نگاه

میدان مشترک نفتی ایران و عربستان

برداشت رقیب ۱۰ برابر ماست

● **مهر:** با وجود برداشت حدود ۱۰ برابری عربستان از دو میدان مشترک نفتی با ایران، پیش‌بینی می‌شود طرح توسعه و تولید زودهنگام از میدان فروزان در سال‌جاری راه‌اندازی شود اما توسعه میدان مشترک اسفندیار در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. تحریم نفت ایران توسط کشورهای غربی بهترین فرصت به‌منظور کاهش تولید در میادین مستقل و تمرکز به‌منظور سرمایه‌گذاری و توسعه میادین مشترک نفت و گاز کشور است. بر این اساس پس از تحریم‌های غیرقانونی غرب هم بارها مقام‌معظم‌رهبری نسبت به شتاب در طرح توسعه میادین مشترک نفت و گاز کشور تاکید فرموده بودند و خواستار تدبیر مسوولان صنعت نفت نسبت به توسعه و جلوافتادگی در توسعه میادین مشترک نفت و گاز کشور شده‌اند. میادین فروزان و اسفندیار مهم‌ترین میادین مشترک نفتی ایران با کشور عربستان سعودی بوده اما در یک‌دهه گذشته تاکنون طرح توسعه این میادین مشترک با پیشرفتی لاک‌پشتی همراه بوده است به‌طوری‌که هم‌اکنون آمارها حاکی از آن است که عربستان در این دو میدان مشترک حدود ۱۰ برابر بیشتر از ایران نفت استخراج می‌کند. ازاین‌رو هم‌اکنون میزان تولید نفت عربستان از این دو میدان نفتی بیش از ۴۰۰ هزاربشکه در روز است که مجموع تولید نفت ایران از دو میدان فروزان و اسفندیار به ۵۰ هزار بشکه در روز هم نمی‌رسد. با وجود این از ابتدای برنامه پنجم توسعه سیاست و نگاه شرکت ملی نفت ایران نسبت به توسعه این دو میدان مشترک نفتی دریایی تغییر کرد و توسعه میادین فروزان و اسفندیار در دستور کار این مجموعه قرار گرفته است.

برنامه‌های توسعه میدان فروزان

شرکت ملی نفت تاکنون دو طرح توسعه بلندمدت و ضربتی را برای افزایش تولید نفت در میدان فروزان پیاده‌سازی کرده است و در مجموع پیش‌بینی می‌شود در صورت اجرای دو طرح ضربتی توسعه این میدان نفتی مشترک با عربستان، امکان استخراج روزانه صدهزاربشکه نفت و بیش از ۲۵۰ میلیون فوت‌مکعب گازهای همراه نفت فراهم شود. مطابق با برنامه زمان‌بندی با اجرای طرح توسعه زودهنگام و ضربتی این میدان مشترک نفتی با عربستان، تعمیر و بازسازی چاه‌های موجود و تزریق گاز در حال انجام است و با اجرای این پروژه بدون نیاز به حفاری چاه‌های جدید، امکان افزایش ۵۵ تا ۶۰ هزار بشکه‌ای تولید روزانه نفت وجود دارد.

تاخیر در توسعه دومین میدان مشترک نفتی با عربستان

با وجود پیشرفت نسبی توسعه میدان فروزان، اما هم‌اکنون توسعه میدان اسفندیار به‌عنوان دومین میدان مشترک با عربستان سعودی در خلیج‌فارس وضعیت مبهم و نامشخصی دارد. محمود زیرکچیان‌زاده مدیرعامل شرکت نفت فلات قاره در آخرین اظهارنظر خود (اردیبهشت ۹۲) درباره وضعیت توسعه میدان مشترک نفتی اسفندیار، گفت: در حال حاضر طرح جامع توسعه این میدان نفتی در شرکت ملی نفت تعریف شده است. وی با اشاره به مذاکرات متعدد با سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای توسعه این میدان مشترک نفتی با عربستان، تاکید کرده است: با تعیین تکلیف سرمایه‌گذاران توسعه میدان بلافاصله به مرحله اجرایی خواهد رسید. از سوی دیگر با وجود اینکه وزارت نفت توسعه میادین مشترک را همواره یکی از سیاست‌های کلیدی خود عنوان کرده است اما تاکنون وضعیت پیمانکاران، تامین منابع مالی و نحوه توسعه این میدان مشترک نفتی مشخص نشده است. برای توسعه این میدان مشترک نفتی در خلیج‌فارس به حدود ۵۰۰ تا ۷۰۰ میلیون‌دلار سرمایه‌گذاری نیاز است که تاکنون شرکت نفت برنامه نهایی خود برای توسعه این میدان را اعلام نکرده است. میدان اسفندیار هم یکی دیگر از میادین مشترک نفتی ایران و عربستان در خلیج‌فارس بوده که قرار است با توسعه این میدان در مجموع روزانه ۱۲ هزاربشکه نفت برداشت شود.

