



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

پیک شورا

سال سی و پنجم، مرداد ۱۳۹۹

روز ملی صنعت و معدن گرامی باد

۳۶۶

روزهای دشوار تولید





مستلح لكاروباد زهزورد
PANAVIRO ELECTRONICS

دفتر مرکزی: تهران - نارمک - خیابان شهید نانی شرقی
خیابان یوسف حدادی - پلاک ۱۸
تلفن: ۰۲۱ ۷۷ ۹۳ ۳۶ ۹۶ - ۰۲۱ ۷۷ ۹۲ ۰۲۳۱
۰۲۱ ۷۷ ۹۱ ۵۵ ۸۹
کارخانه: تهران - جاده دماوند - منطقه صنعتی
خرمدرشت - ۱۸ متری قائم - قائم دو - پلاک ۱۹۷

www.rahavard-electronics.ir



MASS PRODUCTION

DESIGN

- ✓ ۱۸ سال حضور در کنار برندهای برتر صنایع لوازم خانگی / صنعتی / پزشکی / خودرو
- ✓ ظرفیت تولید بیش از ۲۵۰,۰۰۰ برد الکترونیک در ماه
- ✓ خطوط تولید نیمه اتوماتیک و تمام اتوماتیک همگام با آخرین تکنولوژی روز دنیا
- ✓ امکان پیاده سازی ایده های نو در کوتاه ترین زمان
- ✓ تنها تولید کننده بردهای الکترونیک با رعایت حق کپی رایت کارفرما و پیمانکار
- ✓ عضو اتحادیه تولید کنندگان لوازم الکترونیک و الکتروتکنیک
- ✓ عضو انجمن مدیران صنایع ایران
- ✓ عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



FARA DID AFZAR®

Inspire The Future ...

طراحی و تولید انبوه بردهای الکترونیک

تولید انبوه

طراحی

ایده پردازی

INNOVATION

تهران - جاده دماوند - خیابان اتحاد - خیابان چهارم غربی (اشرفی) - پلاک ۱۳

تلفن : ۷۷۱۲۱۹۲۳-۶

فکس : ۷۷۱۲۱۹۲۷

روابط عمومی : ۰۹۳۳۰۰۱۵۶۰۰



BENESS
HomeAppliances

beness.co
benessco.ir
021_77205050



لذت تازگی
با محصولات دیپوینت

دیپوینت
Depoint

یخچال فریزر

DISCOVER

✓ مجهز به درب بار شفاف شونده
ضربه بزنید تا درون یخچال را ببینید

✓ صرفه جویی در مصرف انرژی
تا سالانه ۱۳/۶ درصد

✓ فیلتر تهویه متبوع ۸ لایه آنتی باکتریال

حجم مفید فریزر

۱۷۰ لیتر

حجم مفید یخچال

۳۹۶ لیتر

ارتفاع

۱۸۶۰
عرض
۸۶۰
عمق
۶۹۰

عرض

عمق



30 MONTHS
GUARANTEE



HYGIENE
FRESH



KEEP
FRESH



DYNAMIC
MULTI-FLOW



NO FROST
AUTOMATIC
DEFROST



Depoint

www.depoint.ir

لوازم خانگی

البانس

HOME APPLIANCES
ELEGANCE

اولین ماشین ظرفشویی ۱۰ نفره

با قابلیت قرارگیری به صورت توکار

(Model: WQP10)



تنها ۱۰ نفره در دنیای
اومیزی

A+



استیل سفید سیلور



گواهینامه های استاندارد بین المللی



۵-۵۱۵۵۸۷۴۴۴ (۰۲۱)

مرکز سرویس و اطلاع رسانی:





Granaka
Full Granite System Cooking Set

گراناکا
پوشش تمام گرانیت



درب شیشه ای بوهمیا
دسته جات باروکش سیلیکون



۸۶۲۷۶۲۵۱-۵



۱۳/۱-۶۲۳



MADE IN IRAN

zarsab

۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴



گروه صنعتی **ناب استیل**

تولیدکننده انواع سرویس قاشق چنگال و کارد استیل

🌐 nabsteel.ir

📍 @nabsteel

📞 021-2708

📷 @nabsteel



Rose 2050



Rose 230⁺



DEEMUND

HOME APPLIANCES

► Manufacturer of:

stainless steel Kitchen sink
in-set hobs
hoods & ovens

 [telegram.me/deemund_ir](https://t.me/deemund_ir)

 [deemund.i](https://www.instagram.com/deemund.i)

 www.deemund.com

دیموند

تولید کننده انواع سینک های ظرفشویی
اجاق گاز های توکار، هود و فر آشپزخانه





TAKBAN

CONTROL ENERGY



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳



۱۳۹۹

تکبان کنترل انرژی، بنیانگذار و تنها تولید کننده بیش از ۴۵ نوع ترموستات
حرارتی و برودتی (الکترومکانیک)، شیرهای ترموستاتیک رادیاتور و گازی در ایران

تنها دارنده نشان استاندارد ملی در زمینه تولید ترموستات
تنها آزمایشگاه همکار موسسه استاندارد در زمینه آزمون ترموستات
اخذ تندیس و لوح تقدیر به عنوان تلاشگر نمونه کیفیت و واحد نمونه صنایع در سه سال متوالی
دارای سه لوح حمایت از رعایت حقوق مصرف کنندگان و واحد منتخب روز صنعت و معدن سال ۱۳۹۳ و ۱۳۹۹

Website: www.takban.co E-mail: info@takban.co

Tel: 021/46868410-15 Fax: 021/46868416

THERMOSTATIC RADIATOR VALVE

دو سال گارانتی

۱۳۸۸

شیر ترموستاتیک رادیاتور
صرفه جویی در مصرف انرژی
پاکت کنترل درجه حرارت محیط

%20
Energy Saving

۲۲ ماه گارانتی



TRV

www.takban.com



TAKBAN

CONTROL ENERGY

Website: www.takban.co E-mail: info@takban.co

Tel: 021/46868410-15 Fax: 021/46868416



www.damandeh.com

New



Autolux Model



Axi Line model (IP45)



New

فن بین کانالی لاین ولت
Inline Fan, Linevent Model



فن تانژنت
Tangent Fan



فن کانوکشن
Convection fan



بلور پکیج
Gas boiler exhaust fan



New

بلورر هود
Hood Blower



New

بلورر هود
Hood Blower

☎ ۰۲۱-۳۵۲۷۰

✉ sale@damandeh.com

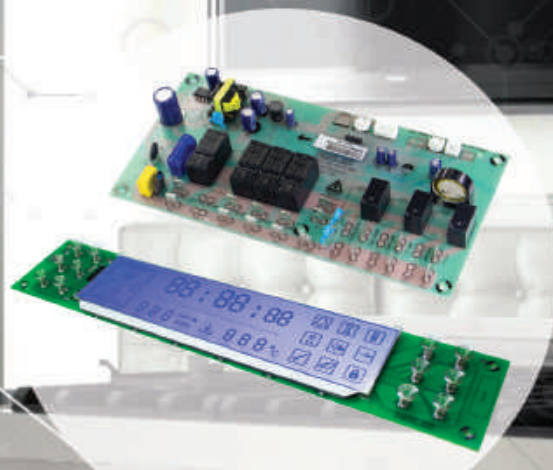
PARLAR

صنایع صبح پارلار آسیا

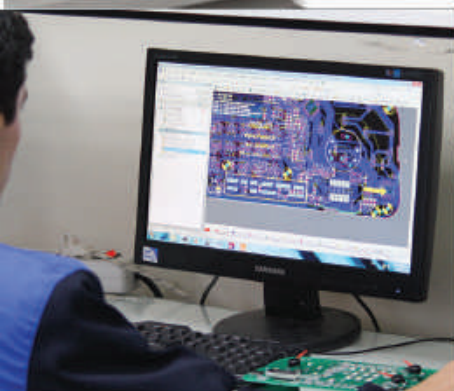
SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

طراحی و تولید سیستم های الکترونیکی

سیستم کنترل و نمایشگر فر توکار



- ▶ بزرگترین تولید کننده برد های الکترونیکی لوازم خانگی در ایران
- ▶ استفاده از برترین تکنولوژی های صنعت الکترونیک
- ▶ تکیه بر نیروهای متخصص و کارآمد



تبریز - جاده آذر شهر - شهرک صنعتی شهید رجایی جنوبی

۰۴۱ - ۳۵ ۵۵ ۲۵ ۱۵

فروش مرکزی:

۰۴۱ - ۳۴ ۲۱ ۴۶ ۷۰

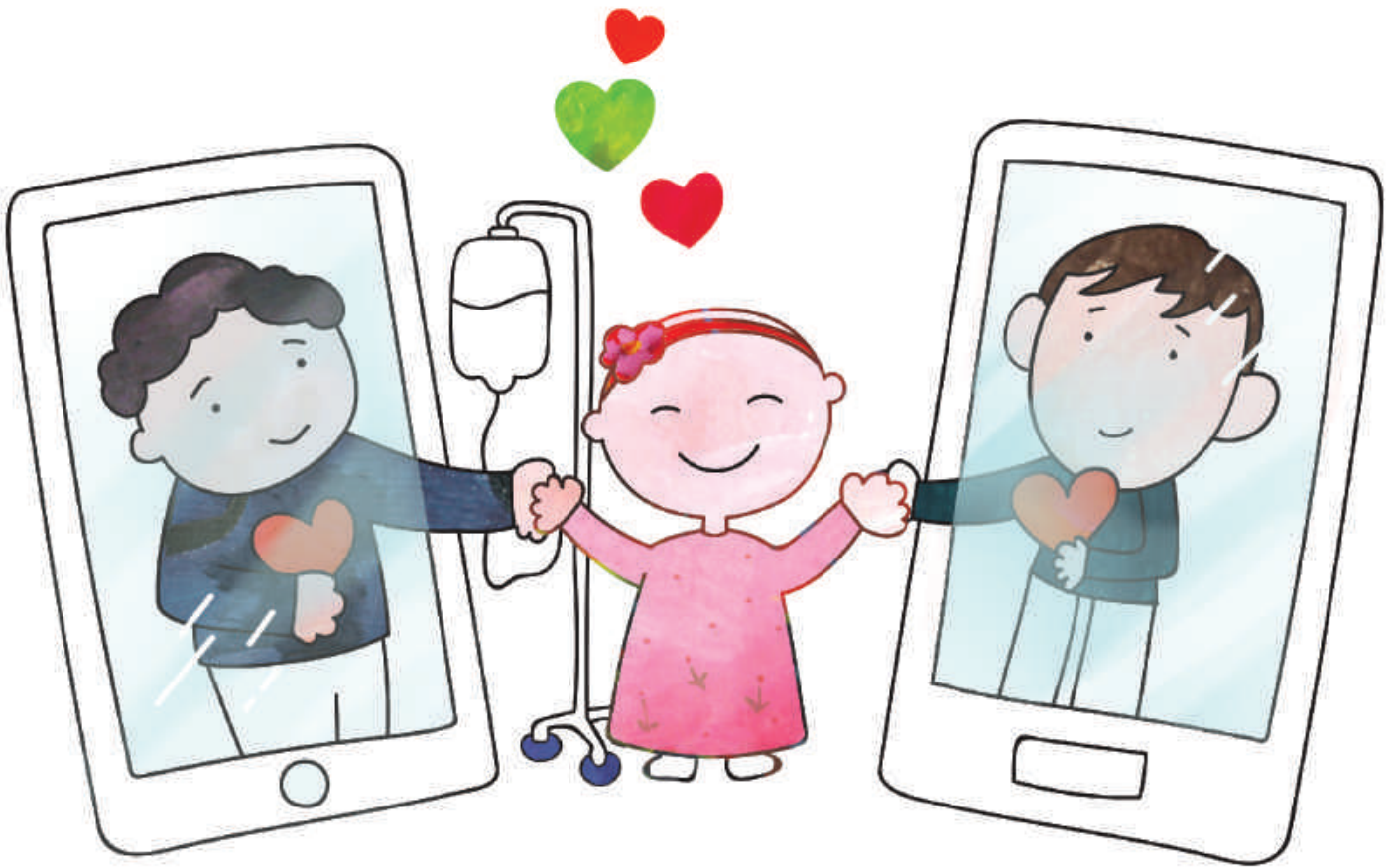
کارخانه: (۱۰ خط)

www.parlar.ir

info@parlar.ir



ISO9001 : 2008



محک برای نزدیکی دل‌ها راهی جدید داره روشی متفاوت برای ابراز همدلی و تسلیت

از ابتدای شیوع کرونا حرف محک اینه که اگر چه دستامون دوره، ولی دلامون نزدیکه. تو روزهای سخت فاصله‌گذاری اجتماعی، آشنایانی هستن که عزیزشون رو از دست دادن و سوگوارن، اما نتونستیم اونجوری که می‌خواستیم همدلی و از غمشون کم کنیم. محک برای کم کردن این غم یه راه جدید داره چون باور داره هیچ آدمی نباید تو روز سخت تنها بمونه؛ با سفارش استند از «پیام همدلی محک» که یه روش جدید در بستر آنلاینه، پیام همدلی رو به عزیزانتون برسونین و تسلی خاطر دادن به اونها رو به تأمین هزینه دارو و درمان بیش از ۱۹ هزار کودک مبتلا به سرطان گره بزنین تا دلشون کمی آروم بگیره.

پیام به عزیزانت، برای کودکان محک سلامتی میاره

چطور می‌تونید پیام همدلی خودتون رو ارسال کنین:



اسکن QR Code روبرو

<https://mahak-charity.org>

۰۲۱ - ۲۳۵۴۰



محک

سؤسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org

LOTUS

C L O C K
SINCE 1980



میکنیم
را خلق
زیبایر

lotusgroupco     www.lotusgroupco.com

0 2 1 4 4 9 4 2 8 6 6 / 0 2 1 4 4 1 6 7 7 9 4

تعهد را با گلدیران تجربه کنید

گلدیران
روی خوشی زندگی

۲۴ ساعت و ۷ روز هفته با ظرفیت پاسخگویی روزانه ۴۰۰۰ تماس



- نصب و راه اندازی
- تعمیر و نگهداری
- سرویس دوره‌ای
- تمدید گارانتی



مرکز ارتباط مشتریان (۲۴ ساعته) ۰۲۱ - ۸۴۷۳۳

www.goldiran.ir

بخش خدمات و پشتیبانی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

پیکشورا

ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سال سی و پنجم / مرداد ۹۹ / شماره ۳۶۶

■ صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

■ مدیر مسئول: علیرضا دانیالی

■ زیر نظر شورای سیاست گذاری:

عباس هاشمی، مرسل صدیق، داوود فراهانی

■ سردبیر: مریم بیامنش

■ دبیر تحریریه: زهرا نوروزی

■ هیئت تحریریه:

فرامرز لطافتی، افشین شیخی، رامین حسن پور
میتر جلیلی، فریده عنایتی، شبثم شہلا، بهاره قیاسوند

■ چاپ: اندیشه برتر

نشانی دفتر مجله: تهران، خیابان دکتر بهشتی، میدان تختی
خیابان صابونچی (مهنار سابق)، کوچه مبینی، پلاک ۸
کدپستی: ۱۵۳۳۶۷۶۴۱۱
تلفن: ۸۸۷۴۶۸۳۹ - ۸۸۷۴۴۵۷۶ - ۸۸۵۳۵۶۲۶
نمابر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

www.ihai.org.ir
info@ihai.org.ir

در این شماره می خوانید:

۲ بیانیه راهبردی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

۴ عقب ماندگی اقتصادی، حاصل عدم شفافیت

۵ مهم ترین دغدغه تولید کنندگان لوازم خانگی

۹ کاهش تصدی گری دولت در بخش خصوصی و تولید اساس برون رفت از مشکلات

۱۲ بلا تکلیفی و عدم امکان برنامه ریزی، بزرگترین مشکل تولید کنندگان

۲۰ تفاهم نامه «انجمن صنایع لوازم خانگی ایران» و شبکه اقتصادی «ایران کالا»

۲۴ تأثیر قطعات الکترونیک تقلبی بر بازار صنعت لوازم خانگی

۲۶ حال ناخوش این روزهای صنعت لوازم خانگی کشور

۳۰ افزایش تولید لوازم خانگی کوچک در هندوستان

۳۲ رکورد خرید آنلاین در روزگار کرونایی

۳۶ باز یافت، اولویت صنعت لوازم خانگی در اتحادیه اروپا

۴۰ اسپلیت های فناورانه با کمترین مصرف انرژی

۴۲ بهم رسانی قطعه سازان با تولید کنندگان محصول نهایی

۴۳ هیئت رئیسه کمیسیون قطعه سازان انتخاب شدند

۴۴ کمیسیون سیاست گذاری لوازم خانگی توکار

۴۵ کمیسیون خدمات پس از فروش

۴۵ کمیسیون هود و اجاق گاز



فشار تحریم های خارجی و بی مهری های داخلی بر شانه های صنعتگران داخلی

۵۰ بیانیه «انجمن صنایع لوازم خانگی ایران» به مناسبت روز ملی «صنعت و معدن»

۵۱ شرکت «تکبان کنترل انرژی» برگزیده تندیس طلایی روز ملی «صنعت و معدن» شد

۵۲ پیام تبریک سرپرست وزارت صمت به مناسبت روز ملی صنعت و معدن

۵۲ نهضت تعمیق ساخت داخل در دستور کار معاونت امور صنایع وزارت صمت

۵۴ تلاش ما جذب مشتریانی است که همواره محصولات با کیفیت خارجی را انتخاب کرده اند

۵۶ زنان صنعتگر می بایست چالش پذیر و ریسک پذیر باشند

۵۸ تحریم های داخلی بیش از خارجی توان تولید را بریده است

۶۴ مشتریان؛ سرمایه اصلی هر مجموعه صنعتی هستند

۶۷ یادنامه صنعتگرانی که امسال در کنارمان نیستند

۷۰ صنعت لوازم خانگی ایران قابلیت تولید در مقیاس جهانی دارد

۷۱ بخش خصوصی نجات بخش اقتصاد ایران است

۷۲ زنان صنعتگر در گذر زمان

۷۶ دوره آموزشی الزامات سیستم مدیریت کیفیت آزمایشگاه

۷۷ کارکردهای فن کانوکشن

۸۲ واحد مارکتینگ بازویی برای عبور از بحران

۸۵ رویکردهای استاندارد تعیین صرفه جویی های انرژی



بیانیه راهبردی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران:

«الزامات تحقق جهش تولید و توسعه پایدار صنعتی»

راهکار: کاهش دخالت‌های بازدارنده سازمان حمایت و سایر دستگاه‌های غیرمرتبط و مزاحم تولید

۵- افزایش مشارکت بخش خصوصی و تشکل‌ها در قانون‌گذاری تفویض اختیار وظایف و امور قابل تفویض به بخش خصوصی توسط دستگاه‌های دولتی و سهیم نمودن تشکل‌ها در مراجع تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر کشور

راهکار: قوانین مرتبط با بخش صنعت با همکاری تشکل‌ها و مرکز پژوهش‌های مجلس آماده و جهت تصویب به صحن علنی تقدیم شود.

۶- حل مشکل قاچاق

راهکار: عزم جدی در مبارزه با قاچاق کالا در تمام اجزاء حاکمیت با توجه به آماده شدن طرح شناسه کالا و کد رهگیری

۷- کاهش هزینه تأمین مالی صنعت

راهکار: منطقی نمودن سود تسهیلات صنعتی توسط شبکه بانکی کشور و ارائه روش‌های نوین تأمین مالی، متأسفانه بسیاری از تولیدکنندگان لوازم خانگی دشواری و بالا بودن هزینه تأمین مالی از سوی بانک‌ها را نامساعدترین مولفه و مانع مهمی در تولید می‌دانند.

۸- افزایش (واقعی سازی) سقف اعتباری واحدهای تولیدی

راهکار: با توجه به افزایش هزینه‌های مترتب بر تولید، نرخ ارز و قیمت‌های مواد اولیه داخلی ضرورت دارد متناسب با افزایش میزان نیاز نقدینگی واحدها جهت تولید، ضمن تجدید ارزیابی دارایی واحدها سقف اعتباری آنها نیز افزایش یابد.

۹- ممانعت سازمان حفاظت محیط زیست با توسعه واحدهای تولیدی مستقر و فعال در شهرک‌های صنعتی تا شعاع ۱۲۰ کیلومتری توسعه و پویایی واحدهای صنعتی با وجود زیرساخت‌های موجود در شهرک‌های صنعتی لازمه دوام و بقای تولید در کشور است؛ این درحالیست که سازمان حفاظت محیط زیست، علیرغم نداشتن آلودگی واحدها و حتی درخواست جایگزینی نوع تولید با کالای پاک با بهانه‌های زیست محیطی مخالفت نموده و موضوع به ماده ۱۱ ارجاع داده میشود که این خود مانعی بزرگ بر سر راه جهش تولید است.

راهکار: توسعه واحدهای تولیدی در حال فعالیت منوط به عدم ایجاد آلودگی مورد موافقت قرار گیرد و هرگونه محدودیت، صرفاً برای واحدهای ایجاد عملیات گردند نه واحدهای پویای در حال فعالیت.

اعلان سال «جهش تولید» از طرف مقام معظم رهبری، نشانگر عزم جدی و توجه ویژه حاکمیت به مقوله تولید و توسعه پایدار صنعت و اقتصاد کشور است.

مستحضر هستید که جهش یعنی رشد شتابان و جهش تولید یعنی رشدی که متفاوت با شیب عادی و متعارف باشد، رشدی درخشان و خیره‌کننده؛ و با نگاهی واقع بینانه یعنی به حداکثر رساندن ظرفیت تولید و یا افزایش چند برابری محصولات مورد نیاز کشور

از آنجائیکه ضروری است همه مسئولان در حاکمیت، تشکل‌های صنعتی و دست اندرکاران اقتصادی کشور با همدلی و تلاش مضاعف جهت تحقق این هدف مقدس و ملی اقدام نمایند، انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان بزرگترین تشکل در صنعت لوازم خانگی و صنایع وابسته، که تولیدات آن به طور مستقیم با زندگی مردم عزیز کشورمان ارتباط دارد، بنابر وظیفه ملی خود، «جهش تولید» و الزامات تحقق آن را در قالب بیانیه‌ای در ۱۸ بند با ارائه راهکار، تنظیم نموده است.

لازم به ذکر است قابل اندازه گیری بودن الزامات مطرح شده از ضروریات نظارت مستمر و تحقق جهش تولید می‌باشد.

امید آن می‌رود که تا پایان سال جاری و در بازه زمانی منطقی، با اندازه گیری شاخص‌های تعیین شده، میزان توفیق و موانع بررسی و به طور عملیاتی از سوی ستون‌های اصلی حاکمیت (سه قوه مقننه، مجریه و قضائیه) و سایر نهادهای مرتبط چاراندیشی گردد.

۱- ضرورت هدایت نقدینگی کشور به سمت سرمایه گذاری‌های مولد

راهکار: افزایش سهم صنعت از تسهیلات بانک مرکزی از میانگین ۳۰٪ به ۵۰٪

۲- اولویت تخصیص ارز در بانک مرکزی ج.ا.ا.

راهکار: با توجه به تعمیق ساخت داخل در صنعت لوازم خانگی (۳۰٪ وارداتی + ۷۰٪ بومی سازی)، بانک مرکزی با اولویت بالا نسبت به تأمین ارز مورد نیاز این صنعت اقدام نماید.

۳- تسهیل دسترسی واحدهای صنعتی پایین دستی به مواد اولیه تولید داخل توسط صنایع بالادستی

راهکار: فروش اعتباری و مدت دار مواد اولیه همانند فولاد، مس، آلومینیوم و مواد پتروشیمی به صنایع پائین دستی

۴- آزادسازی قیمت محصولات و واگذاری آن به رقابت در بازار



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

سال چهارم تولید

۱۳۹۹

۱۰- تثبیت سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر مولفه‌های کسب و کار

راهکار: پرهیز از صدور بخشنامه‌های متعدد و گاهی متناقض که بستر فعالیت‌های صنعتی را غیرشفاف و برنامه‌ریزی را غیرممکن می‌کند.

۱۱- پرهیز از عملکرد جزیره‌ای دستگاه‌های دولتی و تشکیل نقطه کانون به منظور ایجاد وحدت رویه و هم‌افزا در راستای تحقق شعار جهش تولید

راهکار: تشکیل ستاد اجرایی جهش تولید متشکل از معاون اول رئیس‌جمهور، نماینده تام‌الاختیار قوه قضائیه، نماینده تام‌الاختیار مجلس شورای اسلامی، وزیر صمت، وزیر اقتصاد، وزیر کار، وزیر امور خارجه، رئیس صداوسیما، نمایندگان تشکلهای صنعتی، صنفی، اقتصادی و کارآفرینان، استادان مستقل دانشگاهی و صاحب‌نظران اقتصادی (۳/۲ اعضا از بخش خصوصی و ۳/۱ از بدنه حاکمیت) و رأی اکثریت لازم‌الاجرا باشد.

۱۲- ایجاد پیوند و برقراری ارتباط سیستماتیک با شبکه جهانی راهکار: داشتن عزم جدی برای رفع سریع موانع تحریم‌ها و ایجاد حسن روابط با کشورهای منطقه و دنیا مطابق با عزت و کرامت و منافع ملی کشور

۱۳- شفاف‌سازی و پرهیز از تغییرات پی‌درپی قیمت مواد اولیه داخلی با یکسان‌سازی نرخ ارز

راهکار: یکسان‌سازی نرخ ارز و توافق صنایع بالادستی به عنوان عرضه‌کننده مواد اولیه و صنایع پایین دستی به عنوان مصرف‌کننده آن برای یک بازه زمانی مشخص و منطقی که امکان برنامه‌ریزی تولید را برای واحدهای تولیدی فراهم نماید.

۱۴- رشد صادرات
جلوگیری از صادرات مواد خام و توجه به صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر به عنوان اصول محوری.

۱۵- رفع فشارهای مالیاتی
راهکار: توازن وصول مالیات در حوزه صنعت بمیزان سهم صنعت از تولید ناخالص داخلی

همسوسدن و باورمندی سازمان امور مالیاتی به مقوله تولید به عنوان موتور محرکه توسعه و پیشرفت کشور

۱۶- بهبود شاخص‌های اقتصادی
قطعا بدون تعیین اهداف روشن و کاهش رتبه و شاخص‌های

اقتصادی طی برنامه‌های کوتاه مدت سالیانه و بلند مدت (۵) ساله امکان رشد، توسعه و اشتغال مولد آرمان‌گرایانه خواهد بود.

لازم است شاخص‌های بین‌المللی ذیل مورد بررسی و بهبود قرار گیرند.

۱۶-۱- قانون بهبود فضای کسب و کار:

این قانون زمانی مفید است که سهم مهمی در افزایش کارایی و راندمان بنگاه‌های اقتصادی داشته باشد. که البته متأسفانه طبق گزارشات فقط ۲۰ درصد آن اجرایی شده است.

۱۶-۲- شاخص سهولت کسب و کار:

طبق گزارش جهانی بانک جهانی شاخص سهولت کسب و کار در سال ۲۰۲۰ ایران ۱۲۷ از ۱۹۰ کشور می‌باشد که بسیار نگران‌کننده است.

۱۶-۳- شاخص رقابت پذیری:

طبق گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۹ شاخص رقابت‌پذیری کشور ۹۹ از ۱۴۱ کشور بوده که سبب عدم امکان تولید کالا و رقابت در بازارهای داخلی و صادراتی می‌شود.

۱۶-۴- شاخص درک فساد:

بنا به گزارش سال ۲۰۱۹ سازمان شفافیت بین‌المللی شاخص درک فساد ایران رتبه ۱۴۶ از ۱۸۰ کشور دنیا گزارش شده است.

۱۷- کاهش نرخ تورم

راهکار: با نرخ تورم ۴۱٪ و ادامه این روند نمی‌توان شاهد رشد و توسعه اقتصادی بود الزامات و راهکارهای کاهش نرخ تورم بر مبنای فاکتورهای اقتصادی باید تعیین و هدایت شود.

۱۸- تعیین درصد رشد اقتصادی:

راهکار: تعیین میزان رشد اقتصادی و قرارداد آن به عنوان سند ملی و پایش مستمر اوضاع جهت رسیدن به هدف تعیین شده.

خاطر نشان می‌سازد: ما تولیدکنندگان و کارآفرینان حوزه صنعت و تولید لوازم خانگی کشور با عشق به مردم و رشد و توسعه کشور همه توان و امکانات مادی و معنوی خود را برای رشد شتابان تولید با کیفیت کالای ایرانی بکار گرفته و از هرگونه همکاری با ارکان حاکمیت برای تحقق اهداف و راهکارهای فوق دریغ ننموده و از تمام ارکان نظام خواستاریم در جهت تحقق این الزامات و هموار نمودن مسیر مقدس «تولید» که همانا خدمت صادقانه به مردم و نیازهای اساسی کشور است، گام مؤثر و شتابان بردارند.



عقب ماندگی اقتصادی حاصل عدم شفافیت

■ مریم پیامنش، سردبیر

رفتن درآمدسرانه عامل توسعه یافتگی در جهان امروز شده است و دیگر رشد جمعیت و منابع طبیعی به تنهایی، شاخصه تاثیرگذار در توسعه یافتگی کشورها نیست، لذا امروزه در کشورهایی همچون کشورمان ایران که تاکنون در جغرافیای اقتصادی جهان هویت شناخته شده ای را از آن خود نکرده است و مولفه ای به جز نفت خام آن هم در کش و قوس مسائل سیاسی تنها منبع درآمدی اش محسوب میشود، بحث عدم شفافیت در زنجیره تولید و صنعت ونوسانات شدید قیمتی از یک سو و دیگری بحث واسطه گری های متعدد رانتهی در سیستم و چرخه تولید و عرضه است. پنجم: متاسفانه عدم رشد و توسعه صنعت به هردلیلی، امکان فراهم آوری و تامین نیازهای مادی افراد جامعه را با مشکل مواجه میکند و نیروی کار شاغل که همانا بخش بزرگی از سرمایه اقتصادی به شمار میرود به جای فعالیت در بخش صنعت به سمت سهل ترین راه حل که همانا داد و ستدهای غیر شفاف در بازار آزاد برای تامین بخشی از هزینه های روزمره روآورده و توان نیروی انسانی کارآمد در بخش صنعت به سمت چرخه معیوب اقتصاد دلالی سوق داده میشود واین چیزی نیست جز خلق سیستم های نامتمرکز و از هم گسیخته در صنعت و به دنبال آن توسعه ناپایدار صنعتی و اقتصادی.

بنابراین تا زمانی که این پروسه غیرشفاف ادامه یابد، هرروز مشکلات بخش صنعت لاینحل باقی مانده و عقب ماندگی اقتصادی را در پیش خواهد داشت.

اول: امروزه دستیابی به توسعه پایدار صنعتی یکی از دستاوردهای مهم توسعه اقتصادی در کشورها به شمار میاید و این رابطه علاوه بر پیشینه تاریخی آن در جوامع صنعتی، مزیت های فراوانی در کسب سهم قدرت و نفوذ جوامع در جهان دارد. به این ترتیب که در اقتصادهای پیشرفته از اواسط قرن اخیر رابطه مستقیم میان توسعه صنایع و توسعه اقتصادی منجر به خیزش بزرگ این جوامع در جهان گردیده استف چرا که صنعت به دلیل داشتن سهم بالای خود در اشتغال پایدار و در پی آن درآمد سرانه بالا نسبت به سایر بخش های دیگر از مهمترین بخش های اقتصاد هر کشور محسوب میشود.

دوم: با نگاهی تامل برانگیز به بازار کشورهای توسعه یافته صنعتی میتوان چنین برداشت کرد که در شکل گیری چرخه اقتصادی، تقاضا نقش تعیین کننده ای دارد. هرچه تولید و صنعت به سمت وسوی تنوع و پیچیدگی و پیشرفت های فناوری پیش رود تبعاً تقاضا نیز متناسب با آن پیشرفت کرده و اینجاست که رقابت در حوزه توسعه صنعتی، تکنولوژی و زمان نقش پررنگ تری به خود میگیرد و گستره رقابت برای حضور در بازار جهانی به محرک قوی تری نیاز دارد و آن سرعت بخشی به تکامل فناوری های نوین خواهد بود.

سوم: نرخ تولید ناخالص ملی، نرخ ارزش افزوده بخش تولید و تولید مبتنی بر فناوری سه مولفه تاثیر گذار در توسعه اقتصادی کشورها به شمار میرود تا جائیکه بسیاری از اقتصادهای نوظهور بر پایه همین سه مولفه توانسته اند با سرعت چشمگیری بازار اقتصاد جهانی را به تسخیر درآورند.

چهارم: حال که در جهانی زندگی میکنیم که ما چه بخواهیم و چه نخواهیم توسعه صنعت با تمام مولفه هایش، منجر به توسعه اقتصادی میشود و افزایش سهم صنعت و تولید به دلایل بسیار پراهمیت از جمله افزایش جمعیت شاغل، رشد ارزش افزوده و بالا





در نشست تولیدکنندگان لوازم خانگی با سرپرست وزارت صمت مطرح شد:

تأمین به موقع ارز، مواد اولیه، موضوع قاچاق و معضل قیمت‌گذاری مهم‌ترین دغدغه تولیدکنندگان لوازم خانگی

سرپرست وزارت صمت به نگرارش در آمد.

تشکیل ستاد اجرائی جهش تولید در سطح وزارتخانه یا بالاتر ضروری است

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای این جلسه «علیرضا محمدی دانیالی» رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی با اشاره به همکاری صنعتگران بخش خصوصی و بدنه دولت می‌توان جهش تولید را که آن گونه که مد نظر مقام معظم رهبری است محقق کرد، گفت: نباید با برنامه‌ریزی نامشخص خدای نکرده رونق تولید به کاهش تولید تبدیل شود و جهش تولید روند نزولی و منفی به خود بگیرد.

راهکار تحقق جهش تولید این است که با شاخص‌های مشخص و معیارهای قابل اندازه‌گیری سیاست جهش تولید را اجرائی کنیم تا بتوانیم در بازه زمانی مشخص عملکرد خود را در راستای تحقق جهش تولید؛ ارزیابی و بررسی کنیم.

در حال حاضر صنعت لوازم خانگی با ظرفیت ۶۰ درصدی به تولید محصول اشتغال دارد و ۴۰ درصد این ظرفیت خالی است

طبقه دهم ساختمان سمیه میزبان نمایندگان سربازان خط مقدم جبهه اقتصادی کشور بود، آنهایی که سرمایه‌های جانی، مالی، معنوی و انسانی خود را در طبق اخلاص گذاشته‌اند تا از یک سو جمعیتی عظیم از مردم کشور از سر سفره تولید نانی برای خانواده برده و گذران زندگی کنند و جوانان متخصص و تحصیلکرده به جای نشستن پشت فرمان اسنپ، چرخ‌های صنعت را به حرکت وادارند و از سوی دیگر افتخار تولید و صنعت را در بازارهای رقابتی دنیا به رخ جهانیان بکشند. به راستی اینها چه کرده‌اند که هر چه گام هایشان سریع‌تر و رو به جلوتر می‌رود، سنگ‌های جلو پایشان سخت‌تر و بزرگ‌تر می‌شوند. همگان می‌دانند که این سربازان خط مقدم تولید در چه شرایط سخت و طاقت فرسایی از جنگ و تحریم گرفته تا ویروس و بیماری چگونه برپا ایستاده‌اند و برای ماندن، جهش و توسعه صنعت هرروز تلاش مضاعف می‌کنند. مهندس هاشمی دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در ابتدای این جلسه به بیان توانمندی‌های انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان بزرگترین تشکل لوازم خانگی پرداختند و مشکلات مطرح شده از سوی ایشان تک تک توسط



به درستی اجرائی نشده است و ۸۰ درصد آن معوق مانده است. ما براین باوریم طرح مجدد این قانون در هیئت وزیران و اجرا و سنجش آن با معیارهای دقیق در ظرف زمانی مشخص در هیئت دولت با همکاری وزارتخانه‌ها لازم است زیرا تنها با اجرای قوانین و برنامه‌ریزی عملیاتی می‌توانیم به سوی بهبود جریان تولید، گام برداریم.

تحریم‌های داخلی مصائبی بیشتری بر صنعت داخلی کشور وارد کرده است

علیرضا عراقی عضو هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و مدیر عامل شرکت تکبان کنترل انرژی گفت: تحریم‌های داخلی مصائبی بیشتری بر صنعت داخلی کشور وارد کرده است، همه می‌دانیم صنعتگران و تولیدکنندگان سربازان جنگ اقتصادی هستند که امروز در این جلسه گرد هم آمده‌اند؛ بی‌سلاح و مهمات در جهت بالندگی اقتصادی کشور می‌جنگند و برای آسایش و راحتی خود سرمایه را از کشور خارج نمی‌کنند و شجاعانه در خط مقدم تولید ایستاده‌اند.

امروز ضرورت نقشه اقتصاد و تقویت صنایع که به توسعه اقتصادی ختم شده و کشور را از بحران حفظ می‌کند را نباید از یاد ببریم، گفت: اگر نقشه اقتصادی روشنی داشته باشیم با آگاهی از نیازهای آینده و بهره‌گیری از نقشه دقیق می‌توانیم برای پروژه‌های توسعه‌ای برنامه‌ریزی کنیم و موانع را از میان برداریم. موانع تولید در کشور کم نیست، در نامه‌ای که خدمت

و اگر بتوان چنین برآورد کرد که در بازه زمانی مشخص این ۶۰ درصد به ۷۰ درصد مبدل شده است؛ می‌توانیم بگوییم در جهت تدوین برنامه عملیاتی گام برداشتیم.

تشکیل ستاد اجرائی جهش تولید در سطح وزارتخانه یا بالاتر با محوریت تشکلهای و انجمن‌های بخش خصوصی ضروری به نظر می‌رسد؛ در غیراین صورت جهش تولید عملیاتی نخواهد شد. برداشته شدن تحریم‌ها، توجه به شاخصه‌هایی مثل رشد اقتصادی، نرخ تورم و یکسان‌سازی نرخ از الزامات جهش تولید هستند و اگر خدای نخواست به این ضروریات توجه نشود، تولیدکنندگان صنعت لوازم خانگی تا پایان تابستان امسال در تأمین مواد اولیه با مشکل رو به رو شده و خطوط تولید متوقف خواهد شد.

همچنین قانون سهولت کسب و کار علی‌رغم تصویب در مجلس

نکات مهم اشاره شده در صحبت‌های سرپرست وزارت صمت

وزارت صنعت، معدن و تجارت است؛ به نحوی که صنایع پایین‌دستی بتوانند با کمترین مشکل، مواد اولیه مورد نیاز خود را از صنایع بالادستی تأمین نمایند.

■ مأموریت ویژه معاونت امور صنایع وزارت صمت برای بازنگری در سهمیه‌های بهین‌یاب برخی از رسته‌های تولیدی و صنایع منتخب، باید به صورت مستقیم مواد اولیه خود را از کارخانجات خریداری نمایند و به موقع، به مواد اولیه دسترسی داشته باشند؛ این در شرایطی است که تولید کشور، امروز باید مواد اولیه خود را از مسیرهای ویژه و بدون معطلی دریافت کرده تا بتواند چرخ تولید را در حرکت نگاه دارد.

■ رایزنی‌هایی با بانک مرکزی جهت تسهیل در رفع تعهد ارزی تولیدکنندگان ارزآور صورت گرفته و امروز بازگشت ارز حاصل از صادرات از سوی تمامی بخش‌ها، یک اصل است و همه باید نسبت به آن اهتمام ویژه داشته باشند؛ اما برای بازگشت ارز حاصل از صادرات و رفع تعهد ارزی، باید تفاوت‌های جدی

■ برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت برای تأمین به موقع ارز مورد نیاز کارخانجات برای واردات مواد اولیه جدی است. ■ بر اساس فرمایشات مقام معظم رهبری، راه نجات کشور جهش تولید و توسعه صادرات است وزارت صنعت، معدن و تجارت ۴ راهبرد اصلی «جهش تولید»، «تقویت و تعمیق ساخت داخل»، «توسعه صادرات و کنترل واردات» و نیز «مدیریت و تنظیم بازار» را سرلوحه کار خود قرار داده است.

■ لوازم خانگی از جمله صناعی است که می‌تواند با تکمیل ظرفیت‌های خالی کارخانجات خود، شرایط جهش تولید را فراهم سازد؛ ضمن اینکه صادرات می‌تواند پشتیبان فعال شدن ظرفیت خالی واحدهای تولیدی به لحاظ فروش و بازار شود.

■ اولین رکن در تحقق جهش تولید، راه اندازی ظرفیت باقیمانده و راکد کارخانه‌ها و تأمین مواد اولیه مورد نیاز کارخانجات از محل تولیدات داخلی و منابع خارجی است که بر اساس تدابیر صورت گرفته، تأمین مواد اولیه از محل تولید داخلی یکی از اولویتهای



راه توزیع کالای قاچاق در بازار سد شود

داوود فراهانی عضو هیئت مدیره انجمن و مدیر عامل شرکت جهان کریستال گفت: جنگ امروز، جنگ اقتصادی است، دشمن هدف گذاری خود را بر اقتصاد اشتغال زا متمرکز کرده است و کار آفرینان که برای آحاد مردم اشتغال زایی می کنند، در میانه این جنگ قرار گرفته اند. بنابراین در این جنگ دولت و بخش خصوصی باید در کنار هم بایستند.

در بحث کالای قاچاق سه موضوع اصلی وجود دارد. ورود کالای قاچاق از مبادی ورودی کشور، انتقال از مبادی ورودی به بازار و توزیع در بازار، همواره وجود داشته است. اگر در راه کنترل ورود کالای قاچاق به کشور دشواری های بیشتری وجود دارد؛ حداقل می توانیم توزیع کالای قاچاق در بازار ناامن کنیم و اجازه ندهیم کانتینرهای اجناس قاچاق به راحتی در بازار توزیع شوند.

مقام معظم رهبری تقدیم کردیم به ده ابر تحریم داخلی اشاره کردیم که مصائب سنگینی را بر کشور و تولیدکنندگان وارد کرده است؛ بنابراین تقاضا داریم در شرایط کنونی که وزارت صنعت مسئولیت مهمی بر دوش دارد در کنار بخش خصوصی ایستاده و با همکاری دوجانبه، گره از مشکلات بکشاییم.

لزام انسجام و هماهنگی اهداف تولید و بدنه دولت

قاسم مصطفوی عضو هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و مدیرعامل گروه صنعتی بوتان گفت: هماهنگی در بخش های مختلف وزارت صمت و توجه به شرایط تولیدکنندگان ضروریست برخی دستورالعمل ها منطبق بر شرایط روز نوشته نمی شوند؛ مثلاً گاهی می بینیم شرکتی با صد درصد ظرفیت در حال تولید است اما سی درصد ظرفیت تولید ورق فولادی دریافت می کند زیرا دستور العمل منطبق بر میانگین میزان مصرف ورق در سال ۹۵ و ۹۶ تدوین شده است و با شرایط فعلی ظرفیت تولید و مصرف شرکت بسیار متفاوت است که متأسفانه از این دست مشکلات زیاد است. در حالی که بسیاری انتظار دارند؛ تولیدکنندگان ظرفیت تولید را افزایش دهند، موضوع قیمت گذاری اجناس به سازمان حمایت از تولیدکنندگان و مصرف کنندگان مرتبط می شود و گاهی می بینیم شرایط تولیدکنندگان بزرگ درک نمی شود در شرایطی که تولیدکنندگان بزرگ با افزایش هزینه رو به رو هستند؛ تولیدکنندگان کوچک به راحتی قیمت های خود را افزایش می دهند.

