میادین

کاهش قیمت ۱۱قلم میوه

سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران از کاهش قیمت ۱۱قلم میوه در بازارهای سطح شهر این سازمان خبر داد. براساس نرخنامه اعلامی این سازمان، کاهش نرخ مورد اشاره هم در میان اقلام تابستانی ازجمله آلو، شلیل و هلو انجیری و هم در انواع میوه‌های پاییزی ازجمله انار و خرمالو اعمال شده است. درخصوص میزان این کاهش قیمت اطلاع‌رسانی نشده است.

کیلوگرم/ تومان

انار	انواع آلو	انگور بی‌دانه	به
۱۵,۷۰۰	۱۹,۸۰۰	۲۵,۰۰۰	۱۵,۰۰۰

قیمت در میادین

سیب زرد لبنان	سیب قرمز	شلیل و شبرنگ	خرمالو
۱۹,۸۰۰	۱۸,۸۰۰	۲۵,۰۰۰	۱۷,۰۰۰

سوپرمارکت

قیمت جدید چای

بررسی قیمت جدید انواع چای در بازار مصرف نشان می‌دهد، انواع وارداتی در برخی از برندها افزایش قیمت داشته‌اند. مقایسه قیمت مردادماه چند برند معروف عرضه‌کننده چای خارجی حاکی از رشد ۲۰درصدی قیمت‌هاست به‌طوری‌که در یکی از برندها، قیمت ۱۴۵هزار تومان هر بسته ۵۰۰گرمی در مردادماه، امروز به ۱۷۵هزار تومان رسیده است. قیمت کنونی هر کیلوگرم چای خارجی در محدوده ۲۷۰ تا ۳۵۰هزار تومان است.

قیمت‌ها به تومان

احمد	ارل گری ۵۰۰گرمی	۱۷۵,۰۰۰
ویکتوریا	شکسته‌سیلان ۴۵۰گرمی	۱۵۵,۰۰۰
سوفیا	شکسته‌ساده‌سیلان ۴۵۰گرمی	۱۸۰,۰۰۰
دوغزال	شکسته ارل گری ۵۰۰گرمی	۲۶۰,۰۰۰
شهرزاد	دارجیلینگ ۵۰۰گرمی	۱۴۵,۰۰۰
دبش	کله‌مورچه ۵۰۰گرمی	۱۳۵,۰۰۰
گلستان	ارل گری معطر ۵۰۰گرمی	۱۵۰,۰۰۰
شاهسوند	سیلان‌شکسته قوطی ۴۵۰گرمی	۱۶۰,۰۰۰

بازارها

کاهش تا ۲۰درصدی قیمت لبنیات از اول آبان

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار تهران گفت: بسته‌ای اقتصادی تعریف شده که براساس آن از اول آبان قیمت لبنیات ۵تا ۲۰درصد کاهش می‌یابد. ایوب فصاحت افزود: براساس بررسی‌هایی که انجام شده، مصرف لبنیات بین مردم کاهش محسوسی داشته است به همین دلیل در جلسه با کارخانه‌ها و اتحادیه‌ها و انجمن‌های لبنی برای جبران این کاهش مصرف لبنیات، بسته اقتصادی تعریف شد که قرار است از اول آبان اجرایی شود، به این منظور ۲۵ مکان جدید عرضه به اتحادیه‌ها و انجمن‌ها داده می‌شود.

لغو موقت تعهد ارزی صادرکنندگان شیرخشک

بنابر اعلام سرپرست معاونت توسعه بازرگانی وزارت جهادکشاورزی به‌دلیل کاهش قیمت جهانی شیرخشک، برای ادامه حیات صنایع مربوطه و حفظ و توسعه بازارهای صادراتی موقتا تعهد ارزی صادرکنندگان شیرخشک صنعتی برداشته شد. محسن شیراوند، سرپرست معاونت توسعه بازرگانی وزارت جهادکشاورزی همچنین از کاهش تعهد ارزی پرتقال، نارنگی و سیب درختی به ۵۰درصد خبر داد و گفت: این مهم، در راستای حمایت، توسعه تولید و صادرات محصولات کشاورزی انجام شده است.