پیروزی روحانی و کاهش قیمت خودرو

● **ایسنا:** یک روز پس از برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری قیمت خودروهای داخلی در بازار آزاد کاهش یافته است. هفته گذشته با بروز شوک قیمتی در بازار خودرو قیمت این محصولات در حد قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت با این حال مصادف‌شدن ابتدای این هفته با پایان انتخابات ریاست‌جمهوری منجر به واردآمدن شوک تورمی مثبت به بازار خودرو و کاهش قیمت‌ها شده است. فعالان بازار خودرو معتقدند حضور پرشور مردم در انتخابات منجر به بهبود وضعیت بین‌المللی و در نتیجه کاهش قیمت محصولات از جمله خودروها خواهد شد. به گزارش ایسنا، قیمت خودروهای پرتیراژ داخلی به شرح زیر است:

پلاک ۹۲	نوع خودرو
۱۷ میلیون	سایپا ۱۱۱ ای.ایکس
۱۶ میلیون	سایپا ۱۳۱ ای.ایکس
۱۹ میلیون	تیبا
۳۸ میلیون	تندر ۹۰ پارس‌خودرو E۲
۸۹ میلیون	مگان
۴۰ میلیون	۲۰۶ صندوق‌دار ۷۸
۳۸ میلیون	۲۰۶ تیپ ۲
۳۸ میلیون	تندر ۹۰ ایران‌خودرو E۲
۳۷ میلیون	پژو پارس سال
۲۷ میلیون و ۵۰۰ هزار	پژو ۴۰۵

فاکتور خریدتان را با دقت بررسی کنید

فریبکاری به روش فروشگاه‌های زنجیره‌ای

عکس: GettyImages

شرق: بازرسی‌های گسترده، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و اصناف را بر آن داشته که روی محصولات عرضه‌شده قیمت تعیین‌شده را درج کنند اما این روش گویا مشکل گران‌فروشی‌ها را حل نکرده است. اخیرا فروشگاه‌های زنجیره‌ای از عدم دقت مشتریان به نفع خود استفاده کرده و فاکتورهایی دست آنها می‌دهند که قیمت کالاها، دو برابر قیمت درج‌شده در قفسه‌ها محاسبه شده است، بنابراین مبالغی بیش از قیمت‌های واقعی اجناس از خریداران اخذ می‌کنند. این مساله را فقط کسانی پای صندوق متوجه می‌شوند که خریدهای کمی مثلا یک کالا داشته باشند آن وقت است که هنگام پرداخت متوجه می‌شوند قیمت کالای انتخابی‌شان ۵۰درصد از قیمتی که در قفسه بوده بیشتر حساب شده است. با توجه به آنکه افراد برای خریدهای عمده خود به فروشگاه‌های زنجیره‌ای مراجعه می‌کنند؛ کمتر متوجه دو برابرشدن هزینه کالاهای خریداری‌شده خود می‌شوند. شاید اتفاقی که برای خبرنگار «شرق» در مراجعه به یکی از فروشگاه‌ها افتاد - که چهار سالی است سر و کله‌اش پیدا شده و در ظرف این مدت کوتاه به شدت طرفدار پیدا کرده - برای شما هم بیفتد. وقتی به‌طور اتفاقی و برای گذشتن زمان، گشتن بین قفسه‌های یک فروشگاه را انتخاب می‌کنید و برای رفع تشنگی، نوشیدنی مورد علاقه‌تان را به پای صندوق می‌برید؛ ممکن است شما هم ناگهان متوجه اختلاف دو برابری فاکتور خرید خود با قیمت نوشیدنی که از قفسه برداشتید؛ شوید. پس از آنکه قیمت نوشیدنی را از صندوقدار شنیدم از خرید منصرف شده و به سمت قفسه کالا رفتم. حدسم درست بود، قیمت همانی بود که دیده بودم. از نزدیک‌ترین فروشنده، علت را پرسیدم. او گفت: احتمالا این کالا افزایش قیمت داشته است. اما وقتی با تعجب از او پرسیدم چگونه ظرف چند دقیقه قیمت یک کالا ۵۰درصد افزایش می‌یابد؟ فروشنده پاسخی نداشت. به همین دلیل پیگیر ماجرا شدم. هرچند برای مسوولان فروشگاه این پیگیری جای تعجب داشت اما برای دانستن ماجرا خواستار ملاقات با رییس فروشگاه شدم. گویا پیش از این کسی متوجه چنین اختلافی نشده و موضوع را پیگیری نکرده بود. البته سوپروایزر بخش بسیار توهین‌آمیز برخورد کرد ولی با وجود این، دست از پیگیری داستان فاکتورهای این فروشگاه معروف برنداشتم.