شده و هدف گذاری های کمی نسبت به داخلی سازی قطعات مورد نیاز صنایع منتخب و ارزآور کشور صورت گیرد تا بتوان میزان رسیدن به هدف را گام به گام پایش کرد.

■ اداره کل مقررات صادرات و واردات و معاونت امور صنایع را مأمور شوند تا در قالب برگزاری جلسات مشترک با گمرک جمهوری اسلامی ایران، مشکلات پیش روی وارات و ترخیص تأمین مواد اولیه و قطعات مورد نیاز تولید را بررسی و از میان بردارد.

■ شهرک های صنعتی نیز زون های ساخت داخلی طراحی و راه اندازی خواهند کرد تا بتوان علاوه بر نمایش دستاوردهای ساخت داخلی در قطعات مورد نیاز صنایع داخلی، نیازهای صنایع مختلف را نیز استخراج کرده و تولیدکننده و سازنده را با هم هماهنگ نماید.

■ امروز به دلیل افزایش قیمت ارز، قاچاق توجیه اقتصادی ندارد و به همین دلیل تولیدکنندگان مأموریت دارند تا با افزایش سطح توان رقابتی خود، زمینه رقابت با کالاهای قاچاق را فراهم کنند؛ اما در این حوزه کیفیت و افزایش قدرت رقابتی حرف اول را می زند.

■ وزارت صنعت، معدن و تجارت خانه تولیدکنندگان است و باید مسائل و مشکلات پیش روی آنها را حل و فصل نماید.

برای تولیدکنندگانی که سرمایه های خود را از جنس کارخانه و ماشین آلات کرده اند، در تسهیل رفع تعهد ارزی قائل شد و مسیرها را برای آنها هموار کرد.

■ مسیر اصلی تأمین ارز مورد نیاز واردات مواد اولیه برای تولیدکنندگان کشور، از منابع ارزی حاصل از صادرات محصولات معدنی و سایر بخش های صادراتی ارزآور، تعریف شده و به موازات آن، سایر روش های تأمین ارز نیز از طریق بانک مرکزی در حال پیگیری است؛ اما سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران قول داده تا ارز مورد نیاز واردات مواد اولیه صنایعی همچون لاستیک، لوازم خانگی و خودرو را تقبل کند؛ ضمن اینکه سازمان توسعه تجارت ایران نیز به موازات، هماهنگی های لازم برای اختصاص ارز حاصل از صادرات پسته، زعفران، خشکبار، کیف و کفش و شیرینی و شکلات به تأمین مواد اولیه صورت خواهد داد.

■ واردات مواد اولیه کارخانجات تولیدی، کالاهای اساسی و قطعات مورد نیاز تولید که در داخل ساخته نمی شود نیز، مورد حمایت جدی وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار دارد.

■ جهش تولید، نیازمند تعمیق و توسعه ساخت داخلی است. به همین دلیل باید میزهای ساخت داخل به صورت مرتب برگزار



فرایند ثبت سفارش و تخصیص ارز اصلاح شود

محمدرضا دبیانی مدیر عامل اسنوا گفت: تشریفات گمرکی واحدهای تولیدی را تحت فشار قرار داده است و گاهی برخی تولیدکنندگان برای یک قطعه کوچک باید منتظر ثبت سفارش و تخصیص ارز بمانند و در این شرایط قطعات مورد نیاز واحدهای تولیدی بزرگ در گمرگ مانده‌اند. بنابراین اگر بخواهیم ظرفیت تولید را افزایش بدهیم، باید فرایند تخصیص ارز توسط بانک مرکزی اصلاح شود.

تکلیف نرخ ارز را مشخص کنید

ابوالقاسم شانه ساز دبیر انجمن لوازم خانگی لوازم خانگی کوچک گفت: تکلیف نرخ ارز هنوز روشن نیست و این مسئله در چند ماه آینده ما را با مشکل رو به رو می‌کند. توزیع محصولات ال جی و سامسونگ در بازار ادامه دارد.

مشکلات خروج دو برند کره‌ای و گسترش قاچاق

محمدرضا شهیدی، دبیر انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم صوتی و تصویری گفت: خروج دو برند کره‌ای از بازار و تأثیر آن بر شرایط عرضه کالا مشکلاتی را به وجود آورده است. تلویزیون یکی از کالاهایی است که در نوک حمله قاچاق قرار دارد در شرایط عادی به دلیل حقوق و عوارض گمرکی و هزینه‌های تولید؛ ما سی درصد از کالای قاچاق عقب هستیم اما خروج ال جی و سامسونگ نیز مشکل تازه‌ای است زیرا با توجه به اینکه کره‌ای‌ها نمی‌خواهند بازاری را که چندین میلیارد دلار برای آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند را از دست بدهند، بنابر این در کشورهای همسایه مستقر شده و با سی درصد زیر قیمت بازار اجناس خود را عرضه می‌کنند. ما این موضوع را با ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در میان گذاشتیم که امیدواریم هر چه سریعتر به این مسئله رسیدگی شود.

بحث شناسه کالا و کد رهگیر را به جدیت دنبال می‌کنیم

کیوان گردان مدیر کل دفتر صنایع برق، فلزی و لوازم خانگی وزارت صمت گفت: قاچاق لوازم خانگی متأسفانه بر اساس اعلام وزارت اطلاعات در صدر قرار دارد و ما امسال حتماً یکی از برنامه اساسی که باید به جدیت بر روی آن کار کنیم، بحث شناسه کالا و کد رهگیری است. - دفتر ما عملکرد موفقی هم در قالب همکاری با ستاد مبارزه با قاچاق کالا و وزارت اطلاعات در خصوص تلفن همراه داشته است. در حال حاضر موبایل و خودرو تنها کالاهایی هستند که دیگر به هیچ عنوان امکان قاچاق کالا وجود ندارد که دلیل آن هم به دلیل کد IME در تلفن‌های همراه است که البته ما امسال این موضوع را به کل دستگاه‌های سیم کارت خور تعمیم داده‌ایم و همه دستگاه‌های سیم کارت خور اعم از دستگاه‌های پوز، تبلت و... که سیم کارت می‌خورند، مشمول این

موضوع شده و انشالله جلوی قاچاق آنها را نیز می‌گیریم.

موضوع دیگر در رابطه با سامانه گارانتی است. مردم مشکل دارند کالایی را می‌خرند کارت ضمانت قلابی به آنها داده می‌شود و فردا هم هیچکس جوابگو نیست و در این موضوع مصرف کننده دچار ضرر و زیان می‌شود. دکتر تابش جلسه‌ای برای این موضوع گذاشتند که ما حتماً آن را دنبال می‌کنیم. در رابطه با گمرکات و پلیس امنیت با تدبیر دکتر صادقی در جلسه‌ای که با گمرک داشتیم این تفاهم مشترک به تمام گمرکات ابلاغ شده امروز پلیس امنیت نمی‌تواند مخل این موضوع شود. در این زمینه یکی از نکاتی که داریم در زمینه استفاده از بند چ ماده ۳۸ است. یک اصلاح آیین نامه‌ای داریم که خوشبختانه چون قانون، اجازه‌اش را در اختیار وزیر صنعت، معدن و تجارت قرار داده است می‌خواهیم در آن اصلاحاتی انجام دهیم که خلأهای موجود را حل کنیم.

موضوع عمق کالاهای ساخت داخل را به صورت جدی دنبال خواهیم کرد. یکی از نکات مهم در لوازم خانگی این است که این هزار و ۵۵۰ قلم که ممنوعیت واردات داریم فعلاً و ممکن است تا ۲ هزار قلم هم برسد، در حال حاضر نزدیک ۵۰ درصد آنها در حوزه پوشاک است ولی لوازم خانگی عمده کالاها دارای ممنوعیت است که این خود یک فرصت برای تولیدکنندگان داخلی محسوب می‌شود که انشالله بتوانند از این فرصت استفاده کنند.

در رابطه با مناطق آزاد از جمله پیام که خیلی هم نزدیک به تهران قرار دارد موضوعی جدی است و باید در دستور کار قرار بگیرد. خط اعتباری یک میلیارد دلاری را اگر بانک مرکزی ایجاد کند، بخش عمده مشکلات برطرف می‌شود. بانک مرکزی در سنوات گذشته برای لوازم خانگی اولویت گذاشته است و دیگر دوستان را مثل همه کالاها معطل نکرده است.

گفتنی است در این جلسه مدیران بخش‌های تأثیرگذار در تولید از جمله مدیرعامل ایمیدرو، مدیران بخش‌های قطعه‌سازی نیز به موضوعاتی اشاره کردند و قرار شد ارتباطات با تولیدکنندگان و بهم رساندن این دو بخش به شکل قابل ملاحظه‌ای با محوریت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و جناب مهندس هاشمی و با همکاری معاونت امور صنایع وزارت صمت شکل گیرد.



کاهش تصدی گری دولت در بخش خصوصی و تولید اساس برون رفت از مشکلات

امنیت اقتصادی نداشته باشد؛ نمی تواند به فعالیت های اقتصادی خود ادامه دهد و به وظیفه ملی و اجتماعی خود عمل کند. وی افزود: ورود مستقیم تعزیرات و سازمان حمایت در فرایند قیمت گذاری نه تنها کمک نیست بلکه مشکل تازه ای در مسیر تولیدکنندگان ایجاد می کند، این سبک ورود دولت با قوانین علم اقتصاد و قوانین عرضه و تقاضا همخوانی ندارد.

مهندس دانیالی ضمن تأکید بر اینکه حفظ اشتغال، مهم ترین وظیفه صنعتگران در شرایط فعلی است، گفت: اگر بپذیریم صنعت لوازم خانگی ۶۰۰ کارخانه در کشور دارد و یک میلیون سید هزار اشتغال مستقیم و غیر مستقیم در این صنعت بزرگ ملی فعال هستند؛ به اهمیت این صنعت بیشتر پی می بریم. بیکاری فعالان این قشر عواقب گسترده اجتماعی و اقتصادی دارد که همه به آن واقف هستیم، بنابراین اگر این مشکل حل نشود، مشکلات گسترده اقتصادی دیگر از راه می رسند.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به اینکه برنامه وزارتخانه این است که صنعت لوازم خانگی ۳۴ درصد رشد داشته باشد گفت: به طور میانگین برای تأمین ۱۲ میلیون دستگاه نیاز سالانه لوازم خانگی از خارج نیاز به تأمین ۹ میلیارد دلار ارز می باشد. در حالیکه با تزریق ۱/۲ میلیارد دلار ارز توسط بانک مرکزی می توان این میزان کالا را با کیفیت مطلوب در داخل تولید و با حفظ اشتغال مولد برای توسعه صنعت و توسعه ملی نیز اقدام نمود. وی خاطر نشان کرد: چنانچه تداوم تأمین ارز را انجام نگیرد؛ سیکل تولید متوقف می شود و این به معنای شکست تولید در دراز مدت است.

بابر تحریم های داخلی در داخل کویر سوزان یخ تولید می کنیم

مهندس علیرضا عراقی نایب رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت تکبان کنترل انرژی با انتقاد از سیاست های حاکم بر تولید کشور گفت: متأسفانه کشتی اقتصادی کشور در دریای موج سرگردان است و هر روز با تحریم های داخلی و خارجی مواجه می شویم؛ حداقل انتظار ما این است که دولت اگر مشکل ما را حل نمی کند برای ما مشکل آفرینی نکند. وضعیت ابر تحریم های

در آستانه روز ملی صنعت و معدن نشست طرح بیان دغدغه های تولیدکنندگان صنعت لوازم خانگی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با حضور عزت الله اکبری تالار پشتی رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، دبیر کل و اعضاء هیئت مدیره در روز یکشنبه ۸ تیرماه در محل انجمن برگزار شد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران؛ در این جلسه رئیس و اعضاء هیئت مدیره آقایان؛ دانیالی، فتاحی، عراقی، رضوانی، مصطفوی و دبیر کل انجمن عباس هاشمی حضور داشتند و به بیان مسائل و مشکلات صنعت کشور نظیر نوسانات قیمت ارز، فرایند قیمت گذاری، معضل جولان کالای قاچاق، کاهش صادرات و روند تخصیص ارز توسط بانک مرکزی، پرداختند و راهکارهای لازم توسط حاضران پیشنهاد و به بحث گذاشته شد. محصل گفتمان یک ساعته دبیر کل انجمن و اعضاء هیئت مدیره با رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی را در ذیل می خوانید.

براساس قوانین علم اقتصاد تصمیم بگیریم نه بگیر و ببند تعزیرات

در ابتدای این جلسه مهندس علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیئت مدیره انجمن لوازم خانگی با اشاره به اینکه شاخصه های اقتصادی ایران فرایند خوبی را طی نمی کند، اظهار داشت: رشد اقتصادی منفی پوئن منفی برای تولید محسوب می شود و با توجه به افزایش نرخ تورم قدرت خرید مردم جامعه روز به روز کاهش پیدا می کند. در شرایطی که مقام معظم رهبری امسال را سال جهش تولید معرفی کرده اند، نیازمند برنامه عملیاتی هستیم تا با شاخصه های مشخص رشد و پیشرفت اقتصادی را طی کنیم. در غیر این صورت خدای ناکخواسته در پایان سال در می یابیم که نه تنها پیشرفتی نداشتیم بلکه به سوی رشد اقتصاد منفی شتاب کرده ایم که این کارنامه، شایسته کشور و تولیدکنندگان نیست. دانیالی ضمن تأکید بر همکاری و همفکری متقابل خانواده صنعتی کشور و مسئولان گفت: با بگیر و ببند، مشکلات اقتصادی حل نمی شود، همه باید بپذیریم که اقتصاد علمی است که قوانین عرضه و تقاضا بر آن حاکم است و کار آفرین و صنعتگر اگر احساس

محیط زیست به ماده ۱۱ ارجاع می‌شود حتی درخواست جاگزینی نوع تولیدمحصولات مشابه با کالای پاک در این در این سیکل مجاز شمرده نمی‌شود که این موضوع از پویایی واحدهای صنعتی جلوگیری می‌کند. امیدواریم با همکاری مجلس و نهادهای مسئول این موضوع هر چه سریع‌تر حل و فصل شود.

وی افزود: موضوع بعدی که بیشتر از هر چیزی به آن نیاز داریم تصویب قوانین صنعتی مناسب و کار آمد در مجلس شورای اسلامی است، اگر قوانین با همکاری انجمن‌ها و مرکز پژوهش‌های مجلس تصویب شود، مسلماً بهتر پاسخگوی نیاز صنعتی جامعه کشور خواهد بود.

هاشمی تأکید کرد: فشارهای مالیاتی باید به میزان سهم صنعت از تولید ناخالص داخلی باشد و نباید خارج از توان صنعتگران موضوعی را به آنان تحمیل کرد. وی موضوع بعدی را افزایش سهم صنعت از شبکه بانکی کشور برشمرد و گفت: امروز تنها ۳۰ درصد میزان تسهیلات شبکه از سهم بانکی کشور به صنعت تعلق می‌گیرد. اگر اعتقاد داریم که موتور محرک کشور باید به سمت سرمایه‌گذاری مولد حرکت کند؛ این سهم باید حداقل به ۴۵ درصد برسد.

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گفت: مسئله بعدی نحوه ارائه مواد اولیه در بورس است؛ قیمت مواد اولیه داخلی در بورس مانند ورق فولاد، مقاطع فلزی و مسی، مواد آلومینیومی، مواد پتروشیمی و فلزات رنگی با قیمت جهانی I.M.E محاسبه و عرضه می‌شود و این عرضه مواد اولیه در بورس برای تولیدکنندگان مزیت به شمار نمی‌آید. متأسفانه در این شرایط عرضه مواد اولیه توسط برخی شرکت‌ها به شکل قطره چکانی و مهندسی شده از مجرای مبهم عرضه می‌شود و چون نظارتی بر عرضه در بورس وجود ندارد، تولیدکنندگان در نهایت مجبور می‌شوند، نیاز خود را از بازار آزاد تأمین کنند.

توقف صادرات به دلیل عدم ثبات ارز

قاسم مصطفوی عضو هیئت مدیره انجمن و مجموعه بوتان با اشاره بحث ثبات در تولید اظهار داشت: متأسفانه در چهار سال اخیر چهار وزیر در وزارت صمت روی کار آمده است. تغییرات مدیریتی در نهادهای مسئول؛ عدم شفافیت در قانون و برخوردهای سلیقه‌ای با واحدهای تولیدی ما را خسته کرده است.

وی افزود: قیمت فولاد بالای ۸۰ درصد رشد داشته است هم اکنون در بازار آزاد قیمت فولاد ۱۸ هزار تومان است درحالیکه فولاد به ما داده نمی‌شود در بازار آزاد به وفور وجود دارد این درحالی است که اگر بخواهیم از فولاد مبارکه خرید کنیم، باید سه ماه جلوتر هزینه آن را پرداخت کنیم. در نظر بگیرید اگر بخواهیم همین فولاد را از خارج از کشور وارد کنیم، قیمت برای ما ۱۱ هزار تومان تمام می‌شود. پس ممنوعیت واردات عملاً کمکی به تولیدکنندگان نکرده است. وی با اشاره به مشکلات صادرات گفت: به دلیل عدم ثبات ارزی صادرات متوقف شده است وزارت صمت به ما تکلیف



داخلی برای ما تولیدکنندگان این است به مانند تولید یخ در کویر است درحالی که رقبای ما در قطب شمال به تولید یخ مشغول هستند، حال با این وضعیت چگونه می‌توان سهمی عمده از بازار به دست آورد؟

وی با ابراز تأسف گفت: خرید مواد مخدر از خرید مواد اولیه تولید آسان‌تر است زیرا ما باید هر روز برای تهیه مواد اولیه بجنگیم. عراقی ضمن تأکید بر اینکه صنعتگران دغدغه‌ای جز تولید ندارند، خاطر نشان کرد: تولیدکنندگان همواره در راه اشتغالزایی حرکت می‌کنند و حتی از سود شخصی خود در راه تولید و اشتغالزایی استفاده می‌کنند. عراقی خاطر تأکید کرد: فعالان عرصه تولید در حقیقت سربازانی هستند که با مال و جان خود برای اقتصاد کشور می‌جنگند. جولان ۲۷ میلیارد دلار کالای قاچاق در بازار درد کمی نیست و ما انتظار داریم مجلس شورای اسلامی بنا بر وظیفه ذاتی خود با فساد اقتصادی مبارزه کند، اگر این مشکلات رفع نشود، نسل آینده به تولید و صنعت علاقه‌ای نشان نمی‌دهد.

لزام تدوین قوانین صنعتی با همکاری انجمن و مرکز پژوهش‌های مجلس

مهندس عباس هاشمی دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به ضرورت توسعه واحدهای صنعتی در کشور اظهار داشت: یکی از معضلاتی که در استان تهران وجود دارد بحث توسعه واحدهای تولیدی مستقر در شهرک‌های صنعتی حومه پایتخت است. هم اکنون توسعه واحدهای تولیدی مستقر در شهرک‌های صنعتی به دلیل بهانه‌های زیست محیطی متوقف شده است و معمولاً درخواست توسعه واحد صنعتی از سوی سازمان حفاظت



صنعت لوازم خانگی به اشتغال هزاران نفر کمک کرده است

عزت‌الله اکبری تالاری پشتی رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی پس از استماع مشکلات تولیدکنندگان صنعت لوازم خانگی رئیس، هیئت مدیره و دبیر کل انجمن اشاره اینکه باید ساز و کاری ایجاد کرد تا مشتریان داخلی بتوانند به راحتی کالای ایرانی را بخرند. بیان داشت: صنعت لوازم خانگی بخش مهمی از صنعت ملی است که با داشتن بیش از ۶۰۰ واحد تولیدی در سراسر کشور به اشتغال مستقیم و غیرمستقیم بیش از هزار نفر کمک کرده است. رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ادامه داد: از دولت تقاضا داریم که به مشکلات تولیدکنندگان رسیدگی کنند و همه دست به دست دهیم مشکلات را برطرف کنیم. تالاری پشتی گفت: باور دارم با توان تولیدکنندگان می‌توانیم موانع را از سر راه برداریم و این توان بالقوه در کشور تبدیل به توانمندی بالفعل شود. به گفته این مقام مسئول باید بتوان محصولات داخلی را ارتقا و جایگزین محصولات خارجی کرد.

وی افزود: باید منشأ نظر در ارتقا محصولات فعالیت تولیدکنندگان باشد، باید ساز و کاری ایجاد کرد تا مشتریان داخلی بتوانند به راحتی کالای ایرانی را بخرند در این راستا بازرسی از انبارها و برخورد با احتکار کالا لوازم خانگی پر مصرف با نرخ اقتصادی در اختیار اقشار هدف قرار می‌گیرد.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با تأکید بر اینکه همه ما چه در مجلس و چه در دولت بایستی مدافع و حامی تولیدکنندگان باشیم، افزود: دولت بایستی از تولیدکنندگان حمایت کند تا بتوانیم به محصولات با کیفیت برسیم. وی با اعلام اینکه در سال جهش تولید برنامه وزارت صمت بر افزایش ۳۴ درصد تولید نسبت به سال گذشته شکل گرفته است، بیان کرد: باید به فکر تولیدکننده بود و تسهیلاتی برای آنها در نظر گرفت. برای کاهش قاچاق باید فکر ارتقاء کیفیت تولید داخل باشیم که این کار با دلگرم شدن تولیدکننده انجام می‌شود. تالاری پشتی گفت: باید بتوانیم نیاز بازار داخلی را تأمین کنیم و نگاهی جدی‌تر به توسعه بازارهای صادراتی داشته باشیم. عزم صنعتگران نیز برای کمک به تحقق اهداف عالی باید بیش از گذشته جزم شود و برنامه‌های اجرایی در واحدهای تولیدی را اجرا کند.

کرده است، سی درصد درصد مقیاس تولید را بالا ببریم اما وقتی تعامل اقتصادی با کشورها نداریم؛ موضوع تعرفه ترجیحی با نرخ سی درصد برای کشورها توجیه اقتصادی ندارد و در نتیجه تولید و صادرات ما به کشورهای گوناگون کاهش داشته است.

عضو هیئت مدیره بوتان تأکید کرد: با این شرایط گاهی می‌بینیم سازمان حمایت در فرایند قیمت گذاری‌ها با لحن دستوری اعمال قدرت می‌کند که این نگاه‌ها باید اصلاح شود.

باتولیدکنندگان شفاف برخورد کنیم

سعید رضوانی عضو هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت نیکسان صنعت ساوه با اشاره به اینکه در حال حاضر تقاضای خوبی برای صنعت لوازم خانگی وجود دارد اظهار داشت: تقاضای خوبی برای محصولات ایرانی وجود دارد و ما باید میزان تولیدات خود را افزایش دهیم برای تأمین جهش تولید نیازمند تأمین مواد اولیه هستیم و به دلیل عدم تأمین منابع ارزی تنها با ۶۰ درصد ظرفیت در حال تولید هستیم. متأسفانه ثبت سفارش‌های ما کد تخصیص ارز نگرفته‌اند. ما فکر می‌کنیم حتی اگر ارزی برای تخصیص نداریم با تولیدکنندگان شفاف باشیم تا تولیدکنندگان بتوانند برای آینده برنامه‌ریزی کرده و چاره اندیشی کنند.

انتظار واحدهای صنعتی در خصوص بهبود فرایند تخصیص ارز توسط بانک مرکزی

سلطان حسین فتاحی مدیر عامل مجموعه صنعتی امرسان با تأکید بر گفت و گوی‌های دو جانبه با مسئولان و تأمین کنندگان مواد اولیه اظهار داشت: در سال ۹۷ در وزارت صمت کمیته‌هایی تشکیل شد که به مستقیم چهره به چهره با مسئولان فولاد، پتروشیمی و گمرک گفت و گو کردیم، این راهکار مناسب بود تا دغدغه‌های تولیدکنندگان با نهادهای ذی ربط به شکل رو در رو مطرح شود. وی با ارائه راهکاری برای حل مشکل ارزی گفت: میزان آمار تولید در سامانه بهین یاب وجود دارد فکر می‌کنم اگر میزان تولید واحدهای صنعتی در نظر گرفته شود و مبنای رشد ۳۴ درصدی صنعت لوازم خانگی که وزارت صمت بر آن تأکید کرده است را در نظر بگیریم، فرایند تخصیص ارز بانک مرکزی بهبود پیدا کند.



در نشست اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با معاون امور صنایع وزارت صمت برای رفع موانع تولید مطرح شد:

بلا تکلیفی و عدم امکان برنامه ریزی بزرگترین مشکل تولید کنندگان

اولیه کارخانجات در سه ماهه آخر سال قبل بوده و اگر حرکتی انجام نشود، قطعاً در ۶ ماهه دوم سال شیب تولید به سمت کاهش می‌رود.

سه مرتبه جهش بزرگ ارزی کمر تولید را شکسته است

در ادامه این جلسه مهندس رضوانی با اشاره به اینکه وضعیت اقتصادی کنونی و سرمایه در گردش واحدهای تولیدی چنین ایجاب نمی‌کند که ما تولید کنندگان مواد اولیه یکسال خود را خریداری و در کارخانه نگاه داریم از سوی دیگر از سال گذشته تاکنون با سه مرتبه جهش بزرگ ارز مواجه شده‌ایم که این کمر تولید را شکسته است. یک بنگاه اقتصادی که ۴ ماه ثبت سفارش آن تأیید نمی‌شود و ۴۰ ثبت سفارش در صف تخصیص ارز دارد و در این ۴ ماه ارز دوبار جهش وحشتناک داشته است، چگونه می‌تواند تولید خود را سرپا نگاه دارد؟ مهندس رضوانی دبیر هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ضمن تشکر از وقتی که معاونت وزرات صنایع در اختیار انجمن قرار داده گفت: ما هم اکنون اینجا هستیم تا با مطرح نمودن مشکلات اعضا و واحدهای تولیدی، راهکارهای عملیاتی و سریع را به عنوان خروجی این نشست، به ۲۳۰ عضو انجمن منتقل کنیم.

واحدهای تولیدی بلا تکلیف هستند

در ادامه این جلسه مهندس ایزدپناه عضو هیئت مدیره انجمن، خواستار شفافیت در وضعیت ارزی کشور شده و اظهار داشت: شفاف شدن مبلغ ارز حداقل واحدهای تولیدی را از بلا تکلیفی خارج می‌کند. در حال حاضر واحدهای تولیدی دچار سردرگمی شده و مجوز هیچ یک از مدل‌های ارزی تخصیصی برای مواد اولیه خود را ندارند. وی خاطر نشان کرد: به نظر می‌رسد سیاست کنونی دولت؛ سیاست محدودیت تقاضا است. این سرکوب تقاضا و به دنبال آن سرکوب و محدودیت تولید باعث خواهد شد که تا چند ماه آینده بازار عرضه با بحران کمبود کالا مواجه شود و ما از وزارت صمت که همیشه مدافع رونق تولید و افزایش تقاضا

جلسه هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در دفتر دکتر مهدی صادقی نیارکی معاونت امور صنایع وزارت صمت به ریاست جناب آقایان صادقی نیارکی معاون محترم امور صنایع، مهندس گردان مدیرکل دفتر صنایع فلزی وزارت صمت و از انجمن جناب آقایان مهندس دانیالی رئیس هیئت مدیره، مهندس عراقی نائب رئیس، مهندس رضوانی و مهندس ایزدپناه اعضای هیئت مدیره و مهندس عباس هاشمی دبیر کل انجمن، برگزار شد.

واقعیت‌های موجود به سمت تهدید تولید می‌رود تا جهش تولید

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای جلسه مهندس دانیالی رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گلایه‌هایی در خصوص بحران اخیر تخصیص ارز و تأمین مواد اولیه داخلی عنوان نموده و اظهار داشت: سؤال ما اینست که بانک مرکزی چه چشم اندازی برای حل مشکلات تأمین تخصیص ارز مواد اولیه تولید دارد؟

وی افزود: ما تولید کنندگان وزارت صمت را مسئول تولید و صنعت کشور می‌دانیم و از شما که همیشه پشتیبان و حامی صنعت بوده و هستید، راه حل می‌خواهیم. رئیس هیئت مدیره انجمن با بیان اینکه هم اکنون اعضای انجمن که بیش از ۸۵ درصد سهم بازار لوازم خانگی کشور را بر عهده دارند، شیب تولید شان روز به روز در حال کاهش است گفت: این در حالی است که در همین اوضاع بحرانی یک شرکت در حالیکه تنها ۵ درصد سهم بازار را در اختیار دارد توانسته در یک موافقت سه جانبه ۴۰ درصد تسهیلات (۶۰۰ میلیون دلار ارز در سال) دریافت کند.

وی در بخش دیگری از سخنان خود گفت: امسال واقعیت‌های موجود بیشتر به سمت تهدید تولید می‌رود تا جهش تولید و این ضرر به اقتصاد ملی است. وقتی که در سه ماهه اول سال وضعیت به این شکل است در سه ماهه دوم و سوم چگونه خواهد بود؟ وی تأکید کرد: تولید سه ماهه اول سال دلایلش تأمین مواد



از پتروشیمی و ورق‌های فولادی به نظارت معاونت امور صنایع انتقال داده شده است، اظهار داشت: خوشبختانه دغدغه صنایع پایین دستی از جمله لوازم خانگی با این اتفاق مبارک تا حد زیادی رفع شده است و همچنین افزود: تغییرات لحظه‌ای قیمت مواد اولیه از یک سو و جهش قیمت ارز از سوی دیگر، باعث شده تا داده‌های نهادهای مواد اولیه به حدی افزایش یابد که امکان هرگونه برنامه‌ریزی برای تولید و قیمت‌گذاری بر روی آن غیرممکن گردد.

وی افزود: نظر می‌رسد که سازمان حمایت می‌بایست در حال حاضر نظارت خود را بر روی عرضه مواد اولیه متمرکز کند تا عرضه محصول وی در بخش دیگری از سخنان خود از وزارت صمت خواست: حال که بانک مرکزی در بخشنامه اخیر خود صادرکنندگان را وارد نموده تا ارز حاصل از صادرات خودشان را از طریق سامانه نیما در اختیار تولیدکنندگان برای تأمین مواد اولیه مورد نیازشان قرار دهند در این امر تسریع نماید چرا که با وضعیت کنونی تولیدکنندگان دیگر امیدی به تخصیص ارز نیمایی ندارند و ارز حاصل از صادرات برایشان حیاتی است.

تولیدکنندگان میزان ارز مورد نیاز و میزان تولید خود را اعلام کنند

دکتر مهدی صادقی نیارکی معاون امور صنایع وزارت صمت در این جلسه ضمن خوشامدگویی به اعضای هیئت مدیره انجمن با اشاره به اینکه اینجا خانه شماسست، اظهار داشت: بحث ارز، تأمین مواد اولیه داخلی و تعیین قیمت، شاه بیت، موضوعات مطرح شده در این جلسه است که لازم می‌دانم در همین راستا به چند

بوده است می‌خواهیم تا به این عرصه ورود پیدا کنند و نگذارند تا بانک مرکزی با محدود کردن تقاضا چنین تصور کند که همه چیز را تحت کنترل دارد.

کارگران کارخانه‌ها در معرض ریزش و تعدیل قرار دارند

مهندس علیرضا عراقی نایب رئیس هیئت مدیره انجمن لوازم خانگی با بیان اینکه هم اکنون ما دچار بحران نقشه راه شده‌ایم و ابر تحریم‌های داخلی موجب شده است که تا چند ماه آینده، چندین هزار کارگر در کارخانه بیکار شوند، تأکید کرد: تأمین ارز برای قطعه‌سازان به مراتب کمتر از تأمین ارز برای تولیدکنندگان محصول نهایی است، بنابراین تخصیص ارز قطعه‌ساز، کمک بسیار بزرگی به تولید محصول نهایی خواهد کرد. مهندس عراقی با بیان اینکه ما تولیدکنندگان همیشه با عشق در کنار شما بزرگواران در وزارت صمت بوده و هستیم، گفت: یک یخچال با آن بزرگی و عظمت نیاز به یک قطعه کوچک ترموستات دارد تا کار کند حال اینکه یک ترموستات خودش ۴ ماه است منتظر تریخس یک پیچ در گمرک است. وی به قرارداد اخیر ایران و چین اشاره کرده و گفت: کشور ما با این قرارداد برای کارگران چینی ایجاد اشتغال کرده است، این درحالی است که کارگران ایرانی به دلیل بحران کنونی تولید در حال ریزش و تعدیل هستند.

امکان برنامه‌ریزی برای تولید و قیمت‌گذاری غیرممکن شده است

مهندس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان آخرین سخنران انجمن به جمع‌بندی صحبت‌ها پرداخته و با ابراز خوشبختی از اینکه کلیه تأمین مواد اولیه داخلی اعم

در خواست ارز دارند را معرفی نموده تا بنا بر برنامه تولید سال جاری، نیاز ارزششان به تفکیک محصول از ارز حاصل از صادرات صنایع مادر تأمین گردد.

در شرایط تحریم و کرونا، دخالت دولت در اقتصاد امر مذمومی نیست

معاون امور صنایع وزارت صمت در خصوص بسته جدید بانک مرکزی، اشاره کرده و گفت: در بسته جدید تکلیف کاملاً مشخص شده است ۸۰ درصد اسکناس و برای واحدهای تولیدی ۷۰ درصد نیمه؛ ۳۰ درصد واردات در مقابل صادرات، پیش‌بینی شده است. وی اقدام یکی دوروزه بانک مرکزی را نتیجه قرارداد بانک مرکزی در مقابل عمل انجام شده وزارت صمت توصیف کرد. صادقی نیارکی محور دوم سخنان خود را در خصوص تأمین داخلی اقلام مورد نیاز صنعت ذکر کرده و گفت: مورد پتروشیمی که الحمد الله از سال گذشته تاکنون مشکل خاصی در این حوزه رخ نداده است. وی به موضوع پتروشیمی قائد بصیر اشاره نمود که مقرر شد جلسه جداگانه و کارشناسی در این باره شکل بگیرد. وی افزود: در بحث ورق نیز سامان دهی جدی صورت گرفته است.

مقام وزارت صمت در محور سوم سخنان خود به بحث قیمت گذاری‌ها اشاره کرده و گفت: ظاهراً بحث قیمت گذاری در جلسات متعدد با رضایت انجمن ۲۵ درصد افزایش داشته است (که البته مهندس هاشمی در اینجا تذکر داد: توافق صورت گرفته تا زمانی که جهش قیمتی وجود نداشته باشد).

صادقی نیارکی در پایان مبحث کلی تئوری‌های نئو کلاسیک را مطرح نموده و گفت: در شرایط پیچیده جهان امروز با توجه به اینکه گویی دنیا یک بار دیگر در حال باز آفرینی است و بیماری کرونا از یک سو جهان را و موضوع تحریم در کشور ما از سوی دیگر شرایط پیچیده‌ای را پیش روی ما قرار داده است از این رو مداخله دولت در اقتصاد امر مذمومی نیست و دولت باید با ورود به عرصه اقتصادی حلقه‌ها و ارزش افزوده را تنظیم کند.

وی تأکید کرد: ما امسال اولین سالی است که اقتصاد بدون نفت را تجربه می‌کنیم و این یک جراحی بزرگ در اقتصاد کشور است و می‌بایست به تمامی نکات آن توجه کنیم.

این مقام مسئول در پایان خاطر نشان کرد به عنوان یک مسئول صنعتی به هیچ عنوان ناامید نیست و به توان بخش خصوصی اعتقاد راسخ دارد. نیارکی همچنین از فعالان بخش خصوصی به‌ویژه صادرکنندگان خواست، به یکدیگر رحم کنند و ارز صادراتشان را بر اساس دلار ۲۴ هزار تومانی تنظیم نکنند. گفتنی است در پایان این جلسه اعضا هیئت مدیره انجمن، یک جلسه کارشناسی دیگر با حضور مهندس گردان مدیر کل صنایع فلزی لوازم خانگی وزرات صمت را برگزار و راهکارهای مشخص و عملیاتی برای برون رفت از بحران کنونی را مطرح نمودند.



نکته اشاره کنم.

وی ابتدا یادآوری کرد: در سه ماهه نخست امسال کاهش تولید وجود نداشته است بلکه بنا به آمار وزارت صمت در چند کالای لوازم خانگی افزایش تولید نیز داشته‌ایم. بطوریکه لباسشویی صد درصد و یخچال ۱۲ درصد رشد تولید داشته‌اند.

صادقی نیارکی با تأکید بر اینکه همه ما در وزارت صمت بیش از خود شما در دستگاه‌های نظارتی دفاع می‌کنیم و کاتولیک‌تر از پاپ هستیم، گفت: مکاتبات ما نشانگر دفاع مستمر و پیگیرمان از بخش خصوصی است.

وی در عین حال سؤالی را یادآور شد: آیا اتاق بازرگانی که شما از آن مجوز دارید چه فعالیتی در این ۴ ماهه انجام داده است و چه موضع مشخصی اتخاذ کرده است؟

معاون امور صنایع وزارت صمت در بخش دیگری از سخنان خود افزود: طبق آماري که تا ده روز پیش داشته در ۴ ماهه مدت مشابه سال گذشته ۱۱ میلیارد دلار تخصیص ارز در کشور صورت گرفته که این رقم امسال به ۷ میلیارد دلار رسیده است و از این تفاوت ۴ میلیارد دلاری، ۱/۵ میلیارد دلار آن مربوط به گروه کالایی دو یعنی مواد اولیه تولید است.

وی خاطرنشان کرد: این گویای آنست که ۱/۵ میلیارد دلار عملکرد بانک مرکزی در این خصوص منفی بوده است. به عبارت دیگر نشان دهنده این است که توان تولید وجود دارد اما فشنگ برای تولید موجود نیست و ورودی و خروجی تولید ما با هم تناسب ندارد و این موضوع کاملاً بارز و مشخص است.

صادقی نیارکی در ادامه درخواست کرد: در حوزه ارز تقاضایی از اعضای انجمن لوازم خانگی دارم که جدولی را تهیه کنند و در آن ارز ۴ ماهه اول سال ۹۸ خود را در یکی از ستون‌های جدول نوشته و در ستون دوم تخصیص ارز سال ۹۹ خود را و در ستون بعدی تعداد ثبت سفارش‌ها و چه میزان ثبت سفارش بدون اقدام داشته و دارند و در ستون آخر میزان تولیدشان را ذکر کنند. این کار یک آمار مبرهنی جهت دفاع از واحدهای تولیدی را ارائه می‌دهد. وی دومین راهکار مطرح شده تفاهم با ایمیدرو را ذکر کرده و گفت: انجمن فهرستی از بنگاه‌های تولید خود را که ۴ تا ۵ قلم اصلی لوازم خانگی تولید کرده و بالای ۵ میلیون دلار



دو تصمیم مهم بانکی و مالیاتی برای تولیدکنندگان

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: بر اساس تصمیم ستاد تسهیل و رفع موانع تولید، چنانچه در زمان معامله شخصی طرف معامله واحد تولیدی در فهرست مؤدیان فاقد اعتبار سازمان امور مالیاتی قرار نداشته باشد و بعد از گذشت مدتی در این فهرست قرار گیرد، مسئولیتی متوجه مؤدی واحد تولیدی نخواهد بود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از رادیو جوان، حسین مدرس خیابانی در مصاحبه با برنامه جوان ایرانی سلام رادیو جوان گفت: دو تصمیم خیلی مهم طی روزهای گذشته از سوی دولت به منظور حمایت از تولیدکنندگان و واحدهای تولیدی صورت گرفته که بر اساس آن، آن دسته از واحدهای تولیدی که تحت تملک بانکها قرار گرفته بودند؛ باید به صاحبان اصلی بازگردانده شود؛ به این معنا که بر اساس ماده ۱۹ قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و مصوبه شورای پول و اعتبار بانکها و مؤسسات مالی و اعتباری ملزم به فروش اموال و داراییهای مازاد خود هستند و چنانچه بانکها اقدام به تملیک واحدهای تولیدی نموده باشند، مالک اولیه در صورت تقاضا و دارا بودن شرایط که بعداً اعلام خواهد شد، می تواند نسبت به بازپس گیری واحد تولیدی تملیکی خود اقدام نماید. همچنین در دستور العمل شورای پول و اعتبار عنوان شده که بانکها حق تغییر کاربری و فروش ماشین آلات واحدهای تولیدی تحت تملک خود را ندارند.

وی تصریح کرد: در حوزه مالیاتی نیز چنانچه مؤدی مالیاتی (واحد تولیدی) در زمان معامله با شخص حقیقی یا حقوقی به تکالیف قانونی خود اعم از درج مشخصات طرفین معامله، کد اقتصادی، آدرس و... مطابق ماده ۱۶۹ مکرر ق.م.م در سامانه اقدام نموده باشد و بعداً آن شرکت یا شخص بنا به دلایلی در لیست مؤدیان فاقد اعتبار سازمان مالیاتی قرار بگیرد، مسئولیتی متوجه مؤدی (واحد تولیدی) نخواهد بود و مؤدی نمی بایست در لیست مؤدیان فاقد اعتبار سازمان مالیاتی قرار بگیرد.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: همچنین در دستورالعمل شورای پول و اعتبار عنوان شده که بانکها حق تغییر کاربری و فروش ماشین آلات واحدهای تولیدی تحت تملک خود را ندارند.

وی تصریح کرد: در حوزه مالیاتی، زمانی که یک تولیدکننده، معامله ای را برای فروش کالای خود با یک فرد خاطی اعم از شرکتهای کاغذی یا نامعتبری که بعد از معامله، در فهرست سیاه سازمان امور مالیاتی قرار گرفته، صورت داده است، باید جرایم تعریف شده را به سازمان امور مالیاتی بپردازد، در حالیکه در زمان فروش کالا، فرد خریدار مسئله مالیاتی نداشته است، به همین

دلیل تصمیم بر این شد که این موضوع اصلاح شود. به گفته مدرس خیابانی، بر اساس تصمیم ستاد تسهیل و رفع موانع تولید، چنانچه در زمان فروش، تولیدکننده معامله را با فردی صورت دهد که در فهرست سیاه سازمان امور مالیاتی قرار نداشته باشد و بعد از گذشت مدتی به تعهدات مالیاتی و ضوابط سازمان امور مالیاتی پایبند نبوده و در این فهرست قرار گیرد، مسئولیتی متوجه متصدی واحد تولیدی نخواهد بود.

وی در بخش دیگری از سخنان خود، با بیان اینکه دولت تحت هر شرایطی ارز مورد نیاز مواد اولیه کارخانجات را تأمین خواهد کرد، گفت: در قرارگاه جهش تولید مقرر شده تا کالاهای مرتبط با مواد اولیه تولیدی در اولویت ترخیص از سوی بنادر و گمرکات قرار گیرند.