مصالح ساختمانی ایرانی با برند ترکیه در اروپا

علیرضا جنتی، عضو انجمن انبوه‌سازان کشور گفت: هم‌اکنون به کشورهای ترکیه، سوریه، عراق، گرجستان، ارمنستان صادرات قابل توجهی داریم اما نکته مهم این است که به‌دلیل تحریم‌ها برخی از مصالح ساختمانی تولید ایران با نام و برند ترکیه وارد بازار هلند و یونان می‌شود و متأسفانه درحالی‌که این اقلام تقاضای قابل توجهی در این کشورهای اروپایی دارد اما هیچ ردی از نام ایران در آن دیده نمی‌شود.

عکس: همشهری/ منا عادل

افزایش قیمت شوینده‌ها مجوز ندارد

در هفته‌های اخیر قیمت برخی محصولات شوینده و بهداشتی افزایش و عرضه برخی دیگر کاهش یافته است

گزارش

از نیمه‌های شهریور بازار شوینده‌ها دوباره با افزایش قیمت و کمبود بعضی از محصولات مواجه شده است. این در حالی است که سازمان حمایت و انجمن صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی هر دو صدور مجوز برای افزایش قیمت این محصولات را رد و اعلام کرده‌اند هرگونه تغییر قیمت این محصولات خارج از چارچوب نرخ مصوب تخلف است.

به گزارش همشهری، طی هفته‌های اخیر سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های عرضه‌کننده محصولات شوینده و بهداشتی از افزایش قیمت بعضی محصولات شوینده به‌ویژه مایع لباسشویی دست‌کم در ۲ برند مطرح خبر داده‌اند، این در حالی است که آخرین نرخ مصوب اعلامی از سوی سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار برای شوینده‌ها مربوط به خردادماه بوده و پس از آن مجوزی برای تغییر نرخ صادر نشده است. به موازات افزایش قیمت برخی از اقلام شوینده، مشاهدات میدانی از کاهش عرضه بعضی از محصولات نیز حکایت دارد و گفته می‌شود کارخانه‌ها تمایلی به افزایش عرضه کالا به بازار ندارند. در پی انتشار گزارش‌هایی از بروز آشفتگی قیمت در بازار شوینده‌ها، سرپرست سازمان حمایت چهارشنبه هفته گذشته اعلام کرد که این سازمان مجوزی برای تغییر نرخ شوینده‌ها صادر نکرده و فعلا نیز این موضوع در دستور کار سازمان قرار ندارد. رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع شوینده نیز در واکنش به این خبر، هرگونه افزایش قیمت محصولات شوینده توسط واحدهای تولیدی را تکذیب و اعلام کرد: کارخانجات محصولات‌شان را با همان قیمت‌های قبلی عرضه می‌کنند. تکذیب موضوع از سوی بختیار علم‌بیگی در حالی است که شواهد متعددی از کاهش عرضه و همچنین بروز تخلف گرانفروشی در سطح بازار مشاهده شده و به‌نظر می‌رسد شرکت‌های تولیدکننده خودسرانه قیمت محصولات‌شان را بالا برده‌اند.

تغییر نرخ نداشتیم، تعزیرات رسیدگی کند

دبیر انجمن صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی کشور درباره تغییرات جدید قیمت شوینده‌ها به همشهری گفت: تغییر قیمتی برای شوینده‌ها نداشتیم و اگر افزایشی رخ داده ممکن است ناشی از همان تغییر نرخ خرداد باشد که در ماه‌های بعد اعمال شده است. جمشید فروزش افزود: شرکت‌های تولیدی براساس افزایش قیمتی که سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار بر آن توافق و در خردادماه اعلام کردند، کالاهای خود را تولید کرده‌اند اما چون موجودی شرکت‌ها بالا بوده کالاهای قیمت قدیم را عرضه کردند و بعد از اتمام آن در ماه‌های بعد محصولات را با نرخ مصوب خرداد به بازار فرستادند. به‌گفته وی، این افزایش قیمت، ناشی از مابه‌التفاوت قیمت کالایی است که پیش و پس از خرداد تولید شده و تصمیم جدیدی در این زمینه اتخاذ نشده است. فروزش درخصوص تخلف احتمالی برخی تولیدکننده‌ها در این خصوص نیز گفت: این موضوع به انجمن مربوط نیست و تعزیرات باید تخلف احتمالی را بررسی و با شرکت‌های متخلف برخورد کند.