پاسخ عجیب مسوولان

ساعت‌ها سرانجام منتهی به حصول شماره مسوول فروشگاه شد. پس از تماس و برگزاری یک جلسه با دو نفر از مسوولان این مجموعه زنجیره‌ای، آنها اعلام کردند: چون مشتریانی مثل شما وجود ندارند که این موضوع‌ها را پیگیری کنند؛ ما فکر می‌کنیم همه‌چیز خوب است. این توجیه اگرچه از نظر مسوولان فروشگاه، قانع‌کننده بود اما پیش از دادن این جواب، باید چند سوال را در ذهن خود حلاجی می‌کردند. اینکه اگر هیچ خریداری اعتراض نکند، آیا عدم‌تطابق دخل‌وخرج فروشگاه، این نقیصه را به مسوولان محترم فروشگاه نشان نمی‌دهد؟ آیا حساب‌های فروشگاه، روزانه توسط حسابدارها چک نمی‌شود؟ آیا صندوقدار خودسرانه اقدام به افزایش قیمت در فاکتورها کرده و هیچ‌کس در فروشگاه متوجه آن نمی‌شود؟ به عبارت دیگر انجام چنین کاری بدون برنامه‌ریزی قبلی و هماهنگی بین نیروها اصولا امکان‌پذیر است؟ آنچه محرز است اینکه تخلف در فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای برای کسب سود بیشتر وجود دارد. اما به اعتقاد معاون بازرسی شورای اصناف، نصب‌نکردن برچسب قیمت و ارایه‌نکردن برگه فروش، تخلفاتی است که در صدر کار بازرسان است و باقی تخلفات از جمله مواردی است که باید توسط مردم گزارش شود. رضا کرمی با بیان اینکه روزانه بیش از سه‌هزار بازرسی صنفی در شهر تهران انجام می‌شود می‌گوید: عرضه نامطلوب کالا و همچنین کم‌فروشی یا نداشتن خدمات پس‌ازفروش در رده‌های بعدی، تخلفات صنفی است. وی از شهروندان می‌خواهد حتما موقع خرید، برگه فروش خود را با اجناس مطابقت دهند تا در صورت تخلف بتوانند حقوق خود را پس بگیرند. کرمی با بیان اینکه حداکثر ۲۰دقیقه پس از تماس شهروندان با سامانه ۱۲۴ گروه‌های بازرسی به محل شکایت اعزام می‌شوند، تصریح می‌کند: در صورتی که شهروندان برگه فروش داشته باشند در محل هم حق آنها از فروشنده دریافت می‌شود. اخیرا شرکت‌هایی که با سرمایه‌گذارهای خارجی در ایران فعال هستند، توانسته‌اند ذایقه مشتریان را تغییر دهند و از این رهگذر به سود سرشاری دست یابند.