مدرس خیابانی افزود: ارز مورد نیاز تأمین مواد اولیه از محل ارز حاصل از صادرات تأمین خواهد شد و در این رابطه همکاری تنگاتنگی میان بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و وزارت صنعت، معدن و تجارت شکل گرفته، به نحوی که هر هفته در جلساتی که با مجموعه های مختلف صنعتی کشور برگزار می شود، تأمین ارز مورد نیاز مواد اولیه از روش های مختلف مورد بحث قرار گرفته و بر اساس سیاست های بانک مرکزی و وزارت صمت، توافقاتی میان صادرکنندگان و واردکنندگان برای تأمین ارز مورد نیاز تولید صورت می گیرد.

وی با تأکید بر اینکه اولین گام برای شکل گیری تولید، تأمین مواد اولیه است، تصریح کرد: هر کشوری که بخواهد در مسیر پیشرفت گام بردارد، حتماً باید اولویت اصلی خود را به بخش های مولد دهد؛ چراکه فارغ از مسائلی که در اقتصاد ملی به واسطه آثار مثبت رونق و جهش تولید به جا می ماند، در حوزه اشتغال نیز که مستقیماً اثر آن در معیشت و سفره خانوار نمایان است نیز تولید نقش پررنگی دارد و تا تولید شکل نگیرد، اشتغالی ایجاد نخواهد شد که منجر به افزایش سطح رفاه خانوارها شود.

مدرس خیابانی راه نجات اقتصاد کشور را «تولید» دانست و گفت: در سه ماهه ابتدای سال جاری اقلامی مانند خودرو، لوازم خانگی و برخی از محصولات صنایع معدنی از افزایش تولید برخوردار بوده که این رشد در شرایطی محقق شده که کشور با سخت ترین تحریم ها رو به رو است.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت تأکید کرد: در مجموعه های تولیدی که مورد بازدید قرار می گیرند، مشاهده می شود که بخش عمده ای از امور تولیدی و طراحی از سوی جوانان ایرانی صورت می گیرد که در حوزه ساخت داخلی و توسعه ساخت ایران فعالیت کرده و با ایده های خلاقانه تحریم ها را تحت تأثیر قرار داده و آثار منفی آن را کاهش می دهند.



سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت در صحن علنی مجلس شورای اسلامی عنوان کرد:

برنامه ریزی ۳,۲ میلیارد دلار برای ساخت داخلی قطعات و تجهیزات در سال جهش تولید

نیمه فعال، فعال خواهند شد؛ این در حالی است که یکی از کارهایی که در سه ماهه اخیر در کشور رخ داده، تأمین مواد اولیه کارخانجات است که وقفه یک ماهه را به خاطر محدودیت منابع ارزی، تجربه کرده است. همچنین در ماه خرداد، بانک مرکزی همکاری خوبی با این وزارتخانه داشته که بر اساس همین همکاری، توانستیم مواد اولیه کارخانجات را مدیریت کنیم.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: در حوزه معادن، ۵۳ هزار میلیارد تن ذخیره معدنی کشف شده در کشور وجود دارد که ۱۱ هزار معدن به بهره‌برداری رسیده نیز مشغول به فعالیت هستند؛ ضمن این که ۵۰۰ میلیون تن برداشت مواد معدنی در حوزه معادن فلزی، غیرفلزی، سنگ‌های ساختمانی و تزئینی در حال انجام است.

به گفته مدرس خیابانی، آزادسازی پروانه‌های اکتشاف و بهره‌برداری حبس شده، در دستور کار وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

وی یادآور شد: در بخش بازرگانی، کشور با یک جامعه بزرگ اصناف با حدود ۳ میلیون واحد صنفی مواجه است که ۶ میلیون نفر شاغل در این حوزه مشغول به فعالیت هستند، ضمن این که ۲۰ میلیون نفر نیز در این خانواده مشغول به ارتزاق هستند؛ این

حسین مدرس خیابانی روز یکشنبه با تشریح عملکرد سه ماهه وزارت صنعت، معدن و تجارت در نشست علنی مجلس شورای اسلامی افزود: وزارت صنعت، معدن و تجارت با دارا بودن ۷۲ هزار واحد صنعتی، سهم اشتغال ۲,۵ میلیون نفری را به خود اختصاص داده است که ۶۰ درصد آنها در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور مستقر شده‌اند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از شات، سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت افزایش تاب‌آوری تولیدی و حرکت بر مبنای اقتصاد مقاومتی را از جمله برنامه‌های این وزارتخانه برشمرد و گفت: رشد منفی تولید خودرو بعد از ۸ سال مثبت شده و بازار را هم بر اساس اصل فراوانی تنظیم خواهیم کرد.

حسین مدرس خیابانی روز یکشنبه با تشریح عملکرد سه ماهه وزارت صنعت، معدن و تجارت در نشست علنی مجلس شورای اسلامی افزود: وزارت صنعت، معدن و تجارت با دارا بودن ۷۲ هزار واحد صنعتی، سهم اشتغال ۲,۵ میلیون نفری را به خود اختصاص داده است که ۶۰ درصد آنها در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور مستقر شده‌اند.

وی اضافه کرد: در حوزه جهش تولید، بخش عمده‌ای از واحدهای



سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت محوری‌ترین برنامه این وزارتخانه را جهش تولید دانست و گفت: با فرمان مقام معظم رهبری درخصوص شعار سال ۱۳۹۹، «جهش تولید» محوری‌ترین موضوع مدنظر کشور بوده و به‌عنوان یک تکلیف همگانی مطرح است؛ ضمن این‌که این جهش‌گیری هم نقش تعیین‌کننده‌ای در اقتصاد ایران و پیشبرد آتی آن دارد و هم مسئولیت سنگینی از باب تحقق اهداف جهش تولید و فرمان مقام معظم رهبری به‌عهده همه بخش‌ها می‌گذارد.

مدرس خیابانی تصریح کرد: در ابتدای اسفند درحالی‌که برای واردات چند محموله کوچک ماسک دچار مشکل بودیم و حتی چندین کادر درمانی در بیمارستان‌ها شهید شدند، اما امروز با یک بسیج همگانی و حضور نهادهای انقلابی، نیروهای جهادی، نیروهای مسلح و با استفاده از ظرفیت‌های خالی تولیدی کشور که با تغییر خطوط و سه شیفته کردن وارد عرصه شدند، ایران در بسیاری از این کالاها، صادر کننده شده است.

به گفته وی، هیچ محدودیتی در حوزه تولید از ابتدای کرونا قائل نشدیم و فعالیت‌های غیرضروری تعطیل شده‌اند؛ این درحالی‌است که امروز از روزی ۲۰۰ هزار عدد ماسک به تولید شش میلیون ماسک و از یک وارد کننده به‌عنوان صادر کننده در دنیا تبدیل شده‌ایم، ضمن این‌که در حوزه لباس پرستاری، همه کارخانجات پوشاک و واحدهای خیاطخانه وارد عمل شده و اکنون ۷۰۰ هزار لباس پرستاری دپو داریم و در مجموعه تجهیزات و نیتلاتور، دستگاه اکسیژن ساز و سایر اقلام، صادر کننده شده‌ایم.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت اظهار داشت: در حوزه جهش تولید، حرکت‌های قابل تقدیری از سوی تولیدکنندگان صورت گرفته است؛ این درحالی‌است که خودرو اولین حوزه‌ای بود که مورد تحریم واقع شده که از اردیبهشت سال ۱۳۹۸ تولیدکنندگان خودروی کشورهای کره و فرانسه کشور را ترک کرده‌اند، در ماه خرداد بعد از دو سال، رشد منفی خودرو با افزایش تولید به روزانه ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو، هشت درصد مثبت شده است و این درحالی‌است که تحویل خودروها، ۵۵ درصد افزایش یافته و خودروهای ناقص کف کارخانه نیز ۷۱ درصد کم شده است، ضمن این‌که قرار داریم امسال به تولید یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه تولید خودرو برسیم.

مدرس خیابانی افزود: حوزه تولید ماشین لباسشویی ۱۱۵ درصد در سه ماهه اول سال جاری رشد داشته، ضمن این‌که در حوزه تولید تلویزیون ۵۰ درصد و آومینیوم ۳۳ درصد رشد را تجربه کرده‌ایم. همچنین تا آخر سال، تولید پنل تلویزیون را شاهد خواهیم بود.

وی با بیان این‌که تا هفته دولت، خط تولید بیش از ۳۰۰ هزار انواع دستگاه یخچال در دستور کار قرار دارد و مهم‌ترین برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت، تحقق اهداف جهش تولید است، اضافه کرد: اما باید توجه داشت که در هر حوزه تولیدی، یک

درحالی‌است که این جامعه بزرگ اقتصادی، در زمان قبل و بعد از انقلاب و دوران جنگ همواره اثرات قابل توجهی در حوزه اقتصادی، اجتماعی و امنیتی داشته‌اند و بهترین حماسه اخیر آنها نیز در حوزه همراهی با سیاست‌های دولتی در حوزه کرونا به‌عنوان نماد مردمی در کنار سایر بخش‌های اقتصادی بوده است.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان این‌که شب عید در ایام پایانی سال ۱۳۹۸ به دلیل شیوع بیماری کرونا، مجبور به تعطیلی اصناف توزیعی شدیم، اظهار داشت: بر این اساس، همگرایی خوبی میان دولت و اصناف صورت گرفته و باید تلاش کنیم که در دولت، مجموعه اصناف آسیب دیده را با بسته‌های تشویقی بتوانیم کمک کنیم.

به گفته مدرس خیابانی، در کنار مجموعه اصناف کشور در حوزه تنظیم بازار مرتبط با بنزین و کرونا، شرکت‌های پخش و فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سایر مجموعه‌های لجستیکی بخش بازرگانی داخلی نیز حضور جدی داشتند که بار تنظیم بازار و مدیریت بازار را به‌عهده داشتند.

وی افزود: در بخش تجارت خارجی اعم از صادرات و واردات کشور، بیش از ۳۳ هزار کارت بازرگانی فعال وجود دارد که بر این اساس، سال ۱۳۹۸ صادر کنندگان که بخش عمده‌ای از آنها تولیدکنندگان هستند، حماسه آفریدند و ۴۱,۳ میلیارد دلار صادرات را تحت شدیدترین تحریم‌ها به ثبت رسانده‌اند، به‌نحوی که رکورد وزنی صادرات با بیش از ۱۳۵ میلیون تن شکسته شده است.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان این‌که در حوزه واردات مجموعه سیاست این وزارتخانه آن است که به‌غیر از سه قلم مواد اولیه کارخانجات، کالاهای اساسی، تجهیزات و ماشین‌آلاتی که در داخل کشور تولید نمی‌شود، با هرگونه واردات مخالفت نماید، اضافه کرد: این درحالی‌است که در سال گذشته بیش از ۱۵۰۰ تعرفه ردیف کالایی مسدود شده و امسال در سه ماهه اول نیز ۲۵۰۰ ردیف کالایی که مشابه تولید داخلی دارند یا کالای غیرضروری به حساب می‌آیند، ممنوع شده‌اند.

مدرس خیابانی ادامه داد: ترکیب کالاهای وارداتی کشور هم اکنون به‌نحوی است که ۸۵ درصد را مواد اولیه و نهادهای تولید و ۱۵ درصد را کالای مصرفی تشکیل می‌دهند که ۷ درصد آنها کالای اساسی و بخش دیگر آن نیز سایر کالاهای به‌نوعی اساسی هستند.

به گفته وی، در سال ۱۳۹۸ علی‌رغم این‌که بسیاری از بخش اقتصادی رشد را تجربه نکرده‌اند، اما در بخش معدن شاهد ۱,۹ درصد و بخش صنعت ۲,۱ درصد رشد هستیم؛ این درحالی‌است که رشد صدور جواز تأسیس صنعتی را در شدیدترین تحریم‌ها علیه کشورمان شاهد هستیم، به‌نحوی که با بیماری کرونا و محدودیت‌های ناشی از این بیماری که در حوزه‌های مختلف اجتماعی اثرگذار بوده است، ۲۵ درصد در حوزه تعداد و ۱۸,۱ درصد در حوزه اشتغال مربوطه رشد داشته است.



وقتی که تحریم صورت می‌گیرد و کرونا وجود دارد، بهترین مسیر و گذرگاه، حفظ تبادل مرزی با کشورهای همسایه است.

وی ادامه داد: در سه ماهه اول در حوزه افغانستان بیش از دو برابر آمار صادرات سال قبل، رشد داشتیم و امیدواریم بتوانیم کاهش تجارت دو ماهه ابتدای سال را جبران کنیم؛ این درحالی است که با هرگونه واردات کالای مشابه داخلی و غیرضروری مخالف هستیم و البته منابع ارزی اجازه می‌دهد فقط این منابع صرف مواد اولیه و کالاهای اساسی و تجهیزات و ماشین آلات شود.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت خاطرنشان کرد: بر اساس همان نگاهی که در سال ۱۳۹۸ داشتیم، تنظیم بازار را پیش خواهیم برد؛ این درحالی است که با اتکاء به سیاست‌های تنظیم بازار که یک مأموریت فزاینده است و با توجه به مسائل سختی که اکنون پیش روی ما قرار دارد، تلاش داریم تا حوزه تنظیم بازار را با اتکاء به اصل موجودی کالا، تکمیل ذخائر راهبردی و فراوانی کالا پیش ببریم.

مدرس خیابانی اظهار داشت: در دوره افزایش قیمت بنزین، بازار دو روز تحت شدیدترین افزایش تقاضا قرار داشت، اما بعد از ۴۸ ساعت بازار بنزین به حالت عادی برگشت. همچنین در حوزه کرونا نیز سیاست تنظیم بازار و پشتوانه ذخائر استراتژیک، اجازه نداد که اتفاقاتی که در طرف دیگر دنیا مبنی بر صف‌های طولانی و خالی بودن شلف فروشگاه‌ها و نبود کالا رخ داد، در ایران نمایان شود.

وی تصریح کرد: مقادیر معتنابهی کالا در انبارها و بنادر کشور وجود داشت و نرخ تورم اقلام ارزهای ترجیحی پایین‌تر از نرخ تورم کل بوده است؛ این درحالی است که از ۲۵ ردیف کالایی که از ارز ۴۲۰۰ تومانی استفاده کردند و سال گذشته مشمول این ارز بودند، امروز ۵ قلم از کالاهای اساسی شامل ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی می‌شوند و دارو و تجهیزات پزشکی نیز به این اضافه می‌شود. همچنین ما تلاش داریم تا بتوانیم آثار تغییرات نرخ ارز را از طریق سیاست‌های جبرانی برطرف کنیم.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت یادآور شد: دشمنان از دو موضع دنبال آسیب رساندن به کشور هستند. هدف دشمن، گرانی و افزایش اعتراض مردم و در حوزه تولید نیز کمبود مواد اولیه و تعطیلی کارخانجات در دستور کار بوده است؛ این درحالی است که از ۴ مسیر مشخص در حوزه جهش تولید درحال حرکت هستیم.

به گفته مدرس خیابانی، ۱۵۰۰ واحد صنعتی راکد مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی در سال جاری احیاء خواهند شد که در ۳ ماهه نخست امسال، ۲۱۱ واحد صنعتی تعطیل راه‌اندازی شده است. همچنین در بخش معادن از ۴۴۰۰ معدن غیرفعال و راکد، ۱۰۲۰ واحد معدنی برای بازگشت به مدار در دستور کار قرار دارند، ضمن این‌که پهنه‌های اکتشافی و معدنی را نیز آزاد خواهیم کرد. وی سیاست‌ها و مأموریت‌های چهارگانه وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال جهش تولید را در قالب ۷ محور اصلی و ۴۰ پروژه اجرایی عنوان کرد

رگه وابستگی وجود دارد و تکیه اصلی در جهش تولید، تکیه بر توان داخلی است؛ به‌خصوص این که راه نجات کشور توجه ویژه به تولید است و علاوه بر انسجام ملی و اعتماد به نفس، مسیر شفاف و روشنی برای تولید است.

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت خاطرنشان کرد: مطمئن باشید تولید با اتکاء به توان داخلی و شرکت‌های دانش بنیان امکان پذیر است؛ این درحالی است که امسال برنامه ما برای ساخت داخلی قطعات و تجهیزات ۳،۲ میلیارد دلار است که برش استانی و کالایی آن در حوزه‌های مختلف تهیه شده و هفته گذشته میز ساخت داخلی به ارزش بالغ بر ۶۰ میلیون دلار در حوزه قطعات خودرو برگزار شد که بر این اساس از ارزی صنعت خودرو ۶۰ میلیون دلار جلوگیری خواهد شد، ضمن این‌که میز ساخت داخلی که هفته آینده نیز برگزار می‌شود، ۲۰۰ میلیون دلار ارزش دارد.

مدرس خیابانی به ایجاد زون ساخت داخل و نمایش دستاوردها در شهرک‌های صنعتی کشور نیز اشاره و بیان کرد: با مجموعه هوافضا، وزارت دفاع، قرارگاه خاتم و ستاد اجرائی فرمان امام (ره) برای داخلی‌سازی قطعات قراردادهای خوبی منعقد شده است و با دانشگاه علم و صنعت نیز برای تهیه پلتفرم خودرویی وارد مذاکره و همکاری شده‌ایم.

وی از تکمیل و راه‌اندازی پروژه‌های نیمه تمام به‌عنوان یکی از محورها و راهبردهای کاری وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال جهش تولید خبر داد و گفت: امروز بیش از ۱۳ هزار طرح نیمه تمام بالای ۶۰ درصد در کشور وجود دارد، ضمن این‌که ۴ هزار طرح نیز پیشرفت فیزیکی بالای ۸۰ درصد دارند که بر این اساس ۲۰۰ طرح بزرگ صنعتی و معدنی پیشران در قالب پویش ملی «تولید، تداوم امید» تا آخر شهریور ۱۴۰۰ به‌صورت هفتگی از سوی خانواده بزرگ وزارت صنعت، معدن و تجارت به بهره‌برداری خواهند رسید که ارزش آنها ۱۷۰ هزار میلیارد تومان و اشتغالزایی آنها ۵۰ هزار نفر مستقیم و ۵۰۰ هزار نفر غیرمستقیم است.

به گفته سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت، برنامه سوم و محوری این وزارتخانه، توسعه صادرات است که امسال عدد ۴۱،۳ میلیارد دلاری برای صادرات پیش‌بینی شده است و علی‌رغم انسداد مرزها تلاش داریم در سال ۱۳۹۹ این رقم را محقق کنیم و اکنون ۸۰ درصد مرزها و ۷۵ درصد بازارچه‌های مرزی فعال است. مدرس خیابانی افزود: اکنون تجارت تقریباً به حالت عادی برگشته است و امیدواریم شکاف ۴۲ درصدی سه ماهه را بتوانیم جبران کنیم؛ این درحالی است که در دنیا، تجارت بیش از ۳۳ درصد به دلیل کرونا کاهش یافته است.

مدرس خیابانی اضافه کرد: نقطه اتکاء کشور بر روی ۱۵ کشور همسایه به فرمایش مقام معظم رهبری است و تقویت تجارت با هند و چین نیز در دستور کار قرار دارد؛ این درحالی است که ۶۰ درصد صادرات کشور به ۱۵ کشور همسایه صورت می‌گیرد و



از تشکیل کمیته ترخیص تا پیاده‌سازی کامل مقررات متروکه



وارداتی و همچنین متروکه شدن فوری کالاهایی که صاحبان آنها برای ترخیص به گمرک مراجعه نمی‌کند، اشاره شده است. در انتهای گزارش معاونت فنی گمرک آمده، امید است با توجه به پیشنهادات ارائه شده و برنامه‌ریزی‌های لازم از سوی مراجع ذیربط و ذی‌صلاح، فرایند خروج کالاها علی‌الخصوص کالاهای اساسی، ضروری، سرمایه‌ای و مورد نیاز واحدهای تولیدی از بنادر، مناطق ویژه، آزاد و گمرکات کشور، بیش از پیش سرعت گرفته، از حجم انباشت کالاها در این اماکن کاسته شده و در هزینه‌های مربوط به صاحبان کالا و به تبع آن مردم، به عنوان مصرف‌کننده نهایی، صرفه‌جویی شود.

معاون فنی گمرک ۲۰ پیشنهاد عملیاتی و قانونی برای رفع چالش رسوب کالا در گمرکات و بنادر کشور ارائه کرده است. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از تسنیم، مهرداد جمال ارونقی معاونت فنی گمرک جمهوری اسلامی ایران در مکاتبه با مدیرکل پیشگیری امنیتی و انتظامی قوه قضاییه پیشنهاداتی را در راستای رفع مشکلات مربوط به دپو، ایستایی و رسوب احتمالی کالاهای وارده به قلمرو سیاسی کشور مطرح کرده است. این مشکلات در حوزه‌هایی نظیر بنادر، مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی و اماکن گمرکی، با توجه به موارد مطرح‌شده در فوق، پیشنهادات کارشناسی ذیل ارائه می‌گردد. باید توجه داشت در صورت تصویب و اقدام درخصوص موارد پیشنهادی، موضوع انباشت یا رسوب کالاها در بنادر، مناطق ویژه و آزاد، همچنین گمرکات کشور، به حداقل خواهد رسید. با عنایت به اینکه پیشنهادات ارائه شده ناظر بر آینده می‌باشد، جهت تعیین تکلیف موارد قبل و حال حاضر نیز پیشنهادات لازم ارائه گردیده است. در این مجموعه پیشنهادات به مواردی مثل تشکیل کمیته ویژه ترخیص کالا به ریاست وزیر اقتصاد، تأمین ارز فوری کالاهای اساسی و یا تعیین سقف زمانی برای افتتاح مجوز ثبت سفارش کالاهای

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران مطرح کرد:

دلایل اصلی بازنگشتن ارز حاصل از صادرات

و استفاده از صرافی‌ها در نقل و انتقال ارز نیز برای صادرکنندگان هزینه‌بر است. لاهوتی به سایر دلایل در مورد عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات اشاره کرد و افزود: بخشی از ارزی که به کشور بازنگشته مربوط به کالاهای ورود موقتی است که قبل از مورخ ۹۷/۱/۲۲ تحت عنوان ورود موقت به کشور وارد شده اما از آنجا که هنوز از سوی بانک مرکزی تعیین تکلیف نشده، به عنوان بدهی ارزی لحاظ می‌شود. وی افزود: برخی صادرکنندگان و واحدهای تولیدی نیز کالاهای صادراتی آنها مرجوع شده است اما کماکان این افراد به عنوان بدهکار ارزی مطرح هستند.



رئیس کنفدراسیون صادرات ایران با انتقاد از عملکرد دیرنگام بانک مرکزی در مورد عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات توسط ۲۵۰ صادرکننده، گفت: ۴ دلیل و مشکل عمده برای عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشته است.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از مشرق نیوز، محمد لاهوتی در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری گفت: از مورخ ۹۷/۱/۲۲ صادرکنندگان مکلف به برگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصاد کشور شده‌اند و اگرچه در ابتدا مشکلاتی وجود داشت اما با حل این مشکلات در کمیته ارزی، تقریباً بانک مرکزی تا اواسط سال ۹۸ از بازگشت ارز حاصل از صادرات ابراز رضایت داشت. رئیس کنفدراسیون صادرات ایران با تأکید بر اینکه تمام صادرکنندگان با توجه به تعهدی که در گمرک می‌دهند مکلف به بازگشت ارز حاصل از صادرات هستند، افزود: اما به دلایل مختلف از جمله مشکلات صادرکنندگان در عراق و افغانستان امکان بروز برخی برخی سوء استفاده‌ها وجود دارد.

وی در ادامه با اشاره به مشکلات صادرکنندگان در عراق و افغانستان بیان داشت: به دلایل ناکارآمدی سیستم بانکی، در این دو کشور عملاً امکان نقل و انتقال ارز در سامانه نیما وجود ندارد

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران - رسانه‌ای میان «انجمن صنایع لوازم خانگی ایران» و شبکه اقتصادی «ایران کالا»



و مصرف‌کنندگان از خرید کالای با کیفیت و مرغوب ایرانی بهره‌برداری گردد. گفتنی است مقرر شد؛ تا کمیته‌ای راهبردی با عضویت نمایندگان دوطرف تشکیل تا با سرعت، اهداف مطرح‌شده در مفاد تفاهم‌نامه محقق گردد.

در راستای اهداف رسانه‌ای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و اطلاع‌رسانی شفاف در خصوص توانایی‌ها و پتانسیل‌های انجمن در برقراری ارتباط سازنده با شبکه‌های اقتصادی تلویزیون ملی و حضور مداوم و مستمر در اظهارنظرهای رسمی و قابل طرح در سطوح مختلف حاکمیت امروز سه شنبه ۲۷ خرداد ماه تفاهم‌نامه‌ای رسمی در هفت ماده میان مهندس «عباس هاشمی» دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و دکتر «اردشیر زابلی‌زاده» مدیر شبکه تلویزیونی «ایران کالا» منعقد و به امضای طرفین رسید. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در این تفاهم‌نامه طرفین متعهد شدند تا در راستای حمایت از کالا و تولیدات ملی در سالی که مزین به جهش تولید است گام‌های موثر و سازنده برداشته و از ظرفیت‌های موجود این صنعت در جهت فرهنگ‌سازی رسانه‌ای و آگاه‌سازی مردم

دکتر علی اصغر مونسان در بازدید از مجموعه صنعتی جهان کریستال مطرح کرد:

تقویت تولید داخل حمایت از هویت ایرانی است



در نتیجه کاهش سهم کالای تولیدی در بازار و نیز صادرات را به دنبال دارد. دکتر مونسان با تأکید بر این که گردشگران داخلی و خارجی باید بیش‌ازپیش با صنایع‌دستی ایرانی آشنا شوند، گفت: «جای یک بازار متمرکز صنایع‌دستی در شهرهای مختلف از جمله تهران خالی است.» او افزود: «با ایجاد بازار متمرکز، گردشگران در قالب تورهای داخلی و خارجی در بازدید از این بازار ضمن آشنایی با صنایع‌دستی زیبا و فاخر ایرانی نسبت به خرید این محصولات نیز اقدام خواهند کرد.» وزیر میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی خاطرنشان کرد: «کالای ایرانی از جمله صنایع‌دستی تولید داخل علاوه بر زیبایی از اصالت نیز برخوردار است و حمایت از صنایع‌دستی ایرانی به‌نوعی حمایت از هویت نیز به حساب می‌آید. گفتنی است شرکت جهان کریستال بزرگ‌ترین تولیدکننده ظروف کریستالی در خاورمیانه است که فعالیت خود را از سال ۱۳۸۷ آغاز کرده است.»

دکتر علی اصغر مونسان به همراه تعدادی دیگر از معاونان و مدیران کل وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با حضور در کارخانه جهان کریستال صنعتی شمس‌آباد از بخش‌های مختلف این کارخانه بازدید کرد و با مدیرعامل و کارکنان این مجموعه دیدار و گفت‌وگو کرد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران؛ وی در این بازدید خواستار حمایت همه‌جانبه از تولید کالای ایرانی شد و با اشاره به زیبایی‌های کالای ایرانی و نقش کارگران ایرانی در رونق اقتصادی، تقویت حمایت از کالای ایرانی را ضروری دانست.

وزیر میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی از سالن‌های تولید، تراش، دکور و تزیین، بسته‌بندی و سندپلاست در این کارخانه بازدید کرد و ضمن گفت‌وگو با کارگران بخش‌های مختلف این کارخانه، بر حمایت از کالای ایرانی در سال جهش تولید تأکید کرد. او در این نشست با بیان این که کالای ایرانی از زیبایی خاصی برخوردار است و هنر دست هنرمندان و کارگران زحمت‌کش ایرانی است، گفت: «در نظر گرفتن صنایع‌دستی به‌عنوان هدیه، یک فرهنگ در جامعه ما شناخته می‌شود اما این فرهنگ باید تقویت شود.»

وزیر میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با تأکید بر کنترل قیمت صنایع‌دستی تولید داخل افزود: «هر واحد تولیدی صنایع‌دستی اگر بتواند قیمت تولیدات خود را کنترل کند به‌طور حتم بازار و مارکتینگ آن افزایش خواهد یافت.» او تصریح کرد: «نبود کنترل قیمت باعث محدود شدن مارکتینگ می‌شود که



رشد تولید ماشین لباسشویی و تلویزیون نسبت به مدت مشابه سال قبل

از مرز ۵۰ واحد نشان می‌دهد، اقتصاد در وضعیت رونق است. ارزیابی مدیرانی که وظیفه واحد خرید یا فروش بنگاه‌های اقتصادی بزرگ را برعهده دارند، در خرداد حاکی از آن بود که به دلیل کمبود مواد اولیه، نوسان قیمت‌ها و تقاضای ضعیف از سوی مشتریان، صنعت و اقتصاد مستعد بازگشت به شرایط رکود هستند.

محصولات صنعتی با بیشترین رشد

آمارهای اعلام شده از وضعیت تولید ۲۶ محصول منتخب صنعتی در نخستین فصل سال جاری نشان دهنده آن است که پنج محصول «ماشین لباسشویی»، «الیاف اکریلیک»، «انواع تلویزیون»، «لاستیک خودرو» و «وانت» بیشترین رشد تولید را نسبت به مدت زمان مشابه سال قبل به خود اختصاص داده‌اند. براساس داده‌های اعلام شده تولید «ماشین لباسشویی» در این مدت برابر با ۲۰۷ هزار و ۴۰۰ دستگاه بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشدی بیش از ۱۱۵ درصدی برای این محصول ثبت شده است، رشد صورت گرفته برای این گروه در حالی است که تولید برخی از محصولات لوازم خانگی از جمله ماشین لباسشویی سال گذشته به دلیل اعمال تحریم‌های جدید و خروج دو شرکت بزرگ تولیدکننده کره‌ای از کشور با افت شدید همراه شده بود؛ روندی که امسال جبران شده و تولیدکنندگان داخلی توانسته‌اند رکود سال گذشته را به خوبی جبران کنند. مجموع ماشین لباسشویی سال گذشته برابر با ۹۶ هزار و ۴۰۰ دستگاه بوده است. «الیاف اکریلیک» تولیدی در کشور نیز تا پایان بهار امسال برابر با یک میلیون و ۶۰۰ هزار تن بوده که در مقایسه با بازه زمانی مشابه سال قبل، رشد بیش از ۱۱۳ درصدی داشته است؛ الیاف اکریلیک تولید شده در مدت زمان مورد بررسی برابر با ۸۰۰ هزار تن بوده است.

مجموع تولید «انواع تلویزیون» نیز در دوره زمانی مورد بررسی برابر با ۲۱۰ هزار و ۲۰۰ دستگاه بوده که نسبت به دوره زمانی مشابه سال قبل رشد بیش از ۴۹ درصدی داشته است. تولیدکنندگان انواع تلویزیون در دوره زمانی مشابه سال قبل در مجموع موفق به تولید ۱۴۰ هزار و ۷۰۰ دستگاه انواع تلویزیون شده بودند. روند تولید انواع تلویزیون در سال گذشته نزولی بود و تولیدکنندگان این گروه نیز با افت تولید روبه‌رو بودند، روندی که در حال حاضر اصلاح شده است. براساس آمار اعلام شده «لاستیک خودرو» تولیدی در این دوره زمانی نیز برابر با ۶۲ هزار و ۷۰۰ تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشدی حدود ۳۰ درصدی داشته است. در مدت مشابه سال قبل در مجموع ۴۸ هزار و ۲۰۰ تن لاستیک خودرو در کشور تولید شده بود. «وانت» تولید شده در این دوره زمانی نیز برابر با ۱۵ هزار و ۹۴۳ دستگاه بوده که رشد حدود ۲۳ درصدی داشته است، مجموع وانت تولید شده در مدت مشابه سال قبل برابر با ۱۲ هزار و ۹۷۵ دستگاه بوده است.

در حالی که با اوج‌گیری شیوع ویروس کرونا در ابتدای امسال، شاهد بروز شوک‌هایی در فعالیت کسب‌وکارها بودیم و حتی بدبینی‌هایی نسبت به تاثیر این ویروس بر فعالیت‌های تولیدی وجود داشت، اما داده‌های اولیه مربوط به تولید ۳۶ کالای منتخب صنعتی و معدنی در نخستین فصل امسال نشان می‌دهد ۲۲ محصول، بهار را با رشد سپری و ۱۳ محصول صنعتی و معدنی نیز افت تولید را در این دوران تجربه کردند و یک محصول نیز تغییری نداشت.

بخش تولید با عبور از شوک اولیه ناشی از کرونا توانست فصل بهار را با رشد در دو بخش صنعت و معدن به پایان برساند. داده‌های اعلام شده از وضعیت تولید ۳۶ محصول منتخب صنعتی و معدنی در نخستین فصل امسال نشان می‌دهد ۲۲ محصول، بهار را با رشد سپری کرده‌اند و ۱۳ محصول صنعتی و معدنی نیز افت تولید را در این دوران تجربه کردند و یک محصول صنعتی نیز در بهار امسال هیچ تغییری نسبت به دوره مشابه سال قبل نداشته است. رشد تولید با پایان بهار در حالی رخ داده که با شیوع ویروس کرونا، شاهد افت تولید محصولات صنعتی و معدنی بودیم و تعطیلات نوروزی نیز بر این روند دامن زد و سبب شد بنگاه‌های تولیدی فتیله تولید را پایین کشند و بیشتر محصولات تولیدی افت تولید را تجربه کردند، روندی که می‌توان گفت با پایان فصل بهار و عبور از شوک اولیه ناشی از شیوع ویروس کرونا شاهد تغییر آن بوده‌ایم. ارزیابی داده‌های اعلام شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت نشان می‌دهد وضعیت تولید محصولات شیمیایی و پتروشیمی در نخستین فصل امسال هنوز نامشخص است و در فهرست تولیدات بهار به این بخش اشاره‌ای نشده است. تنها بخش پتروشیمی به صورت کلی در آمار صنعتی گنجانده شده است.

از جمله نکات قابل توجه در داده‌های اعلام شده می‌توان به بازگشت رشد تولید به صنعت خودروسازی اشاره کرد. خودروسازان ماه‌ها افت تولید را در کارنامه خود ثبت کرده بودند، به‌طوری که در بیشتر مواقع این گروه صدرنشین افت تولید را به خود اختصاص داده بود. با توجه به داده‌های اعلام شده در بهار امسال این گروه در بخش‌های «سواری، وانت، کمباین و تراکتور» توانست رشد مثبت را تجربه کند. مثبت شدن روند تولید در نخستین فصل امسال در حالی صورت گرفته است که گزارش شاخص مدیران خرید از بدبینی مدیران در پایان بهار حکایت داشت. براساس آمار اعلام شده در نیمه بهار امسال شاخص مدیران خرید (PMI) یا همان شامخ کل اقتصاد در خرداد ۴۸/۴۱ واحد و شامخ بخش صنعت ۵۶/۸۰ واحد محاسبه شده که نسبت به اردیبهشت به ترتیب افت ۱/۷۶ و ۶/۴۱ واحدی را تجربه کرد. این بدبینی اما تاثیر چندانی بر روند تولیدات صنعتی نداشت و بنگاه‌های صنعتی و معدنی توانستند در این میان رشد قابل قبول را تجربه کنند. براساس شاخص مدیران خرید (PMI) عبور رقم شاخص

شروط بهره‌مندی از قانون مالیات‌های مستقیم اعلام شد

مالیاتی در موعد مقرر موجب لغو معافیت آنها نخواهد شد. بدیهی است مفاد بندهای (۵) و (۶) این دستورالعمل برای این گونه مؤدیان نیز جاری بوده و در صورت خروج مودی از شمول مفاد تبصره ماده ۱۰۰ قانون مالیات‌های مستقیم، علاوه بر موارد مذکور در بندهای ۵ و ۶ این دستورالعمل، از هر گونه معافیت مالیاتی با نرخ صفر مالیاتی محروم خواهند شد. وی با اشاره به نکات اصلی و کلیدی این دستورالعمل، اظهار کرد: این دستورالعمل صرفاً برای گروه‌های دوم و سوم موضوع آیین‌نامه ماده ۹۵ که میزان مجموع فروش کالا و خدمات آنها حداکثر تا ۳۰ برابر معافیت موضوع ماده ۸۴ و به مبلغ ۹۹۰۰۰۰۰۰۰ ریال است موضوعیت دارد؛ لذا مشاغلی که اولین سال فعالیت آنها عملکرد ۱۳۹۸ باشد مشمول دستورالعمل نبوده و بایستی اظهارنامه تسلیم کنند. وی افزود: خریداران سکه در سال ۱۳۹۸ از بانک مرکزی مشمول مفاد این دستورالعمل نیستند.

نوری درباره نحوه تعیین مالیات مقطوع و پرداخت آن برای صاحبان مشاغلی که مجموع فروش کالا یا ارائه خدمات آنها در سال گذشته کمتر از ۹۹۰ میلیون تومان باشد از تکلیف تسلیم اظهارنامه معاف هستند و می‌توانند مالیات مقطوع را براساس این دستورالعمل بپردازند، گفت: آن دستورالعمل بدین شرح است که مالیات تا ۲.۵ میلیون تومان بدون افزایش عملکرد نسبت به سال ۹۷، مالیات از ۲.۵ میلیون تومان تا پنج میلیون تومان معادل چهار درصد افزایش نسبت به سال ۹۷، مالیات بیش از پنج میلیون تومان تا ۱۰ میلیون تومان معادل هشت درصد افزایش نسبت به عملکرد سال ۹۷ و مالیات بیش از ۱۰ میلیون تومان معادل ۱۲ درصد افزایش نسبت به عملکرد سال ۹۷ است.

رئیس امور مالیاتی شهر و استان تهران خبر داد که تمامی صاحبان مشاغل گروه‌های دوم و سوم موضوع ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی ماده ۹۵ قانون مالیات‌های مستقیم که مجموع فروش کالا و ارائه خدمات آنها در سال ۱۳۹۸ حداکثر ۳۰ برابر معافیت موضوع ماده ۸۴ یعنی مبلغ ۹۹۰ میلیون تومان بوده مشمول تبصره ماده ۱۰۰ قانون مالیات‌های مستقیم جهت تعیین مالیات مقطوع عملکرد سال ۱۳۹۸ هستند. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران؛ محمدرضا نوری در تشریح دستورالعمل رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور اظهار کرد: تمامی صاحبان مشاغل گروه‌های دوم و سوم موضوع ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی موضوع ماده (۹۵) قانون مالیات‌های مستقیم که مجموع فروش کالا و ارائه خدمات آنها در سال ۱۳۹۸ حداکثر ۳۰ برابر معافیت موضوع ماده (۸۴) قانون مالیات‌های مستقیم (مبلغ ۹۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال) بوده مشمول این دستورالعمل هستند و در صورت تکمیل و ارسال فرم موضوع این دستورالعمل حداکثر تا پایان مرداد (۱۳۹۹) فرم مذکور در سامانه سازمان امور مالیاتی کشور قرار داده خواهد شد) از نگهداری اسناد و مدارک موضوع قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحیه مصوب ۳۱ تیر ۱۳۹۴ تسلیم اظهارنامه مالیاتی معاف می‌شوند.

رئیس امور مالیاتی شهر و استان تهران ادامه داد: صاحبان مشاغلی که بر مبنای موضوع فعالیت و با استقرار محل فعالیت با دارا بودن مجوز فعالیت از مراجع ذیصلاح در عملکرد سال ۱۳۹۷ مشمول برخورداری از معافیت مالیاتی با نرخ صفر مالیاتی بوده‌اند، مشروط به حفظ ضوابط معافیت با نرخ صفر مالیاتی در طی سال ۱۳۹۸، می‌توانند از مزایای این دستورالعمل استفاده کرده و عدم ارائه اظهارنامه

سرپرست وزارت صمت خبر داد:

بازنگری در روش عرضه محصولات فولادی

نیز به عنوان یک کالای سرمایه‌ای مورد معامله قرار گیرد، بلکه با مکانیزم‌های جدیدی که طراحی خواهد شد، تلاش می‌شود تا محصولات فولادی به دست مصرف‌کنندگان واقعی و صنایع پایین‌دستی آن هم بر اساس نیازهای واقعی آنها، برسد.

به گفته مدرس خیابانی، در واقع سیاست وزارت صنعت، معدن و تجارت عدم معطلی صنایع پایین‌دستی و تولیدکنندگان در دسترسی به مواد اولیه خود است و این سیاست را با مکانیزم‌های صحیح و به روش‌های مختلف عملیاتی خواهد کرد.

وی گفت: بنا بر این است که ضمن افزایش تولید فولاد در کشور، برنامه افزایش صادرات محصولات فولادی نیز در سال ۹۹ با قوت و قدرت بیشتری نسبت به سال ۹۸ پیش رود و در این حوزه، وزارت صنعت، معدن و تجارت از هیچ کمکی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان دریغ نخواهد کرد.

حسین مدرس خیابانی با اشاره به دستور رئیس جمهور مبنی بر ضرورت رفع دغدغه تولیدکنندگان و صاحبان کارخانه‌ها برای تأمین مواد اولیه گفت: جلسه کمیته ساماندهی محصولات فولادی در هفته جاری با حضور تولیدکنندگان برگزار خواهد شد تا بتوان در شیوه عرضه محصولات فولادی و تعیین قیمت با فرمول‌های اقتصادی، تجدیدنظر لازم صورت گیرد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از شاتا؛ سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: هدف وزارت صنعت، معدن و تجارت آن است که علاوه بر اینکه مواد اولیه مورد نیاز صنایع پایین‌دستی فولاد تأمین شود، صادرات نیز به عنوان یکی از دستور کارهای جدی این وزارتخانه، مورد حمایت قرار گیرد. وی تصریح کرد: پیرو سیاست‌های جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت اجازه داده نخواهد شد تا فولاد



دستیابی به اهداف جهش تولید از مسیر صادرات می‌گذرد

سرپرست جدید وزارت صمت با هیئت رئیسه اتاق ایران دیدار کرد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از پایگاه کار و کارآفرینی، در این نشست دو طرف بر سر یکسری مسائل تفاهم کردند. در این میان اعضای هیئت رئیسه حضور حسین مدرس خیابانی در اتاق ایران را به فال نیک گرفتند، لیست انتظارانشان را از متولیان صنعتی و تجاری ردیف کردند. «تغییر ساختارهای موجود، بهبود محیط کسب و کار، بازگشت اعتماد بخش خصوصی و بهره‌گیری از نظرات آنها و به‌ویژه ظرفیت‌های شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی، توسعه بازارهای صادراتی، فعال شدن پنجره واحد تجاری و لغو تصمیمات یک‌شبه» مهم‌ترین مواردی بود که از سوی اعضای هیئت رئیسه اتاق ایران مطرح شد. در مقابل سرپرست جدید وزارت صمت نیز با شنیدن سخنان اعضای هیئت رئیسه بر این نکته تأکید کردند که اداره کشور در شرایط کنونی و تحقق جهش تولید بدون حضور بخش خصوصی و توجه به بنگاه‌ها امکان‌پذیر نیست. مدرس خیابانی دو سیاست مهم «مدیریت واردات» و «بازتعریف مسیر جدید صادراتی» در راستای حمایت از تولید و جهش آن را جزو اولویت‌های کاری وزارت صمت برشمردند. البته سرپرست جدید این قول را هم به اتاقی‌ها داد که محدودیت‌ها در سال جاری کمتر خواهد شد.