خرداد امسال، بعد از نزدیک به ۲ ماه کشمکش میان شرکت‌های تولیدی و دولت بر سر افزایش قیمت مواد شوینده و بهداشتی، سازمان حمایت با افزایش ۲۵درصدی قیمت این محصولات موافقت کرد تا بازار شوینده‌ها بعد از التهابی ۲ماهه به آرامش برسد. در آن زمان، رئیس هیأت‌مدیره انجمن صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی که پیش‌تر میزان افزایش هزینه تولید را ۴۰تا ۵۰درصد عنوان کرده بود، اعلام کرد: اعضای انجمن و شرکت‌های تولیدی «فعلا» با این میزان افزایش قیمت، محصولات خود را تولید می‌کنند؛ گفته‌ای که این برداشت را ایجاد می‌کرد که ممکن است بعدا تغییرات دیگری در نرخ شوینده‌ها در راه باشد. دبیر این انجمن البته ارتباط میان گرانی‌های اخیر با گفته‌های علم‌بیگی را رد کرد و گفت: هیچ تأییدی درخصوص اعمال مابه‌التفاوت هزینه تولید با نرخ مصوب انجام نشده و افزایش نرخ مورد تأیید انجمن کماکان همان ۲۵درصد است.

از ابتدای امسال صنایع شوینده و بهداشتی با ارائه درخواست افزایش نرخ مصوب شوینده‌ها به دولت، اعلام کردند با افزایش چشمگیر هزینه تولید قادر به ادامه کار با نرخ مصوب جاری نیستند و برای محصولات‌شان افزایش قیمت ۴۰ تا ۵۰درصدی می‌خواهند. بعد از مقاومت دولت در برابر این درخواست، شرکت‌های تولیدی عرضه محصولات خود را کاهش دادند تا کمبود و آشفتگی ایجاد شده در بازار مواد شوینده کم‌کم از اردیبهشت به اوج برسد. عرضه شوینده‌ها در فروشگاه‌ها کاهش یافت و این کاهش عرضه به آشفتگی قیمت منجر شد. مسئولان انجمن صنایع شوینده در آن زمان کاهش تولید این محصولات را تأیید و تولید را فاقد توجیه اقتصادی دانستند. مسئولان صنفی اعلام کردند که تمام شرکت‌های تولیدکننده مخصوصا شرکت‌های بورسی به‌شدت در زیان هستند و با توجه به رشد قیمت مواداولیه و نرخ دلار، افزایش ۴۰ تا ۵۰درصدی قیمت، کف مطالبات قیمتی تولیدکننده‌ها اعلام شد. این در حالی بود که معاونت صنایع عمومی وزارت صمت همان زمان یعنی اردیبهشت ماه از افزایش تولید محصولات شوینده در ابتدای سال خبر داده و تنها مشکل بازار را «عدم‌عرضه» عنوان کرده بود.

شواهدی از افزایش نرخ بیش از سقف مصوب

مقایسه قیمت کنونی محصولات شوینده با نرخ‌های پیشین این محصولات در اردیبهشت ماه و پیش از اعمال نرخ جدید مصوب نشان می‌دهد رشد قیمت در برخی محصولات و برندها بسیار بیشتر از رقم ۲۵درصد اعلامی و توافقی است. به‌طور مشخص جدول آرشیو شده از قیمت اردیبهشت و شهریور انواع مایع ظرفشویی نشان می‌دهد در برندهایی مثل اکتیو، پریل و اکو تغییرات قیمتی بین ۴۰ تا ۶۰درصد اعمال شده است. دبیر انجمن صنایع شوینده در این خصوص نیز گفت: هیچ شرکتی مجوزی برای افزایش بیش از ۲۵درصد قیمت نداشته و افزایش قیمتی بیش از این مورد تأیید انجمن نیست.