> **اخیرا فروشگاه‌های زنجیره‌ای از عدم دقت مشتریان به نفع خود استفاده کرده و فاکتورهایی دست آنها می‌دهند که قیمت کالاها، دو برابر قیمت درج‌شده در قفسه‌ها محاسبه شده است، بنابراین مبالغی بیش از قیمت‌های واقعی اجناس از خریداران اخذ می‌کنند**

تخلفات دیگر در مراکز بزرگ عرضه کالا

هرچند به نظر می‌رسد این فروشگاه‌ها به دلیل آنکه توانسته‌اند تقریبا بیشتر نیازهای مخاطبان را تامین کنند مورد استقبال عمومی قرار گرفته‌اند؛ ولی در نحوه مدیریت کالا در این فروشگاه‌ها نقاط ضعفی وجود دارد و تخلفاتی نیز صورت می‌گیرد. یکی دیگر از تخلفات فروشگاه‌ها را می‌توان انباشت فراوان کالا در انبارهای چنین فروشگاه‌هایی دانست زیرا این فروشگاه‌ها با توجه به تعداد مشتریان خود، اقدام به انبار فراوان کالاهای اساسی کرده و سبب می‌شوند میزان کالا در مراکز خرده‌فروشی سطح شهر کاهش یابد. مدیرکل بازرسی ویژه سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌گوید: در صورت خودداری صاحبان کالا، انبار و سردخانه از اعلام موجودی، مطابق ماده ۱۶ قانون تعزیرات حکومتی، عمل آنها مصداق ارتکاب تخلف، امتناع و اختفا از عرضه کالاست و اگر شرایط تخلف احتکار نیز محرز شود، به عنوان محتکر شناخته شده و با اشدمجازات با متخلفان برخورد خواهد شد. البته علی پورکاوه، مدیرکل تامین و توزیع کالای وزارت صنعت، معدن و تجارت معتقد است در فروشگاه‌های زنجیره‌ای هیچ نوع احتکاری اتفاق نمی‌افتد. با وجود آنکه احتمال هرگونه تخلف از سوی مسوولان رد می‌شود ولی مشتریانی که به فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای می‌روند؛ افزایش هزینه‌های‌شان را کاملا لمس می‌کنند. جدای از بحث اضافه دریافت در فاکتورها، همواره بالاتربودن قیمت کالا در فروشگاه‌های زنجیره‌ای نسبت به مغازه‌های خرده‌فروشی سطح شهر از گلایه‌های مصرف‌کنندگان بوده است. به‌رغم آنکه ماهیت ایجاد این فروشگاه‌ها حذف واسطه‌ها و متعاقبا کاهش قیمت کالاها بوده؛ ولی در فروشگاه‌های کشور این اتفاق به صورت معکوس افتاده است. در اکثر این فروشگاه‌ها غالبا دیده می‌شود که برچسب حراج بر تعدادی از کالاها نصب شده است و با کلماتی مانند «تخفیف ۱۵درصدی» مشتریان را به سوی خود می‌کشانند اما آن دسته از خریداران با دقت در محاسبه خود متوجه می‌شوند که قیمت تخفیف‌خورده کالاها از نرخ همان کالا در مغازه‌های سطح شهر بالاتر است.

چرا توزیع‌کنندگان زنجیره‌ای توفیق پیدا نکردند؟

در سال ۱۳۲۸ بود که تجربه‌های جهانی به ایران رسید و نخستین فروشگاه زنجیره‌ای با نام تعاونی مصرف سپه آغاز به کار کرد. بعدها فروشگاه کوروش نیز در سال ۱۳۵۰ شمسی راه‌اندازی شد و با ادامه این روند، فروشگاه‌های جدیدتری با نام‌های شهر و روستا، کوثر، رفاه، شهروند و... در ایران راه‌اندازی شدند. اما با وجود گذشت بیش از ۵۰سال هنوز این فروشگاه‌ها آنچنان که باید به قدرتی جدی در بازار تبدیل نشده‌اند و از سوی مشتریان آنچنان جدی گرفته نمی‌شوند. به نظر می‌رسد فروشگاه‌های زنجیره‌ای یا به‌طور کلی صنعت خرده‌فروشی در ایران دست به گریبان مشکلاتی است که مانع پیشرفت خدمات توزیعی نوین شده است. به غیر از مشکلاتی که در سطرهای گذشته به آن اشاره شد، فروشگاه‌های زنجیره‌ای با مصایبی، ازجمله عدم حمایت‌های تسهیلاتی، مشکلات بسیار در جذب سرمایه‌گذاری، ملک و زمین گران و عدم حمایت‌های دولت در جهت تسهیل فعالیت آنها مواجه هستند. در کل می‌توان گفت به دلیل مشکلات بسیار، تنها آن دسته از فروشگاه‌هایی که دولتی بوده یا از حمایت‌های سرمایه‌گذاران قوی داخلی و خارجی بهره‌مند هستند توان رقابت و ماندن پیدا کرده‌اند. همین دلیل یعنی در دست داشتن انحصار فروشگاهی هم باعث شده آنها در تعیین قیمت کالاها یکه‌تازی کنند و با ترفندهایی، بر سود خود بیفزایند.