خصوصی، نتایج قابل توجهی برای اقتصاد حاصل شود. از طرفی، حضور جنابعالی در اتاق ایران را به فال نیک می‌گیریم؛ به خصوص اینکه جنابعالی نشان داده‌اید نگاه کوتاه‌بینانه‌ای به مسائل ندارید. حسین مدرس خیابانی سرپرست وزارت صمت، پس از شنیدن اظهارنظرهای اعضای هیئت رئیسه اتاق ایران، با تأکید بر اینکه اداره کشور در شرایط فعلی، بدون همراهی و مشارکت بخش خصوصی امکان‌پذیر نیست، افزود: در سالی که از سوی مقام معظم رهبری به عنوان جهش تولید نام‌گذاری شده است، تحقق این شعار در گروی توجه به بنگاه‌ها و بخش خصوصی است. به‌خصوص اینکه ابزارهای تصدی دولت در مقایسه با قبل بسیار محدود است و این بخش خصوصی است که باید به کمک دولت برای جهش تولید و صادرات بپاید. او در ادامه به تشریح سه برنامه کلان «توسعه صادرات»، «مدیریت واردات» و «جهش تولید» در وزارت صمت پرداخت و با تأکید بر اینکه راه دستیابی به اهداف جهش تولید از صادرات می‌گذرد، افزود: درحالی که تولید بدون تقاضا، مسیر درستی را ادامه نمی‌دهد؛ پس مسیر اصلی جهش تولید از صادرات می‌گذرد. از طرفی باید شرایط را برای واردات تنها در فضایی تسهیل کرد که اشتغال کشور را حفظ و منجر به تولید شود. او در ادامه خاطرنشان کرد: دولت به همراهی بخش خصوصی و صادرکنندگان برای گذر از شرایط فعلی نیاز دارد و در همین جا قول خواهیم داد که محدودیت‌ها در سال جاری کمتر خواهد شد. ارز حاصل از صادرات حتماً به چرخه اقتصادی کشور برمی‌گردد. اما نکته حایز اهمیت این است که در شرایط فعلی، اولویت‌بندی کالاها تغییر کرده است. سرپرست وزارت صمت از آمادگی برای حضور در جلسات شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی خبر داد و در پاسخ به انتقادهای موجود درباره عوارض و محدودیت‌های صادراتی افزود که هر دوی این ابزارها برای تنظیم بازار صورت می‌گیرد و وزارت صمت موظف به حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان با هم است.

سرپرست جدید وزارت صمت با هیئت رئیسه اتاق ایران دیدار کرد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از پایگاه کار و کارآفرینی، در این نشست دو طرف بر سر یکسری مسائل تفاهم کردند. در این میان اعضای هیئت رئیسه حضور حسین مدرس خیابانی در اتاق ایران را به فال نیک گرفتند، لیست انتظارانشان را از متولیان صنعتی و تجاری ردیف کردند. «تغییر ساختارهای موجود، بهبود محیط کسب و کار، بازگشت اعتماد بخش خصوصی و بهره‌گیری از نظرات آنها و به‌ویژه ظرفیت‌های شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی، توسعه بازارهای صادراتی، فعال شدن پنجره واحد تجاری و لغو تصمیمات یک‌شبه» مهم‌ترین مواردی بود که از سوی اعضای هیئت رئیسه اتاق ایران مطرح شد. در مقابل سرپرست جدید وزارت صمت نیز با شنیدن سخنان اعضای هیئت رئیسه بر این نکته تأکید کردند که اداره کشور در شرایط کنونی و تحقق جهش تولید بدون حضور بخش خصوصی و توجه به بنگاه‌ها امکان‌پذیر نیست. مدرس خیابانی دو سیاست مهم «مدیریت واردات» و «بازتعریف مسیر جدید صادراتی» در راستای حمایت از تولید و جهش آن را جزو اولویت‌های کاری وزارت صمت برشمردند. البته سرپرست جدید این قول را هم به اتاقی‌ها داد که محدودیت‌ها در سال جاری کمتر خواهد شد.

منوی درخواست فعالان اقتصادی اتاق ایران از مدرس خیابانی

اعضای هیئت رئیسه اتاق ایران، میزبان حسین مدرس خیابانی سرپرست وزارت صمت و چندتن از معاونین وی بودند. در ابتدای این نشست، غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران ضمن تبریک به سکان‌دار جدید وزارت صمت تأکید کرد: پذیرش مسئولیت‌های این‌چنینی در شرایط فعلی اقتصاد، علاوه بر صداقت و شجاعت، نیاز به جسارت هم دارد که خوشبختانه آقای مدرس خیابانی نشان دادند شایسته این مسئولیت هستند و امیدواریم با همراهی ایشان و بخش

پیگیری هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از دیوان عدالت اداری نتیجه داد:

پرداخت مابه التفاوت سنوات کارگری در قراردادهای کمتر از یکسال منتفی است

در پایان قراردادهای کار با مدت بیش از یکسال به صورت مجزا پرداخت شده باشد؛ این پرداخت علی‌الحساب محسوب شده و مابه التفاوت آن در خاتمه قراردادهای مذکور می‌بایست؛ محاسبه شود. -گفتنی است در قراردادهای به مدت زمان یکسال یا کمتر حق سنوات باید به صورت قطعی پرداخت و محاسبه شود. بنابراین قراردادهای یکسال و کمتر از شمول دادنامه مورخ ۹۸/۱۹/۹ هیئت عمومی دیوان عدالت اداری خارج است و پرداخت مابه التفاوت سنوات در این قراردادها منتفی است.

نتیجه درخواست رفع ابهام از دادنامه فوق الذکر مورخ ۹۸/۹/۱۹ هیئت عمومی دیوان عدالت داری که به کانون عالی کار فرمایان ابلاغ شده است به شرح زیر است:

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران؛ با توجه به قانون ۲۴ قانون کار و تبصره ۴ ماده ۴۱ از قانون رفع موانع تولید؛ ملاک پرداخت پاداش پایان خدمت، اتمام قرارداد کار می‌باشد. از این رو در هر زمان که قرارداد کار پایان یابد؛ حق سنوات باید به طور کامل پرداخت شود چنانچه پاداش پایان خدمت



رسیدگی به مشکل رفع تعهد ارزی صادرکنندگان

صادرکنندگان که آماده رفع تعهد ارزی خود هستند با مشکلاتی مواجه شده‌اند. در همین ارتباط نیز، اتاق تهران طی نامه‌ای به رئیس کل بانک مرکزی، پیشنهادهایی را برای حل مشکل این بخش از صادرکنندگان مطرح کرد و از مراجعه و تماس متعدد فعالان اقتصادی با اتاق تهران برای حل مشکل ایفای تعهد ارزی خود پس از اعلام بسته سیاستی جدید بانک مرکزی خبر داد و خواستار ایجاد بخش ویژه در بانک مرکزی برای رسیدگی به مشکلات صادرکنندگان شد.

با این حال، سازمان توسعه تجارت ایران به تازگی با صدور اطلاعیه‌ای از صادرکنندگان درخواست کرد تا در صورت بروز

سازمان توسعه تجارت ایران از صادرکنندگانی که مشکل رفع تعهد ارزی دارند خواسته است تا با مستندات و مدارک خود به این سازمان برای حل مشکل مراجعه کنند.

سازمان توسعه تجارت ایران طی فراخوانی، از صادرکنندگان خواست تا برای رسیدگی به مشکلات مربوط به رفع تعهدات ارزی سال‌های ۹۷ تا ۹۹ خود، با این سازمان مکاتبه و مدارک و مستندات خود را به دفتر توسعه خدمات بازرگانی این سازمان ارائه دهند. به دنبال ابلاغ بسته سیاستی نحوه بازگشت ارز صادراتی در سال ۹۹ از سوی بانک مرکزی طی چند روز گذشته و تعیین مهلت چهار ماهه برای بازگشت ارز صادراتی به کشور، بسیاری از

تأثیر قطعات الکترونیک تقلبی بر بازار صنعت لوازم خانگی

■ مهندس سعید صفوی

صنایع جهانی ایجاد کرده است. تجارت کالاهای تقلبی در چند سال گذشته به طور چشمگیری افزایش یافته و حتی رکود حجم تجارت جهانی در این سال‌ها نیز تأثیری در کاهش روند افزایشی آن نداشته است؛ به طوری که در سال گذشته ۳،۳ درصد از حجم تجارت جهانی را به خود اختصاص داده بود.

محصولات و لوازم تقلبی یکی از معضلات بزرگ و جبران‌ناپذیری هستند که گریبان اقتصاد جهانی را گرفته‌اند و اثرات مخرب و زیان‌باری را در روند رشد و توسعه اقتصادی جوامع در پی دارند. کافی است نگاهی به آمار جهانی محصولات تقلبی بیندازیم تا متوجه شویم بازارهای جهانی تا چه اندازه دستخوش این محصولات جعلی شده‌اند. در سال ۲۰۱۷ میزان کل محصولات تقلبی جهان به مرز ۱،۲ تریلیون دلار رسیده بود و انتظار می‌رود که این میزان تا انتهای سال جاری به ۱،۸۲ تریلیون دلار برسد که این محصولات طیف گسترده‌ای از صنایع را در بر می‌گیرند.

صنعت قطعات الکترونیک نیز مانند دیگر صنایع جهانی، از بازار موازی محصولات جعلی در امان نبوده و متأسفانه قطعات تقلبی که در این بازار رسوخ پیدا کرده‌اند، در کیفیت محصولات صنایع دیگری که با این صنعت در ارتباط هستند، تأثیرات منفی در پی داشته است. از آنجایی که صنعت الکترونیک با بسیاری از صنایع دیگر، از گوشی‌های همراه گرفته تا لوازم خانگی و صنایع بزرگتر، مرتبط است، میزان جعل لوازم و قطعات آن نیز گسترده‌تر بوده و طیف

چند سالی است که همه ما با اصطلاح فیک یا تقلبی آشنا شده‌ایم و با توجه به شرایطی که تحریم‌ها در روند اقتصادی کشور رقم زده‌اند، با حجم گسترده‌تری از این دست محصولات جعلی روبه‌رو هستیم. صنعت قطعات الکترونیک از جمله صنایعی است که نه تنها در ایران، بلکه در سایر کشورها، به دلیل ماهیت بین‌صنعتی که دارد، از آسیب‌های ناشی از محصولات تقلبی در امان نمانده است. امروزه قطعات الکترونیک در طیف گسترده‌ای از صنایع بزرگ و کوچک کاربرد دارند و خصوصاً در صنعت لوازم خانگی، کاربرد قابل توجهی پیدا کرده‌اند. رسوخ قطعات الکترونیکی جعلی در صنعت لوازم خانگی باعث پایین آمدن کیفیت این محصولات شده و در نهایت این روند، هم برای تولیدکننده و هم برای مصرف‌کننده، تبعات منفی در پی خواهد داشت.

بازار داغ لوازم الکترونیک تقلبی در جهان

تجارت جهانی امروز همگام با فناوری روز دنیا، رشد قابل توجهی را رقم زده است، اما در کنار این توسعه، تأثیرات منفی را نیز می‌توانیم ببینیم. سازمان‌های تجاری برای رشد اقتصادی و ارتقاء برند خود، وقت، منابع و هزینه زیادی را متقبل می‌شوند، اما متأسفانه بازار تقلبی با سرعت زیادی در حال رشد بوده و مشکلات بزرگی را برای



دبیرخانه کارگروه اقدام صادراتی اقدام نموده تا نسبت به بررسی کارشناسی موضوع با هدف ارایه راهکارهای اجرایی و کاربردی در جهت مرتفع کردن مشکلات ایجاد شده اقدام شود.

مشکل در رفع تعهدات ارزی و بازگشت ارز صادراتی خود، مراتب را با مدارک و مستندات به دفتر توسعه خدمات بازرگانی این سازمان ارایه دهند.

بر این اساس سازمان توسعه تجارت ایران با صدور اطلاعیه‌ای اعلام کرده است که اگر صادرکنندگان در خصوص رفع تعهدات ارزی سال‌های ۹۷ تا ۹۹ مشکلاتی دارند، درخواست مکتوب خود را به دفتر توسعه خدمات بازرگانی این سازمان ارایه دهند.

در متن فراخوان سازمان توسعه تجارت ایران آمده است: «از صادرکنندگانی که در خصوص رفع تعهدات ارزی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ مشکلاتی دارند درخواست می‌شود نسبت به ارسال درخواست مکتوب خود جهت رفع مشکلات مربوط به ایفای تعهدات ارزی صادرات، منضم به مدارک و مستندات به دفتر توسعه خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان

اعتبار تولیدکنندگان را کاهش داده و به برند آنها خدشه وارد می‌کند. از سوی دیگر، لوازم خانگی که به تجهیزات الکترونیکی مجهز هستند، بسیار حساس بوده و رعایت ایمنی در آنها ضروری است که طبیعتاً وجود یک قطعه تقلبی، این امنیت را تا حد زیادی کاهش می‌دهد.

لزوم پشتوانه‌های حاکمیتی و اجرایی

محصولات تقلبی نه تنها به اعتبار تولیدکنندگان و طراحان اصلی صدمه می‌زنند، بلکه در فضای برندسازی نیز یک روند رقابتی نادرست را شکل داده و در نهایت برای مصرف‌کنندگان زیان‌آور هستند. در این میان، صنعت قطعات الکترونیک نیز از بازار کالاهای تقلبی جان سالم به در نبرده و خصوصاً در زمینه قطعات نیمه‌هادی، با لوازم تقلبی روبه‌رو است. این حوزه خصوصاً از این نظر حائز اهمیت است که با ایمنی و سلامت مصرف‌کنندگان در ارتباط بوده و از این رو، قطعات تقلبی در صنایع مصرفی مانند لوازم خانگی می‌توانند بسیار زیان‌بار باشند. جلوگیری از تولید و توزیع محصولات و لوازم تقلبی، نه تنها در صنعت الکترونیک، بلکه در سایر صنایع، خواسته بسیاری از صنعتگران و فعالان اقتصادی جهان است که صادقانه به امر تولید محصولات و لوازم باکیفیت مشغول هستند. به نظر می‌رسد دستیابی به چنین هدفی، به راحتی امکان‌پذیر نباشد، زیرا قطعات الکترونیک تقلبی مانند یک سیل در حال حرکت بوده و بخش تولیدکنندگان خصوصی، به تنهایی نمی‌توانند در مقابل آن بایستند. وجود نهادهای حاکمیتی و الزام قدرت اجرایی، یکی از راهکارهای مقابله با چنین معضلی در صنایع است و بر این اساس، هر اندازه پشتوانه حاکمیتی و قانونی قوی‌ای در این زمینه وجود داشته باشد، طبیعتاً از میزان قطعات الکترونیکی تقلبی، در صنایعی مانند لوازم خانگی که بسیار حساس و پرکاربرد هستند، کاسته خواهد شد.



زیادی از محصولات را شامل می‌شود. به عنوان مثال در سال ۲۰۱۸، لوازم الکترونیکی مصرفی، ۱۲ درصد از محصولات تقلبی ضبط شده را در جهان به خود اختصاص داده بودند و قطعات الکترونیک نیز در ۶ درصد از محصولات تقلبی بهداشتی و ایمنی حضور داشتند.

کیفیت و ایمنی، پاشنه آشیل صنعت لوازم خانگی

بازار صنعت الکترونیک ایران از این قاعده مستثنی نبوده و بخش قابل توجهی از قطعات الکترونیکی موجود در بازار ایران اصل نیستند. مستندات و شواهد این‌طور نشان می‌دهند که ۶۰ تا ۷۰ درصد قطعات الکترونیکی موجود در بازار ایران اصل نیستند. (منظور مجموعه‌ای از قطعات Remark, Refurbished Copy, Fake, Reject و... می‌باشد) این آمار نشان‌دهنده شیوع گسترده قطعات الکترونیک تقلبی در بازار کشورمان است و ردپای آن در صنعت لوازم خانگی نیز دیده می‌شود. بازتاب منفی قطعات الکترونیکی تقلبی در صنعت لوازم خانگی، در سه حوزه خود را نشان می‌دهد: اعتبار تولیدکننده، امنیت مصرف‌کننده و کیفیت محصولات. در وهله اول، قطعات تقلبی باعث پایین آمدن کیفیت محصولات می‌شوند که این روند، در ادامه،



حال ناخوش این روزهای صنعت لوازم خانگی کشور

دی‌ماه سال ۹۷ همواره روندی کاهشی در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۶ داشت، در ماه یازدهم سال ۹۸ بالاخره افزایشی شد و با حفظ این روند، سال ۹۸ را با رشد ۶,۳ درصدی به پایان برد. کارخانجات داخلی توانستند سال گذشته ۸۲۵ هزار و ۴۰۰ دستگاه تلویزیون تولید کنند.

بررسی آمارهای رسمی منتشره وزارت صنعت، معدن و تجارت حاکی از این است که در ۱۲ ماهه ۹۸، تعداد یک‌میلیون و ۱۶۸ هزار و ۷۰۰ دستگاه یخچال‌فریزر در کشور تولید شد که در مقایسه با سال ۹۷ رشد ۷,۸ درصدی داشته است. در سالی که گذشت کارخانجات داخلی موفق به تولید ۷۳۲ هزار و ۲۰۰ دستگاه ماشین لباسشویی شدند که رشد ۳۲ درصدی در مقایسه با سال قبل از آن داشته است. همچنین تولید کولرآبی در این مدت با رشد ۶,۳ درصدی به ۹۰۴ هزار و ۹۰۰ دستگاه رسید. خردادماه امسال هم کیوان گردان، مدیرکل صنایع برق، فلزی و لوازم‌خانگی وزارت صمت گفت: «اکنون ظرفیت اسمی تولید صنایع لوازم‌خانگی کوچک و بزرگ ۲۰ میلیون دستگاه است، اما باوجود افزایش تولید، هنوز به ۵۰ درصد این ظرفیت هم نرسیده‌ایم. سال گذشته حدود ۹ میلیون دستگاه لوازم‌خانگی تولید داخل داشتیم که در مقایسه با سال پیش از آن، ۱۰ درصد رشد داشت.» مدیرکل صنایع برق، فلزی و لوازم‌خانگی وزارت صنعت، معدن تجارت ادامه داد که میزان مصرف داخلی هم تقریباً همین میزان است و بااینکه از خرداد سال ۱۳۹۷ واردات لوازم‌خانگی، عمدتاً ممنوع شد، باین‌حال کمبود عرضه نداریم.

معضل مواد اولیه برای همه

هر تولیدکننده‌ای در کشور با مشکل تأمین مواد اولیه روبه‌رو است. حتی گزارش شاخص شامخ خردادماه هم به دلیل معضل افزایش قیمت مواد اولیه به محدوده زیر ۵۰ رسید و چشم‌انداز رونق تولید را تیره‌وتر کرد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در نهمین دوره انتشار شامخ کل اقتصاد، نسبت به اثرگذاری تداوم افزایش قیمت خرید مواد اولیه بر تولید هشدار داد. طبق اعلام این مرکز شامخ کل اقتصاد در خرداد امسال به ۴۸,۴۱ واحد رسیده که نسبت به ماه قبل ۱,۷۶ واحد معادل ۳,۵ درصد افت کرده است. رشد قیمت خرید مواد اولیه لوازم موردنیاز تولید برای سومین

«وضعیت واحدهای تولیدی لوازم‌خانگی خوب است.» این جمله را اسحاق جهانگیری، تیرماه سال ۹۵ بر زبان آورد. تنها ۴ سال از آن زمان گذشته است و حالا وضعیت واحدهای تولیدی لوازم خانگی خوب نیست. تیرماه ۹۵ که معاون اول رئیس‌جمهوری از وضعیت خوب صنعت کشور صحبت می‌کرد، دقیقاً یک سال از امضای برجام گذشته بود و تحریم‌ها یکی پس از دیگری اقتصاد ایران را رها می‌کردند و بازار تقریباً در وضعیت ثبات قرار داشت. ثبات نسبی در بازار ارز، مواد اولیه و اطمینان از آینده، روزهای خوشی را برای صنایع مختلف ازجمله صنایع لوازم‌خانگی رقم زده بود. صناعی که سال ۹۰ و ۹۱ هم یک بار دیگر طعم تلخ تحریم‌ها را چشیده بودند و داشتند دوباره جان می‌گرفتند. اما آن حال و هوایی که جهانگیری در سال ۹۵ از آن صحبت کرد، دیری نپایید. امریکا از برجام خارج شد و تحریم‌ها برگشتند و به تبع آن وضعیت بازار بهم ریخت. بازار ارز مدام قله‌های قیمتی بالاتر را فتح کرد و کمبود مواد اولیه گریبان تولیدکنندگان را گرفت. سوءمدیریت‌ها به قاچاق دامن زد و گروهی که بیشترین فشار را تحمل کردند، تولیدکنندگان لوازم‌خانگی بودند.

دور باطل مشکلات

چالش‌های تولید و بازار لوازم‌خانگی به این سال و آن سال و حتی به این دولت و آن دولت خلاصه نمی‌شود. یکسری مشکلات در صنعت وجود دارد که همچنان با تولیدکنندگان همراه است و تا به الان هم درست نشده است. سال ۹۱ ایران تحریم بود و سال ۹۹ هم همچنان تحریم‌ها وجود دارد. ۸ سال از آن زمان گذشته، اما مشکلات همان مشکلات است. تنها در دوره‌ای وضعیت کمی بهبود یافت اما مشکلات از بین نرفت.

طی سال‌های گذشته چقدر تولید داشتیم؟

اوضاع طی سال‌های ۹۶ و ۹۷ تا سال ۹۸ تقریباً با همین منوال و «کج‌دار مریز» پیش رفت. بررسی آمارهای رسمی منتشرشده وزارت صنعت، معدن و تجارت در این سال حاکی از مثبت بودن رشد تولید انواع لوازم‌خانگی توسط کارخانجات داخلی در سال «رونق تولید» بود.

طبق گزارش‌های منتشرشده، تولید تلویزیون که تا پایان



در سالی که گذشت کارخانجات داخلی موفق به تولید ۷۳۲ هزار و ۲۰۰ دستگاه ماشین لباسشویی شدند که رشد ۳۲ درصدی در مقایسه با سال قبل از آن داشته است. همچنین تولید کولر آبی در این مدت با رشد ۶٫۳ درصدی به ۹۰۴ هزار و ۹۰۰ دستگاه رسید

براساس این گزارش، به‌طور کلی طی ماه خرداد از نظر اکثر فعالان اقتصادی، نوسانات شدید نرخ ارز، بی‌ثباتی قیمت‌ها و عدم اجرای درست سیاست و قوانین ارزی باعث شده تا مشکلات زیادی برای فعالان اقتصادی به وجود آید. از سوی دیگر طولانی‌شدن فرآیند ثبت سفارش‌ها در شرایطی که نوسانات شدید ارزی وجود دارد، بنگاه‌های اقتصادی را در برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های آینده با مشکل روبرو کرده است و باعث تأخیر در روند تحویل سفارش‌ها به مشتریان خواهد شد. از نظر بسیاری از فعالان اقتصادی، علاوه بر مشکلات مطرح‌شده، در گمرک نیز کارها با روال عادی انجام نمی‌شود و کالاها با تأخیرهای زیاد تریخیص می‌شوند.

مشکلات تأمین و افزایش قیمت مواد اولیه روی تمام صنایع سایه انداخته است. به همین دلیل هم مرتضی میری رئیس اتحادیه لوازم‌خانگی معتقد است اگر مواد اولیه به کارخانجات برسد و دولت کمک کند شاهد داخلی‌سازی تمام لوازم‌خانگی در کشور خواهیم بود.

وضعیت تأمین مواد اولیه آن‌قدر مهم است که به‌تازگی حسین مدرس خیابانی سرپرست وزارت صمت گفته تأمین ارز مواد اولیه تولیدکنندگان در دستور کار قرار گرفته است. او ادامه داد: «با هماهنگی با بانک مرکزی و استفاده از ارز حاصل از صادرات و آزادسازی منابع، در خردادماه توانستیم ارز لازم برای تأمین مواد اولیه لوازم‌خانگی را تا حدودی مرتفع کنیم و ان‌شاءالله همین روند تا پایان سال نیز تداوم می‌یابد.»

با این حال به گفته عباس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم‌خانگی ایران، مواد اولیه داخلی موردنیاز لوازم‌خانگی که در صنایع فولاد و پتروشیمی مانند ورق فولاد، ورق روغنی، ورق پیش‌رنگ و... تولید می‌شوند، بر اساس قیمت‌های جهانی عرضه می‌شود که بر لوازم‌خانگی تأثیرات منفی گذاشته است. تعیین قیمت مواد اولیه بر اساس قیمت‌های جهانی، هزینه مواد اولیه را نزدیک به ۱۲۰ تا ۱۳۰ درصد افزایش داده است، درحالی‌که واحدهای تولیدی لوازم‌خانگی، هیچ‌گونه مزیتی چه در مواد اولیه

ماه متولی یکی از عوامل افت شامخ بوده است. طبق این گزارش، اکثر بنگاه‌های اقتصادی که در طرح شامخ شرکت کرده‌اند موجودی مواد اولیه (۴۰،۹۹)، میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی (۴۴،۷۶)، میزان سفارش‌های جدید مشتریان (۴۹،۲۸) در خردادماه را کمتر از مقدار آن در اردیبهشت‌ماه ارزیابی کرده‌اند. شاخص قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده (۹۱،۹۴)، بار دیگر رکورد خود را شکسته و همراه با افزایش در سومین ماه پیاپی، بیشترین مقدار از ابتدای شروع این طرح (مهر ۹۸) را به ثبت رسانده است. دلیل اصلی این موضوع هم نوسانات شدید قیمت‌ها و افزایش نرخ ارز بوده که منجر به افزایش قیمت محصولات تولیدشده در ماه‌های آتی خواهد شد.

علاوه بر این در خردادماه ۱۳۹۹ شاخص بخش صنعت به ۵۶،۸ واحد رسیده است که نشان می‌دهد با کم‌تر شدن محدودیت‌های ناشی از ویروس کووید ۱۹ در خردادماه و ادامه فعالیت‌ها در بخش صنعت، وضعیت شاخص به روند قبل از شیوع ویروس در بهمن‌ماه برگشته است؛ اما شرایط کنونی هم به دلیل کمبود مواد اولیه، نوسان قیمت‌ها و تقاضای ضعیف از سوی مشتریان، مستعد بازگشت به شرایط رکود است.

شاخص موجودی مواد اولیه خریداری‌شده در خردادماه (۴۲،۹۶) همچنان روند کاهشی خود را دارد و نرخ کاهش آن نسبت به اردیبهشت‌ماه بیشتر شده است. از یک‌سو تأثیر تحریم‌ها و سیاست‌های اتخاذشده در تخصیص ارز و از سوی دیگر اجرای نادرست قوانین موجود به‌خصوص تأخیر در ثبت سفارش‌ها، اکثر بنگاه‌های اقتصادی را در تأمین مواد اولیه موردنیاز خود با مشکل روبرو کرده است.

شاخص قیمت خرید مواد اولیه در خردادماه ۹۲،۹۱ است که بیشترین مقدار را از ابتدای شروع طرح (مهر ۹۷) تاکنون به ثبت رسانده است. این افزایش بی‌رویه ناشی از نوسانات شدید نرخ ارز و به دنبال آن افزایش قیمت‌هاست و از آنجایی که اکثر صنایع در کشور مواد اولیه خود را از خارج وارد می‌کنند برای تأمین ارز موردنیاز به‌شدت با مشکل روبرو شده‌اند. بر همین اساس تغییرات شدید قیمت‌ها، برنامه‌ریزی تولیدکنندگان برای ادامه فعالیت‌های خود در ماه‌های آتی و همچنین تعیین قیمت فروش محصولات را به‌شدت مختل کرده است.

طبق گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، کمبود مواد اولیه و تخصیص مواد اولیه‌ای هم که از بورس کالا تأمین می‌شوند، به دلیل عدم هماهنگی و مدیریت توسط سه سازمان بورس کالا، وزارت صنعت، معدن و تجارت و شرکت پتروشیمی، به‌خوبی انجام نمی‌گیرد. از همین رو این مرکز پیشنهاد داده است که بر اساس تجربه ۴۰ ساله کشور تأمین ارز موردنیاز مواد اولیه در کشور بدون دخالت دولت و به عهده تولیدکنندگان گذاشته شود چراکه اکثر بنگاه‌های اقتصادی تا حدودی با روش‌های تأمین ارز موردنیاز خود آشنایی دارند.



بررسی آمارهای رسمی منتشره وزارت صنعت، معدن و تجارت حاکی از این است که در ۱۲ ماهه ۹۸، تعداد یک میلیون و ۱۶۸ هزار و ۷۰۰ دستگاه یخچال فریزر در کشور تولید شد که در مقایسه با سال ۹۷ رشد ۷۸ درصدی داشته است

هم که دلار رقم‌های حول و حوش ۲۳ هزار تومان را سپری می‌کند و گفته می‌شود شاید اختصاص ارز نیمایی هم برای این گروه برداشته شود. این مابه‌التفاوت قیمت‌ها طی مدت‌زمان، محاسبات تولیدکننده را به هم می‌ریزد. درواقع تولیدکننده باید بداند برای تأمین مواد اولیه خود باید ارز را با چه نرخی خریداری کند، فرایند ورود ماده خام یا قطعات از خارج چقدر طول خواهد کشید و ریسک آن برایش چقدر خواهد بود. اما حالا تولیدکننده نمی‌تواند به‌سادگی ارز خود را تأمین کند و نمی‌داند قیمت‌های ارز تأمین‌شده در آینده نزدیک چند روزه و نه حتی دور و چندماهه، چه رقمی خواهد بود.

علاوه بر نرخ ارزی که ثبات ندارد، تأمین آن‌هم از بزرگ‌ترین دغدغه‌های تولیدکنندگان لوازم‌خانگی است. چندی پیش، شانه‌ساز دبیر انجمن صنفی تولید لوازم‌خانگی کوچک اعلام کرد: «حدود ۱۶ درصد قیمت‌ها نسبت به سال گذشته افزایش داشته است. آن‌هم به دلیل افزایش قیمت ارز و سایر موارد اثرگذار بر قیمت تمام‌شده کالاهای لوازم‌خانگی است و الان مهم‌ترین دغدغه تولیدکنندگان لوازم‌خانگی تأمین ارز موردنیاز است.» البته مشکلات ارزی تولیدکنندگان لوازم‌خانگی به همین‌جا ختم نمی‌شود. زمزمه‌هایی از حذف ارز نیمایی برای تولیدکنندگان لوازم خانگی هم شنیده می‌شود. به گفته اسماعیل بازاری، دبیر انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم‌خانگی ایران، حذف ارز نیمایی مراکز تولید لوازم‌خانگی را تعطیل می‌کند. او گفت: «در حال حاضر زمزمه‌های حذف ارز نیمایی تخصیص‌یافته در این صنف به گوش می‌رسد که اگر این اتفاق رخ دهد، موجب ایجاد مشکلات فراوانی در این صنف خواهد شد. زیرا در این صورت قیمت لوازم‌خانگی افزایش می‌یابد و در نتیجه آن توان خرید مردم کاهش خواهد یافت. با توجه به مسائل و مشکلات فعلی از جمله مواد اولیه، مسائل مالی و کرونا، همه تولیدکنندگان در تلاش هستند تا از تعطیلی صنف خود جلوگیری کنند.»

قاچاق، کابوس صنایع لوازم‌خانگی

زمانی نه‌چندان دور این‌طور بود که خانواده‌هایی که می‌خواستند برای دخترشان جهیزیه بخرند، سری هم به بانه می‌زدند. البته بازارچه‌های مختلفی وجود داشت، اما بانه در میان همه آنها زبانزد بود. خیلی از خانواده‌ها یک نیسان از لوازم‌خانگی قاچاق از لب مرز بار می‌زدند و به شهر خودشان برمی‌گشتند و خوشحال بودند که نصف قیمت بازار اصلی، وسیله قاچاق خریده‌اند. گزارش‌های زیادی از این بازارهای قاچاق منتشر شد. هنوز هم کانال‌های تلگرامی زیادی وجود دارد که خرید کالاهای قاچاق از بازارچه‌های لب مرزی را تبلیغ می‌کند. علی محمودزاده از فروشندگان بانه درباره قیمت لوازم‌خانگی که در این منطقه از کردستان به فروش می‌رسد، به خبرنگار آلاین گفت: «در مرز غربی ایران قیمت لوازم‌خانگی از ۲ تا ۵ میلیون تومان نسبت به تهران

داخلی و چه در تاخیرات دو سه ماه عدم تعیین ارز و... برای آنها به‌صورت عملی تعیین نشده است.

در کنار این مسایل، عهدشکنی شرکای کره‌ای، چینی و ژاپنی در تأمین قطعات موردنیاز تولید انواع لوازم‌خانگی زمینه کمبود، گرانی و افت شدید تقاضای خرید این محصولات در بازار را فراهم کرد. به گزارش همشهری، در دور تازه تحریم‌ها و خروج شرکای کره‌ای تولید لوازم‌خانگی از ایران، عرضه انواع این محصولات در بازار کاهش و قیمت‌ها افزایش یافت. این افزایش قیمت زمینه رشد سهم بازار محصولات قاچاق و فاقد گارانتی را فراهم کرد و تولیدکنندگان ایرانی را به سمت تأمین قطعات از منابع چینی سوق داد اما اکنون پاناسونیک ژاپن و مدیای چین هم از عرضه این قطعات خودداری می‌کنند. همچنین پوپا فیروزی، دبیر اتاق مشترک ایران و کره جنوبی نیز گفت: تقریباً هیچ مرادهای با کره جنوبی نداریم و در سال جاری فقط چند قطعه محدود لوازم‌خانگی وارد کشور شده است.»

سندروم دلاری قرار

این‌که نوسانات ارزی، بلای جان صنعت لوازم‌خانگی شده است، رازی نیست که برکسی پوشیده باشد. درواقع یکی از عواملی که بر قیمت محصولات اثرگذار است، نرخ ارز است. به‌هرحال برای تولید یک کالا، قطعات یا مواد اولیه‌ای از خارج از کشور وارد می‌شود که مسلماً برای خرید آن ارز مصرف می‌شود. حالا نداشتن ثبات در این بازار یعنی کل محاسبات تولیدکننده برای قیمت‌گذاری از بین می‌رود. درواقع وقتی امروز تولیدکننده می‌خواهد قیمتی برای ورود به بازار در نظر بگیرد، نمی‌داند که قیمت محصولش تحت تأثیر قیمت ارز و تأثیر آن بر مواد اولیه در آینده چقدر خواهد بود. مثلاً سال ۹۷ قیمت دلار به ضرب‌وزور دولت روی ۴۲۰۰ تومان تکرخی شد و دولت با افتخار اعلام کرد که ارز برای تمام واردکنندگان موجود کرد. چند ماه بعد، لیست واردکنندگان از دریافت ارز رسمی همین‌طور آب رفت و آنها از ارز ۴۲۰۰ تومانی به ارز نیمایی هل داده شدند، حالا

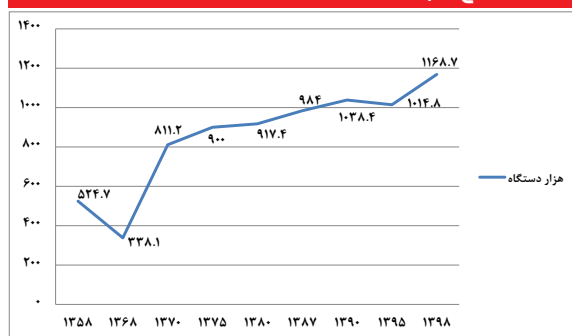


انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

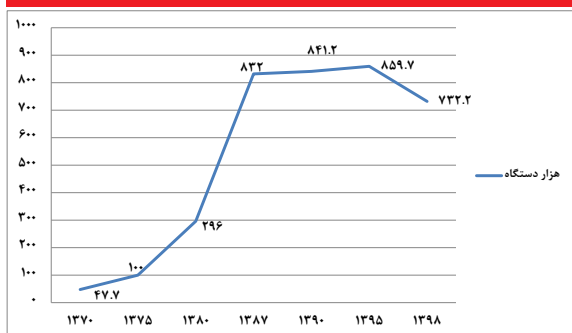
در حیاط خانه ما زیر برف و باران مقاومت کرده و هنوز کارآمد و قابل مصرف است.» شاید اگر همان دقت و توجهی که آن سال‌ها به تولیدکنندگان لوازم خانگی می‌شد، همچنان ادامه داشت، وضعیت این صنایع الان درگیر مسائل متعدد و کوچک و بزرگ و داخلی و خارجی نبود.

«علینقی عالیخانی» وزیر اقتصاد دهه چهل ایران هم در کتابی که به خاطرات او اختصاص داده درباره صنایع لوازم خانگی ایران در دهه ۴۰ نوشت: «من در آخرین سفری که به شوروی کردم- که در ضمن در آن زمان نمایشگاهی نیز از کالاهای صنعتی ایران در شوروی ترتیب داده بودیم- به نایب نخست‌وزیر شوروی که قائم‌مقام کاسیگین در امور اقتصادی بود- به آقای نوویکو- به‌عنوان هدیه، یک یخچال ایرانی دادم او فوق‌العاده خوشحال شد و به من تأکید کرد که راننده خودش می‌آید یخچال را ببرد و تأکید کرد مبدا یخچال را به دفترش بفرستم. می‌خواستم بگویم یخچال ساخت ایران شهرت داشت.»

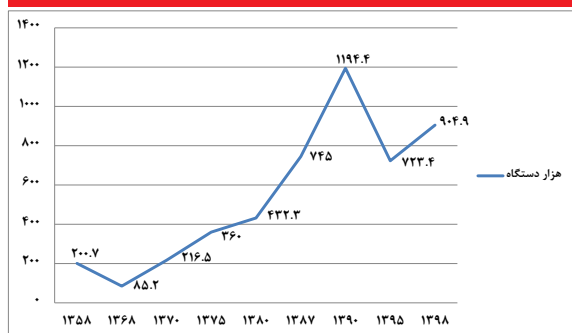
■ تولید انواع یخچال و فریزر در ۴۰ سال گذشته



■ تولید ماشین لباس شویی در ۴۰ سال گذشته



■ تولید کولر آبی در ۴۰ سال گذشته



کمیود مواد اولیه و تخصیص مواد اولیه‌ای هم که از بورس کالا تأمین می‌شوند، به دلیل عدم هماهنگی و مدیریت توسط سه سازمان بورس کالا، وزارت صنعت، معدن و تجارت و شرکت پتروشیمی، به‌خوبی انجام نمی‌گیرد

ارزان تر است. خیلی از مردم این روزها برای خرید لوازم خانگی به بانه می‌آیند. قاچاق لوازم خانگی نسبت به ماه‌های گذشته افزایش یافته است و مردم ترجیح می‌دهند که لوازم خانگی بخرند که قیمت ارزان تری دارد و دیگر برای آنها گارانتی مهم نیست.» البته رقم‌هایی که او درباره اختلاف قیمت مطرح می‌کند، برای قبل از این گرانی‌هاست. الان اختلاف قیمت ۱۰، ۱۵ و حتی ۲۰ میلیون تومانی هم دیده می‌شود. شاید خریداران هنگام خرید کالا گمان کنند که ۲۰ میلیون تومان سود کرده‌اند، اما زمانی که وسیله آنها به مشکل برخورد کرد، متوجه می‌شوند که داشتن وسیله اصل و با گارانتی چقدر می‌تواند مفید باشد. با این حال قاچاق نه تنها گریبان خریداران را می‌گیرد، بلکه پا روی گلوی تولیدکنندگان هم می‌گذارد.

به گفته فعالان این بخش حجم قاچاق به حدی است که نمی‌توان گفت توسط کول‌بران وارد شده بلکه به‌صورت کانتینری و سازمان یافته است. حسین فتاحی یک تولیدکننده لوازم خانگی در گفت‌وگو با تسنیم گفت: «در صورت افزایش حجم کالاهای قاچاق در بازار تولیدکنندگان امکان رقابت با آنها را نداشته و با مشکلات زیادی روبه‌رو خواهند شد.»

شهرت یخچال ساخت ایران از دهه ۴۰

روزهای خوش صنعت لوازم خانگی را می‌توان از دهه ۴۰ به‌خوبی مشاهده کرد. زمانی که تولیدکنندگان لوازم خانگی نه تنها بازار داخلی را به راحتی پوشش می‌دادند، بلکه صف صادرات محصولات آنها به کشورهای همسایه هم کاملاً دیده می‌شد. زمانی تولیدکنندگان ارج و آزمایش «ارج‌وقربی» داشتند. رضا نیازمند، «معمار توسعه صنعتی» و پایه‌گذار بسیاری از صنایع نوین در ایران تا آخرین لحظات عمرش همیشه دغدغه صنایع ایران را داشت تا جایی که بعد از انتشار خبر تعطیلی کارخانه‌های ارج و کفش ملی در چند سال گذشته به وزیر صنعت، معدن و تجارت وقت محمدرضا نعمت‌زاده نامه نوشت و از او خواست این کارخانه‌ها به سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران محول شود تا با کمک سازمان مدیریت این دو کارخانه را نوسازی و سودآور کنند و به صاحبانش تحویل دهند. او در نامه خود نوشته بود: «هم‌اکنون که این جانب مشغول نوشتن این نامه هستم کولر ۶۰ ساله ساخت ارج منزل ما را چنان خنک کرده است که باید درجه آن را کم کنم. میز و صندلی آهنی ارج شصت سال است



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای والد صنعت لوازم خانگی کشور



در روزگار کرونا رقم خورد

افزایش تولید لوازم خانگی کوچک در هندوستان

دو برابر قبل از این دوران به تماشای تلویزیون نشستند و متوجه شدند که نیاز دارند تلویزیون‌هایی با ابعاد بزرگ‌تر و سیستم صوتی توسعه یافته‌تر در اختیار داشته باشند. همچنین به دلیل بسته شدن سینماها بسیاری از کاربران خواستار تهیه OTT برای دستگاه‌های تلویزیون خود هستند تا محتواهای تلویزیونی بیشتری در اختیار داشته باشند. از سوی دیگر خرید یکباره مواد غذایی، خرید مواد غذایی کنسروی و یخ زده، غذاهای آماده و... در دوران کرونا نیاز به یخچال‌هایی جادارتر را بیشتر کرد و از آنجا که این روند ممکن است تا یک سال هم طول بکشد مردم می‌خواهند خود را برای هرگونه شرایطی آماده کنند.