آیا رشد بورس ادامه خواهد یافت

سیاست انتشار اوراق تبعی تا چه حد می‌تواند منجر به رشد شاخص بورس شود

بورس

به‌دنبال برگزاری نشست ویژه وزیر اقتصاد و هلدینگ‌های بزرگ بازار سرمایه در نخستین روز هفته قبل، انتشار اوراق تبعی که نوعی بیمه سهام محسوب می‌شود از سه‌شنبه هفته قبل آغاز شد و در ۲روز پایانی هفته قبل شاخص بورس نزدیک به ۱۶هزار واحد رشد کرد، اکنون این پرسش مطرح است که آیا صعود بورس، ناشی از انتشار این اوراق بوده و آیا روند صعودی بازارسهام ادامه خواهد یافت؟

به گزارش همشهری، شنبه هفته قبل نشستی با حضور وزیر اقتصاد، رئیس سازمان بورس و مدیران هلدینگ‌های بزرگ بازار سرمایه برگزار و مقرر شد تا شرکت‌های هلدینگ از طریق انتشار اوراق اختیار تبعی از بازار سهام حمایت کنند. این جلسه بعد از آن برگزار شد که روند نزولی بورس ظرف چند هفته گذشته، شدت گرفته و منجر به افت پیاپی شاخص بورس شده بود.

بر همین اساس و ۲روز بعد از برگزاری این نشست صندوق توسعه بازار از روز سه‌شنبه عرضه اوراق اختیار فروش تبعی را آغاز کرد. به‌دنبال آغاز انتشار این اوراق، شاخص‌های بورس ظرف روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه ۱۶هزار واحد معادل ۱,۲درصد رشد کرد و بیش از ۶۰هزار میلیارد تومان به ارزش سهام شرکت‌های بورس اضافه شد. هرچند برخی از کارشناسان اعتقاد دارند که رشد ۲روزه بورس در هفته گذشته، ناشی از کاهش شدید قیمت‌ها و جذاب‌تر شدن قیمت‌ها و در عین حال رشد قیمت دلار بوده است؛ با این حال تأکید می‌کنند که انتشار این اوراق نیز می‌تواند اثرات مثبتی بر بورس داشته باشد. در مقابل اما برخی دیگر از کارشناسان بر این باورند که مسائل بنیادی‌تری در بازار سرمایه باید حل شود تا شاخص‌های بورس با رشد مواجه شوند.

اثر فروش اوراق تبعی

اوراق اختیار تبعی فروش سهام، اوراقی است که به سهامداران این امکان را می‌دهد که در تاریخ مشخص شده، سهام خود را با قیمتی از پیش توافق شده به فروش برسانند. در واقع، شرکت‌ها اوراقی را به فروش می‌رسانند که این اوراق باعث ایجاد یک کف قیمت برای سهم شرکت‌ها می‌شود و تضمین می‌کند که درصورت نزول قیمت، خسارت سهامداران جبران شود و زیانی به آنها وارد نشود. هدف از انتشار این اوراق، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری در بورس و اطمینان بخشی به سهامداران در مورد ارزنده بودن سهام و حفظ منافع آنهاست. سهامداران می‌توانند با خرید اوراق اختیار فروش تبعی، سهم خود را در برابر کاهش قیمت بیمه کنند؛ به همین دلیل کارشناسان بر این باورند که انتشار این اوراق می‌تواند اثر مثبتی بر شاخص‌های بورس داشته باشد.

امیر ندیری درباره تأثیر انتشار اوراق تبعی بر بازار سهام گفت: در هفته‌های اخیر به‌دلیل عدم‌اطمینان سهامداران نسبت به آینده، بسیاری از آنها اقدام به فروش سهم‌های خود کردند اما انتشار اوراق تبعی در این فضا می‌تواند به بازار سهام کمک کرده و از هیجان‌های منفی بازار بکاهد؛ بنابراین استفاده از این ابزار در شرایط فعلی بازار می‌تواند تا حدودی برای جلوگیری از خروج پول تأثیر مثبتی داشته باشد.