نگاه

دلایل تعطیلی واحدهای صنعتی چیست؟

● **ایسنا:** بخش صنعت و معدن در حالی طی چند ماه گذشته با یکی از سخت‌ترین شرایط کاری خود طی چند دهه اخیر مواجه شد که هیچ آماری از تعداد واحدهای صنعتی تعطیل‌شده در این مدت در دست نیست. وزارت صنعت، معدن و تجارت اگرچه همواره تعداد واحدهای صنعتی تازه‌تاسیس را در کشور اعلام کرده اما هیچ‌وقت آماری از واحدهای تولیدی تعطیل‌شده ارایه نکرده است. از جمله آمارهای منتشرشده درباره واحدهای صنعتی در دست احداث یا به بهره‌برداری‌رسیده می‌توان به آمار تعداد جوازهای تاسیس و پروانه‌های بهره‌برداری صنعتی صادرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت اشاره کرد. براساس تازه‌ترین آمار منتشرشده از سوی این وزارتخانه تعداد جوازهای تاسیس و پروانه‌های بهره‌برداری صنعتی صادرشده طی سال قبل با کاهش مواجه شده که این کاهش در مورد پروانه‌های بهره‌برداری شدیدتر بوده است. به طوری که در سال ۱۳۹۱ تعداد پروانه‌های بهره‌برداری صادرشده با کاهش ۳۶درصدی نسبت به سال ۱۳۹۰ به چهارهزار فقره رسید. اما در حالی هیچ آمار رسمی از تعداد واحدهای صنعتی تعطیل‌شده طی سال قبل منتشر نشده است که علیرضا شجاعی، معاون برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره اظهارات اخیر رییس خانه صنعت، معدن و تجارت که گفته ۴۰درصد از واحدهای صنعتی در سال قبل تعطیل شدند، گفت: باید درباره این آمار از خود آقای غنیمی‌فرد سوال کنید. ما این آمار را تایید نمی‌کنیم. گاه دیده می‌شود که نمایندگان بخش خصوصی از یک شهرک صنعتی بازدید کرده و چون در آن شهرک مثلا ۵۰درصد واحدها تعطیل هستند، اعلام می‌کنند که ۵۰درصد از واحدهای صنعتی کل کشور تعطیل هستند. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در عین حال با تایید تعطیلی واحدهای صنعتی، درباره دلیل تعطیلی این واحدها گفت: تعطیلی برخی بنگاه‌های تولیدی تقصیر خودشان است. این تعطیلی‌ها می‌تواند دو دلیل داشته باشد. یا اینکه بنگاه‌های تولیدی کوچک هستند و با ورود بنگاه‌های بزرگ به بازار سهم خود را در بازار از دست داده و کم‌کم رو به تعطیلی می‌روند. یا اینکه محصولی که این بنگاه‌ها تولید می‌کنند محصول موردنیاز بازار نیست و به همین دلیل فروش چندانی ندارند و به همین دلیل تعطیل می‌شوند.

وی در عین حال با اذعان به مشکلات به وجودآمده برای واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات موردنیاز صنایع ناشی از تشدید تحریم‌ها گفت: ما نمی‌توانیم قانون ممنوعیت سرمایه‌گذاری در کشور را اعمال کنیم.

گزارش

با گذشت ۳ماه از ورود ماهی‌های آلوده، دامپزشکی اقدامی نکرد

ماهی با طعم نفت

شرق: اخیرا ماهی‌های صید شده از رودخانه نمرود فیروزکوه و ماهی‌های پرورشی این منطقه بوی نفت می‌دهد. پس از پیگیری تولیدکنندگان در منطقه، آلودگی این حوضچه‌ها به تایید سازمان دامپزشکی رسید اما تاکنون اقدامی برای حل مساله صورت نگرفته است. در پی شکایت یکی از مصرف‌کنندگان به آلودگی ماه‌های این حوضچه‌ها، سازمان دامپزشکی اعلام کرد: «ماهی‌های خود را پس بدهید و پولتان را بگیرید!»