در این راستا و با توجه به نیاز بازار، بسیاری از کمپانی‌ها از جمله سامسونگ، پاناسونیک، سونی، هایر و Whirlpool در هندوستان و همچنین گروه لوازم خانگی BSH در این کشور تولید ویژه چنین کالاهایی را در دستور کار خود قرار دادند. این تولیدکنندگان همچنین انتظار دارند به دلیل بسته شدن بسیاری از آرایشگاه‌ها و عدم تمایل مردم به حضور در این اماکن به دلیل احتمال ابتلا به کرونا، میزان تقاضا برای جاروبرقی و محصولات دیگر از جمله ریش تراش و وسایلی که برای نظافت فردی مورد استفاده قرار می‌گیرد نیز افزایش یابد.

هندوستان یکی از کشورهایی است که در دوران کرونا شاهد تغییراتی گسترده در رفتار مردم خود بوده و به همین دلیل هم میزان تولید کارخانه‌های تولیدی لوازم خانگی و... در این کشور وارد عصر جدیدی شده است. از این تغییرات می‌توان به الزام کمپانی‌های بزرگ تولید لوازم خانگی به حضور در بازار آنلاین و فروش مجازی کالاها و همچنین افزایش تقاضای مردم برای برخی کالاها و لوازم خانگی به‌ویژه لوازم خانگی کوچک اشاره کرد.

کرونا، زمینه ساز نیازهایی جدید

یکی از موضوع‌هایی که در روزهای کرونایی در هندوستان بسیار به چشم آمد، افزایش تقاضای مردم هندوستان برای برخی لوازم خانگی از جمله ماشین ظرفشویی، یخچال، تلویزیون‌هایی با صفحه بزرگ و پاسخ تولیدکنندگان به این خواسته است. مردمی که به دلیل قرنطینه، زمان بیشتری را در خانه سپری کردند، توجه شان به تغییر دکور و تعویض وسایل آشپزخانه جلب شد و در این میان بسیاری از آنها احساس کردند که به یخچال‌هایی جادارتر، تلویزیون‌هایی با صفحات نمایش بزرگ‌تر، سینماهای خانگی و ماشین‌های ظرفشویی نیاز دارند. اگر هم بخواهیم به چرایی این تغییر رفتار نگاهی بیندازیم باید گفت که مردم در دوران قرنطینه



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

افزایش تقاضا برای لوازم خانگی کوچک

در کل انتظار می‌رود در شرایط موجود میزان تقاضا برای لوازم خانگی کوچک در هندوستان تا حد زیادی بالا برود. تحقیقات موسسه تارگت هم نشان از رشد ۸ درصدی میزان فروش لوازم خانگی کوچک تا پایان ۱۴ مارس دارد. اما لوازم خانگی کوچک شامل چه محصولاتی می‌شود؟ در پاسخ باید گفت که لوازم خانگی کوچک شامل وسایلی است که به صورت روزانه در آشپزخانه یا امور روزمره مورد استفاده قرار می‌گیرد و از آن می‌توان به جاروبرقی، اتو، توستر، گریل، سرخ‌کن، چای‌ساز و قهوه‌ساز و... اشاره کرد. درآمد حاصل از فروش این بخش از لوازم خانگی در سال ۲۰۱۹ رقمی معادل ۱۸۷ میلیارد دلار در سطح جهان بوده است که انتظار می‌رود که تا سال ۲۰۲۳ به ۲۰۷ میلیارد دلار برسد. در سال ۲۰۱۹ لوازم خانگی کوچک ۳۶ درصد از کل درآمد لوازم خانگی را به خود اختصاص داد و همچنین ۸۲ درصد از حجم فروش این بخش را در اختیار گرفت. با توجه به جمعیت هندوستان بخش زیادی از این رقم فروش به هندوستان مربوط می‌شود و حالا در روزگار کرونا تعداد بیشتری از مردم هندوستان خواستار خرید چنین محصولاتی هستند. این لوازم خانگی کوچک سطح کیفیت زندگی را بالاتر می‌برد و این روزها دیگر زندگی شهرنشینی با چنین لوازم خانگی گره خورده و عجین شده است. «مانیش شارما» مدیرعامل پاناسونیک در هندوستان و جنوب آسیا می‌گوید: به دنبال شیوع کرونا مردم هندوستان خود را با سبک جدیدی از زندگی وفق داده‌اند و می‌خواهند با توجه به محدودیت‌هایی که در ارتباط گرفتن با دیگران و حتی حضور در برخی اماکن دارند، با کمک همراهان الکترونیکی خود یعنی لوازم

خانگی شان در زندگی روزمره از خود محافظت کنند. درواقع برای آنها سلامت از اهمیت زیادی برخوردار است به همین دلیل هم لوازم خانگی که برای تمیزی و پاکیزگی خانه و همچنین نظافت شخصی به کار می‌رود بسیار مورد توجه آنها قرار دارد و شاهد تقاضایی بالا برای تولید چنین لوازم خانگی در هندوستان هستیم. وی همچنین یادآور شد که کمپانی‌های بزرگ تولید لوازم خانگی در هندوستان، خود را برای تولید بیشتر ماشین‌های ظرفشویی و ماشین‌های لباسشویی و یخچال‌های بزرگ و هوشمند و همچنین مایکروویو و بخارشو آغاز کرده‌اند. همچنین در دوران قرنطینه به دلیل بسته بودن رستوران‌ها، آبمیوه‌فروشی و تلاش برای یافتن دستورات غذایی سالم تقاضا برای غذاساز، بلندرها، آبمیوه‌گیری، میکسر، دستگاه‌های گریل، بخارپز و آرام‌پز، دستگاه‌های تصفیه آب به دلیل نگرانی از آلوده بودن آب و... بالا رفت و این تقاضا همچنان ادامه دارد. از دیگر لوازم خانگی کوچک که میزان تقاضا برای آن در هندوستان بسیار بالا رفته است می‌توان به ساندویچ‌ساز، قهوه‌ساز، دستگاه‌های کوچک نان‌پزی، پلوپز و هواپز اشاره کرد. به همین دلیل هم کمپانی‌ها تولید بیشتر این لوازم خانگی را در دستور کار خود قرار داده‌اند چراکه معتقدند مردم در حال آماده کردن خود برای قرنطینه‌های احتمالی بعدی هستند. گفتنی است افزایش میزان تقاضا برای لوازم خانگی کوچک در برخی کشورهای دیگر از جمله آمریکا نیز دیده می‌شود چراکه مردم از زمان شیوع کرونا علاقه زیادی به آشپزی و تمیزکاری نشان داده‌اند.

خرید آنلاین یاریگر دومین کشور پرجمعیت جهان

یکی دیگر از موضوع‌هایی که از زمان شیوع کرونا در جهان رفتار مردم هندوستان را تغییر داده رشد میزان خرید آنلاین است. قطعا تأثیر کرونا بر کشوری گسترده که بعد از چین بالاترین جمعیت جهان را در خود جای داده بسیار بالاست و از سوی دیگر رعایت فاصله اجتماعی نیز مشکل‌تر از سایر نقاط جهان می‌شود. هرچند نارندرا مودی نخست‌وزیر هند سخت‌ترین مقررات قرنطینه را در این کشور اجرا کرد اما با این حال تعداد بیماران کرونا در هندوستان رقم پایینی نبود و در میانه بحران کرونا تنها چیزی که می‌توانست به مردم هند کمک کند تا کمتر از خانه‌هایشان بیرون بیایند خرید آنلاین بود. این موضوع سبب ایجاد فرصت‌هایی برای این کشور شده و حتی انتظار می‌رود میزان خرید آنلاین کاربران در این کشور حتی در دوران پساکرونا روندی رو به رشد داشته باشد. حتی تخمین زده می‌شود ارزش بازار تجارت الکترونیک در هندوستان که در سال ۲۰۱۸ رقمی معادل ۳۰ میلیارد دلار بوده تا سال ۲۰۲۴ به حدود ۸۵ میلیارد دلار و تا ۲۰۲۸ به ۲۰۰ میلیارد دلار برسد. گفتنی است که در هندوستان پلتفرم‌هایی مانند آمازون، فلیپ کارت و اسنپ دلیل در دوران کرونا بسیار مؤثر عمل کردند.





رکورد خرید آنلاین در روزگار کرونایی

اطلاعات درباره آن از طریق فضای آنلاین انجام شده است. طبق گزارش اوبرلو، ۶۳ درصد از موقعیت‌های خرید به صورت آنلاین ایجاد می‌شود یعنی کاربران بیشتر از طریق گوگل و آمازون تحقیقات خود درباره کالا را انجام داده و سپس بسته به شرایط آن را از فروشگاه‌های فیزیکی یا به صورت آنلاین خریداری می‌کنند این موضوع نشان می‌دهد که در بیشتر موارد خرید سنتی، باز هم ردپای فضای آنلاین دیده می‌شود و به همین دلیل هم بیشتر برندها در این عرصه حاضر هستند.

بیش از ۲ میلیارد کاربر در ۲۰۲۰

بازار فروش آنلاین و تجارت الکترونیک از منظر دیگری نیز قابل بحث است و آن هم روند روبه رشد جمعیت خریداران آنلاین در جهان است. طبق گزارش موسسه پژوهشی «اوبرلو» تا پایان سال ۲۰۲۰ که جمعیت جهان به ۷٫۸ میلیارد نفر خواهد رسید، بیش از یک چهارم آنها یعنی ۲۶٫۲۸ درصد، خریدار آنلاین هستند که این تعداد به ۲۰۵ میلیون نفر خواهد رسید. درحالی که این رقم در سال ۲۰۱۹ حدود ۱٫۹۲ میلیارد نفر و در سال ۲۰۱۸ نیز ۱٫۸ میلیارد نفر بوده است، انتظار می‌رود تعداد خریداران آنلاین جهان در سال ۲۰۲۱ به ۲٫۱۴ میلیارد نفر برسد. این ارقام نشان از رشد معنادار تعداد خریداران دیجیتال در سال‌های اخیر دارد به گونه‌ای که تعداد کاربران خریدار آنلاین از ۱٫۳۲ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۴ به ۲٫۰۵ میلیارد خریدار آنلاین در سال ۲۰۲۰ رسیده است. هرچه تعداد خریداران آنلاین بیشتر می‌شود، برندها نیز فرصت بیشتری برای مواجهه با جامعه هدف پر تعداد دارند البته اگر این فرصت را غنیمت بشمرند.

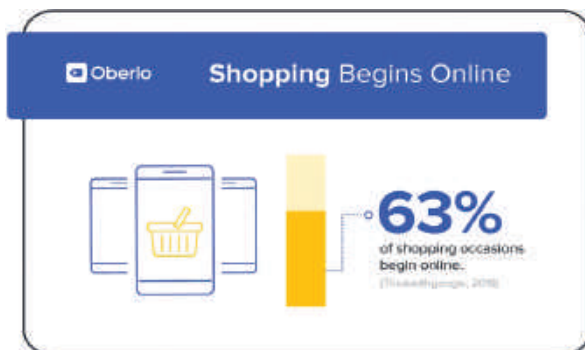
حدود ۲۶ سال از زمانی که در سال ۱۹۹۴ نخستین خرید آنلاین مستند در جهان به ثبت رسید، گذشته است و از آن زمان تاکنون خرید آنلاین روند روبه رشدی را تجربه کرده و حالا دیگر به صنعتی چند تریلیون دلاری تبدیل شده است؛ صنعتی که شیوع کرونا به آن جان تازه‌ای بخشید و بخشی از مردم جهان که هیچ علاقه‌ای به دنیای دیجیتال نداشتند را نیز جذب خود کرد تا رکوردی تازه به ثبت برسد.

تجارت ۴٫۲ تریلیون دلاری آنلاین در ۲۰۲۰

درحالی که مجموع فروش تجارت الکترونیک جهان در سال ۲۰۱۴ تنها ۱٫۳ تریلیون دلار بود، با توجه به شرایط موجود انتظار می‌رود این رقم در سال ۲۰۲۰ سه برابر شده و به ۴٫۲ تریلیون دلار برسد. گفتنی است میزان فروش تجارت الکترونیک جهان در سال ۲۰۱۹ حدود ۳٫۵۳ تریلیون دلار بود و پیش‌بینی می‌شود این رقم در سال ۲۰۲۱ به ۴٫۹ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۲ به ۶٫۵۴ تریلیون دلار برسد. طبق پیش‌بینی‌های موسسه پژوهشی «اوبرلو»، ارزش بازار فروش آنلاین در سال ۲۰۲۳ هم به ۶٫۷ تریلیون دلار و در سال ۲۰۲۵ به ۸ تریلیون دلار خواهد رسید. این، خبر بزرگی برای برندهای دیجیتال است و نشان می‌دهد چه فرصت‌هایی در دل فناوری تجارت الکترونیک نهفته است.

فضای آنلاین زمینه ساز خرید سنتی

یک موضوع مهم دیگر در خرید بیشتر مردم جهان این موضوع است که در بسیاری موارد حتی اگر خرید به صورت آنلاین هم انجام نشود باز احساس نیاز به کالای مورد نظر و جمع‌آوری



یکی دیگر از مواردی که در این گزارش به آن اشاره شده این است که ۶۲ درصد از خریداران آنلاین حداقل یک بار در ماه خرید آنلاین انجام می‌دهند. ۲۰ درصد این افراد به صورت هفتگی خرید آنلاین خود را انجام می‌دهند، ۲۴ درصد آنها هر دو هفته یک بار و ۳۱ درصد هم حداقل یک بار در ماه خرید آنلاین انجام می‌دهند. وقتی مجموع را در نظر می‌گیریم می‌بینیم که ۷۵ درصد از خریداران آنلاین حداقل یک بار در ماه خرید آنلاین انجام می‌دهند. همچنین طبق این گزارش، ۱۵ درصد این افراد ۳ تا ۴ بار در هر سه ماه خرید می‌کنند و ۱۰ درصد هم هر سه ماه یک بار برای خرید آنلاین به فروشگاه‌های آنلاین سر می‌زنند.

تنوع، اولویت خریداران آنلاین

خریداران به طور دائم منتظر کالاهای جدید و متنوع از برندها هستند و ۷۵ درصد مشتریان همراه در جست و جوی آنلاین خود به دنبال کالاهای جدید هستند. همچنین در این گزارش عنوان شده که برای ۶۹ درصد از کاربران بسیار مهم است که با هر بار بازدید از سایت فروشگاه، کالاهایی تازه ببینند. صاحبان برندها و فروشگاه‌ها باید به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته باشند تا چشم کاربران با تنوع اجناس آشنا شوند. به این ترتیب این فروشگاه‌ها می‌توانند از رقبای خود پیش بیفتند.

گوشی هوشمند، محبوب‌ترین ابزار خرید آنلاین در جهان

خرید آنلاین یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌های آنلاین جهان به شمار می‌رود و این فروش از طریق هر وسیله دیجیتال از جمله تلفن همراه، تبلت، لپ‌تاپ، کامپیوترهای پی‌سی و... صورت می‌گیرد. اما کدام یک از این وسایل دیجیتال بیشتر توسط مردم برای خرید آنلاین مورد استفاده قرار می‌گیرد؟ در پاسخ باید گفت نیمی از مردم جهان ترجیح می‌دهند خرید خود را از طریق گوشی هوشمندشان انجام دهند. یا این که در سال ۲۰۱۸ میزان خرید آنلاین کاربران از طریق کامپیوترهای خانگی و گوشی‌های هوشمند به یک میزان بود اما حالا به دلیل افزایش ضریب نفوذ تلفن‌های هوشمند و اینترنت موبایل در جهان، میزان استفاده از این وسیله دیجیتال افزایش چشمگیری یافته و عملاً در این زمینه پیش‌تاز است. به همین دلیل هم بیشتر برندها و خرده‌فروش‌ها تلاش دارند تا وبسایت‌هایشان علاوه بر نسخه وب، از نسخه موبایلی نیز پشتیبانی کند و کاربران بتوانند تجربه لذتبخشی از خرید آنلاین داشته باشند. این گزارش نشان می‌دهد که حدود نیمی از خریدهای آنلاین یعنی ۴۹٫۲ درصد آنها از طریق وسایل دیجیتال سیار انجام می‌شود و این رقم در سال ۲۰۲۰ نسبت به ۴ سال گذشته افزایشی ۱۵ درصدی نشان می‌دهد. گفتنی است در سال ۲۰۱۷ تنها ۳۴٫۵ درصد از فروش تجارت الکترونیک از طریق تلفن همراه انجام می‌شد ولی این عدد



میزان فروش آنلاین روزانه خواروبار دوبرابر سال گذشته شد و بیش از نیمی از این خریداران اعلام کردند که حتی بعد از بحران کرونا به این مدل خرید ادامه خواهند داد. همچنین باید گفت که آمازون برای این خرید بسیار ذینفع بوده است چراکه در این مدت از هر ۱۰ نفر، ۶ نفر خرید آنلاین خواروبار و سبزی خود را از طریق آمازون انجام داده‌اند و سفارش‌ها بر روی آمازون افزایش ۵۰ درصدی داشته است.

همچنین از بخش‌هایی که بیشترین سرعت رشد فروش آنلاین داشته‌اند می‌توان به محصولات ضد عفونی کننده با افزایش ۸۰۷ درصدی و داروهای آنفلوآنزا با افزایش ۲۱۷ درصدی اشاره کرد. خرید آنلاین دستمال توالیت هم در جهان رشد ۲۳۱ درصدی داشت و این رقم افزایش برای غذاهای کنسروی و مدت دار به ۸۷ درصد رسید. با توجه به بسته شدن باشگاه‌ها میزان تقاضا برای خرید آنلاین لوازم ورزشی و تناسب اندام هم تا ۵۵ درصد افزایش یافت. از آنجا که مردم خانه نشین شدند بیشتر به دکوراسیون خانه شان اهمیت دادند و میزان خرید آنلاین مبلمان و وسایل خانه در آمریکا نسبت به سال قبل تا ۱۳ درصد افزایش یافت.

بازار آنلاین لوازم خانگی در چین

در سال ۲۰۱۹ بازار آنلاین چین ارزشی ۱.۵ تریلیون دلاری داشت که این رقم از مجموع ۱۰ بازار بزرگ جهانی بعد از چین بیشتر است. با شیوع کرونا تجارت الکترونیک در چین رشد بیشتری یافت و عمال این ویروس فرصتی بزرگ به بازار تجارت الکترونیک این کشور برای شکوفا شدن داد. قبل از کرونا هم مردم چین جزو کاربرانی بودند که از فضای مجازی و آنلاین سیر نمی‌شدند چرا که طبق تحقیقات موسسه مکنزی این کاربران حدود ۴۴ درصد از زمان خود را به گشت‌وگذار در فضای مجازی

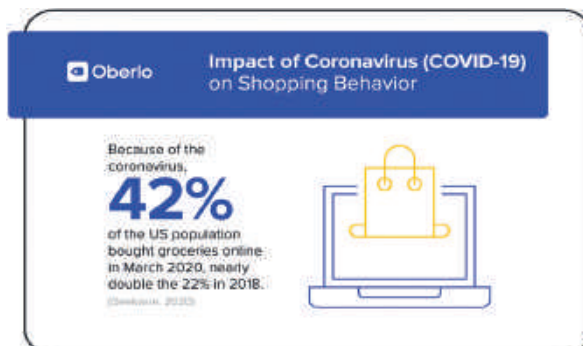
در سال ۲۰۲۰ به ۵۰ درصد رسیده است و انتظار می‌رود که در سال ۲۰۲۱ هم ۵۳٫۹ درصد از فروش تجارت الکترونیک از طریق موبایل انجام شود.

برترین پلتفرم‌های خرید آنلاین جهان

همچنین طبق این گزارش پلتفرم چینی Taobao بزرگ‌ترین بازار آنلاین جهان محسوب می‌شود و Tmall و آمازون در رده‌های دوم و سوم قرار گرفته‌اند. Rakuten و والمارت نیز از پرکارترین‌های تجارت الکترونیک در جهان به شمار می‌روند. یکی دیگر از مواردی که در خرید آنلاین در جهان مورد توجه قرار می‌گیرد نحوه پرداخت اینترنتی است. این گزارش نشان می‌دهد eWallet یکی از محبوب‌ترین راه‌های پرداخت آنلاین در جهان به شمار می‌رود. گفتمنی است که Apple Pay ، Samsung Pay ، Google Pay ، و همچنین PayPal در زیرمجموعه این مدل از پرداخت آنلاین قرار می‌گیرند. همچنین باید گفت که بیش از ۳۶ درصد از کل خریداران آنلاین از eWallet برای خرید آنلاین استفاده می‌کنند و کردیت کارت‌ها و دبیت کارت‌ها در رده‌های دوم و سوم قرار می‌گیرند.

تأثیر کرونا بر رفتار خرید کاربران

با شیوع گسترده کرونا در جهان و قرنطینه بخش زیادی از نقاط دنیا و اعمال محدودیت‌های فراوان به منظور کاهش سرعت انتشار کرونا ویروس، خرید آنلاین به‌ویژه در بخش کالاهای ضروری و مصرفی روزمره محبوبیت زیادی پیدا کرد. به عنوان مثال به دلیل کرونا ۴۲ درصد از جمعیت آمریکا در مارس ۲۰۲۰ خرید خواروبار و سبزی خود را به صورت آنلاین انجام دادند که این رقم حدود ۲۲ درصد بیشتر از سال ۲۰۱۸ است. همچنین



می‌پرداختند و بعد از کرونا این رقم بسیار بالاتر رفت به همین دلیل هم خرید آنلاین را خیلی بیشتر از کاربران در سایر نقاط دنیا انجام دادند.

هرچند در دوران کرونا تعداد زیادی از فروشگاه‌های سنتی تعطیل شدند و یا به دلیل عدم مراجعه مردم برای خرید، درآمد و فروش چندانی نداشتند اما علی بابا و JD.com رکورد فروش ۱۳۶ میلیارد دلاری را در دوران کرونا به جای گذاشتند تا جایی که درآمد JD با رشدی ۲۰ تا ۳۰ درصدی مواجه شد.

در این میان نگاهی هم به فروش آنلاین لوازم خانگی داریم. در تازه‌ترین آمار شینهوا، میزان فروش آنلاین لوازم خانگی در چین در سال ۲۰۱۹ حدود ۴۱،۱۷ درصد از کل فروش آنلاین این کالاها در کشور چین بوده است. درآمد فروش لوازم خانگی در چین در سال ۲۰۱۹ حدود ۱۲۷،۱۷ میلیارد دلار بوده است و محصولاتی که بتازگی محبوبیت بیشتری در جهان یافته‌اند از جمله ماشین ظرفشویی، مسواک‌های برقی و لوازم خانگی با مصرف انرژی پایین مثل کیک پزها فروش آنلاین بالایی داشتند به همین دلیل هم بسیاری از فروشگاه‌های سنتی شاخه فروش آنلاین خود را نیز راه اندازی کردند.

انتظار می‌رود که حجم فروش آنلاین لوازم خانگی در سال ۲۰۲۰ رشد داشته باشد و ۵۰ درصد از کل فروش لوازم خانگی این کشور را به خود اختصاص بدهند که این پیش‌بینی در سه ماهه نخست سال ۲۰۲۰ محقق شده است. البته باید گفت که به دلیل شیوع کرونا میزان کلی فروش لوازم خانگی نسبت به سال گذشته کاهش داشته و در بازه زمانی ژانویه تا مارس ۲۰۲۰، میزان فروش به ۱۷ میلیارد دلار رسیده است. همچنین این گزارش نشان می‌دهد در سه ماهه نخست سال جاری میلادی میزان فروش سنتی و آنلاین لوازم خانگی بزرگ با کاهش چشمگیری همراه بوده است درحالی که میزان فروش لوازم خانگی کوچک همچون سال گذشته بوده است به همین دلیل هم امسال تعداد بیشتری از فروشندگان کانال‌های فروش آنلاین ایجاد کرده‌اند. گفتنی است که این تنها چین نیست که از شرایط کرونا استفاده برد و برزیل هم رشد ۳۰ درصدی تجارت الکترونیک را تجربه کرد و این رقم در ایتالیا در دوران کرونا به ۸۱ درصد رسید.





در گزارش کمیته تولیدکنندگان داخلی اروپا (CECED) عنوان شد

بازیافت، اولویت صنعت لوازم خانگی در اتحادیه اروپا

کم مصرف، در ۲۰ سال گذشته تا حد زیادی در مصرف انرژی صرفه جویی شده است.

تولید یک میلیارد لوازم خانگی در اروپا

اما در کل اتحادیه اروپا سالانه چه تعداد لوازم خانگی تولید می شود؟ در پاسخ باید گفت تولیدکنندگان لوازم خانگی سالانه حداقل یک میلیارد عدد لوازم خانگی بزرگ و کوچک را در اروپا تولید می کنند که برای این تعداد حداقل ۶ میلیون تن مواد اولیه خام مصرف می شود و البته بخش اعظم آن را فلزات تشکیل می دهند. این گزارش به تفکیک مواد خام به کار رفته در تولید لوازم خانگی در سراسر اتحادیه اروپا را نیز مورد بررسی قرار داده و آورده است ۶ میلیون تن مواد خام اولیه شامل ۳ میلیون تن استیل ضد زنگ (stainless steel)، ۱٫۱ میلیون تن پلاستیک و بیش از نیم میلیون تن مس، آلومینیوم و شیشه و بخشی هم سایر مواد اولیه خام هستند. همچنین باید گفت از سال ۲۰۰۶ به بعد در اتحادیه اروپا تلاش شد تا میزان مصرف جیوه، سرب و کادمیوم به طور چشمگیری کاهش یابد و در نهایت هم استفاده از این مواد خام اولیه در تولید لوازم خانگی در کشورهای عضو این اتحادیه، ممنوع اعلام شد.

با این که سالانه یک میلیارد عدد لوازم خانگی در اتحادیه اروپا تولید شده و به فروش می رسد اما اگر بخواهیم نگاهی هم به طول

بسیاری از کمپانی های معروف و بزرگ تولید لوازم خانگی جهان، در اتحادیه اروپا واقع شده اند و سازندگان این محصولات پرتعداد جهان، دائم در تلاشند تا با استفاده از تکنولوژی های مختلف قابلیت این محصولات را بالا ببرند و از سوی دیگر به صرفه جویی در مصرف انرژی های مختلف از جمله برق و آب نیز توجهی ویژه دارند. یکی دیگر از موضوع های مورد توجه این تولیدکنندگان، استفاده از مواد بازیافتی در تولید است.

افزایش کیفیت زندگی

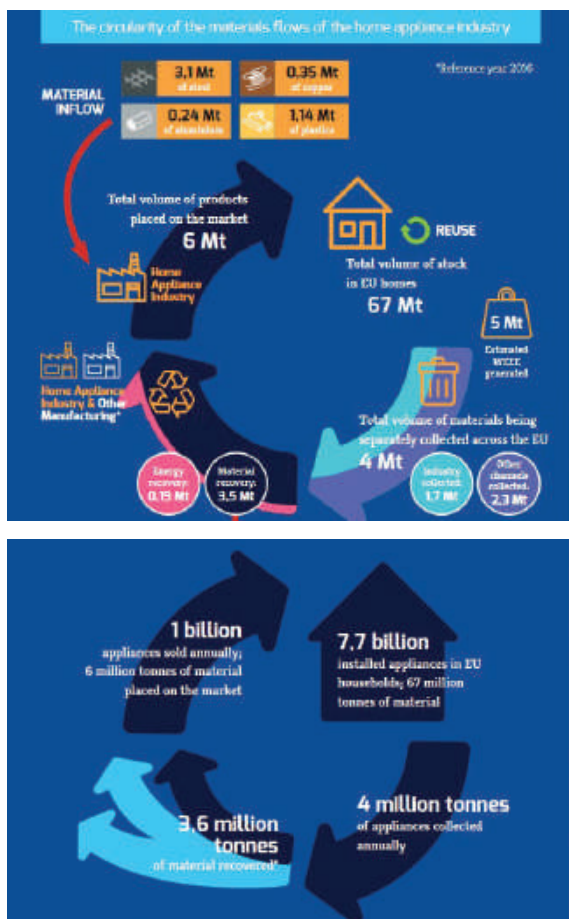
کمیته تولیدکنندگان داخلی اروپا (CECED) طی گزارشی به این موضوعات پرداخته و یادآور شده است لوازم خانگی در چند دهه گذشته کیفیت زندگی بشر را افزایش چشمگیری داده اند و حالا دیگر به این محصولات به عنوان کالای لوکس نگاه نمی شود بلکه یک نیاز اساسی به شمار می روند. طبق این گزارش لوازم خانگی، زندگی حداقل ۲۱۱ میلیون خانوار در اتحادیه اروپا را راحت تر کرده که می توان یکی از نشانه های آن را ضریب نفوذ ۱۰۰ درصدی برخی لوازم خانگی از جمله یخچال و ماشین لباسشویی در کشورهای عضو این اتحادیه دانست. این موضوع نه تنها نشانگر این موضوع است که لوازم خانگی در زندگی مردم نقشی حیاتی دارند بلکه نشان می دهد چقدر این لوازم خانگی در دسترس مردم قرار دارند. در این گزارش همچنین عنوان شده است که با استفاده از لوازم خانگی



Washed more than
148 Mt of clothes,
corresponding to 290 kg/person
per year, almost
1 kg/person per day¹

Improvement in the collection and
recycling of smaller appliances





رقم زیادی نیست اما باید گفت هر سال جدا از کانال رسمی صنعت لوازم خانگی، بازیگران دیگری هم به بازیافت این لوازم خانگی می‌پردازند تا این فاصله را پر کنند اما متأسفانه در این زمینه، اطلاعات و دیتای دقیقی در دست نیست. گفته می‌شود ۶۶ درصد فلز استیل لوازم خانگی بزرگ بازیافت می‌شود که این رقمی بالاست و می‌تواند به اقتصاد کمپانی‌های تولیدکننده لوازم خانگی کمک شایان توجهی بکند.

شفافیت بالا در بریتانیا

در این گزارش اشاره شده که بیشترین شفافیت اطلاعات مربوط به بریتانیاست و گفته می‌شود که حدود ۸۰ درصد لوازم خانگی دورانداخته شده در این کشور، توسط صنایع لوازم خانگی و سایر بازیگران این عرصه بازیافت می‌شوند. البته تحلیلگران در این گزارش معتقدند گزارش بعدی کمیته تولیدکنندگان داخلی اروپا با فراز و فرودهایی جدی مواجه خواهد بود چرا که با اجرای برگزیت قرار است بریتانیا از اتحادیه اروپا جدا شود به همین دلیل هم احتمالاً در گزارش بعدی این کمیته، شاهد تفاوت‌هایی فاحش در ارقام مربوط به بازیافت لوازم خانگی خواهیم بود.

لزم توجه به بازیافت لوازم خانگی کوچک

همچنین در این گزارش آمده است که مواد بازیافت شده از لوازم

عمر نسبتاً بالای لوازم خانگی تولید شده در اتحادیه اروپا داشته باشیم باید گفت در حال حاضر تعداد لوازم خانگی نصب شده یا در حال استفاده در این اتحادیه، حداقل به حدود ۸ میلیارد عدد می‌رسد که ۸ برابر رقم فروش سالانه در این منطقه است و برای تولید این محصولات، ۶۷ میلیون تن مواد اولیه مصرف شده است. طبق این گزارش، برای ساخت این ۸ میلیارد عدد محصول لوازم خانگی، حدود ۳۰ میلیون تن استیل، ۱۲ میلیون تن پلاستیک و چندین میلیون تن هم شیشه و سایر فلزات غیر آهنی به کار گرفته شده است.

در حالی که این ارقام احتمالاً به نظر تان بسیار بالاست اما باید گفت که این، تنها کسری از مصرف جهانی مواد خام اولیه برای تولید لوازم خانگی است. لازم به ذکر است که صنعت لوازم خانگی اروپا سهم ۲ دهم درصدی از کل مصرف استیل جهان را دارد و وقتی نوبت به مواد اولیه‌ای همچون آلومینیوم و پلاستیک می‌رسد هم این رقم مصرفی در اتحادیه اروپا برای هریک از این مواد اولیه به نیم درصد از کل مصرف جهانی برای تولید لوازم خانگی می‌رسد. همچنین باید گفت مس به عنوان یکی از مواد اولیه اصلی برای تولید لوازم خانگی در اتحادیه اروپا حدود ۱،۲ درصد از مس مصرفی جهان را به خود اختصاص داده است.

تولید ۵ تن زباله لوازم خانگی

در چرخه تولید و تأمین لوازم خانگی، از فلزات مختلف و پلاستیک استفاده می‌شود که عمدتاً برای این تولید منابع خام مورد استفاده قرار می‌گیرند اما این بدان معنا نیست که بازیافت نقشی در این تولید ندارد. باید گفت که مواد مورد نیاز برای تولید لوازم خانگی در اتحادیه اروپا تا حدی هم از منابع بازیافتی تأمین می‌شود. با توجه به این که فلزات ارزش اقتصادی ذاتی ویژه‌ای دارند بازیافت آنها در لوازم خانگی که عمرشان به سر رسیده بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این موضوع تا آنجا اهمیت داشت که در سال ۲۰۰۳ اتحادیه اروپا تولیدکنندگان لوازم خانگی را موظف کرد مسئولیت مدیریت زیست - محیطی محصولاتشان را بپذیرند و به حوزه بازیافت این لوازم خانگی نیز وارد شوند. گفتنی است سالانه ۵ میلیون تن لوازم خانگی در کشورهای عضو اتحادیه اروپا دور انداخته می‌شوند و با توجه به این تصمیم اتحادیه اروپا، امروزه سالانه حدود ۱،۷ میلیون تن لوازم خانگی در ایالت‌های مختلف اتحادیه اروپا جمع‌آوری شده و این زباله‌ها که در بخش زباله‌های الکترونیک جای دارد تحت عملیات بازیافت قرار می‌گیرند.

وقتی لوازم خانگی به پایان عمر خود می‌رسند بخشی از این مواد اولیه مورد بازیافت قرار می‌گیرند و تخمین زده می‌شود که سالانه ۳،۶ میلیون تن از این مواد اولیه بازیافت می‌شوند و در چرخه‌های تولید قرار می‌گیرند و باز هم در ساخت لوازم خانگی به کار می‌روند. همچنین در این گزارش آمده است: هرچند این رقم در برابر ۵ میلیون تن لوازم خانگی که سالانه دور انداخته می‌شود



Production of Home Appliances: Impacts and Benchmarking

Average material composition large home appliances - Metals	63,3%
Average material composition small home appliances - Metals	55%
Average material composition large home appliances - Plastics	21,1%
Average material composition small home appliances - Plastics	27,4%
Copper consumption at global level to produce and annually supply home appliances EU market	1,2%
Aluminium consumption at global level to produce and annually supply home appliances EU market	0,5%
Plastic consumption at global level to produce and annually supply home appliances EU market	0,5%
Steel consumption at global level to produce and annually supply home appliances EU market	0,2%

	1,2% of global production of Copper
	0,5% of global production of Aluminium
	0,5% of global production of Plastics
	0,2% of global production of Steel ¹

طور متوسط از فلزات ساخته شده و ۲۷,۴ درصد از حجم این لوازم خانگی هم از جنس پلاستیک است. اگر بخواهیم نگاهی به میزان فلز به کار رفته در لوازم خانگی کوچک هم داشته باشیم باید گفت هرچند به طور کلی، پلاستیک بیشتری در ساختار آنها به کار رفته ولی در برخی، این نسبت متفاوت است. به عنوان مثال ۸۰,۷ درصد مایکروویو از فلز تشکیل شده و حجم فلزات برای غذاساز به ۵۲,۱ درصد، برای لوازم مراقبتی شخصی مثل ششوار به ۵۱,۸ درصد و برای کتری برقی هم به ۶۰,۴ درصد می‌رسد.

وقتی نوبت به پلاستیک می‌رسد هم گزارش کمیته تولیدکنندگان داخلی اروپا (CECED) نشان می‌دهد که در ساخت جاروبرقی ۶۰,۶ درصد پلاستیک به کار رفته و این رقم برای غذاساز به ۳۲,۳ درصد، برای لوازم مراقبتی شخصی مانند ششوار به ۳۰,۴ درصد و برای کتری برقی هم به ۱۸,۷ درصد رسیده است.

صرفه‌جویی در مصرف انرژی با لوازم خانگی مدرن

ورود لوازم خانگی مدرن به خانه‌های مردم در اتحادیه اروپا نه تنها راحتی و رفاه را برای آنها به دنبال داشته بلکه در زمینه مصرف انرژی نیز بسیار تأثیرگذار بوده است. لوازم خانگی مدرن که تلاش شده تا در تولید قطعات آن از آخرین تکنولوژی‌ها برای کاهش هدررفت انرژی و افزایش بازده این محصولات استفاده شود موفق شده‌اند نقش زیادی در کم شدن میزان مصرف انرژی بازی کنند. یکی دیگر از مواردی که در تولید لوازم خانگی در اتحادیه اروپا مورد توجه قرار داشته، توجه به محیط زیست و کاهش میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای بوده است.

گزارش کمیته تولیدکنندگان داخلی اروپا (CECED) نشان می‌دهد که با استفاده از ماشین‌های ظرفشویی میزان مصرف آب نسبت به شست و شوی ظروف با دست تا ۸۳,۵ درصد کاهش می‌یابد که این رقم نشان از صرفه جویی سالانه حدود ۶,۱۴۲ میلیارد لیتر آب است. اگر بخواهیم اذهان مردم را بیشتر متوجه حجم این صرفه جویی کنیم باید گفت که این رقم آب صرفه جویی شده، معادل ۲,۵ میلیون استخر شنای المپیک است. همچنین با استفاده از این ظرفشویی‌های مدرن میزان مصرف انرژی هم تا ۶۳,۶ درصد کاهش پیدا کرده است که خود می‌تواند نقشی عمده در کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای ایفا کند.

خانگی کوچک و بزرگ تنها در چرخه تولید مجدد لوازم خانگی به کار نمی‌رود و بخشی از این مواد بازیافتی هم در سایر صنایع و محصولات صنعتی کاربرد دارند که این، موضوعی مهم است. در بخش دیگری از این گزارش هم مقایسه‌ای بین میزان بازیافت لوازم خانگی بزرگ و کوچک در اتحادیه اروپا انجام شده است. طبق این گزارش درحالی که اکنون لوازم خانگی بزرگ تا حد زیادی بازیافت می‌شوند هنوز هم فضای زیادی برای توسعه و پیشرفت در بازیافت وسایل و لوازم خانگی کوچک‌تر وجود دارد. به همین دلیل هم تولیدکنندگان لوازم خانگی نباید نسبت به این بخش بی‌توجه باشند بلکه باید بیشتر توان خود را ازین پس برای افزایش بازیافت این لوازم خانگی اختصاص دهند. البته در این گزارش اشاره شده است که از سال ۲۰۱۷ تاکنون شاهد این روند افزایشی هستیم اما هنوز هم به اندازه مناسب نیست. همچنین یکی از مواردی که در بازیافت لوازم خانگی در اتحادیه اروپا بر آن تأکید شده، آموزش به مردم برای جداسازی زباله‌های لوازم خانگی از سایر زباله هاست تا راحت‌تر بتوان این لوازم را وارد چرخه بازیافت کرد؛ موضوعی که در بیشتر نقاط جهان توجه چندانی به آن نمی‌شود.

فلزات بخش عمده ساختار لوازم خانگی بزرگ

درحالی که استیل و پلاستیک از مواد اولیه اصلی برای تولید بسیاری از محصولات و لوازم خانگی محسوب می‌شوند ولی در ساخت برخی از لوازم خانگی، این مواد بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. به عنوان مثال ماده اولیه شیشه در یخچال، ماشین لباسشویی و برخی از لوازم آشپزخانه کاربرد بیشتری دارد.

به طور کلی فلزات (به‌ویژه استیل ضدزنگ یا stainless steel) بخش عمده ساختار لوازم خانگی بزرگ را تشکیل می‌دهند. طبق این گزارش به طور متوسط ۶۳,۳ درصد از متوسط حجم لوازم خانگی‌های بزرگ از فلزات ساخته شده و به طور میانگین ۲۱,۱ درصد از حجم این وسایل هم به پلاستیک اختصاص دارد. به عنوان مثال ۷۹,۴ درصد از لوازم خانگی گرمایشی و تهویه را فلزات تشکیل می‌دهند، لوازم آشپزخانه ۷۷,۵ درصد، ایرکندیشنرها ۶۹ درصد، خشک کن ۶۷,۹ درصد و ماشین لباسشویی هم ۶۰,۵ درصد از فلزات را در ساختار خود دارند.

این درحالی است که ۵۵ درصد از حجم لوازم خانگی کوچک به



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

Cooling & Freezing

Aluminium	0,02 Mt	3,3%
Copper	0,01 Mt	2,2%
Glass	0,01 Mt	1,3%
Plastics	0,08 Mt	15,5%
Polyurethane Foam	0,01 Mt	1,5%
Steel	0,34 Mt	63,4%
Other	0,01 Mt	1,2%
Material to Energy Recovery	0,06 Mt	11,7%

Small home appliances

Aluminium	0,01 Mt	4,4%
Copper	0,02 Mt	4,8%
Glass	-	-
Plastics	0,11 Mt	33,1%
Steel	0,17 Mt	49,9%
Other	0,01 Mt	3,2%
Material to Energy Recovery	0,02 Mt	4,7%

Large home appliances

Aluminium	0,01 Mt	1,4%
Concrete	0,15 Mt	21%
Copper	0,01 Mt	1,9%
Glass	0,01 Mt	1%
Plastics	0,05 Mt	7%
Steel	0,46 Mt	66,3%
Other	0,01 Mt	1,3%
Material to Energy Recovery	0,002 Mt	0,1%

اگر هم بخواهیم در حوزه لوازم خانگی نگاهی به یخچال فریزرها داشته باشیم باید گفت که این تولیدات، در میزان صرفه جویی و جلوگیری از دورریز غذا هم نقش زیادی داشته‌اند. طبق این گزارش با روند روبه رشد استفاده از یخچال‌های مدرن در کشورهای عضو اتحادیه اروپا، سالانه از دورریز ۷۵۰ کیلوگرم غذا به ازای هر نفر پیشگیری می‌شود.

استفاده از جاروبرقی‌ها هم باعث کاهش ساعات کار در خانه به اندازه ۵۰ ساعت در سال به ازای هر نفر می‌شود.

با استفاده از ماشین لباسشویی هم سالانه بیش از ۱۴۸ میلیون تن لباس شسته می‌شود که این رقم معادل ۲۹۰ کیلوگرم به ازای هر نفر در سال و روزانه یک کیلوگرم به ازای هر نفر است. با استفاده از ماشین لباسشویی شاهد کاهش سالانه ۳۰ درصدی در مصرف آب و همچنین کاهش ۱۳ درصدی در میزان مصرف انرژی در اروپا نسبت به شست و شوی لباس‌ها با دست هستیم.

اشتغالزایی با صنعت لوازم خانگی

صنعت لوازم خانگی نه تنها به رفاه و همچنین محیط زیست و بخش انرژی اتحادیه اروپا کمک می‌کند بلکه در اشتغالزایی نیز نقش مهمی دارند و می‌توانند از این طریق در اقتصاد نقش آفرینی کنند. طبق گزارش کمیته تولیدکنندگان داخلی اروپا (CECED)، به ازای ایجاد هر شغل مستقیم در صنعت لوازم خانگی، برای ۳ تا ۴ نفر در بخش‌های مختلف اقتصادی مرتبط با آن کارآفرینی ایجاد می‌شود. به طور کلی بیش از ۳ درصد از کارگران تولیدی کل اتحادیه اروپا به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در بخش لوازم خانگی فعالیت دارند. البته در برخی کشورهای این منطقه همچون اسلوانی سهم این بخش به یک درصد می‌رسد در حالی که این سهم در بسیاری از کشورها بین یک دهم تا ۲ دهم درصد است.

