مشارکت در احداث خط مترو از شهر مجلسی تا بهارستان، سعی در انجام وظایف اجتماعی خود به عنوان بزرگ‌ترین مجتمع صنعتی کشور داشته است. همچنین، جهت حفاظت از محیط زیست و کاهش صدمات ناشی از تولید فاضلاب، هزینه‌های احداث تصفیه خانه‌های شهرهای همجوار این مجتمع را پذیرفته و طی سه سال گذشته ۲۰۰ میلیارد تومان را برای خرید و نصب فیلترها، غبارگیرها و سیستم‌های پایش سطح آلاینده‌ها در این مجتمع صرف کرده است.

سبحانی در این نشست با اشاره به وضعیت مصرف آب در بخش‌های کشاورزی، شرب و صنعت در جهان و ایران گفت: بر خلاف سهم ۱۸ درصدی مصرف آب در دنیا برای صنعت، مصرف آب صنعتی در ایران تنها ۲ درصد است و ما فقط یک و نیم درصد ظرفیت آبی زاینده رود را مصرف می‌کنیم که با تلاش‌های صورت گرفته و به‌کارگیری سیستم‌های بازچرخانی و تصفیه توانسته‌ایم مصرف آب را از ۱۶،۶ متر مکعب به ازای هر تن فولاد به ۵،۶ متر مکعب کاهش بدهیم. سبحانی در پایان خواستار افزایش جایزه‌های صادراتی و تعیین تکلیف نرخ ارز در کشور شد؛ اموری که با توجه به تورم داخلی هرسال توان صادراتی و رقابتی تولیدکننده داخلی را با وجود ثابت نرخ ارز تضعیف می‌کند و روند توسعه را کند می‌کند.

دوشنبه ۱۲ بهمن ۱۳۹۴

خبر

رکورد واردات بنزین ایران شکست

● مهر: مدیرعامل شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی با اشاره به واردات حدود ۸،۵ میلیون لیتر بنزین از ابتدای سال‌جاری تاکنون، گفت: با لغو تحریم‌ها، مصرف سوخت ایران افزایش می‌یابد. سیدناصر سجادی درباره آخرین وضعیت واردات و صادرات فراورده‌های نفتی از کشور، گفت: هم‌اکنون تنها سوخت وارداتی به ایران بنزین بوده و در ۱۰ ماه نخست سال جاری به طور متوسط روزانه ۸،۵ میلیون لیتر بنزین (معادل ۱۲ درصد از مصرف کل) به کشور وارد شده است. مدیرعامل شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی با اعلام اینکه هم‌اکنون روزانه ۷۱ میلیون لیتر بنزین در کشور مصرف می‌شود، تصریح کرد: در ۱۰ ماه نخست امسال به طور متوسط روزانه پنج میلیون لیتر گازوئیل به کشورهای مختلف همسایه همچون پاکستان صادر شده است. این مقام مسئول با اشاره به تکرخی‌شدن بنزین در کشور از خردادماه امسال و در پی پایان اعتبار بنزین ۷۰۰تومانی در کارت‌های سوخت در پایان آبان‌ماه، اظهار کرد: تکرخی‌شدن بنزین سبب کاهش روند رشد مصرف بنزین شده است، به طوری‌که در سال‌های گذشته که بنزین دورخی بوده سالانه رشد مصرف شش تا هفت درصد بوده است، اما امسال تاکنون این میزان از ۲،۱ درصد بیشتر نشده که رشدی منطقی است. به گفته این عضو هیات‌مدیره شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی با اجرایی‌شدن برجام پیش‌بینی می‌شود با تحرک اقتصادی در کشور مصرف سوخت نیز افزایش یابد. متوسط مصرف بنزین سال گذشته با افزایش حدود ۱،۷ درصدی همراه شده و در مجموع سال گذشته حدود ۷۰ میلیون لیتر بنزین معمولی و سوپر در کشور مصرف شده که افزایش مصارف داخلی منجر به افزایش واردات این فراورده استراتژیک نفتی شده است. براساس آمارهای رسمی وزارت نفت، سال گذشته به طور متوسط روزانه ۷،۱۵ میلیون لیتر بنزین و در مجموع یک‌میلیارد و ۲۱۵ میلیون لیتر از این محصول پرتर्फدار نفتی وارد کشور شد؛ حجم واردات بنزین در مقایسه با مدت زمان مشابه سال ۱۳۹۲ با افزایش حدود ۳۱درصدی همراه شده است. علاوه بر این، در سال ۱۳۹۲ در مجموع حدود یک‌میلیارد و ۲۷۷ میلیون لیتر بنزین وارد ایران شده و در مجموع در دو سال نخست فعالیت دولت یازدهم سه میلیارد لیتر بنزین از خارج کشور خریداری شده است.