تیمور هیربد در گفت‌وگو با خبرنگار ما از جریانی که به دنبال خرید این ماهی تا شکایت از سازمان‌های مربوطه برای او اتفاق افتاده می‌گوید. او اکنون ۵۰ روز است که درگیر شکایاتی برای حفظ سلامت مردم استان تهران است که تاکنون به نتیجه نرسیده است.

هیربد ماجرا را به این صورت شرح می‌دهد: جمعه ۳۰ فروردین ۱۳۹۲ در راه بازگشت از شهرستان فیروزکوه به تهران از کارگاه پرورش ماهی قزل‌آلای... در نمرود فیروزکوه تعدادی ماهی (که به گفته خودشان از تولید به مصرف است) خریداری کردم.

در نخستین مرحله پس از طبخ متوجه شدیم ماهی از تولید به مصرف این پرورش‌دهنده بوی نفت می‌دهد. پس از این اتفاق موضوع آلودگی محیطی را طی شکایتی به اطلاع خانم ملاجعفری مسوول شبکه بهداشت و درمان فیروزکوه رساندم. اما در این پیگیری متوجه شدم این موضوع به شبکه بهداشت مربوط نمی‌شود. پاسخ خانم ملاجعفری به این قرار بود: «برطرف‌کردن این مشکل به عهده سازمان دامپزشکی است و ما ابزاری برای این کار و اعمال فشار در اختیار نداریم. تنها می‌توانیم به دادن تذکر اکتفا کنیم. پس بهتر است به سازمان دامپزشکی مراجعه شود.»

ماهی‌هایی که یک هفته گذشته خریداری کرده بودیم با گذشت چند روز در فریزر به شدت بوی نفت گرفته بود. سرگیجه و حالت تهوع پس از مصرف این ماهی تا چند روز تمام اعضای خانواده را درگیر کرده بود. دلایل آلودگی حتمی آب رودخانه در طول مسیر، به این ترتیب محتمل عنوان شد: عملیات سدسازی در بالادست رودخانه، ورود فاضلاب‌های صنعتی در اماکن مجاور یا احتمالا نشت از پمپ بنزین اطراف و حاشیه رودخانه. اما در تاریخ هشت خرداد جاری، مالک مزرعه دیگر پرورش ماهی در منطقه، آلوده‌بودن ماهی‌های فیروزکوه به مواد نفتی را با ذکر دلیل دیگری تایید کرد. او اذعان کرد که خوراک ماهی مابع و روغنی‌ای که از بندرعباس وارد کشور شده است و توسط تانکرهای نفتکش و سموم دیگر به نمایندگی شرکت واردکننده در مازندران یا تهران حمل شده، موجب انتقال مواد نفتی به حوضچه‌های پرورش شده است.

بلافاصله طی شکایتی مراتب برای دومین‌بار به دکتردستور، ریاست سازمان دامپزشکی با ذکر تمام مراحل شکایات و پیگیری منعکس شد. سازمان دامپزشکی با اعزام کارشناس به مزرعه یاد شده؛ این آلودگی را تایید کرد. اما راه‌حل ارایه شده از سوی دامپزشکی در پاسخ به شکایت من اینگونه عنوان شد: «ماهی‌ها را به همان کارگاه ببرید و پولتان را پس بگیرید.»

این پاسخ موجب شد طی نامه‌ای در تاریخ ۱۸ خرداد، شکواییه دیگری را به سازمان دامپزشکی ارسال کنم. در این نامه تاکیدم به دکتردستور آن بود که بازگشت پولی که برای ماهی‌ها پرداخت کرده‌ام برایم به هیچ عنوان اهمیتی ندارد. بنده مصر هستم موضوع آلودگی جهت حفظ سلامت مردم استان تهران که احتمالا مصرف‌کننده این محصول خواهند بود؛ به صورت ریشه‌ای برطرف شود.

در هر حال این نامه تاکنون بی‌پاسخ مانده است. حال باید منتظر ماند و دید آیا سازمان دامپزشکی برای جلوگیری از ورود ماهی‌های آلوده به بازار و رستوران‌های منطقه فکری خواهد کرد؟