Metals (predominantly steel) are dominating for large appliances



Large home appliances

Household heating & ventilation	79,4%
Kitchen appliances	77,5%
Air conditioners	69,0%
Dryers	67,9%
Dishwashers	60,5%

Small home appliances

Microwaves	80,7%
Hot water	60,4%
Other small household	59,6%
Food processing	52,1%
Personal care	51,8%



اسپلیت‌های فناورانه با کمترین مصرف انرژی

و همچنین سوراخ شدن لایه ازن در نتیجه افزایش گازهای گلخانه‌ای دارند را برطرف کند. همچنین کاربر با کمک سیستم Wind-Free 2,0 می‌تواند جهت وزش باد خنک را تنظیم کند.

کنترل از راه دور

طبق گفته محققان و طراحان این فناوری، سیستم Wind-Free 2,0 همچنین به کاربران اجازه می‌دهد تا ایرکاندیشنر خود را با کمک اپلیکیشن Smart Home App و از طریق وای فای کنترل کنند. به بیان دیگر می‌توان عملکرد این دستگاه‌های سرمایشی را از راه دور کنترل کرد و مثلاً کاربر قبل از رسیدن به خانه می‌تواند اسپلیت خانه را روشن کند تا هنگام ورود، با خانه‌ای سرشار از هوای مطبوع و خنک مواجه شود و از سوی دیگر از هدررفت انرژی جلوگیری شود. این ایرکاندیشنرها همچنین به سنسورهای تشخیص حرکت Motion Detect sensors (MDS) مجهز هستند که این موضوع هم در کاهش میزان مصرف انرژی تأثیر زیادی دارد. در صورتی که این سیستم به مدت ۶۰ دقیقه وجود هیچ شخصی را در اتاق تشخیص ندهد وارد فاز ذخیره انرژی (energy saving mode) می‌شود تا میزان مصرف انرژی به حداقل ممکن برسد و بسیاری این بخش را برگ برنده کمپانی سازنده می‌دانند.

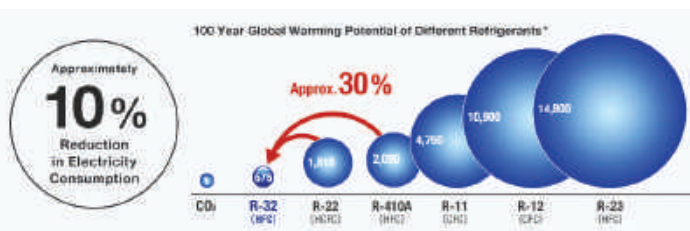
«اینورتر» این فناوری همه کاره

یکی دیگر از بخش‌های اسپلیت‌ها که می‌تواند در کاهش مصرف انرژی تأثیرگذار باشد اینورترها (معکوس کننده) دیجیتال هستند. اینورترهای دیجیتال به کار رفته در ساخت این اسپلیت‌ها باعث می‌شود بدون روشن و خاموش شدن متوالی سیستم، دمایی مناسب در اتاق جریان داشته باشد و برخلاف کولرگازی‌های بدون اینورتر (inverter)، انرژی بالایی هدر نرود. اما حالا این سؤال پیش می‌آید که اصولاً اینورتر چیست و اسپلیت‌های بدون اینورتر با نمونه‌های جدید چه تفاوتی دارند؟ اینورتر (inverter) درواقع قطعه و وسیله‌ای برای

با توجه به روند افزایشی گرمای هوا در سال‌های اخیر شاید خرید کولرهای گازی و اسپلیت بهترین راهکار برای در امان ماندن از گرمای جانشوز و سخت تابستان باشد. البته در این میان قطعاً هیچکس دلش نمی‌خواهد در پایان تابستان هزینه‌ای بالا برای قبض برق پرداخت کند به همین دلیل هم بهتر است که به دنبال خرید یک اسپلیت با کمترین میزان مصرف انرژی باشید یا با ارتقای نمونه‌های قبلی کاری کنید که میزان مصرف انرژی این وسایل الکتریکی سرمایشی به حداقل ممکن برسد. یکی از موارد مهمی که باید به آن توجه کرد، تناسب اندازه اسپلیت با فضایی است که قرار است آن را خنک کند و موارد دیگر هم به تکنولوژی‌ها و فناوری‌های به کار رفته در اسپلیت مورد توجه شما بازمی‌گردد که در این مقاله به بخش‌هایی از این موارد اشاره می‌کنیم.

یک سیستم ویژه فناورانه

یکی از کمپانی‌های موفق کره ای (سامسونگ) در تازه‌ترین ایرکاندیشنرها و کولرهای گازی که به بازار ارائه کرده بر موضوع کاهش مصرف انرژی و همچنین زیبایی این محصولات توجه ویژه‌ای داشته است. یکی از تکنولوژی‌هایی که در ساخت این ایرکاندیشنرها به کار رفته تا هوایی خنک و مطبوع را برای کاربران به ارمغان بیاورد، سیستم Wind-Free™ 2,0 است. این سیستم، نمونه ارتقا یافته‌ای از سیستم‌های قبلی است که به صورت مثلث ساخته شده بودند و به همین دلیل هم تنها امکان ایجاد ۲۱ هزار سوراخ ریز در آن به منظور گردش هوای تازه وجود داشت. این درحالی است که نمونه حاضر که به شکل مستطیل ساخته شده درواقع ۲۳ هزار سوراخ ریز (micro-holes) را شامل می‌شود تا ایرکاندیشنر بتواند به آرامی هوای خنک را در اتاق پخش کند و همه سرما در یک منطقه متمرکز نشود. همین موضوع خود بر کاهش مصرف انرژی تأثیرگذار است چراکه در مدتی کوتاه هوای اتاق خنک می‌شود و به محض این که دمایی اتاق به خواسته کاربر رسید این سیستم هوای تازه را به صورت یکنواخت پخش می‌کند و دیگر نیازی به خاموش و روشن شدن دائم آن نیست. محققان این کمپانی و طراحان این سیستم فناورانه مدعی هستند که سیستم Wind-Free Mode ۲,۰ می‌تواند میزان مصرف انرژی را تا ۷۷ درصد نسبت به Fast Cooling Mode کاهش دهد که این، هم خبر خوبی برای جیب مصرف کننده است و هم می‌تواند دغدغه دوستداران محیط زیست که نگرانی زیادی بابت تغییرات آب و هوایی





می‌شود. درواقع این ایرکاندیشنرها با مجهز شدن به اینورترها در هنگام روشن بودن هم کمترین ویبره و لرزش و سروصدا را تولید می‌کنند. این کولرهای گازی با بدنهای زیبا و پوشیده از گل ارائه شده و می‌توان آن را بخشی از دکور خانه دانست به همین دلیل هم طرفداران زیادی دارد. کندانسور نمونه‌ای دیگر از اسپلیت‌های جدید این برند به طور صددرصدی از جنس مس ساخته شده و با کمپرسور اینورتر و سیستم خنک کننده توربو می‌توان آن را نمونه‌ای جالب برای خرید دانست. این مدل نیز به فیلترهایی مجهز به تکنولوژی ضد گرد و غبار و ضد باکتری مجهز است.

این خنک کننده‌های پرکار

همچنین باید گفت اسپلیت‌های مدرن به فیلترهایی با نام Easy Filter مجهز هستند و در نتیجه می‌توانند گردوغبار، آلودگی و هرگونه آلودگی و باکتری و ویروس را از فضای اتاق پاک کنند. اسپلیت‌های مجهز به سیستم Wind-Free 2,0 همچنین مجهز به خنک کننده‌های دوستدار محیط زیست R32 هستند که ضمن کاهش بالای مصرف انرژی، گرما را به طور مؤثر انتقال می‌دهند و هیچ اثر منفی بر محیط زیست ندارند چرا که میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای و کربن در آنها رقمی بسیار ناچیز است. اما خنک کننده‌های R32 چه مزیتی دارند و در اسپلیت‌ها چگونه عمل می‌کنند؟ در پاسخ باید گفت که وقتی خنک کننده بین واحدهای داخلی و خارجی اسپلیت به گردش درمی‌آید گرما را منتقل می‌کند و R-32 نسل جدید خنک کننده‌ها محسوب می‌شود که هم تأثیر محیط زیستی ناچیزی دارد و هم گرما را به طور مؤثر می‌تواند انتقال دهد. با این که انواع مختلف خنک کننده (refrigerant) وجود دارد اما R-32 نمونه‌ای جدی است که بیشترین استقبال از آن شده است چرا که R-32 با انتقال مؤثر گرما می‌تواند میزان مصرف الکتریسیته را تا ۱۰ درصد نسبت به ایرکاندیشنرهایی با خنک کننده R-22 و تا ۳۰ درصد نسبت به خنک کننده‌های R-410A کاهش دهد. همچنین در مقایسه با خنک کننده‌هایی همچون R-22 و R-410A که امروزه به طور گسترده در ایرکاندیشنرها مورد استفاده قرار می‌گیرد، پتانسیل گرمایش جهانی R-32 (GWP)، یک سوم کمتر است پس اثر زیست محیطی بسیار کمی دارد که این موضوع در نمودار به خوبی نمایان است.

گفته می‌شود با افزایش استفاده از خنک کننده‌های R-32 در سراسر جهان، تا سال ۲۰۳۰ میزان انتشار گاز گلخانه‌ای دی اکسید کربن تا حدود ۸۰۰ میلیون تن کاهش خواهد یافت که این رقم قابل توجهی است. در حال حاضر تنها در ایرکاندیشنرهایی محدود و در کشورهای پیشرفته از این خنک کننده در ساخت اسپلیت‌ها استفاده می‌شود اما انتظار می‌رود این روند تغییر کند.

تبدیل فرکانس است و می‌توان آن را تکنولوژی دانست که در بسیاری از لوازم خانگی به کار رفته و سبب کنترل ولتاژ الکتریکی، جریان برق و همچنین فرکانس آنها می‌شود. اینورترهای موجود در ایرکاندیشنرها می‌توانند با تنظیم فرکانس منبع تغذیه کمپرسورهای خود، ظرفیت خنک کننده یا گرمایشی را تغییر دهند و همچنین سرعت کمپرسور را برای کنترل میزان جریان گاز خنک کننده‌های اسپلیت تنظیم کنند که در نتیجه، میزان مصرف انرژی در چنین اسپلیت‌هایی کاهش می‌یابد. از سوی دیگر اینورترها قابلیت کنترل دقیق دما را دارند و به محض این که اسپلیت به دمای تنظیم شده و مورد نظر کاربر برسد، ظرفیت خود را تنظیم می‌کند تا هرگونه نوسانات دما را از بین ببرد. در مقابل، ظرفیت سرمایشی یا گرمایشی ایرکاندیشنرهای بدون اینورتر، ثابت است و تنظیم دما تنها با خاموش یا روشن شدن کمپرسور صورت می‌گیرد که این موضوع سبب می‌شود انرژی زیادی هدر برود. کمپرسور چنین اسپلیت‌هایی دائم روشن و خاموش می‌شوند و به محض روشن شدن میزان مصرف انرژی، بسیار بالا می‌رود. با توجه به این موارد، اسپلیت‌های دارای اینورتر در رده وسایل کم مصرف محسوب می‌شوند و در این تصاویر تفاوت اسپلیت‌های دارای اینورتر و بدون اینورتر را به راحتی می‌توان دید.

در اسپلیت‌های بدون اینورتر، دور موتور نیز ثابت است و تغییر دما تنها با خاموش و روشن شدن انجام می‌گیرد به همین دلیل هم انرژی زیادی در این میان هدر می‌رود. به عنوان مثال وقتی دمای اتاق بالاتر از دمای در نظر گرفته شده توسط کاربر برسد اسپلیت شروع به خنک کردن فضا می‌کند و اگر دمای اتاق پایین تر بیاید خاموش می‌شود. اما در اسپلیت‌های دارای اینورتر تغییر دما با تغییر دور موتور و بدون خاموش و روشن شدن سیستم صورت می‌گیرد پس هدررفت انرژی کمتر شده و زمینه ساز افزایش صرفه جویی در انرژی است. به طور کلی می‌توان گفت که اسپلیت‌های دارای اینورتر و بدون اینورتر درست مانند دو دوند عمل می‌کنند که یکی با سرعت بالا و عجله می‌دود و گاهی مجبور به استراحت می‌شود که در این صورت دوباره مجبور است برای شروع به دویدن، انرژی زیادی مصرف کند اما دونده دیگر با سرعتی متناسب می‌دود و در طول مسیر هیچ نیازی به استراحت ندارد. دونده دوم را می‌توان به اسپلیت‌های دارای اینورتر مشابه دانست و دونده اول عملاً درست مانند ایرکاندیشنرهای بدون اینورتر عمل می‌کند و میزان زیادی انرژی هدر می‌دهد.

صدا و لرزش کم

یکی دیگر از مدل‌های جدید اسپلیت که به تازگی وارد بازار شده، سری اسپلیت‌های مجهز به TRIPLE INVERTER است که کمتر از ظرفیت کمپرسور استفاده می‌کنند پس انرژی کمتری هم مصرف



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

در نخستین جلسه کمیسیون قطعه سازان صنعت لوازم خانگی در انجمن مطرح شد

بهم‌رسانی قطعه سازان با تولیدکنندگان محصول نهایی



مدیر عامل شرکت تکبان کنترل انرژی با تأکید بر شرایط سخت کنونی که سیاست‌های غلط پولی و کمبود ارز، مشکلات زیادی را به بار آورده است، قطعه سازان را سربازان بی‌مهمات جبهه اقتصادی خواند و گفت: قطعه سازی رگ حیاتی صنعت است و نقش مهمی در این عرصه دارد و می‌توان گفت کشوری که از لحاظ قطعات به خارج وابسته است، اثرات مخربی را به اقتصاد خود وارد می‌کند که این رویکرد یک خیانت اقتصادی است.

مهندس عراقی با اشاره به اینکه تبادل نظر در کمیسیون قطعه سازان راه را برای حل مشکلات باز می‌کند و انجمن را به اجماع نظر جمعی برای حل مشکلات می‌رساند، افزود: به کارگیری ۴ مولفه آموزش نیروی انسانی مجرب، بهره‌گیری از متخصصین کنترل کیفیت و پیاده سازی سیستم کنترل کیفیت پویا، احداث آزمایشگاه کاملاً مجهز و داشتن نشان ملی استاندارد و تلاش برای احیاء کردن عملکرد نشان ملی استاندارد کالا در یک واحد صنعتی قطعه سازی منجر به تولید با کیفیت در هر دو گروه (تولید قطعات و تولید محصول) خواهد شد. نائب رئیس انجمن صنایع لوازم خانگی ایران همچنین به لزوم فرهنگ سازی در برقراری ارتباط و تعامل در میان قطعه سازان و تولیدکنندگان محصول اشاره کرده و ارتقای کیفیت در تولید محصول را مستلزم هدف، همفکری و زبان مشترک، برشمرد.

گفتنی است در این جلسه اعضای محترم قطعه ساز هریک با معرفی توانمندی‌های خود در سطوح مختلف تولید به بیان برخی مشکلات نظیر مسائل ارزی، افزایش هزینه‌های تولید و کاهش بهره‌وری پرداخته و راه حل‌های مناسب را با یکدیگر به اشتراک گذاشتند.

همچنین مقرر شد؛ جلسات کمیسیون قطعه سازان با یک برنامه‌ریزی هدفمند و مستمر ادامه پیدا کرده و دغدغه‌های قطعه سازان در هیئت مدیره انجمن مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

کمیسیون قطعه سازی خرداد ماه امسال برای نخستین بار و با هدف همگرایی بین قطعه سازان و تولیدکنندگان محصولات نهایی صنعت شکل گرفت. هم اکنون دو جلسه از کمیسیون قطعه سازان برگزار شده است که گزارش جلسات مذکور را در ذیل می‌خوانید.

نخستین کمیسیون قطعه سازان روز شنبه ۲۴ خردادماه به ریاست عباس هاشمی دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، مهندس علیرضا عراقی نائب رئیس انجمن و مدیر عامل شرکت تکبان کنترل انرژی و با حضور نمایندگان شرکت‌های تولید قطعه دما اتحاد، آریا انرژی، سامیار صنعت زاگرس، آریا تکنیک، گرانول قزوین و کابل ابهر، لهران، شیرسازی سامین، موتوژن، سدنا و صنایع پارس گهرسان برگزار شد.

در این نشست کارشناسان واحد فنی و مهندسی آقایان، لطافتی دبیر کمیسیون و حسن پور، مدیر و کارشناس ارتباطات خانم‌ها؛ پیامش و نوروزی و آقای شیخی کارشناس واحد اقتصادی حضور داشتند. در ابتدای جلسه مهندس هاشمی دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با تأکید بر لزوم بهم‌رسانی تولیدکنندگان قطعات مورد نیاز صنعت لوازم خانگی با تولیدکنندگان محصول نهایی، اظهار داشت: از مهم‌ترین اهداف انجمن ایجاد تعامل سازنده قطعه سازان با تولیدکنندگان محصول نهایی است و برگزاری این کمیسیون اولین گام مؤثر در تحقق این هدف است.

وی افزود: تولیدکنندگان قطعات در نظر داشته باشند: کیفیت قطعه، قیمت قطعات، زمان تحویل و استمرار تولید ۴ مولفه تأثیرگذار در برقراری یک ارتباط مؤثر و مداوم با تولیدکنندگان محصول نهایی است. مهندس هاشمی با اشاره به اینکه ابزارهای تشویقی حمایت از تولید قطعه سازان داخلی باید با نگاه درست انجام پذیرد، اظهار داشت: ابتدا باید پایه گمرکی قیمت قطعه اصلاح شود چون وقتی وارد کننده با کم اظهاری قیمت محصول را پایین تر معرفی می‌کند، تعرفه‌های حمایتی نه تنها مؤثر نخواهد بود بلکه انگشت اتهام را به سمت تولیدکننده می‌برد که حتی با تعرفه حمایتی توان رقابت با نمونه خارجی را ندارد. وی افزود: این درحالی است که توسعه پایدار اقتصادی با توسعه صنعت قطعه سازی شکل می‌گیرد و باید به شکل صحیح قطعه سازان را حمایت کرد.

به گفته دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران متعادل سازی تعرفه حقوقی ورودی اجزا و قطعات با محصول نهایی و اصلاح قیمت پایه گمرکی دو راهکار بهبود کسب و کار قطعه سازان است که می‌بایست به شکل جدی پیگیری شوند.

در ادامه این جلسه مهندس علیرضا عراقی عضو هیئت مدیره و



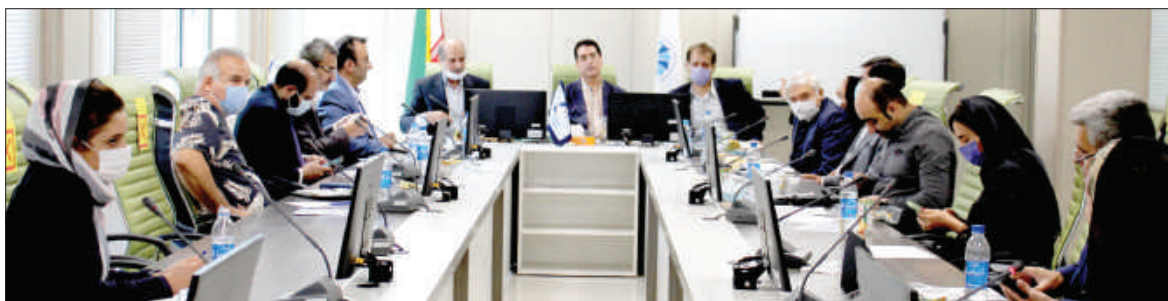
هیئت رئیسه کمیسیون قطعه‌سازان انتخاب شدند



به‌ویژه قطعه‌سازان بوده و ارتباط درستی میان قطعه‌سازان و تولیدکنندگان محصول نهایی ایجاد گردد، اظهار داشت: همه اعضا باید متحدانه برای مطالبات بحق خود، با کمیسیون همکاری‌های لازم را داشته و در راستای هم‌افزایی در تولید از هیچ تلاشی فروگذار نکنند. وی افزود: افزایش غیرمعارف قیمت قطعات بدون توجه کامل و منطقی مشتریان مجموعه‌ساز، موجب افزایش واردات قطعات بی‌کیفیت خارجی و عدم تعمیق قطعات ساخت داخل به علت بی‌ رغبتی مجموعه‌سازان می‌شود. دبیرکل انجمن ادامه داد: انجمن در راه حل مشکلات اعضای این کمیسیون، از هیچ تلاشی مضایقه نخواهد کرد و لازم است کلیه قطعه‌سازان عضو انجمن در این کمیسیون مشارکت و همکاری فعالانه داشته باشند. در ادامه جلسه، از تلاش‌های مهندس لطافتی، مدیر کمیسیون‌های تخصصی انجمن در تشکیل و ادامه راه این کمیسیون، قدردانی و ایشان به عنوان رابط کمیسیون و انجمن معرفی گردید. خاطرنشان می‌شود، در بخش آخر این جلسه، پس از انجام رأی‌گیری کتبی، مهندس عراقی از شرکت تکبان کنترل انرژی به عنوان رئیس، مهندس کیانی از شرکت نوآوارتباط صنعت به‌عنوان نائب رئیس اول و مهندس عظیمی از شرکت فرادیدافزار به عنوان نائب رئیس دوم برای مدت یک سال، از سوی اعضای محترم حاضر در جلسه انتخاب شدند.

دومین جلسه کمیسیون قطعه‌سازان انجمن، روز سه‌شنبه هفدهم تیرماه در سالن کارآفرینان خانه تشکل‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن تهران برگزار شد. در این جلسه که مدیران عامل یا ارشد شرکت‌های سناتور، فرادیدافزار، سپیدارکن آریا، رهشادالکتریک، شیرگازایران، لعران، نوآوارتباط صنعت، سام گسترسونیا، شتاب صنعت رهاورد، سام پلاست پدیده سازجوان، عرش گستر، شیر آلات صنعتی اصفهان، سامیارصنعت زاگرس، سیماران، دمااتحاد و تکبان کنترل انرژی حضور داشتند، در ابتدای جلسه، مهندس عراقی نائب رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، ضمن سخنانی موارد به شرح زیر را از جمله اهداف کمیسیون قطعه‌سازان برشمرد و به تشریح این موارد پرداخت:

- ۱- آموزش به روز مسائل فنی به قطعه‌سازان
 - ۲- تعیین نقشه راهبردی برای قطعه‌سازان
 - ۳- تهیه پلن کاری از بزرگان قطعه‌ساز و اعتمادسازی بین سازندگان محصول نهایی و قطعه‌سازان
 - ۴- لزوم استفاده از ماهنامه پیک شورا به عنوان تربیون کمیسیون و ارائه مقاله در این نشریه از سوی اعضا کمیسیون
 - ۵- داشتن سهم ویژه تبلیغات در تمام شماره‌های پیک شورا توسط اعضا کمیسیون قطعه‌سازان
 - ۶- ایجاد انگیزش در اعضا کمیسیون از طریق جانمایی مناسب‌تر اعضا این کمیسیون در نمایشگاه آتی لوازم خانگی
 - ۷- ایجاد تعامل با دست‌اندرکاران و دولتمردان و ایجاد مطالبه پاسخگویی از آنها
- در ادامه جلسه، حاضران با معرفی خود و شرکت‌های متبوعشان، به بیان مشکلات و پیشنهادات خود برای ترسیم نقشه راه این کمیسیون پرداختند و این مشکلات از سوی حاضران به بحث و تبادل نظر گذاشته شد.
- مهندس هاشمی، دبیرکل انجمن در پایان جلسه با یک جمع‌بندی کلی ضمن تأکید بر اینکه حق خواهی، باید یگانه شعار صنعتگران





در جلسه کمیسیون سیاست‌گذاری لوازم خانگی توکار عنوان شد

افزایش لحظه‌ای نهاده‌های تولید و قیمت‌های دستوری سازمان حمایت ۲ معضل اساسی تولیدکنندگان توکار

دلار قیمت قطعات افزایش یافته ولیکن تولیدکننده محصول نهایی به دلیل رقابتی‌بودن بازار و توان خرید مصرف‌کننده و قیمت‌های دستوری سازمان حمایت، امکان افزایش قیمت برابر با افزایش مواد اولیه و قطعات را ندارد. مهندس حمید کریمی مدیرعامل شرکت تولیدی و صنعتی رومانزو گزارشی در خصوص افزایش قیمت برخی نهاده‌های تولید و محصول نهایی ارائه داد. بنا بر این گزارش؛ قیمت ورق با رشد ۵۰ درصدی، قیمت برد و پاور با رشد ۳۷ درصدی، قیمت موتور هود با رشد ۵۰ درصدی، قیمت رنگ الکترو استاتیک با رشد ۶۷ درصدی، قیمت لامپ هالوژنی با رشد ۴۳ درصدی، روبه‌رو بود در حالیکه قیمت تمام شده هود افزایش ۴۸ درصدی داشته همچنین قیمت شیر ترموکوپل با رشد ۸۵ درصدی، سرشعله بارشده ۷۴ درصدی، چدن با رشد ۵۷ درصدی، و کارتن با رشد ۷۱ درصدی مواجه بوده در صورتیکه رشد قیمت اجاق گاز استیل حدود ۵۶ درصد بوده است.

در پایان این جلسه مقرر گردید؛ آقایان حمیدرضا سراج، رضا قربانی، حمید کریمی و غلامرضا محجوب با محوریت انجمن جلساتی را با قطعه‌سازان ترتیب دهد تا مسائل واکاوی و مشکلات طرفین بررسی شود و همچنین آقایان محسن دانیالی، حمیدرضا سراج، امیر بنایی‌نژاد و طلا فروش در قالب گروهی به بررسی مسائل واردات و تعیین ارزش پردازند.

جلسه کمیسیون سیاست‌گذاری لوازم خانگی توکار با موضوع مشکلات تأمین قطعه مورخ ۹۹/۴/۱۶ به ریاست علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیئت مدیره و فرامرز لطافتی دبیر جلسه در محل انجمن برگزار شد.

در ابتدای این جلسه آقای علیرضا محمدی دانیالی مدیرعامل شرکت ناب استیل و رئیس کمیسیون ضمن تأکید بر اتحاد و همگرایی اعضا، توضیحاتی در خصوص پیگیری‌های گذشته در مورد تعیین ارزش شیر ارائه داد. وی افزود: ابتدا به ساکن بهتر است از قطعات داخلی جهت تأمین قطعات استفاده نمود و در این راستا تقویت قطعه‌سازان و همکاری و همفکری با ایشان می‌تواند راهگشا باشد و در صورت عدم تکافوی تولید داخل لاجرم واردات و کاهش تعرفه آن از راهکارهای دیگر است. سپس مهندس عباس هاشمی دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ضمن خیرمقدم به اعضا کمیسیون قطعه‌سازان و راهکارهای تقویت اعضای آن با تمرکز به محورهای کیفیت، قیمت، تحویل به موقع و تنوع محصول را برای کل صنعت مفید دانسته و در خصوص حل مشکلات توسط اعضای انجمن ابراز امیدواری کرد. آقای نوید ایزدپناه مدیرعامل شرکت استیل البرز به تشریح معضلات اقتصادی حاکم بر زنجیره تأمین لوازم خانگی پرداخت. وی گفت: به دلیل افزایش قیمت مواد اولیه همچون برنج و افزایش قیمت



بازنگری دستمزد سرویس کاران و تأمین قطعات اهم موضوعات مطروحه در کمیسیون خدمات پس از فروش

از نظر تعداد جلسات، میزان مشارکت اعضا و دستیابی به اهداف برترین کمیسیون انجمن معرفی کرد. سپس هریک از اعضا به بیان مشکلات واحدهای خود پرداختند که اهم آنها بازنگری در دستمزد سرویسکاران، تأمین قطعات، تأمین مواد اولیه و همچنین آموزش بود. در پایان مقرر گردید در این جلسه درباره انتخابات هیئت رئیسه در جلسه آتی برگزار و زمان برگزاری جلسات همانند سنوات گذشته در روزهای سه شنبه از ساعت ۱۰ الی ۱۲، تصمیم‌گیری شد. همچنین مقرر گردید؛ جلسات کمیسیون همانند سال گذشته سه شنبه‌ها ساعت ۱۰ الی ۱۲ طبق تقویم اعلامی از سوی انجمن برگزار و انتخابات هیئت رئیسه در جلسه آتی برگزار گردد. گفتنی است برای گزارش عملکرد سال ۹۸ و برنامه‌ریزی سال ۹۹ نیز برنامه‌ریزی شد.

کمیسیون خدمات مشتریان با موضوع اهداف کمیسیون در سال جاری مورخ ۹۹/۴/۱۰ به ریاست احمد سعادت‌ی سالم مدیر عامل خدمات پس از فروش کن و رامین حسن‌پور دبیر کمیسیون در محل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد. در ابتدای جلسه آقای فرامرز لطافتی مدیر کمیسیون‌های انجمن، ضمن خیر مقدم به حاضرین در خصوص استاندارد خدمات پس از فروش و لزوم بازنگری آن سخن گفت. سپس آقای احمد سعادت‌ی سالم مدیرعامل شرکت خدمات پس از فروش کن و رئیس کمیسیون در خصوص اهداف کمیسیون در سال جاری و لزوم استمرار حضور نمایندگان در کمیسیون صحبت کرد. همچنین رامین حسن‌پور دبیر کمیسیون به ارائه گزارشی از عملکرد کمیسیون در سال جاری پرداخت و کمیسیون خدمات را

جلسه کمیسیون هود و اجاق گاز برگزار شد



جلسه کمیسیون هود و اجاق گاز با دستور جلسه اهداف کمیسیون در سال مورخ ۹۹/۴/۲ در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به ریاست جواد یزدانی مدیر کنترل کیفیت استیل البرز و رامین حسن‌پور کارشناس واحد فنی مهندسی انجمن برگزار شد. در آغاز جلسه فرامرز لطافتی مدیر کمیسیون‌های انجمن، ضمن خوشامدگویی به مدعوین، سابقه تأسیس و فعالیت‌های انجام شده در این کمیسیون به‌ویژه تشکیل سه جلسه آموزشی مرتبط با استانداردهای ملی اجاق گاز و هود را از جمله اقدامات مهم انجام شده در این کمیسیون دانست و ابراز امیدواری کرد، سایر کمیسیون‌های انجمن نتایج درخشانی را به‌ویژه در سال ۱۳۹۹ به همراه داشته باشد.

تأثیر این کمیسیون بر روند کمیسیون هود و اجاق گاز مورد بررسی قرار گرفت. در این خصوص اعضا از افزایش بی‌رویه قیمت برخی قطعات توسط تولیدکنندگان داخلی گل‌مند بودند و از انجمن تقاضا داشتند در این خصوص اقدامات لازم را مبذول و مراتب اعتراض را در کمیسیون مذکور منعکس نماید.

گفتنی است در این جلسه مقرر گردید؛ اعضا مطالبات خود در خصوص کمبود مواد اولیه و قطعات را به انجمن اعلام نمایند. شایان ذکر است؛ مقرر گردید موضوع تست شعله سوزنی تا حصول نتیجه مطلوب پیگیری شود.

همچنین گفتنی است؛ ردیف دستورات جلسه آتی بررسی و مقرر شد، انتخابات هیئت رئیسه کمیسیون در جلسه آتی برگزار گردد. در این جلسه کمیسیون مقرر گردید؛ اطلاعیه دعوت به انتخابات هیئت رئیسه کمیسیون از سوی انجمن صادر و در جلسه بعدی انتخابات برگزار شود.

سپس اعضا در خصوص عملکرد کمیسیون در سال گذشته گفت‌وگو کردند، در این خصوص جواد یزدانی رئیس کمیسیون به ارائه گزارشی از اهداف محقق شده سال گذشته از جمله برنامه‌های آموزشی کمیسیون، بازدیدهای گروهی و تدوین استانداردهای کارخانه‌های لعاب و شیشه سکوریت پرداخت و شرایط قرنطینه عمومی به دلیل بیماری کرونا در پایان سال را از مهم‌ترین علل محقق نشدن برخی اهداف کمیسیون دانست. سپس اعضا در خصوص تست شعله سوزنی و نبود مواد اولیه به منظور ایمن‌سازی برخی قطعات کم‌ریسک مانند فن بست گفت‌وگو و از انجمن درخواست داشتند، علاوه بر انجام اقدامات لازم به منظور تسهیل در تأمین مواد اولیه این تست به حدود ۸ تن در سال، بازنگری استاندارد ۱۰۳۲۵ را در دستور کار قرار دهد. همچنین در این جلسه تشکیل کمیسیون قطعه سازان و



در جلسه کمیسیون صادرات مطرح شد:

صد در صد ارز حاصل از صادرات تولیدکنندگان باید در خدمت واردات مواد اولیه تولید قرار گیرد

دفتر تعیین ارزش گمرک، تأیید نشدن ثبت سفارش توسط وزارت صمت، عدم تخصیص ارز توسط بانک مرکزی، موضوع ورود موقت کالاها، رفع ممنوعیت واردات، ارائه مجوز صادراتی برای برخی کالاها، مشکل ورود مواد اولیه و مشکل صدور گواهی مبدأ ایرانی برای صادرات به کشور گرجستان از سوی شرکت کنندگان حاضر مطرح و به بحث و تبادل نظر گذاشته شد.

شایان ذکر است دبیرکل به نمایندگان شرکت‌های حاضر در جلسه قول مساعد داد که موارد به طور تخصصی بررسی و از مجاری قانونی پیگیری گردد.

همچنین در این جلسه مسعود جریزه دار؛ قائم مقام مدیرعامل تکسان خزر تبریز، فاطمه بندری؛ سرپرست صادرات استیل البرز، مریم معماری؛ مدیر روابط عمومی و تبلیغات فریدولین، مریم ریشادی؛ سرپرست صادرات شرکت سدنا، جابر حاجی پور؛ مدیر فروش موتوژن، الهام نصیری یکتا؛ مدیر بازرگانی الباکاز، معصومه هاشمی؛ کارشناس صادرات بوتان، سونیا علی کرمی؛ کارشناس بازرگانی لوازم خانگی کن، محمد تقی محمدی مدیر عامل پارس‌سیان نوین، میثم صفایی کارشناس صادرات صنایع چینی زرین ایران، رامین رزازی مدیر فروش و صادرات دمنده، رؤیا ولی‌پور معاونت صادرات شرکت تولیدی صنعتی فریدولین، حضور داشتند.

مسائل و مشکلات مطرح شده در جلسه:

۱- اشراف تجار و بازرگانان کشورهای همسایه به اوضاع اقتصادی و نوسانات نرخ ارز داخلی و ایجاد مشکل در فروش و صادرات.

۲- توقف صادرات برای بسیاری از کشورها به دلیل شیوع ویروس کرونا

۳- تهیه مواد اولیه داخلی از جمله مواد پتروشیمی و فولاد و نوسان شدید قیمتی در این مواد.

۴- قطع روابط دیپلماتیک تعدادی دیگر از کشورها با ایران از جمله کشورهای آفریقایی و گرجستان.

اولین جلسه کمیسیون صادرات در سال ۹۹ با حضور مهندس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران؛ محمود استقلال؛ رئیس کمیسیون صادرات، فرامرز لطافتی؛ مدیر کمیسیون‌های تخصصی انجمن، افشین شیخی؛ دبیر کمیسیون صادرات و زهرا نوروزی کارشناس روابط عمومی، روز شنبه چهاردهم تیرماه در ساختمان شماره سه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران (خانه تشکل‌ها) برگزار شد.

در این جلسه مهندس عباس هاشمی؛ دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران پس از استماع دغدغه‌ها و مشکلات واحدهای تولیدی حاضر در جلسه به رایزنی‌های انجمن برای رفع موانع واحدهای تولیدی در بخش‌های مختلف اعم از تخصیص ارز برای واردات مواد اولیه و اجزا قطعات، مجوزهای صادراتی و موانع گمرکی اشاره نموده و اظهار داشت: در حوزه تأمین مواد اولیه داخلی که مشکل اساسی و مشترک همه واحدهای تولیدی است. با وزارت صمت، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، ستاد تنظیم بازار و بانک مرکزی جلسات متعدد و مذاکرات زیادی انجام شده که خوشبختانه نتایج خوبی دربرداشته است. وی در عین حال افزود: ولی پیگیری برای حصول نتایج، بهتر و مطلوب‌تر همچنان با جدیت تمام ادامه دارد.

وی با اشاره به اینکه معضل قاچاق، یکی از عوامل افزایش نرخ ارز است و تولید داخل را نیز به شدت مورد آسیب قرار داده، گفت: حل معضل قاچاق نیازمند همبستگی همه دستگاه‌های ذی صلاح است تا با هماهنگی و همکاری نظام یافته و به صورت مستمر ریشه این پدیده شوم، خشکانیده شود.

مهندس هاشمی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به اینکه ممنوعیت واردات نباید باعث خود بزرگ‌بینی و عدم پیشرفت تکنولوژی تولیدات داخلی شود از نحوه تخصیص ارز انتقاد کرده و افزود: ما معتقدیم تولیدکنندگانی که محصولات خود را صادر می‌کنند، باید بتوانند صد درصد ارز حاصل از صادرات خود را برای وارد کردن مواد اولیه و اجزا و قطعات استفاده کنند.

گفتنی است در این جلسه بحث ارزش‌گذاری کالای صادراتی در



توسعه تجارت برای معرفی صادرکنندگان محصولات خوب و باکیفیت و نیز تهیه لوگویی از طرف انجمن برای تأیید محصولات صادراتی شرکت‌ها.

گفتنی است در این جلسه بحث ارزشگذاری کالای صادراتی در دفتر تعیین ارزش گمرک، تأیید نشدن ثبت سفارش توسط وزارت صمت، عدم تخصیص ارز توسط بانک مرکزی، موضوع ورود موقت کالاها، رفع ممنوعیت واردات، ارائه مجوز صادراتی برای برخی کالاها، مشکل ورود مواد اولیه و مشکل صدور گواهی مبدا ایرانی برای صادرات به کشور گرجستان از سوی شرکت کنندگان حاضر مطرح و به بحث و تبادل نظر گذاشته شد.

شایان ذکر است محمود استقلال رئیس کمیسیون صادرات به نکات زیر اشاره داشتند:

- ۱- تشریح فرایند انتخاب صادرکننده نمونه و برتر.
 - ۲- توجه بیشتر شرکت‌ها به شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و لینک دین و... برای بازاریابی.
 - ۳- تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی.
 - ۴- توجه به راه اندازی سایت و به روز رسانی اطلاعات آن توسط شرکت‌ها.
 - ۵- ایجاد نمایشگاه دائمی محصولات لوازم خانگی در شهر آفتاب.
 - ۶- استفاده از رمز ارزها برای تبادل پول.
 - ۷- تقویت برند ملی توسط دولت و شرکت‌ها صادراتی.
- انتصاب: جناب آقای رامین رزازی؛ مدیر محترم فروش و صادرات شرکت دمنده به عنوان نایب رئیس کمیسیون صادرات منصوب شد.

۵- ارزش گذاری صادراتی در گمرک.

۶- مشکل حمل و نقل و ارسال بار و هزینه‌های گزاف آن.

۷- عدم تأیید ثبت سفارش‌ها توسط بانک مرکزی برای ورود موقت مواد، اجزا و قطعات.

۸- تفاوت قیمت در نرخ ارز نیمایی و بازار آزاد.

مهندس عباس هاشمی به نکات زیر تأکید کردند

- ۱- در حوزه تأمین مواد اولیه داخلی که مشکل اساسی و مشترک همه واحدهای تولیدی است با وزارت صمت، سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان، ستاد تنظیم بازار و بانک مرکزی جلسات متعدد و مذاکرات زیادی انجام شده که خوشبختانه نتایج خوبی دربرداشته است ولی پیگیری برای حصول نتایج بهتر و مطلوب‌تر همچنان با جدیت تمام ادامه دارد.
- ۲- معضل قاچاق، یکی از عوامل افزایش نرخ ارز است و تولید داخل را نیز به شدت مورد آسیب قرار داده است. حل معضل قاچاق نیازمند همبستگی همه دستگاه‌ها است تا با هماهنگی و همکاری نظام یافته و به صورت مستمر ریشه این پدیده شوم خشکانیده شود.

۳- ممنوعیت واردات نباید باعث عدم پیشرفت تکنولوژی تولیدات داخلی شود.

۴- نحوه تخصیص ارز برای ثبت سفارش‌های تولیدکنندگان صنعت لوازم خانگی مورد انتقاد است.

۵- تولیدکنندگانی که محصولات صنعتی خود را صادر می‌کنند، باید بتوانند صد درصد ارز حاصل از صادرات خود را برای وارد کردن مواد اولیه و اجزا و قطعات استفاده کنند.

۶- تشکیل کنسرسیوم صادراتی و عقد تفاهم‌نامه با سازمان



فشار تحریم‌های خارجی و بی‌مهری‌های داخلی بر شانه‌های صنعتگران داخلی



دهم تیرماه، بر پایه‌ی مصوبه‌ی شورای عالی انقلاب فرهنگی، روز صنعت و معدن نامیده شده‌است. فرا رسیدن این روز فرصت مناسبی است تا به مهم‌ترین موتور محرکه‌ی اقتصاد یعنی بخش صنعت و معدن کشور، موشکافانه نگاه کنیم چرا که فعالان اقتصادی این بخش در مقام عامل مولد اشتغال پایدار در افزایش تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه کشور، نقش بسزایی دارند. کارشناسان بر این باورند کشور ایران، با در اختیار داشتن منابع و ذخایر سوختی و همچنین دیگر

مواد معدنی مورد نیاز صنایع مختلف، از کشورهای غنی دنیا به شمار می‌آید. استخراج معادن و معدن‌کاری و توسعه‌ی صنعت در زمینه‌های گوناگون صنعتی، از دیرباز در کشور ما متداول بوده است. تاریخ‌نگاران، نوشته‌اند که مردم ایران، از اولین کسانی بوده‌اند که مس را استخراج و ذوب کرده‌اند. آثار بسیاری از حفاری‌های عظیم که در بیش‌تر معادن ایران و بخصوص معادن سرب و مس دیده می‌شود. نمونه‌های باقیمانده از ظروف و وسایل فلزی نیز، نشانگر فعالیت‌های گسترده‌ی معدنی و صنعتی می‌باشد. با وجود این تاریخچه؛ صنعت کشور روزهای خوبی را طی نمی‌کند. سایه تحریم‌های ظالمانه، عدم مدیریت منابع داخلی، بروکراسی سنگین اداری، عدم تخصیص ارز به واحدهای تولیدی، بر مسیر تولیدکنندگان داخل سنگ‌اندازی می‌کند و این شرایط در روند تولیدات صنعتی لوازم خانگی نمود عینی پیدا کرده است. در این شماره و به مناسبت این روز ملی دیدگاه‌های مسئولان ارشد انجمن، مهندس عباس هاشمی دبیر کل و مهندس علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیئت مدیره و برخی مسئولان دولتی در حوزه صنعت کشور را منعکس کردیم. همچنین ضمن دیدار از واحدهای تولیدی با مدیران، مهندسان و کارگران واحدهای تولیدی صنعت لوازم خانگی که روزهای عمر خود را در کارخانه‌ها سپری می‌کنند و هر روز برای اثبات فواید کارشان با نهادهای مسئول مبارزه می‌کنند و با دردها و مشقت‌های خارجی و داخلی رو به رو بوده و همچنان سرپا ایستاده‌اند، به گفت و گو نشستیم. آنچه که در ذیل این پرونده می‌خوانید؛ بازتاب نظر مسئولان، اقتصاددانان و مدیران عامل واحدهای تولیدی صنعت لوازم خانگی به مناسبت روز ملی صنعت و معدن است.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



پیام تبریک علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



فرارسیدن روز ملی صنعت و معدن را به همه صنعتگران و کارآفرینان عرصه اقتصاد ملی و همچنین به همکاران در خانواده بزرگ صنعت لوازم خانگی تبریک عرض می‌نمایم و امیدوارم، سال پر برکتی همراه با شادی و نشاط پیش روی آنها باشد و هر روز به مانند دیروز در عرصه اشتغال مولد، اقتصاد پویا گام بردارند. امید است صنعتگران گرانقدر در سایه توجه خداوند بزرگ با وجود همه سختی‌ها و مشکلات و تحریم‌های داخلی و خارج در راستای رشد و توسعه اقتصادی بایستند و همچنان بتوانند وظایف ملی را تاکنون به نحو احسن انجام داده‌اند، در آینده نیز ادامه دهند و بیش از گذشته در راه توسعه ملی و رشد اقتصادی گام بردارند. امیدوارم در سایه الطاف ایزدمنان و با تلاش‌های مستمر آنان، سال موفقی با رشد مثبت پیش روی صنعت لوازم خانگی قرار بگیرد.