ندیری با اشاره به اینکه اوراق تبعی از زیان سرمایه‌گذاران جلوگیری می‌کند، تأکید کرد: انتشار اوراق تبعی می‌تواند به آن دسته از سهامداران که به‌خاطر ترس از شرایط موجود زیان کرده‌اند اطمینان دهد که دیگر ضرر نمی‌کنند.

علی آهو، یک کارشناس دیگر بازار سرمایه نیز درباره تأثیر انتشار اوراق تبعی در بهبود وضعیت بازار سرمایه گفت: اوراق اختیار فروش تبعی ازجمله ابزارهایی است که شرکت‌ها برای حمایت از سهام خود منتشر می‌کنند و این پیام را به سهامداران می‌دهد که ناشر از وضعیت سودآوری و آینده سهام خود مطمئن است. او افزود: تعیین قیمت این اوراق را باید به بازار سپرد تا اوراق توسعه پیدا کند اما درکل انتشار اوراق تبعی می‌تواند به بازارسهام کمک کند.

شرایط ضروری‌تر برای بازار

با وجود آنکه کارشناسان اعتقاد دارند انتشار اوراق تبعی می‌تواند منجر به رشد شاخص‌های بورس شود برخی دیگر از کارشناسان اعتقاد دارند صرف انتشار این اوراق کافی نیست و برای رشد شاخص‌های بورس باید سایر دغدغه‌های بازار سرمایه نیز رفع شود. به زعم آنها مسایلی ازجمله نرخ بهره بین بانکی، توافق هسته‌ای، قیمت‌گذاری دستوری و سیاست‌های مرتبط با بودجه ازجمله مسایلی هستند که برای بازار سهام چالش ایجاد کرده‌اند و همه این عوامل منجر به تردید سهامداران برای سرمایه‌گذاری در بورس شده است.

امیر ندیری دراین باره گفت: راهکار اصلی و بلندمدت برای بهبود وضعیت بازار سرمایه، ورود پول و سرمایه جدید به بازار است که این موضوع با کاهش ریسک‌های موجود ازجمله به سرانجام رسیدن مذاکرات احیای برجام، حذف قیمت‌گذاری دستوری در صنایع و دستکاری نکردن بودجه و سود شرکت‌ها محقق می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان این که میزان رشد بازار سهام به عوامل سیاسی هم بستگی دارد تأکید کرد: اگر ریسک‌ها مرتفع و توافق حاصل شود، بورس با رشد زیادی مواجه می‌شود. در واقع بازار سرمایه برای رسیدن به ارزش دلاری خود همانند سال‌های قبل نیاز به برداشته شدن تحریم‌ها و رفع اقتصاد دستوری دارد.

علی پوررمضان، یک کارشناس دیگر بازار سرمایه به موضوع دیگری اشاره کرد و گفت: افزایش دوباره نرخ بهره بین بانکی مهم‌ترین و اثرگذارترین عامل بر بازار سرمایه است و این موضوعی است که قبلا هم نسبت به آن ابراز نگرانی شده بود.

به‌گفته او، کنترل این نرخ به‌عنوان یکی از عوامل مهم و اثرگذار می‌تواند مانع از خروج پول از بازار سرمایه شود و به همین ترتیب در تصمیم‌های اثرگذاری که خارج از بازار سرمایه گرفته می‌شود، باید شرایط بازار و میلیون‌ها سهامدار دیده شود. حامد فلاح جوشقانی نیز درباره سایر چالش‌های بازار سرمایه گفت: بازار سرمایه با چالش‌هایی همچون تعیین خوراک پتروشیمی‌ها، وضعیت سوخت شرکت‌ها و احتمال کسری بودجه دولت در سال آینده مواجه است.

او با بیان اینکه باید وضعیت نرخ بهره و انتشار اوراق بدهی را هم بررسی کرد ادامه داد: شرایط فعلی پیش‌بینی را سخت می‌کند، اما فضای تورمی بر اقتصاد حکمفرماست و امیدواریم بازار سرمایه همانند قبل که این شرایط را پوشش داده است، وضعیت فعلی را هم‌پشت سر بگذارد.

