

## قفل تأمین

نوشته‌ی: دکتر سعید تقوایی

taghvaei@hotmail.com

و عملیاتی شرکت‌ها، هرم مأموریتی سازمان را همسو با این عزیزان کنند. در آن نوشتار آرزو کرده بودم که شرایط ناپایدار گذرا باشد و شاهد گشایشی در امر تأمین و در پی آن، تولید بی‌دغدغی‌ی تایلر در کشور باشیم، ولی متأسفانه کورس‌های ارتباطات بین‌المللی با تأمین‌کنندگان خارجی، هر روز کم‌رنگ‌تر و نابسامان‌تر شد.

امروز تولیدکننده‌ی تایلر در کشور مشکل‌های پیچیده‌ی تأمین، تخصیص و انتقال ارز را دارد؛ حداکثر چشم‌اندازش برای تولید ۲ تا ۳ روز پیش‌روست؛ هرآن خود را با کمبود مواد اولیه و قطعات یدکی روبه‌رو می‌بیند، و بیم از تعطیلی واحد مجموعه‌ی مدیریتی خود دارد؛ به‌منظور عبور از این قله‌ی نامطمئن، بعضاً قید بروکراسی پریپیچ‌وخم ارز از منابع دولتی را می‌زند و با منابع نحیف خود و با خرید دلار ۱۵ هزار تومانی، سعی در تأمین مواد و قطعات روزمره‌اش می‌کند. در کنار همه‌ی این‌ها می‌باید دل‌نگران تنظیم بازار هم باشد،

در دو ماه پایانی سال گذشته بر آن شدیم تا با تشکیل جلسه‌هایی با نام "هم‌اندیشی متخصصان صنعت تایلر کشور"، با حضور صاحبان فکر و اندیشه و تجربه در این صنعت، راهکارهای برون‌رفت از شرایط تحریم را بررسی کنیم و پیشنهادهای مطرح شده را به مسؤولان کشور و صاحبان صنعت لاستیک ارائه دهیم. در این جلسه‌ها که با استقبال بی‌نظیر اصحاب فکر صنعت تایلر تشکیل و با مشارکت بالغ بر ۲۰۰ نفر روبه‌رو شد، دغدغی‌ی همه‌ی عزیزان، تأمین نشدن به‌موقع مواد اولیه و تجهیزات فنی بود و عمده پیشنهادهای راهکارها برای کمک به بازکردن قفل تأمین بود.

همان‌طور که در سرمقاله‌ی بیست‌وهشتمین شماره از ماهنامه‌ی "دنیا‌ی لاستیک و تایلر" که در مرداد ماه سال گذشته با عنوان "روزهای سخت تأمین" به چاپ رسید نیز اشاره کرده بودم، در چنین شرایطی فرماندهان پیش‌گام جبهه‌ی نبرد تولید، مسؤولان واحدهای تدارکات شرکت‌ها هستند و ضروری‌ست تمامی نیروهای فکری

را می‌آزارد. به‌طور یقین این روزها نقش ارگان‌های نظارتی و تنظیم بازار، نقشی انفکاک‌ناپذیر و ضروری‌ست، اما نکته‌ی قابل‌توجه این است که در حلقه‌ی تولیدکننده، واردکننده، توزیع‌کننده، مصرف‌کننده و ناظر که همگی ثابت کرده‌اند که مرد روزهای بحرانند؛ یک گروه دیگری وجود دارند که نظام عرضه‌وتقاضا را به‌هم زده‌اند و با آتش دل سایر گروه‌ها، شومینه‌ی خود را گرم می‌کنند و آن‌هم کسانی نیستند جز دلالال تحریم که این روزها به‌شدت جولان می‌دهند و لقمه‌های طمع خود را در خون هزاران کارگر زحمت‌کش صنعت فرو می‌کنند.

به‌راستی این پرسش مطرح است که دلیل تفاوت قیمت ۲۰۰ درصدی فروش تایر، از فاصله‌ی درب کارخانه تا خودروی مصرف‌کننده چیست؟ خدا داند!... *IRM*

چرا که می‌داند و خوب می‌داند که کالایش با چند برابر قیمت به‌دست مصرف‌کننده‌ی بینوای که اجبار او را به بازار کشانده است، می‌رسد. نکته‌ی جالب‌توجه هم این است که پاسخ عدم توازن قیمتی در بازار را هم باید رأساً به ارگان‌های نظارتی و حاکمیتی بدهد.

واردکننده‌ی تایر نیز کمابیش گریبان‌گیر انتقال وجه و چگونگی ارتباط کاری با شرکت خارجی‌ای که نمایندگی آن را دارد، است و از این‌رو آمار واردات نیز کاهش یافته است و به احتمال زیاد در ماه‌های پیش‌رو، با شدت بیشتری نیز کاهش خواهد یافت. کاهش تولید و واردات و در نتیجه کم‌شدن عرضه، حتی با در نظر گرفتن ثابت ماندن تقاضا، دلالان را حریص‌تر از پیش می‌کند و عایدی بیشتری به جیب آنان وارد می‌کند و دود این شرایط هم بیشتر چشمان مصرف‌کننده‌ی نهایی