پیام تبریک عباس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



روز ملی صنعت و معدن را به همه تولیدکنندگان و تلاشگران عرصه صنعت تبریک می‌گویم و از درگاه خداوند منان برای آنها آرزوی تندرستی و توفیق روز افزون دارم. امیدوارم امسال که مزین به نام جهش تولید است با همکاری همه صنعتگران محترم و مساعدت دولت محترم به اهداف عالی در حوزه صنعت کشور دست پیدا کنیم. جا دارد در این مجال از بزرگان و فعالان در گذشته عرصه صنعت کشور همچون علی اصغر حاجی بابا پیشکوست صنعت ریخته‌گری، رضا ایمانی بنیانگذار چینی ایران مقصود، مرحوم یعقوب قائمی پیشگام عرصه علم الکترونیک، محمود خیامی بنیانگذار خودروی ایرانی و کریم فضلی بنیانگذار گروه صنعتی گلرنگ به نیکی یاد کنیم. همچنین به مناسبت این روز بزرگ، از زحمات پیشکوستان بزرگ صنعت لوازم خانگی جناب آقای خلیلی بنانگذار انجمن و صنعتگر گرانقدر و جناب آقای دکتر حبیب‌الله انصاری دبیر کل اسبق انجمن که در مدت‌های مدید در انجمن حضور فعال داشته و باعث خیر و برکت شده‌اند؛ تشکر کرده و برای آنها آرزوی سلامتی و طول عمر داشته و از خداوند بزرگ می‌خواهم توفیق ادامه راه این عزیزان را برای ما هموار کند.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



بیانیه «انجمن صنایع لوازم خانگی ایران» به مناسبت روز ملی «صنعت و معدن»

مورد نیاز بخش تولید، افزایش سقف اعتباری واحدهای تولیدی از سوی بانکها متناسب با نیاز واحد، همچنین شفافسازی فرایند تخصیص ارز حاصل از صادرات در جهت کمک به تسریع در روند تولید

۲- فراهم نمودن زمینههای ثبات اقتصادی و آرامش روانی در تولید و برخورد با دخالتهای سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان و روش غیراصولی قیمت گذاری محصولات

قیمت گذاری دستوری و تهدید به برخورد تعزیراتی در کالاهایی که دهها تولید کننده وجود داشته و در بازار کاملاً رقابتی به تولید و عرضه محصولات و رقابت در قیمت مشغولند، نه تنها به نفع مصرف کننده نبوده، بلکه به زیان تولید کننده و اقتصاد ملی خواهد بود.

۳- ارتقای ضوابط و دستورالعملهای زیست محیطی در جهت توسعه و پویایی واحدهای تولیدی در شهرکهای صنعتی

۴- نگاه جدی حاکمیت به مقوله قاچاق و مبارزه با این پدیده شوم و نظارت و پیگیری مجدانه بر بازگشت کالاهای لوازم خانگی در انبارهای تملیکی به سوی بازار که در سالهای اخیر ضربه جبران ناپذیری بر پیکره تولید زده است. (همکاری اتحادیه توزیع کنندگان و فروشندگان با انجمن در این مسیر بسیار مورد اهمیت است).

۵- پرهیز از دستورات و وضع قوانین لحظهای و شتابزده در بخشهای مرتبط با تولید که امکان مغایرت با سایر قوانین دارند و آشفتگی در فرایند تولید به وجود می آورد نظیر قوانین و سیاستهای پولی، مالیاتی و تأمین اجتماعی

۶- عزم جدی برای رفع سریع موانع تحریمها و ایجاد حسن روابط با کشورهای منطقه و دنیا مطابق با عزت و کرامت و منافع ملی کشور
۷- تفویض اختیار وظایف و امور قابل تفویض به بخش خصوصی توسط دستگاههای دولتی و سهیم نمودن تشکلهای در مراجع تصمیم ساز و تصمیم گیر کشور

بار دیگر ضمن گرامیداشت روز ملی «صنعت و معدن» تأکید می نماییم: ما تولید کنندگان و کارآفرینان حوزه صنعت و تولید لوازم خانگی کشور با عشق به مردم و رشد و توسعه کشور همه توان و امکانات مادی و معنوی خود را برای رشد شتابان تولید با کیفیت کالای ایرانی بکار گرفته ایم و از تمام ارکان نظام خواستاریم در جهت تحقق خواستههای فوق و هموار نمودن مسیر مقدس «تولید» که همانا خدمت صادقانه به مردم و نیازهای اساسی کشور است، گام مؤثر و شتابان بردارند.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، بزرگترین تشکل و تنها انجمن کسب و کار صنعت لوازم خانگی کشور، با ۲۳۰ عضو از بزرگترین تولید کنندگان، صنعتگران و کارآفرینان این صنعت پیشران، روز ملی صنعت و معدن را به کلیه همکاران خود و مسئولان دلسوز و خدوم صنعت و تولید تبریک عرض نموده و فرصت با ارزش این روز را مغتنم میدارد تا در سال «جهش تولید» و شرایط خاص و حساس کشور که تحریمهای ظالمانه غرب از یک سو و کاستیهای ناشی از برخی کم توجهیهای داخلی از سوی دیگر فشار مضاعفی را بر پیکره تولید و صنعت کشور وارد آورده و ویروس کرونا توان سرمایههای اجتماعی تولید را تضعیف نموده است، نکاتی کلیدی را در ذیل همین بیانیه تقدیم حضور یکایک مسئولان و دست اندرکاران مرتبط با این صنعت نماید. این انجمن تشکلی قدیمی در عرصه تولید و صنعت با سابقه فعالیت ۴۰ ساله است که اعضای آن با تولید کالای لوازم خانگی با کیفیت و قابل رقابت در بازارهای خارجی و صادراتی اعم از تولید قطعه و محصول، سهم قابل توجهی در بازار داخلی داشته و بیش از ۸۵ درصد نیاز کالای لوازم خانگی کشور را تأمین می کنند.

همچنین با اشتغال مستقیم بیش از ۵۰ هزار نفر و غیرمستقیم ۱،۳ میلیون اشتغال، تأثیر بسزایی در کاهش نرخ بیکاری و تقویت نیروی کار در کشور دارد.

در برهههایی که سربازان خط مقدم جبهه اقتصادی تمام توان خود را در جهت روشن نگاه داشتن چراغ پرفروغ تولید در کشور به کار گرفته اند، متأسفانه برخی دستگاههای ذیربط و تأثیرگذار در عرصه تولید از کمترین حمایتها دریغ نموده و تولید کنندگان را با بوروکراسیهای غیرضروری و بازدارنده در صفهای انتظار نگاه داشته اند. در حالیکه اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با عزمی راسخ و قوی در نگاه داشتن پایههای تولید با کیفیت، به فعالیت بیامان خود در چرخش چرخهای این صنعت پایدار از هیچ تلاشی فروگذار نکرده و همچون گذشته از عزت ملی و ایرانی حفاظت می نماید.

آنچه در این مسیر اهمیت بسزایی دارد و اهتمام ویژه بخش قانونگذاری و اجرایی کشور را می طلبد، خواستههای تولید کنندگان و فعالان بخش صنعت کشور در خصوص چاره جوییهای عملیاتی و ستادی برای رفع موانع تولید است، که انجمن صنایع لوازم خانگی به عنوان صدای واحد تولید کنندگان این صنعت در بندهای ذیل پیشنهاد می نماید:

۱- تأمین کافی و به موقع ارز و مواد اولیه و توزیع عادلانه نقدینگی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



با حضور معاون اول رئیس جمهور و سرپرست وزارت صمت؛

شرکت «تکبان کنترل انرژی» برگزیده تندیس طلایی روز ملی «صنعت و معدن» شد



در مراسم روز ملی صنعت و معدن با حضور معاون اول رئیس جمهور و سرپرست وزارت صنعت معدن و تجارت از ۳۰ برگزیده صنعتی و معدنی کشور تجلیل به عمل آمد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در این مراسم که به خاطر شیوع کرونا امروز به صورت محدود و نمادین و با رعایت پروتکل های بهداشتی در نمایشگاه بین المللی تهران برگزار شد، ۳۰ برگزیده صنعتی و معدنی که توسط کمیته برگزیدگان ستاد بزرگداشت روز ملی صنعت و معدن انتخاب شده بودند، مورد تجلیل قرار گرفتند.

این برگزیدگان در ۷ محور توسط کمیته برگزیدگان ستاد بزرگداشت روز ملی صنعت و معدن انتخاب شده بودند. در این مراسم همچنین از یک بانوی کارآفرین، پیشکسوت صنعتی نمونه و جوان کارآفرین تجلیل به عمل آمد. برگزیدگان این مراسم همچنین با معاون اول رئیس جمهور و سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت عکس یادگاری گرفتند. برخی امتیازهای قانونی برای تسهیل در امور برگزیدگان این مراسم پیش بینی شده است. در مراسم تقدیر از صنعتگران روز ملی صنعت و معدن با حضور جناب آقای دکتر جهانگیری معاون اول رئیس جمهور، جناب آقای دکتر مدرس خیابانی وزیر صمت و جناب آقای دکتر اکبری بلاپشتی رئیس کمیسیون صنایع مجلس، در سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد و شرکت تکبان کنترل انرژی، تنها واحد تولیدکننده صنعت لوازم خانگی موفق به دریافت تندیس طلایی برگزیدگان این روز شد.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای والد صنعت لوازم خانگی کشور



پیام تبریک سرپرست وزارت صمت به مناسبت روز ملی صنعت و معدن

والانصاف فعالیت آنها دست مریزاد دارد چرا که در سخت‌ترین شرایط تحریم و پیچیدگی‌هایی که امروز در مسیر تولید ایجاد شده است، اجازه ندادند که حتی یک لحظه چرخ تولید نه تنها متوقف شود، بلکه نگذاشتند فعالیت این چرخه کند شود.

پیگیری نهضت ساخت داخل

وی در ادامه ضمن تأکید بر اهمیت بومی‌سازی در بخش صنعت، افزود: امیدوارم که بتوانیم این شرایط سخت را با تلاش شما صنعتگران عزیز و کارآفرینایی که در جهت عزت، افتخار،

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت در پیامی روز ملی صنعت و معدن را به تمامی فعالان بخش صنعت و معدن کشور تبریک گفت. حسین مدرس خیابانی ضمن گرامیداشت این روز و قدردانی از فعالان بخش صنعت و معدن کشور، اظهار داشت: در دهه کرامت قرار داریم و در عین حال ۱۰ تیر ماه روز ملی صنعت و معدن است. بنده دهه کرامت، میلاد امام رضا (ع) و همچنین روز ملی صنعت و معدن را به تمامی صنعتگران، معدنکاران، تولیدکنندگان و کارآفرینان تبریک عرض می‌کنم که الحق

پیام تبریک مهدی صادقی نیارکی، معاون وزیر صمت

نهضت تعمیق ساخت داخل در دستور کار معاونت امور صنایع وزارت صمت

توجیه فنی و اقتصادی اهمیت دارد؛ بنابراین با توجه به افزایش نرخ ارزی که در این سال‌ها اتفاق افتاده اهمیت خوداتکایی و استقلال صنعتی و تغییر جهت تولیدات صنعتی از مونتاژکاری به نوآوری، مقوله بسیار پراهمیتی است؛ لذا بحث نهضت ساخت داخل که سال گذشته در وزارت صنعت، معدن و تجارت مطرح شد و در قالب بهم‌رسانی نیازمندی‌ها و توانمندی‌های بین بخش صنعت توسعه پیدا کرد



؛ امسال نیز در دستور کار معاونت صنایع وزارت صمت قرار دارد. به منظور افزایش عمق ساخت داخل و به‌کارگیری تمام ظرفیت‌های ملی برای عبور از مسیری که در حال حاضر وجود دارد و همچنین تأمین نیازهای صنعتی کشور نیازمند به‌کارگیری همه حلقه‌ها و زنجیره‌ها از جمله شرکت‌های دانش‌بنیان، افراد و ظرفیت‌های فنی مهندسی کشور به منظور طراحی تولید و تجاری‌سازی، نمونه‌سازی و تولید انبوه محصولات هستیم که باید در کشور تأمین و تولید شوند. تأمین و تولید می‌تواند نیاز ما را مرتفع کرده و در بخش دیگر نیز موجب توسعه صادرات شده و همچنین ضمن رفع نیازهای کشورهای همسایه موجب صرفه‌جویی ارزی نیز شود. افزایش تولید منجر به ارزآوری در این بخش خواهد شد. لذا مهم‌ترین نکته‌ای که باید به آن توجه داشت بحث مدیریت واردات، توسعه صادرات و افزایش عمق ساخت داخل است که جزو رویکردها و محورهای اصلی وزارت صنعت معدن تجارت در سال ۱۳۹۹ اعلام شده است.

شورای عالی انقلاب فرهنگی برای بزرگداشت یک موضوع که در سطح ملی، اهمیت دارد روزهایی تعیین می‌کند. به همین منظور روز ۱۰ تیر در تقویم کشورمان به نام روز ملی صنعت و معدن نامگذاری شده است. موتور توسعه هر کشور بر اساس تولید ملی آن سرزمین شکل می‌گیرد و این تولید ملی است که می‌تواند سایر بخش‌ها را در کنار خود به حرکت درآورد. خدمات، صادرات،

خوداتکایی، تاب‌آوری، حفظ ارزش افزوده که مبتنی بر تولید هستند نیز از مقوله‌هایی به شمار می‌روند که با بحث تولید در هر کشوری منطبق هستند. در بیشتر سیاست‌های کلان کشور مانند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی و حمایت از سرمایه‌گذاری، اهمیت تولید و بخش صنعت و معدن بیش از پیش ملموس است. همچنین در نامگذاری‌های سال‌های اخیر توسط مقام معظم رهبری نیز عمده‌تاً موضوعات مربوط به تولید و صنعت کشور مدنظر قرار داده شده که این امر به نوبه خود اهمیت مقوله تولید را نشان می‌دهد. روز ملی صنعت و معدن یک روز نمادین است و سعی می‌شود که در آن، از واحدهای پیش‌تاز و برتری که در رشته فعالیت‌های مختلف توسط کارگروه مربوطه انتخاب می‌شوند تقدیر و تشکر به عمل آید و به جامعه معرفی شوند. امسال نیز همانند سنوات گذشته و البته با رعایت پروتکل‌های بهداشتی، این مراسم برگزار و واحدهای نمونه معرفی شدند. امروزه تولید بسیاری از کالاها در کشور به دلیل تولید و



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



کارآفرینان بخش صنعت و معدن کشور آرزوی توفیق می‌کنم و از همه این عزیزان تقدیر و تشکر می‌کنم که با ایثارگری و فداکاری نگذاشتند دشمنان نظام اسلامی به اهدافشان برسند.

استقرار و خودکفایی ایران گام بر می‌دارید، گذر کنیم و مطمئن باشید که دولت به‌ویژه در سالی که به فرمان رهبر معظم انقلاب به نام سال جهش تولید نامگذاری شده است، تمام تلاش خود را برای هموار کردن مسیر تولید انجام خواهد داد و سنگ‌ها را از جلوی پای تولیدکنندگان بر خواهد داشت. طبیعی است در برنامه‌هایی که در وزارت صنعت در سال ۹۹ دنبال می‌شود، مهم‌ترین آن تأمین مواد اولیه و شناسایی و توسعه بازارهای صادراتی است. همچنین در این سال باید بر روی ساخت داخل تکیه کرد و باید سعی کنیم بومی کردن بخش تولید و صنعت کشور را توسعه دهیم.

پیروزی صنعتگران در مقابل دشمنان نظام اسلامی

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت در پایان پیام خود، اظهار داشت: در پایان برای همه کارگران، مهندسين، مدیران و

وضعیت صنعت ایران در سال ۱۴۰۰ چگونه خواهد بود

کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت، معدن و تجارت

روبرو شده است. در مورد اشتغال صنعتی و صنوف تولیدی و معدن نیز باید خاطر نشان کرد که طبق برنامه اعلامی از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، هدف‌گذاری برای سال جاری معادل ۳.۸ میلیون نفر است و این میزان اشتغال در سال ۱۴۰۰، چهار میلیون نفر پیش‌بینی شده است. این در حالی است که صنعت و صنوف تولیدی و معدن در سال گذشته ۳.۴ میلیون نفر اشتغال‌زایی داشته‌اند.

سهم بخش خصوصی در ارزش تولیدات بخش صنعت در سال ۱۳۹۶، ۷۲ درصد بود که به ترتیب این سهم در سال ۱۳۹۷، ۸۵ درصد و در ۱۴۰۰، ۹۰ درصد پیش‌بینی شده است.

در مورد ارزش تولید ناخالص داخلی نیز باید براساس آمار مربوطه اعلام کرد که در سال ۱۳۹۶ ارزش تولید ناخالص داخلی ۲۰۹۵ هزار میلیارد ریال به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ بوده است که در سال ۱۳۹۷ هدف‌گذاری ۲۲۵۶ هزار میلیارد ریالی و در سال ۱۴۰۰ برآورد ارزشی ۳۰۷۸ هزار میلیارد ریالی مدنظر قرار گرفته است.

این هدف‌گذاری‌ها در حالی است که گزینه جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت از سوی دولت به مجلس شورای اسلامی پیشنهاد شده است و در عین حال با بازگشت تحریم‌های یکجانبه و غیر قانونی آمریکا، صنعت، معدن و تجارت ایران در تعامل با دنیا شرایط خاصی را تجربه خواهد کرد. باید منتظر ماند و دید که آیا این هدف‌گذاری‌ها محقق خواهد شد یا در نهایت به رقمی کمتر از برآوردهای صورت گرفته دست خواهیم یافت. جدول مربوط به اهداف کمی بخش صنعت، در سال ۱۳۹۷ و سال ۱۴۰۰ و نیز وضعیت سال گذشته که به صورت اختصاصی در اختیار قرار گرفته، در ذیل آمده است.

اهداف کمی بخش صنعت در سال جاری و سال ۱۴۰۰ و نیز وضع موجود این بخش در سال گذشته، اعلام شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن به نقل از ایسنا، بر اساس هدف‌گذاری صورت گرفته در حالی که ارزش صادرات صنعتی ایران در سال ۱۳۹۶ معادل ۳۱ میلیارد دلار بوده اما این رقم به ترتیب برای سال ۱۳۹۷، ۴۵ میلیارد دلار و برای سال ۱۴۰۰ رقمی معادل ۸۴.۵ میلیارد دلار برآورده شده است. این در حالی است که سرانه صادرات صنعتی در سال ۱۳۹۶، ۴۰۰ دلار بود و براساس هدف‌گذاری صورت گرفته سرانه صادرات صنعتی در سال ۱۳۹۷ معادل ۵۰۰ دلار خواهد بود و در سال ۱۴۰۰ نیز این رقم باید به ۹۴۰ دلار برسد.

در مورد جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش صنعت، در سال ۱۳۹۶ شاهد سرمایه‌گذاری ۲.۳ میلیارد دلاری بودیم اما پیش‌بینی برای سال ۱۳۹۷ رقمی معادل ۳ میلیارد دلار است و براساس برآوردهای صورت گرفته، این سرمایه‌گذاری در سال ۱۴۰۰ به ۷ میلیارد دلار خواهد رسید. موضوعی که در این رابطه باید به آن اشاره کرد این است که با توجه به شرایط اقتصادی جدید، جذب سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه صنعت، معدن و تجارت کاهش یافته است.

بر اساس اطلاعاتی که از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت در اختیار قرار گرفته است، حجم کل سرمایه‌گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت تا پایان مردادماه سال جاری معادل ۵۸۰ میلیون و ۷۰۰ هزار دلار بوده که در قیاس با رقم یک میلیارد و ۸۲۹ میلیون و ۸۰۰ هزار دلاری مدت مشابه سال قبل با افت ۶۸.۳ درصدی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



مهندس حسین رمضان زاده مدیر کارخانه گل آسایرما (دیپوینت) در گفت و گو با پیک شورا مطرح کرد:

تلاش ما جذب مشتریانی است که همواره محصولات با کیفیت خارجی را انتخاب کرده اند

شرکت گل آسایرما (دیپوینت) بیش از ۲۰ است که به طور جدی فعالیت خود را در عرصه صنعت لوازم خانگی کشور آغاز کرده است. این شرکت از سال ۱۳۷۶ تولید یخچال و فریزر را آغاز کرده است. این مجموعه صنعتی با هدف توسعه بیشتر در شهرک صنعتی ایوانکی کارخانه‌ای احداث کرد. شرکت گل آسایرما (دیپوینت) هم اکنون با ۳۵۰ پرسنل؛ تعداد ۷۰۰ تا ۷۵۰ محصول را با برند اصلی «دیپوینت» به بازار لوازم خانگی کشور عرضه می‌کند. طرح توسعه این کارخانه با ظرفیت تولید ۱۵۰۰ محصول در یک شیفت کاری تا نیمه سال به بهره برداری می‌رسد. با فرا رسیدن روز ملی صنعت فرصتی دست داد تا به مرور تاریخچه، فعالیت‌ها و دستاوردهای این شرکت بنشینیم و در این رابطه با مهندس حسین رمضان زاده، مدیر کارخانه مجموعه صنعتی گل آسایرما (دیپوینت) گفت و گو کردیم. وی چهار اصل؛ نوآوری، کیفیت، خدمات متناسب و قیمت رقابتی را از اهداف راهبردی مجموعه معرفی کرده و می‌گوید: «تلاش ما جذب مشتریانی است که همواره محصولات خارجی را انتخاب کرده اند.» برای گفت و گو با این مدیر جوان صنعت لوازم خانگی به دفتر این مجموعه مراجعه کردیم که حاصل این گفت و گو یکساعته را در ذیل می‌خوانید.

کار مجموعه ما قرار گرفت. مجموعه دیپوینت با استفاده از راهبردهای هوشمندانه و تخصیص منابع مالی و انسانی همواره در جهت نیل به اهداف تعیین شده حرکت خود را تداوم بخشیده است. در سال ۱۳۸۸ با گسترش نیروهای متخصص در تمامی سطوح کارخانه اقدام به تقویت بیش از پیش بنیه فنی و مهندسی خود کرد تا زیرساخت‌های لازم جهت تولید نسل دوم محصولات خود را تأمین کند. تولید محصولات خانواده دوقلو با نام GL۲ که تبدیل به یکی از پر فروش ترین‌های سبد محصولات و یکی از با کیفیت ترین نمونه‌های بازار گردید، منجر به توجه بیشتر فرایند رهبری سازمان به دپارتمان تحقیق و توسعه‌ی شرکت شد. در ادامه همین توجه، تولید محصولاتی از قبیل ۷۲ و ۵۰ نیز در سال‌های بعد و هم‌زمان با فاز دوم توسعه‌ی شرکت صورت گرفت. با آغاز سال ۱۳۹۴، شرکت گل آسایرما با تبیین مأموریت و چشم‌انداز خود به عنوان یک شرکت پیشرو در حوزه‌ی لوازم خانگی با رویکرد فناورانه فصل جدیدی را در صنعت لوازم خانگی کشور آغاز کرد.

می‌توانید از تفاوت محصولات دیپوینت با دیگر محصولات رایج در بازار مثالی بزنید؟

ما از سال ۱۳۸۴ نسل دوم محصولات دیپوینت را طراحی و تولید کردیم و تغییراتی در طراحی محصولات ایجاد کردیم. اما به مرور متوجه شدیم که برای حضور پررنگ در اذهان مشتریان نیاز به تغییراتی بنیادین است. بدین ترتیب سال ۱۳۸۸ تصمیم گرفتیم با رصد محصولات خارجی در بازار و با بهره گیری از فناوری جدید، محصول جدید مهندسی شده را به چرخه تولید اضافه کنیم. این روند با طراحی و تولید محصولات جدید دیگر ادامه

در ابتدا خودتان را معرفی کنید و درباره شکل گیری برند دیپوینت توضیح دهید؟

حسین رمضان زاده متولد ۱۳۵۸ هستم. اینجانب در مقطع کارشناسی ارشد رشته مهندسی مکانیک فارغ التحصیل شده و هم اکنون در کسوت مدیریت کارخانه گل آسایرما به فعالیت مشغول هستم. شرکت گل آسایرما در سال ۱۳۷۶ فعالیت خود را در زمینه تولید یخچال و یخچال فریزر خانگی با برند تجاری گلستان در منطقه پاکدشت آغاز کرد. با توجه به پیشرفت چشم گیر و رو به رشد این شرکت در تولید محصولات و همچنین استفاده از فناوری و استانداردهای روز دنیا و متناسب با آن تقاضای بیشتر بازار سرانجام در سال ۱۳۷۹ به منطقه صنعتی ایوانکی انتقال یافت. از همان سال‌های نخست، واحد تحقیق و توسعه‌ی شرکت گل آسایرما فعالیت خود را در کنار سایر واحدهای سازمان به صورت پیوسته و جدی آغاز کرد. این واحد در وهله‌ی اول با هدف مهندسی معکوس محصولات به روز خارجی کار خود را آغاز و سپس با طراحی محصولات متناسب با نیاز داخلی به توسعه‌ی فعالیت‌های خود پرداخت. تولید رده‌های مختلف محصولات پر فروش و تراز اول در بازار داخلی و شرکت در چندین دوره نمایشگاه لوازم خانگی؛ گواه رویکرد توسعه شرکت گل آسایرما است.

فرایند تکاملی مجموعه صنعتی گل آسایرما چگونه ادامه یافت؟

حدود یک دهه پیش محصولات یخچال-فریزر ایرانی در بازار با یکدیگر تفاوت چندانی نداشت و با ظاهر تقریباً یکسان وارد بازار می‌شد. بنابراین تمایز و تفاوتی در شکل و کارکرد محصولات وجود نداشت. با توجه به جای خالی محصولات نوین و نوآورانه، تولید چنین محصولاتی در دستور



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



همه واحدها از تیم طراحی، کنترل کیفیت تا مرحله تولید و حتی پشتیبانی پس از فروش، گام‌های بلند شرکت گل آسای سرما به سمت تولید برتر داخلی است. امید است با عنایت پروردگار و همت بلند متخصصین این سرزمین، گام‌های پر افتخار دیگری در صنعت لوازم خانگی کشور برداشته شود. بکارگیری علوم تلفیقی مکانیک، الکترونیک و نرم‌افزار و سیاست‌های هم‌افزایی علم و دانش در کنار فناوری‌های هم‌گرای ایجاد شده منجر به ظهور دو پروژه‌ی دانش‌بنیان و کاملاً نوآورانه‌ی «کیچر» و «دیسکاور» گردید. این دو محصول به ترتیب اولین محصولات اینترنت اشیاء و تعاملی انسان-ماشین در سطح کشور شناخته شدند.

ثبت اختراعات، نشر مقالات بین‌المللی و تولید محتوای دانشی از دیگر دستاوردهای واحد تحقیق و توسعه‌ی شرکت گل آسای سرما در طی گام سوم پیشرفت بوده است. سرانجام در تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۱۳، واحد تحقیق و توسعه‌ی گل آسای سرما توانست با اخذ تأییدیه از معاونت فن‌آوری ریاست جمهوری در قالب شرکت دانش بنیان «گل آسای دانش» ثبت شود و به عنوان بازاری توانمند سازمان به خلق محصولات، ایده‌ها و تولیدات جدید نوآورانه با شکلی نوین انجام وظیفه کند.

می‌توانید درباره محصولات توضیح بیشتری بدهید؟

بازار هدف ما کسانی بوده است که همواره به انتخاب محصولات وارداتی پرداخته‌اند. بنابراین تولید محصولات جدید و منطبق با شرایط روز دنیا برای ما در اولویت است. محصول دیسکاور محصولی منحصر به فرد است در شبیه‌ای شفاف شونده دارد که با دو ضربه شفاف می‌شود در حقیقت بدون نیاز به باز کردن درب می‌توانید داخل یخچال را ببینید. این محصول یخچال فریزر درب داخلی هم دارد و تا ۱۳ درصد مصرف انرژی را کاهش می‌دهد. محصول کیچر دو دوربین داخلی دارد و این دوربین‌ها به گوشی هوشمند متصل می‌شود و شما می‌توانید در هر جایی که باشید داخل یخچال خود را ببینید و امکان رصد محصول توسط مشتری وجود دارد. ما همچنین اپلیکیشن اقتصادی برای محصولات خودمان به نام CAMPOINT توسعه دادیم و به واسطه همین فناوری‌ها واحد تحقیق و توسعه شرکت گل آسای سرما به شکل یک شرکت دانش بنیان درآمده است که وظیفه تأمین دانش فنی مورد نیاز شرکت را بر عهده دارد. همچنین تا ماه آینده

یافت و ارتباط با شرکت‌های تراز اول دنیا در صنعت لوازم خانگی دانش سازمانی را ارتقاء داد، که به توسعه همه جانبه سازمان منجر شد. افزایش ظرفیت تولید، بکارگیری کارشناسان زبده، توسعه کیفی محصول و فرایند و توانمندسازی واحد خدمات مشتریان از نتایج تولید محصولات نوآورانه و با کیفیت شرکت بود. هم‌اکنون نیز برای ساخت قالب‌ها و قطعات حساس با بهترین سازنده‌های قالب و تجهیزات کره‌ای یا اروپایی در ارتباط مستمر هستیم.

■ به نظر شما چرا تولیدات ایرانی معمولاً با یک برند به فروش نمی‌رسد و چرا باید تولیدات ایرانی با برندهای مختلف در بازار به فروش برسند. به نظر شما فرایند برندینگ در ایران چقدر مثبت است و چقدر نکات منفی به همراه دارد؟

بحث برندینگ از چندین منظر قابل بررسی است و نمی‌توان تنها از یک بعد به آن نگاه کرد. تولیدکنندگان بسیاری در سال‌های اخیر بر روی موضوع برندینگ کار کرده‌اند و سهم مختلف آنان از بازار نشان می‌دهد که تولیدکنندگان و برندهای مختلف در کجای بازار هستند و به چه میزان از اقبال مشتریان بهره‌مندند.

به عنوان مثال در بازار لوازم خانگی کشور چین، تولیدکنندگان بزرگ و معتبری حضور دارند که محصولات تولیدی خود را با برندهای متفاوتی روانه بازار می‌کنند و استقبال خوبی هم از این برندها در بازار وجود دارد. بنابراین بازار و سلیقه مصرف‌کنندگان، ارتباط تولیدکنندگان و صاحبان برند را مشخص می‌کند و نمی‌توان انتخاب برندها را به مصرف‌کنندگان دیکته کرد و یا درباره بود و نبود آنها در بازار قضاوت کرد.

باید در نظر بگیریم تولید به شکل OEM در دنیا بسیار مرسوم است و به دلایل گوناگونی از جمله توسعه افقی و عمودی محصول یا سازمان انجام می‌شود. برخی تولیدکنندگان تمایل دارند محصولی را به سبد محصول خود بیفزایند، بدون اینکه برای تکنولوژی و خطوط تولید سرمایه‌گذاری اولیه کنند. بنابراین به عقد قرارداد با دیگر تولیدکنندگان مبادرت می‌ورزند. البته در سال‌های اخیر برندهای زیادی در صنعت لوازم خانگی به ثبت رسیده است که متأسفانه برخی شناسنامه‌های قوی ندارند که این موضوع نکته منفی‌ای در این حوزه به شمار می‌آید. البته ما تنها با برندهای معتبر و با استانداردهای مشخص کار می‌کنیم زیرا کیفیت، اعتبار و رضایت مشتریان برای ما بسیار حائز اهمیت است.

■ می‌توانید به چند نوع از محصولات جدید مجموعه دیپوینت اشاره کنید که با فناوری‌های به روز نیز مرتبط هستند و هم‌اکنون ساخت و توسعه آنها ادامه دارد؟

شرکت گل آسای دانش به عنوان اولین شرکت دانش بنیان در حوزه لوازم خانگی مفتخر است که با بهره‌گیری از متخصصان زبده و تجهیزات به‌روز، به عنوان نوک پیکان پیشرو صنعت لوازم خانگی به منظور ارتقاء سطح محصولات ایرانی ایفای نقش کند. تمرکز بر روی حوزه‌های مکترونیک، نانو فناوری، زیست فناوری و اینترنت اشیاء منجر به تعریف حدود ۵ پروژه‌ی فعال نوآورانه و منحصر به فرد و چندین محصول نوین در فاز مطالعاتی شده است. تمرکز روی طراحی و تولید محصولات جدید، متنوع و با کیفیت، استفاده از ایده‌های نو و کارآمد، همکاری و هماهنگی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



سازمانی خود کم کنیم. اما با این روند آینده تولید به دلیل نوسانات ارزی و قیمت مواد اولیه، قابل پیش‌بینی نیست اما سلامت پرسنل شرکت در شرایط فعلی اولویت ماست.

حالا که صحبت از شرایط تولید به میان آمد بد نیست به مناسبت روز ملی صنعت و معدن نیز اشاره‌ای داشته باشیم. به نظر بزرگترین مشکل تولیدکنندگان چیست و مصرف‌کنندگان چیست و به نظر شما چرا این مشکل تاکنون رفع نشده است؟

در پاسخ به پرسش شما باید بگویم سال‌ها نیاز سنجی در بازار ما را به این نتیجه رسانده است که نیاز مصرف‌کننده داخلی یک محصول با کیفیت و به روز است. در راستای این هدف نزدیک به هزار قالب پلاستیک و فلزی ساختیم تا بتوانیم این امر را محقق کنیم. ده محصول متفاوت داریم که از تکنولوژی‌های روز دنیا بهره می‌برند. مهم‌ترین مشکل صنعت لوازم خانگی زیر ساخت‌های آن است. همیشه درباره توسعه صنعت لوازم خانگی صحبت شده است اما به اینکه چه میزان

محصول دوقلوی جدیدی به نام MAX به تولید انبوه می‌رسد. محصول دوقلو دیگری در دست تولید داریم که آپشن‌های زیادی دارد و به دلیل استقبال از محصولات دوقلو در بازار ایران اطمینان داریم با استقبال خوبی رو به رو خواهد شد.

در این شرایط بیماری کرونا وضعیت تولیدات مجموعه صنعتی دیپوینت به کدام سمت حرکت می‌کند؟

کرونا روند تولید را در تمامی ابعاد مورد آسیب قرار داده است. در یک هفته پایان سال نتوانستیم تولیدات را مشابه سال قبل ادامه دهیم. به دلیل رعایت پروتکل‌های بهداشتی چرخه تولید کند شده است زیرا زمان‌های استراحت، صبحانه و ناهار پرسنل را به دلیل رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی افزایش داده‌ایم و این کندی زمان تا حدودی ظرفیت تولید را کاهش داده است. همچنین قیمت مواد اولیه به شدت بالا رفته است با این وجود تلاش کردیم تا قیمت محصولات خود را تا کمترین مقدار افزایش دهیم و برای جبران افزایش هزینه‌ها از مخارج

#زنان صنعتگر

لیلا مشهدی کارشناس ارشد HSE مجموعه صنعتی دیپوینت در گفت‌وگو با پیک شورا:

زنان صنعتگر می‌بایست چالش‌پذیر و ریسک‌پذیر باشند

آیا می‌توانید به بزرگترین چالشی که به عنوان یک خانم در این محیط صنعتی داشتید، اشاره‌ای داشته باشید؟

نباید فراموش کرد که در ایران حقوق خانمها در مقایسه با کشورهای توسعه یافته، محدود است و فرصت‌های شغلی خانمها نسبت به آقایان در محیط‌های صنعتی کمتر است و اغلب در شرایط مساوی کارفرمایان همکاری با آقایان را نسبت به خانمها ترجیح می‌دهند که این موضوع یک معضل فرهنگی است.

اولین چالش من پذیرفته شدن به عنوان یک مهندس خانم در محیط صنعتی بود. مسئله بعدی این بود که اخطارهای نظارت و کنترل ایمنی و بهداشت در فرایند تولید، دست و پا گیر تلقی می‌شد و وقتی مغایرت‌های HSE به واحدهای مختلف از سوی یک مدیر زن اعلام می‌شد، چندان مورد استقبال قرار نمی‌گرفت. اگرچه به مرور زمان با فرهنگ‌سازی میتوان اصول HSE را در محیط صنعتی نهادینه کرد اما این نگاه کم و بیش در برخی از مجموعه‌های صنعتی وجود دارد.

به نظر شما راه مقابله با این چالش‌ها چیست و خانمها چگونه می‌توانند در این رشته پذیرفته شده و در یک محیط حرفه‌ای کار کنند؟
با اینکه HSE از رشته‌های تحصیلی با ساختار مردانه است اما یک خانم با داشتن ویژگی‌های شخصی مانند اعتماد به نفس و خودباوری، قاطعیت کافی، اراده و پشتکار در کار، داشتن روحیه خلاق، چالش‌پذیر و ریسک‌پذیر، می‌تواند اعتبار لازم را در محیط صنعتی کسب نماید که در موفقیت خانمها در محیط کار، تأثیرگذار است.

هرچند درک متقابل کارفرما از شرایط یک خانم نیز در این میان

در ابتدا خودتان را معرفی بفرمایید و درباره آغاز فعالیت خود به عنوان یک خانم در واحدهای صنعتی توضیح بدهید؟

من لیلا مشهدی دارای مدرک کارشناسی ارشد HSE یا بهداشت ایمنی و محیط زیست هستم. در سال ۱۳۸۴ به طور حرفه‌ای در حوزه HSE صنعت و تولیدات لوازم خانگی فعالیت دارم. ۹ سال در گروه صنعتی بوتان با تولیدات پکیج، رادیاتور و آبگرمکن اشتغال داشتم. اندکی بعد با مجموعه صنعتی اخوان که در حوزه تولید هود و سینک و گاز صفحه‌ای فعالیت می‌کند؛ کار خودم را دنبال کردم و هم اکنون سه سال است با مجموعه دیپوینت که در حوزه تولیدات یخچال و فریزر خانگی فعال است؛ همکاری مستمر دارم.

می‌توانید بگویید چرا کار در واحد HSE کارخانه که معمولاً آقایان در آن فعال هستند؛ برای شما جذاب بود و به آن علاقه‌مند شدید؟

من به رشته تحصیلی خود در حوزه ایمنی و بهداشت علاقه زیادی دارم و از اینکه بتوانم با کنترل ایمنی و بهداشت در محیط کارم، باعث کاهش حوادث، کنترل خسارات، و حفظ سلامتی پرسنل و در نهایت کاهش آسیب ناشی از فعالیت صنعتی به محیط زیست شوم، احساس رضایت می‌کنم. هر چند که تحقق یافتن اهداف بهداشت، ایمنی و محیط زیست منوط به همکاری و مشارکت همه اعضا یک مجموعه است اما ایجاد شرایط ایمن و تلاش جهت حفظ سلامتی پرسنل در یک محیط صنعتی، بزرگترین انگیزه بنده برای ورود و فعالیت در این حوزه بود.

آیا فرصت‌های شغلی زنان و مردان در حوزه فعالیت صنعتی برابر است و



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



مورد نیاز را تأمین کنیم؛ چرخه تولید محصول متوقف خواهد شد.

به عنوان آخرین سؤال می‌خواهم از شما سؤال کنم که هدف اصلی ونهایی مجموعه دیپوینت در تولید محصولات چیست؟

همه سعی ما بر این است که محصولاتی را تولید نماییم که مصرف کننده نهایی جای خالی محصولات خارجی را حس نکند و مجموعه ما بتواند همواره مشتریان ثابت و سهم مشخصی از بازار را به خود اختصاص دهد. در سال‌های اخیر بر اساس این هدف، کیفیت محصولات را ارتقا دادیم. ما در مجموعه دیپوینت ۴ اصل نوآوری، کیفیت، خدمات متناسب و قیمت رقابتی را در نظر گرفته‌ایم. از سوی دیگر اشتغالزایی مؤثر و مستمر از دیگر اهداف مجموعه است. رضایتمندی تمام ذینفعان از تأمین کنندگان قطعات گرفته تا پرسنل شرکت و در نهایت مصرف کننده نهایی بسیار برایمان حائز اهمیت است. در پایان از تمام پرسنل شرکت گل آسای سرما که تمام موفقیت‌ها و دستاوردهای شرکت حاصل زحمات این عزیزان است تشکر و قدردانی می‌کنم.

برای تأمین مواد اولیه محتاج واردات هستیم کمتر توجهی شده است. متأسفانه صنعت لوازم خانگی ایران در زمینه‌ی قطعات اصلی، مثل فوم، پلی یورتان یا کمپرسور متکی به واردات است. برای اینکه در صنعت لوازم خانگی به شرایط مطلوب برسیم، نیازمند افزایش توان قطعه‌سازی در داخل کشور هستیم که این مسیر چندان راحتی نیست و مشکلات فراوانی در این راه وجود دارد.