خودرو

شروط حذف قیمت‌گذاری دستوری خودرو

در شرایطی که زیان انباشته شرکت‌های خودروسازی تحت‌تأثیر قیمت‌گذاری دستوری روزبه‌روز در حال افزایش است، دیروز مدیرکل خودرویی وزارت صمت ۲شرط حذف قیمت‌گذاری دستوری خودرو را اعلام کرد و گفت: وجود خودروهای اقتصادی و رقابت‌پذیربودن خودروها مقدمه‌ای بر حذف قیمت‌های دستوری است، در غیر این‌صورت برداشتن قیمت‌های دستوری نتیجه‌بخش نخواهد بود.

به گزارش همشهری، آمارها نشان می‌دهد تحت‌تأثیر نظام قیمت‌گذاری دستوری و تغییر مداوم قوانین و مقررات کل زیان انباشته این صنعت به رقم بی‌سابقه ۱۲۵هزار میلیارد تومان رسیده است. این موضوعی است که فرایند خصوصی‌سازی را هم با چالش مواجه کرده است؛ چراکه سایر شرکت‌ها، حاضر به سرمایه‌گذاری و خرید سهام شرکت‌هایی که محصولاتشان شامل قیمت‌گذاری دستوری می‌شود، نیستند. این به‌دلیل آن است که قیمت‌گذاری دستوری و تغییر مداوم قوانین و مقررات، رویه سودآوری در شرکت‌ها را مختل می‌کند و خرید سهام شرکت‌هایی که مشمول قیمت‌گذاری دستوری می‌شوند برای سایر شرکت‌ها توجیه اقتصادی ندارد.

این موضوعی است که چند هفته پیش حسین قربان‌زاده، رئیس سازمان خصوصی‌سازی نیز به آن اشاره کرد و گفت: هم‌اکنون ۲شرکت سایپا و ایران خودرو ۲سال است که مشمول ماده ۱۴۱ قانون تجارت هستند. قصه آنها این است که محصولات آنها به قیمت واقعی فروخته نمی‌شود اما قرار است سهام این شرکت‌ها واگذار شود اما سؤال این است که کدام آدم عاقلی سهام شرکتی را که مشمول قیمت‌گذاری دستوری است و روزانه زیان می‌دهد، خریداری می‌کند.

برهمین اساس با توجه به آنکه پیش‌نیاز واگذاری سهام این دو شرکت حذف قیمت‌گذاری دستوری است، تازه‌ترین خبرها حاکی از آن است که دولت در حال بررسی وضعیت قیمت‌گذاری دستوری در این صنعت است؛ چراکه طبق فرمان رئیس‌جمهوری سهام این دو شرکت باید هرچه سریع‌تر به بخش خصوصی واگذار شود.

آنطورکه ۲هفته پیش احسان خاندوزی، وزیر اقتصاد به همشهری گفته بود: وزارت صنعت و اقتصاد در حال توافق برای اصلاح رویه تنظیم‌گری یا رگولاتوری و چاره‌جویی درخصوص قیمت‌گذاری دستوری در صنعت خودرو هستند. او این موضوع را پیش‌نیاز اولیه خصوصی‌سازی در صنعت خودروسازی اعلام کرده بود.

به‌دنبال این سخنان، روز گذشته نیز مدیرکل خودرویی وزارت صمت ۲شرط حذف قیمت‌گذاری دستوری خودرو را اعلام کرد.

شرط حذف قیمت‌گذاری دستوری

عبدالله توکلی لاهیجانی گفت: درخصوص رهاسازی و قیمت‌های دستوری باید ۲نکته درنظر گرفته شود؛ یکی اینکه در صنعت خودرو در حالت ایزوله قیمت‌ها نباید خیلی بالا بروند که مزیت رقابتی در این صنعت از بین برود، بنابراین اگر در این صنعت محصولات به دلایل مختلف زیان‌ده هستند باید ریشه‌های این زیان شناسایی شود و قسمتی که یک خودرو در یک کلاس می‌تواند رقابت‌پذیر باشد افزایش قیمت قابل‌قبول است، در غیراین‌صورت قیمت‌گذاری دستوری و سرکوب قیمت اشتباه است.

توکلی بیان کرد: همچنین باید بتوانیم برای بخش‌های مختلف بازار محصول داشته باشیم یعنی برای خودروهای اقتصادی هم فکری کنیم و برای خودروهای زیر ۲۰۰میلیون تومان هم برنامه‌ای داشته باشیم. متأسفانه بعد از اینکه خودروی پراید از رده خارج شد، اغلب خودروسازان به‌خودروهای مونتاژی اقبال نشان دادند، چراکه حاشیه سود بیشتری داشته و با طبقه مرفه جامعه سروکار دارد. درحالی‌که باید قواعدگذاری به‌گونه‌ای باشد که برای همه بخش‌ها راه‌حل مناسب داشته باشیم.

مدیرکل خودرویی وزارت صمت گفت: پس وجود خودروهای اقتصادی و رقابت‌پذیربودن محصولات خودروسازان مقدمه‌ای برای برداشتن قیمت‌های دستوری است، در غیراین‌صورت برداشتن قیمت‌های دستوری نتیجه‌بخش نخواهد بود. او تأکید کرد: در بحث رقابت‌پذیری ۲مسیر درنظر گرفته شد و وزارت صمت هم بسیار بر رقابت‌پذیرشدن این صنعت معتقد است. باید با کمک واردات توازنی در بازار ایجاد کرد البته این واردات نباید به‌گونه‌ای باشد که عواید آن به طبقه خاصی برسد. وارداتی که عواید آن به قشر کم‌درآمد نیز برسد، از اهدافی بوده که دنبال شده است.

الگو برداری

او افزود: با الگوبرداری از بهترین مدل‌هایی که در صنعت خودرو در دنیا وجود دارد، باید یک نگاه آسیب‌شناسانه به وضعیت صنعت خودروی کشور داشت و آسیب‌های موجود را شناسایی کرد؛ در واقع اگر عارضه‌هایی مانند کیفیت پایین، قیمت بالا و غیررقابتی‌بودن محصول، عدم‌ایمنی و... را کنار هم قرار داده و به ریشه این مسائل توجه کنیم، به‌درستی به کمبود عنصر دانش‌بنیان در این صنعت پی می‌بریم. او با بیان اینکه مختصات فعلی در این صنعت، قابل دفاع نیست، گفت: با تکیه بر امکانات محیطی و پتانسیل‌های موجود، برای رسیدن به نقطه مطلوب برنامه‌ای در ۳گام طراحی شده تا این صنعت در کشور رقابتی شود. نخستین گام از برنامه یادشده شامل ترمیم و تثبیت در جریان تولید است. توکلی افزود: گام دیگر شامل یک برنامه پوست‌اندازی پلتفرمی است که در نمایشگاه تحولی که در شهریور ماه برگزار شد، ۲مفهوم بن‌سازه‌ها و هم‌افزایی در صنعت خودرو نمایش داده شد. این دو مفهوم می‌تواند تغییر قواعد صنعت خودرو و دوره‌گذار (پوست‌اندازی پلتفرمی) را رقم بزنند.

مدیرکل خودرویی وزارت صمت ادامه داد: آخرین گام تمرکز بر بازارهای صادراتی و ایجاد مزیت‌های رقابتی برای صنعت خودرو کشور است. این برنامه به‌صورتی تنظیم شده که بتوانیم در کنار افزایش تولید، همزمان بحث کیفیت را نیز مورد توجه قرار دهیم. او تأکید کرد: زمانی می‌توان از وضعیت مطلوب در این صنعت دفاع کرد که در حوزه قیمت، کیفیت و تولید رقابت‌پذیر شویم. در واقع توان تصاحب بازارهای منطقه‌ای و جهانی را داشته باشیم. در خودروسازی فرایند توسعه محصول، یک فرایند ۳ساله است. اگر این فرایند در هر نقطه‌ای قطع شود و با خیالی خوش تصور کنیم با واردات محصول خارجی و بومی‌سازی آن می‌توانیم دانش فنی را تصاحب کنیم، مسیر اشتباهی را طی کرده‌ایم.