شما در شرایط فعلی که مشکلات این‌گونه بر مسیر صنعت وجود دارد چه

راهکاری برای این شرایط پیش‌بینی کردید تا از روند تولید باز نمانید؟
تولید کنندگان در این شرایط باید برخی از مواد اولیه و هم قطعات مورد نیاز محصولات خود را وارد کنند و این برای شرکت‌های لوازم خانگی مشکل ایجاد می‌کند. این شرایط در حالی است که ما برای تولید مستمر و واردات قطعات نیازمند تأمین ارز هستیم. برای تحقق این امر داخل سازمان کمیته‌ای تشکیل دادیم تا با مذاکره با تأمین کنندگان برتر داخلی بتوانیم قطعات مورد نیاز را در داخل تهیه کنیم. چون اگر نتوانیم به موقع قطعات



اهمیت دارد که خوشبختانه در دیپوینت این موضوع درباره من اتفاق افتاد. مدیران این مجموعه نگاه مثبتی به فعالیت زنان در این مجموعه دارند و موضوع رضایت و امنیت شغلی برای آنها اهمیت فراوانی دارد که این رویکرد انگیزه من را به عنوان یک خانم در این مجموعه بیشتر کرده است.

بدرترین خاطره شما به عنوان یک خانم در محیط صنعتی چیست؟

بدرترین خاطره من مربوط به وقوع حوادث جدی در محیط کار و شنیدن وقایع تلخی می‌شود که در اثر عدم رعایت اصول ایمنی و بهداشت در محیط کار رخ می‌دهد که میتوان به همین حوادث اخیر از قبیل حادثه انفجار در کلینیک سینا اطهر، حریق ساختمان پلاسکو و... اشاره کرد. امیدوارم با رعایت اصول ایمنی و بهداشت و پذیرفته شدن توصیه‌های واحد HSE از وقوع حوادث، پیشگیری نمایم ویا کمتر شاهد این وقایع باشیم.

هدف و آینده کاری خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

هدفم این است که تمام توانم را جهت ایجاد شرایط مطلوب و ایده‌آل در حوزه ایمنی و بهداشت به کار بگیرم و به سهم خودم در تولید بی‌وقفه تأثیر گذار باشم. من به عنوان مسئول واحد HSE دیپوینت تلاش دارم که سازمانی بدون خسارت و حادثه داشته باشیم و باعث اعتلای مجموعه دیپوینت در حوزه HSE شوم. تمایل دارم کتابی در زمینه ایمنی و بهداشت در صنعت به نگارش در بیاورم و تجربیاتم را با علاقمندان این حوزه به مشارکت بگذارم.

چه توصیه‌ای برای مهندسان خانمی که آینده شغلی خود را در کارخانه‌های می‌بینند داریم؟

در شرایط فعلی در جامعه برای فعالیت زنان در محیط صنعتی تا رسیدن به ایده‌آل‌ها کمی فاصله هست. امیدوارم مدیران مجموعه‌های صنعتی به موضوع شایسته سالاری اهمیت بیشتری بدهند تا زنان صنعتگر فعال و خلاق وارد عرصه صنعت کشور شوند. زنان علاقه‌مند

به صنعت هم باید برای دوام در یک مجموعه صنعتی لازمست حقایق فرهنگی را بپذیرند و توانایی‌های خودشان را نشان داده، روحیه چالش پذیر و خود باوری داشته باشند، در برابر موانع و سختی‌های محیط کار، مقاومت کنند و برای پیشرفت شغلی خود، تلاش کنند تا بتوانند با گذشت زمان، موقعیت‌های بیشتری را از آن خود کنند. به قول جمله معروف «الماس از تراش و انسان از تلاش، می‌درخشد».

در پایان چه پیامی برای گفتن دارید؟

افتخار می‌کنم که در مجموعه‌ای فعالیت دارم که مدیر عامل محترم آن، نیروی انسانی را از سرمایه‌های اصلی شرکت خود می‌داند و به رضایت و امنیت شغلی پرسنل خود و رفع مشکلات آنها، اهمیت می‌دهد و بدین وسیله مراتب تشکر و قدردانی خود را از مدیر عامل محترم مجموعه دیپوینت جناب آقای منصوری اعلام می‌دارم.

همچنین از حمایت‌های مدیر محترم کارخانه جناب آقای مهندس رمضان زاده و تلاش و زحمات مستمر معاونت محترم اجرایی کارخانه جناب آقای مهندس حسینی در زمینه پیشبرد اهداف ایمنی و بهداشت در محیط سپاسگزارم.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای والد صنعت لوازم خانگی کشور



مهندس حسین تهرانچی مدیرعامل کارخانه نانیوا به مناسبت روز ملی صنعت در گفت و گو با ماهنامه پیک شورا به تشریح مشکلات صنعت لوازم خانگی پرداخت

تحریم‌های داخلی بیش از خارجی توان تولید را بریده است

روز ملی صنعت متعلق به صنعتگران است. روزی که اگر مسئولان اندکی تامل کنند، می‌توانند صدای خسته صنعتگران را از لابه لای چرخ دنده‌های افتان و خیزان صنعت؛ بشنوند. به مناسبت این روز که متعلق به صنعتگران است؛ به پای صحبت‌های دلنشین و جذاب یکی از صنعتگران قدیمی عرصه لوازم خانگی نشستیم. آری حسین تهرانچی رئیس هیئت مدیره کارخانه نانیوا از فعالان پیشکسوت عرصه صنعت لوازم خانگی است که بیش از ۳۵ سال در گروه صنعتی نانیوا به تولید محصولات لوازم خانگی کوچک؛ نظیر، آبمیوه‌گیری، چرخ گوشت، بلندر، پلوپز و... پرداخته است. برای گفت‌وگو با مهندس تهرانچی به این کارخانه رفتیم و ضمن بازدید از قسمت‌های گوناگون کارخانه، به پای صحبت این صنعتگر قدیمی نشستیم که در روزهای سخت صنعت از تحریم‌های داخلی و خارجی، برخی سنگ‌اندازی‌ها و عدم همکاری با تولیدکنندگان داخلی، گله‌های بسیاری دارد. حسین تهرانچی در این گفت و گو ضمن انتقاد از دستگاه‌های مسئول حوزه صنعت کشور می‌گوید: «متأسفانه در این شرایط که تولیدکنندگان زیر انواع و اقسام فشارهای داخلی و خارجی قرار دارند، وزارت صمت برای اخذ یک مجوز ساده جهت ورود ماشین آلات و مواد اولیه، مدت‌ها تولیدکنندگان را در صف نگه داشته است و روند کار روزمره این قشر زحمت کش با اختلال مواجه شده است.» در گفت و گو پیش رو، مدیرعامل «نانیوا» از مشکلات صنعت لوازم خانگی با ماهنامه پیک شورا سخن گفت که حاصل آن را در ذیل می‌خوانید.

مشغول بکار بوده و از سال ۱۳۷۵ با ورود بنده به این کارخانه و با تغییر خطوط تولیدی تولیدات قبلی را متوقف نموده و به تولید لوازم خانگی کوچک، تغییر لاین داد. چرخ گوشت، آبمیوه گیری، مخلوط کن، سبزی خردکن، سوشوار پلوپز و... بخشی از محصولات ما بودند. اولین محصول ما «یک دو سه» بود که شبیه همان مولینیکس فرانسوی بود و اندکی بعد چرخ گوشت و آبمیوه‌گیری را هم به محصولات خود اضافه کردیم. در ابتدا با کپی از برندهای موفق مثل ناسیونال و فیلیپس شروع کردیم اما اندکی بعدتر توانستیم با طراحی جدید و منحصر به فرد محصولات را به بازار عرضه کنیم. به عنوان مثال توانستیم ۷ یا ۸ نوع چرخ گوشت یا آبمیوه‌گیری طراحی کنیم و یا سه مدل بخارشوی و سه مدل پلوپز تولید کنیم، خوشبختانه تنوع اجناس ما بالا بود و این روند همچنان در مجموعه ما ادامه دارد. نخستین محصولات ما خرد کن یا آسیاب گوشت یا هاون برقی و نیز چرخ گوشت خانگی بودند که در طی سالیان بعد به مرور زمان بر تعداد تولیدات خود افزودیم. هم اکنون حدود ۸۵ نوع محصول لوازم خانگی کوچک برقی تولید می‌کنیم و در موارد مختلف؛ محصولاتی را به مرحله تولید انبوه رسانده‌ایم.

جناب آقای تهرانچی در ابتدا خودتان را معرفی نموده و بفرمایید گروه صنعتی نانیوا چگونه شکل گرفت؟
حسین تهرانچی هستم و در سال ۱۳۳۹ در خانواده کارگری و مذهبی متولد شدم. دوره تحصیلات ابتدایی را در مدرسه دانش و اولین دوره جدید راهنمایی را در مدرسه محبان الحسین علیه السلام و سال اول متوسطه را در دبیرستان اسلامی جعفری گذارنده و سپس در دبیرستان اسلامی فلسفی و در رشته ریاضی و فیزیک موفق به اخذ دیپلم گردیدم. اندکی بعد برای ادامه تحصیل ابتدا به دانشگاه علم و صنعت و بعد به آمریکا اعزام شدم و موفق به اخذ مدرک کارشناسی ارشد یا همان فوق لیسانس مهندسی صنایع در گرایش ساخت و تولید گردیدم. پس از فراغت از تحصیل در مقطع فوق لیسانس براساس اصرار والدین به ایران عزیز برگشته و در زمینه تولید لوازم خانگی کوچک کار خود را آغاز کردم. ابتدا به مدت یکسال مشغول طراحی و ساخت نمونه‌های موتور و گیربکس چرخ گوشت برای شرکت صنعتی پارس خزر بودم و سپس کارخانه نانیوا را احداث کردم. کارخانه نانیوا قبل از تولید لوازم خانگی کوچک با نام کارخانه ایران خورشید به تولید لباسشویی سطلی استیل و نیز آبگرمکن‌های گازی و نفتی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



با یک شیفت کاری، ۳۰۰ هزار دستگاه در سال؛ موتور تولید کنیم. اگر بتوانیم ماشین آلات صنعتی را اضافه کنیم، می‌توانیم؛ یک میلیون موتور تولید کنیم و نیاز بازار را تأمین کنیم. در نظر بگیرید اگر بخواهیم ماهی ۴۰ هزار موتور تولید کنیم، به ماهی ۲۰۰ هزار دلار سرمایه نیاز داریم. بنابراین تأمین ارز برای ما تولیدکنندگان اهمیت بسیاری دارد. اول باید باور کنیم که خودکفایی در تولید قطعات سخت نیست و اگر حمایت لازم وجود داشته باشد، می‌توان به سمت وسوی تولید قطعات صنعتی در داخل کشور رفت. اگرچه مواد اولیه مثل سیلیکون استیل و بلبرینگ، همچنان باید از خارج از کشور تهیه شود ولی اگر سرمایه‌گذاری درست صورت بگیرد و ماشین آلات مجهز داشته باشیم؛ می‌توانیم برخی اجزا و قطعات موتور مانند شفت و پوسته را در داخل تولید کنیم.

به نظر شما در شرایط فعلی کدام موانع موانع در مقابل تولیدکنندگان قد علم کرده است؟

سرمایه‌گذاری در بومی‌سازی اجزا و قطعات زمانی می‌تواند شکل بگیرد که دولت و بانک مرکزی و وزارت صنایع ما را حمایت کنند و پشت تولیدکنندگان بایستند، زیرا ماشین آلات یکبار وارد می‌شود اما می‌تواند سال‌ها در خدمت تولید داخل قرار بگیرد و بدنه بازار را ساپورت کند.

متأسفانه در این شرایط که تولیدکنندگان زیر انواع و اقسام فشارهای داخلی و خارجی قرار دارد، وزارت صمت برای اخذ یک مجوز ساده برای ورود ماشین آلات و مواد اولیه، مدت‌ها تولیدکنندگان را که صف نگه داشته است و روند کار روزمره

آیا قالب‌سازی و ساخت قطعات شما متکی به واردات از خارج از کشور است یا برای داخلی‌سازی قطعات نیز کاری انجام داده‌اید؟ در ابتدا قالب‌ها را از چین و تایوان وارد می‌کردیم و تنها واحد تعمیر قالب‌سازی داشتیم. به دلیل طرح و توسعه‌ای کارخانه و بالا رفتن نرخ ارز، واحد قالب‌سازی را تجهیز کردیم و ماشین آلات لازم را خریداری و از خارج از کشور وارد کردیم و همچنین فضایی را برای استقرار ماشین آلات در نظر گرفتیم، گرچه با وجود مشکلات فراوان در زمینه تأمین قطعات هم به سمت خودکفا شدن حرکت کردیم اما خودکفایی در قطعه‌سازی مستلزم سرمایه‌گذاری فراوان برای وارد کردن ماشین آلات و راه انداختن خط است که تداوم این شرایط؛ نیازمند حمایت‌های بیشتر است و به تنهایی از عهده ما ساخته نیست.

می‌توانید مثالی در زمینه تولید قطعات ذکر کنید که در گروه صنعتی نانیوا دنبال شده است؟

سال ۹۷ برای خط تولید الکترو موتور که مهم‌ترین بخش جاروبرقی است؛ اقدام کردیم که تجهیزات لازم با ارز نیمایی وارد کشور شد. ظاهراً طبق آخرین دستور وزارت صمت تا این لحظه از پرداخت مابه التفاوت ارز نیمایی معاف هستیم اگرچه هنوز تعهدات به بانک باطل نشده است زیرا هنوز بانک مرکزی جواب بانک عامل را نداده است و سپرده ۳۵ درصدی نیز هنوز ابطال نشده است که البته این هم سؤالی است که باید به آن پاسخ داده شود. همچنین کارشناسان فنی خارجی ماشین آلات مربوطه به دلیل بیماری کرونا نتوانستند به کشور بیایند. با وجود این شرایط، انتظار ما این است که بتوانیم در فاز اول



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



#زنان صنعتگر

مریم دارابی سرپرست مونتاژ کارخانه نانیوا در گفت‌وگو با پیک شورا:

با همدلی و همراهی مدیریت کارخانه نانیوا قابلیت‌های خودم را کشف کردم

مریم دارابی سرپرست خط مونتاژ کارخانه نانیوا است. وی بیش از ده سال است که این کارخانه مشغول به کار است و روزهای بسیاری را در اینجا سپری کرده است و خودش معتقد است که باورمندی مدیران مجموعه به توانایی زنان به آنها فرصت رشد و بروز می‌دهد به مناسبت روز ملی صنعت با این بانوی صنعتگر گفت‌وگو کردیم که بخش‌هایی از آن را در ذیل می‌خوانیم.



مریم دارابی ۳۲ ساله هستم. دیپلم فنی و حرفه‌ای دارم و ۱۰ سال است که در کارخانه نانیوا مشغول به کار هستم. ابتدا به با بسته‌بندی محصولات کار خودم را در خط تولید مجموعه صنعتی نانیوا آغاز کردم و به مرور توانستم با یادگرفتن کارهای بیشتر توانستم به عنوان سرپرست مونتاژ منصوب شوم. در حال حاضر چیدمان اصلی خط

گفت‌وگو با نادر مسلمی مدیر تحقیق و توسعه مجموعه نانیوا که ۲۷ سال است در مجموعه نانیوا مشغول به کار است:

تکنولوژی روز دنیا را در واحد تحقیق و توسعه نانیوا به کار گرفته‌ایم

نادر مسلمی هستم و در رشته مهندسی برق تحصیلات خودم را به پایان بردم. در ابتدا به عنوان مدیر کنترل کیفیت در مجموعه نانیوا کار خود را آغاز کردم بعد از مدتی علاقه و تجربیات در زمینه برنامه نویسی و طراحی و همچنین تسلط به نرم‌افزارهای مدلسازی سه بعدی مرا وادار کرد تا بعد از کسب تجربه کافی و لازم در قسمت‌های مختلف کارخانه؛ در واحد تحقیق و توسعه شرکت مشغول شدم و طراحی محصولات نانیوا را بر عهده گرفتم. طراحی محصولات صنعت لوازم خانگی ظرفت‌هایی دارد که از سویی تسلط کامل به نرم‌افزارهای مدلسازی و شبیه‌سازی تا قالب‌سازی و تزریق را می‌طلبند و از طرفی کسب شناخت کامل در زمینه قطعات تشکیل دهنده

تولیدکنندگان با اختلال مواجه شده است، این در حالی است که به دلیل مشکلات تحریم با شرایط حمل‌ونقل کالا مواجه هستیم و موضوع هزینه‌های غیرقابل پیش‌بینی و غیرمتعارف گمرک توان تولیدکننده را بریده است و در جایی هم نمی‌توان از آن نام برد. علاوه بر این قیمت مواد اولیه هر ساعت تغییر می‌کند و واقعا برنامه‌ریزی برای تولید به معضل بزرگی مبدل شده است. با این روند تخصیص ارز؛ ۵ ماه اول سال را از دست داده‌ایم و نیمه دوم سال نیز که به دلیل تفاوت تایم نوروز و ژانویه است؛ سه ماه مفید دیگر نیز از دست رفته و عملا چرخه تولید منفعل می‌شود.

با این وجود میزان مشکلات؛ تولید شما چه روندی دارد؟

با کمال تأسف باید بگویم؛ میزان تولید ما هر روز کمتر می‌شود قبل از تحریم سال ۹۷ و گرانی ارز، حدود ۸۰ نوع لوازم خانگی تولید کردیم که این محصولات در بازار موجود بود. بعد از افزایش قیمت ارز بودجه و نقدینگی ما کفاف قیمت ارز را نمی‌داد و به همین دلیل تولید محصولات را به یک پنجم تقلیل دادیم. در شرایط فعلی به دلیل مشکلات ارز و بخشنامه‌های لحظه‌ای، نمی‌توانیم همین محصولات را به طور مستمر تولید کنیم که این موانع تولید، درباره قطعه‌سازی نیز مصداق دارد.

با این اوصاف و با این شرایط سخت چه انگیزه‌ای شما را وادار می‌کند که صبح زود باز هم به سر کار بیاید و سرمایه خود را به غیر از تولید و صنعت، جای دیگری نبرید؟

باور کنید عشق به کار تولیدی تنها انگیزه آمدن من به سرکار است. روزهایی بود که من ۷ صبح با عشق و علاقه به کارخانه می‌آمدم اما الان هر روز کوهی از مشکل پیش روی من است و این توان روحی بنده را به عنوان یک تولیدکننده قدیمی کم کرده است. تحریم‌های داخلی بیشتر از تحریم‌های خارجی امان ما را بریده است و هر روز از دیروز بیشتر فرسوده می‌شویم. با همه این شرایط اگر از من بپرسید؛ باز هم چه کاری را انتخاب خواهید کرد؟ خواهیم گفت؛ تولید باز هم انتخاب من است زیرا عشق فعالیت تولیدی در روح و جان صنعتگران نهادینه شده است اما چه کنیم که مسئولان عشق ما را به تولید درک نمی‌کنند و هر روز عرصه بر ما تنگ‌تر می‌کنند.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



می تواند کارهای فنی را انجام دهد و در محیطی مانند کارخانه به کار مشغول شود؟ گاهی شده است که حتی مهندسان خط از من سؤال می کنند، چطور این فعالیت ها را به شکل تجربی یاد گرفته و چگونه به کار مسلط شدم؟ من در پاسخ این پرسش ها می گویم؛ کار فنی بخشی از زندگی من است و من آن را در وجودم باور کردم البته مدیریت کارخانه نانیوا به صوری مرا در انجام وظایفم یاری می کرد. به نظرم اول آدم ها باید یاد بگیرند خودشان را باور کنند. نکته بعدی این است که مدیران یک مجموعه نیز به خودباوری نیروها به خصوص خانم ها کمک کنند و کاری کنند که زنان خودشان خودشان را در جایگاه های اجرای مجموعه های صنعتی و فنی بهتری ببینند و باور کنند.

تولید و همچنین تعمیرات قطعات بر عهده من است و الان تقریباً به کار خودم در خط واحد تولیدی نانیوا، مسلط هستم. در روزهای اول کارها و مسئولیت ها چندان برای من ساده نبود. در ابتدا تنها قطعات را تست میکردم اما به مرور زمان به کار مسلط شدم و روند نصب و تعمیر قطعات محصولات را یاد گرفتم. به یاد دارم، تعمیر اولین قطعات برای من سخت بود اما به مرور زمان با فناوری و نحوه کار قطعات بیشتر آشنا شدم. وقتی توانایی بنده در این خط محرز شد با رفتن سرپرست قبلی مسئول و سرپرست خط شدم. کار در یک کارخانه هر روز با یادگیری همراه است زیرا با تولید محصولات جدید شکل قطعات نیز تا حدودی تغییر می کند. در حال حاضر در خط تولید نانیوا ما حداقل ده مدل جاروبرقی، آمیوه گیری، چرخ گوشت داریم و چیدمان فنی همه اینها در ذهن من حک شده است. این در حالی است که آموزش کارگران خط به عهده من است و با توجه به توانایی فنی کارگران این مسائل را در خط به آنها آموزش می دهم. اگر کارگران بسته به توانایی و سرعت خود در جای درست به کار گرفته نشوند، روند کار خط کند می شود. بنابراین گاهی شب تا صبح فکرمی کنم یک نیروی کار را در کجای خط قرار دهم که فرایند تولید با مشکل مواجه نشود. با وجود این سختی ها کارم را بسیار دوست دارم و در محیط کار روزهای شیرین و تلخ را همزمان داشته ام. جامعه ما هنوز به لحاظ فرهنگی زنان را در بستر اجرائی کارهای فنی قبول ندارد مثلاً هنوز از من می پرسند که چطور یه زن



و درک دقیق اتصال قطعات مختلف با یکدیگر نیز ضروری است. یکی از تفریحات من که کمک شایانی به کارم کرده است عکاسی و تدریس این رشته بوده که احساس می کنم نوع نگاه من را به اطرافم تغییر داده است. همان طور که عرض کردم هم اکنون کلیه فرایند طراحی محصولات مجموعه به لحاظ فنی و بصری مجموعه در واحد تحقیق و توسعه مجموعه انجام می شود. به عنوان مثال ما در مجموعه برای طراحی یک پنکه؛ از ابتدا با نرم افزارهای شبیه سازی دقیق و به روز دنیا، فرم، شکل و حتی رنگ یک محصول را از ابتدا طراحی می کنیم. این کار به تصمیم گیری برای استفاده از قطعات تأمین کننده ها به صورت صحیح، نیاز دارد. همچنین در این مرحله جنس مواد تا رنگ بندی اولیه و حتی مسائل ارگونومیک درگیر با مصرف کننده مثل دسترسی به کلیدها و راحتی کاربر در نظر گرفته می شود. حتی گاهی در این مرحله استفاده از یک پلتفرم برای ساخت چند محصول با یک زیرساخت کمک گرفته می شود تا هزینه ساخت را به شدت کاهش دهد. این طراحی باید جدا از مسائل استاندارد؛ حداقل پیچیدگی در ساخت قالب و مونتاژ را در خود داشته باشد. به عبارتی در این مرحله باید بتوانید روند مونتاژ این کالا را کاملاً شبیه سازی و در پرینت سه بعدی نهایی مشکلات احتمالی را در نظر بگیرید. پس از این مرحله

ساخت قالب با مشارکت افراد زده و جلسات متعدد برای حل و فصل ساخت قالب از سایز قالب تا قطعات تشکیل دهنده و مسیرهای مواد و راه آب در نرم افزارهای خاص پیاده سازی و در این مرحله شبیه سازی تزریق می شود. در در این مرحله تیمی متشکل از طراح و قالب ساز و تزریق و پولیش تأیید نهایی را بر روی این قالب گذاشته و ساخت قالب کلید می خورد در نهایت قالب نهایی با گذراندن مراحل پولیش توسط تیم تزریق نمونه گیری و مونتاژ نهایی کالا شروع می گردد. سفارش های



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



بزرگترین معضلی که تولید در این کشور با آن دست به گریبان است در سه بخش مستتر است. اول عدم دسترسی مناسب به منابع داخلی و خارجی که بسیار مهم است

دومین مورد بکارگیری استانداردها در روند تولید نه روی کاغذ بلکه به صورت عملی و اجرایی است

سومین مشکل اساسی مربوط به نیروی انسانی است

این بستر اطلاعاتی توسط تیمی ماهر تشکیل شده بود می توانست؛ به یافتن منابع منجر و تمرکز را به تولید افزایش دهد. حالا بماند که پایدار بودن این منابع خود جای سؤال دارد.

دومین مورد بکارگیری استانداردها در روند تولید نه روی کاغذ بلکه به صورت عملی و اجرایی است. تصور کنید هر بخش در واحدهای تولیدی تکیه بر تولید سنتی دارد و تغییر این روند به جنگ بین دو قشر سنتی و تحصیل کرده می انجامد. جالب است همه چیز در شرکت های تولیدی ایرانی و خارجی یکسان و یا برابند جز استانداردهایی که به شما می گوید محصول اول و آخر شما از یک پروسه به تولید یکسان می رسند. این روند در همه چیز و همه جا یکسان است و این تطابق ممکن است به افزایش هزینه تولید منجر می شود ولی در نهایت باعث کاهش هزینه نهایی می گردد و از دوباره کاری ها بیرون می آید. اگر دقیق تر به این مشکل نگاه کنیم؛ باید بپذیریم این نگاه باید به صورت نهادینه و اجباری در آید تا باعث اطمینان مصرف کننده به تولید کننده شود. برندهای ایرانی زیادی هستند که این استاندارد سبب شده که خریدارها به این برند بیش از هر برند دیگری اعتماد دارند. سومین مشکل اساسی مربوط به نیروی انسانی است. دعوت از استادان مجرب و اعزام نیروی انسانی به کشورهای دیگر و جذب این افراد سبب می شود تا بتوان به رشد صنعت با بکارگیری این افراد جان تازه ای بخشید. تجهیز قالب سازی و تأمین شهرک های مخصوص قالب سازی بسیار ضروری است و در گذشته قالب سازی بیشتر در دست بخش سنتی بوده است. لذا نیروی های تحصیل کرده جدید که از دانشکده های فنی فارغ التحصیل شده اند به شکل عملی با بخش فنی آشنا نیستند و ما نیاز داریم باور دانشگاه ها به تربیت نیروی متخصص تغییر پیدا کند. من در محل کار خود بیش از ۱۵ ساعت کار می کنم و بعد از آن هم به دنبال مطالعه برای فردای خود هستم تا نقاط ضعف را شناسایی و جبران کنم ولی می بینم مهندسانی که جوان هستند، فقط منتظر ساعت تعطیلی هستند تا به تفریحشان برسند. پروژه های فقط تیوریک و تکیه بر نمره گیری و مدرک منجر به تربیت نیروی کار آزموده فنی نمی شود. بنابراین اهتمام به جذب نیروهای مناسب و لینک سازی مفید با دانشگاه ها و تولید کنندگان برای به کارگیری ایده های خلاقانه طراحی در محصولات باید به یک اصل بدیهی مبدل شود. بنابراین اهمیت نیروی انسانی خلاق در طراحی محصولات صنعتی از دستگاه های فنی

قطعات برای مونتاژ در مرحله تأیید به واحد سفارشات ارسال می گردد تا هر چه سریعتر واحد تولید برای برنامه ریزی در کنار کنترل کیفیت برنامه ریزی کنند.

برای قطعه سازی به تکنولوژی روز نیازمندیم

لازم است این موضوع را ذکر کنم که شرایط قطعه سازی و طراحی محصول در ایران ابتدا آسان نیست زیرا منابع ما بسیار محدود است. قطع ارتباط مداوم با صنعت خارج از کشور به دشواری شرایط تولید داخل می انجامد زیرا بدون ارتباط با منابع بازار خارج از کشور نمی توان؛ قطعه و محصول تولید کرد. باید بپذیریم حتی یک محصول کوچک در حوزه صنعت لوازم خانگی به ده ها قطعه تبدیل می شود و عمدتاً قطعات نیز از خارج کشور می شود زیرا بسیاری از قطعات و لوازم به لحاظ تکنولوژی و تأمین مواد قابل تولید در ایران نیستند و هیچ بانک اطلاعاتی برای آگاهی از تکنولوژی های به روز دنیا در حوزه تولید قطعه و چگونگی تأمین مواد اولیه طرح و قطعات مورد نیاز وجود ندارد. مسلماً بستر این شرایط پیچیده و غیر قابل پیش بینی بر سرعت تولید تأثیر منفی می گذارد. سه فاکتور؛ رصد بازار و سنجش سلیقه مخاطبان صنعت لوازم خانگی، فروش و مشاوره تأمین کنندگان مواد اولیه در طراحی محصول و قطعه نقش دارند، نکته دیگری که باید در طراحی قطعه و محصول به آن پرداخت؛ توسعه دانش در بعد قالب سازی قطعات و تربیت نیروی فنی انسانی است.

به اعتقاد بنده بزرگترین معضلی که تولید در این کشور با آن دست به گریبان است در سه بخش مستتر است. اول عدم دسترسی مناسب به منابع داخلی و خارجی که بسیار مهم است. زیرا شناخت منابع مناسب می تواند در بستر تولید و طراحی و ساخت کمک شایانی باشد. فرض کنید نیاز به کلیدی دارید که بتوانید در این کالا از آن استفاده کنید ولی در این چنین تولید کننده ای وجود ندارد و تأمین این کلید نیاز به روند بسیار پیچیده ای دارد از تحریم تا موارد مختلف را در بر می گیرد.

نیروهای تحصیل کرده با بخش فنی آشنا نیستند

حتی گاهی هیچ مرجعی برای معرفی تولید کنندگان داخلی به هم وجود ندارد به شکلی که شما حتی به تولید کننده ای که با شما ۵۰ متر فاصله دارد نیاز دارید، ولی از آن شرکت اطلاعاتی ندارید. اگر



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



محصول خودش را تأمین می‌کند و همین عدم تعدد تأمین‌کننده قطعات مستقل؛ کار تولید را با مشکل مواجه می‌کند. تولیدکننده داخلی در مقابل واردکننده وقاچاقچیان شرایط برابری دارند این در شرایطی است که آنها از هزینه تولید؛ مواد اولیه و بازرسی‌های مداوم استاندارد معاف بوده و توضیحی نمی‌دهند و تولیدکننده هر روز برای بهبود محصولاتش با آنها می‌جنگد. در پایان باید بگویم جذب نظر و سلیقه مردم با گذشته تفاوت‌های بسیاری دارد. در گذشته تعداد تولیدکنندگان بیشتر از مصرف‌کنندگان بود و حالا شرایط برعکس است و تعدد محصولات داخلی و خارجی این سلیقه مخاطب را تأثیر می‌گذارد و انتخاب مشتریان را سخت‌تر می‌کند. این در حالی است مشکلات جانبی تولیدکنندگان مثل تأمین مواد اولیه آنها را از جذب بازار دور می‌کند و این شرایط بر نوآوری در طراحی محصولات تازه داخلی تأثیر گذاشته و به مرور زمان از جذابیت بازار داخلی می‌کاهد که امیدوارم با همت تولیدکنندگان محصولات لوازم خانگی در جهت اتحاد و همگرایی و تلاش مسئولان صنعتی کشور برای رفع این آسیب؛ تمهیداتی اندیشه شود.

در نهایت باید باور داشت؛ تولیدکننده همانند سرباز است که می‌داند، سرمایه‌اش در حال تحلیل رفتن است ولی با دو انگیزه عشق به تولید و میهن پرستی ناشی از اشتغال کارگر در این عرصه فعالیت و می‌جنگد. اعتقاد دارم برای این عشق باید دستانش را بوسید چرا که این کشور به این سربازان نیاز دارد و برای من افتخار است که عمرم را برای تولید در این کشور داده‌ام تا با افتخار سرم را بالا بگیرم و در هر جایی محصول دست خود را ببینم، همانند فرزند خود به آن بنگرم.

بسیار بیشتر است و تربیت نیروی انسانی در کنار دانش فنی باید ارتقا پیدا کند. جالب است زمانی که دانشجو در یاد درسی که می‌خواند و ایده‌هایش خریدار دارد با عشق و علاقه بیشتری به تحصیل متمرکز خواهد پرداخت. همچنین طراحی محصولات جدید واحد تحقیق و توسعه نیازمند طی فرایندی است که بخشی از آن به مردم مرتبط می‌شود؛ همیشه انتخاب کارخانه با انتخاب مردم یکی نیست و توقع مردم در سال‌های اخیر از محصولات داخلی بالاتر رفته است و حساسیت مردم نسبت به طرح و کیفیت محصولات بیشتر است. البته گاهی عدم اطلاعات کافی مردم از کارکرد محصولات به دلیل ضعف برنامه اطلاع رسانی عمومی نیز مشکل جدی است که تولیدکنندگان داخلی با آن رو به رو هستند.

مثلاً جارو برقی بالای هزار وات به حرارت تبدیل شده و عملاً به تار و پود فرش آسیب می‌رساند اما همه محصول ۳۰۰۰ وات را می‌پسندند. بنابراین واحدهای تولیدی باید هم در دفترچه‌های محصول و هم از طریق تبلیغات در رسانه‌ها اطلاعات کافی فنی محصولات لوازم خانگی در اختیار مردم قرار دهند و نقش انجمن‌های صنفی نیز در این اطلاع رسانی حائز اهمیت است.

به عنوان یک طراح محصول صنعتی اعتقاد دارم، تلاش برای تأمین منافع مشترک در واحدهای تولیدی صنفی مشترک باید به جد دنبال شود. کارخانه‌ها در حوزه تحقیق و توسعه همگرا نیستند و به بخش تضاد منافع تا منافع مشترک مثل تأمین قطعات، اهمیت بیشتری می‌دهند. به همین دلیل در بحث تأمین قطعات مشترک برای محصولات تولیدی واحدهای مستقل وجود ندارد و هر کارخانه

گفت‌وگو با عادل باطومانی سرپرست بخش قالب‌بندی و تزریق کارخانه نانیوا که ۲۲ سال است در این مجموعه کار می‌کند:

آرامش و اعتماد به نفس، بزرگ‌ترین سرمایه کارگران است

نفس بدهیم تا بتوانند کارهای تازه را یاد بگیرند، چرخ تولید کارخانه می‌چرخد و من همچنان باور دارم که آرامش و اعتماد به نفس بزرگ‌ترین سرمایه کارگران این مجموعه است.



من عادل باطومانی هستم و مدت ۲۲ سال است که در کارخانه نانیوا مشغول به کار هستم. در ابتدا با تحصیلات دیپلم و به عنوان یک جوان کارگر در کارخانه به کار مشغول شدم و تجربه خاص کاری در یک مجموعه صنعتی نداشتم اما به مرور زمان با آموزش‌های مستمر و دلسوزانه توانستم کار قالب‌بندی را یاد بگیرم و به مرور زمان در جایگاهی قرار گرفتم که کارگران بسیاری را آموزش دادم. در این سال‌ها به همکاران کارگر گفتم که دستگاه‌های فنی همکاران ما هستند و نباید رفتار غیرمعمولی با آنان داشته باشیم تا خدای ناکرده به مجموعه و کارگران آسیبی وارد نشود. من معتقدم با توجه به فشارهای روز افزون اقتصادی و شرایط صنعتی، آرامش کارگران بزرگ‌ترین سرمایه یک مجموعه است و با این اعتقاد همواره به عنوان سرپرست با کارگران به درستی رفتار کردم و سعی کردم این رفتار را در مجموعه اشاعه بدهم. اگر در یک محیط کاری بتوانیم به نیروها اعتماد به



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



در گفت‌وگو با سید محمد موسوی مدیر عامل شرکت ثناگستر ایرانیان و برند بنس عنوان شد:

مشتریان؛ سرمایه اصلی هر مجموعه صنعتی هستند

ما تولیدکنندگان بدون کارخانه هستیم

مجموعه بنس (BENESS) از سال ۹۱ تولید اجاق گاز رومیزی و هود و فر توکار را آغاز کرد. این برند یکسال بعد انواع یخچال فریزرهای با کیفیت را از شرکت گل آسای سرما به صورت OEM تهیه و در بازار توزیع کرد و سپس فعالیت خود را در عرصه توزیع کالای داخلی صنعت لوازم خانگی گسترش داد. برند بنس در حال حاضر با تکمیل سبد کالای خود از تولیدکنندگان داخلی که شامل ماشین لباسشویی اتوماتیک، لباسشویی دوقلو، جاروبرقی، تلویزیون و انواع اجاق گاز فر و مبله است؛ به فعالیت و توزیع محصولات در صنعت خانگی می‌پردازد. با توجه به اینکه برندسازی در صنعت لوازم خانگی اهمیت فراوانی دارد با مدیر مجموعه بنس به گفت‌وگو نشستیم. محمد موسوی مدیر عامل این مجموعه به مجله پیک شورا گفت: «یکی از عمده‌ترین اهداف این مجموعه تهیه و توزیع کالاهای مرغوب صنعت لوازم خانگی از شرکت‌های معتبر داخلی و توزیع آن در بازار صنعت لوازم خانگی است. به عبارت دیگر هدف برند از توزیع کالای باکیفیت در سطح بازار، حمایت از تولیدات ملی و حقوق مشتریان صنعت لوازم خانگی داخلی است.» حاصل گفت‌وگو با مدیر عامل برند «بنس» پیش روی شماست.

و توزیع کنندگان صنعت لوازم خانگی داخلی را جذب کنیم که محصولات با کیفیتی را تهیه و توزیع می‌کنند. به عبارت دیگر تلاش داشتیم هم کیفیت محصولات را تضمین و هم حاشیه سود مبادی توزیع‌کنندگان را تأمین کنیم تا در این بازی برد برد، تولیدکننده، فروشنده و خریدار بهره‌مند شوند و رضایت کافی داشته باشند.

می‌توانید به نقش و ضرورت برندسازی در تقویت صنعت لوازم خانگی اشاره‌ای داشته باشید؟

وجود برندسازی چند سالی است که با قوت تمام در صنعت لوازم خانگی نمایان شده است. در حقیقت هدف برندسازی؛ جلب اعتماد مشتریان و تضمین کیفیت برند است. الان مجموعه‌هایی که صاحب برند هستند دوش به دوش تولیدکنندگان این صنعت مشغول به فعالیت هستند و به نوعی کیفیت محصولات در بازار را رصد می‌کنند. به جرات می‌توانم بگویم؛ ۴۰ تا ۵۰ درصد فرایند توزیع در کارخانه‌ها، توسط برندها در سطح بازار انجام می‌شود و در حقیقت می‌توان گفت؛ ما تولیدکنندگان بدون کارخانه هستیم.

فکر می‌کنم در شرایط فعلی با خروج برندهای خارجی از صنعت لوازم خانگی ایران فرصت مغتنمی است که در اختیار مجموعه‌هایی که صاحب برند قرار گرفته است. اگر کیفیت کالاها و احترام به حقوق مصرف‌کنندگان را در نظر بگیریم، برندسازی داخلی به توزیع مناسب کالاها در بازار صنعت لوازم خانگی کمک کرده و بازار را به سمت تداوم حضور محصولات خوب هدایت می‌کند.

در ابتدا خود را معرفی فرموده و بفرمایید برند بنس چگونه شکل گرفت؟

سید محمد موسوی متولد ۱۳۵۴ هستم. اینجانب از سال ۱۳۷۷ وارد صنعت لوازم خانگی شدم و در این حوزه فعالیت خود را ادامه دادم. در مقطع لیسانس در رشته مدیریت بازرگانی تحصیل کردم. هم‌اکنون نیز در مقطع کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار مشغول به تحصیل هستم. مجموعه «بنس» مجموعه بازرگانی است که بیست و چند سال است که در عرصه تولید در کل کشور فعالیت می‌کند اما برند بنس به طور مشخص در حدود ۱۰ سال است که فعالیت خود را در عرصه توزیع کالا آغاز کرده است. عمده فعالیت ما در مجموعه برند بنس در توزیع نظام‌مند صنعت لوازم خانگی خلاصه می‌شود. در حقیقت ما محصولات با کیفیت لوازم خانگی را تهیه و در حدود دوهزار فروشگاه در کل کشور توزیع می‌کنیم.

شاید این طرح این پرسش بی‌معنا نباشد که ایده ایجاد برند چگونه

به ذهن شما خطور کرد و چرا به فکر راه‌اندازی این برند افتادید؟
هر فعالیت اقتصادی به ناچار باید دوره تکامل را طی می‌کند و می‌بایست در یک شاخه خاص متمرکز فعالیت خود را ادامه دهد. اگر می‌خواستیم در عرصه صنعت لوازم خانگی ورود پیدا کنیم، یا باید در عرصه واردات حاضر می‌شدیم یا در عرصه تولید فعالیت می‌کردیم اما ما راه دیگری را برگزیدیم که تاکنون کمتر امتحان شده بود. تلاش ما این بود که با برندسازی معتبر در میان توزیع‌کنندگان محصولات لوازم خانگی در سراسر کشور، اطمینان خاطر مشتریان



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



اکنون به دلیل شرایط اقتصادی تعداد کارخانه‌هایی که از حوزه صنعت لوازم خانگی بیرون رفته‌اند از تعداد کارخانه‌هایی که به این صنعت وارد شده‌اند، بسیار بیشتر است و بالطبع تأثیر این مسئله در شبکه توزیع نیز خودش را بیشتر نشان داده و انتخاب مردم را حساس‌تر می‌کند. بنابراین برندسازی موفق کمک می‌کند با ایجاد رضایتمندی مشتریان، استانداردهای لازم در محصولات رعایت شود و انتخاب محصولات داخلی صنعت لوازم خانگی به نفع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایرانی تمام شود. همان‌طور که قبلاً گفتیم مشتریان برای ما اهمیت ویژه‌ای دارند و هدف ما این است که بتوانیم به عنوان یک برند با مشتریان ارتباط روحی و روانی برقرار کرده و با آنان ارتباط دوستانه داشته باشیم. پیام تبریک و ارسال کیک تولد به مناسب تولد مشتریان بخشی کوچکی از این اقدامات است. در حقیقت پیام ما این است که برند بنس بدون مشتریان خود حضور نخواهد داشت و آنها مهم‌ترین سرمایه شرکت هستند.

می‌توانید به چند نوع از محصولاتی که با برند شما روانه بازار شده‌اند، مثالی بزنید؟

محصولات توکار مانند فر، اجاق رومیزی، هود، محصولات برودتی مانند یخچال، لباسشویی دوقلو اتوماتیک، جاروبرقی، اجاق گاز، مبله و تلویزیون عمده محصولات صنعت لوازم خانگی هستند که با برند بنس وارد بازار شده‌اند.

فکر می‌کنید در مسیر برندسازی نیازمند چه نوع حمایت‌هایی از سوی دولت هستید؟

مشکلات برندها در ایران کم نیستند. در این شرایط باید هزینه‌های برند را باید حداقل حاشیه سود تأمین کنیم. ما در حال حاضر ۴ مجموعه داریم که ۱۱۰ نفر در آن فعال هستند و با همه وجود در حال حمایت از برندهای داخلی هستیم به خصوص که امسال سال به نام سال جهش تولید نام‌گذاری شده است، توقع حمایت‌های قانونی بیشتری داریم تا بازار داخلی صنعت لوازم خانگی دوام و بقا پیدا کند. به عنوان مثال اخیراً در فرایند ثبت قیمت‌ها در سامانه ۱۲۴ مشکل داشتیم زیرا برندها در فرایند ثبت تعریف نشده و ما نه تولیدکننده و نه واردکننده صنعت لوازم خانگی محسوب می‌شدیم. همین موضوع ثبت قیمت‌ها در سامانه ۱۲۴ را با مشکل مواجه کرده بودند با رایزنی‌هایی که توسط انجمن با سازمان حمایت داشتیم، این مسئله تا حدودی رفع شد اما نیازمند تدوین سازوکارهای قانونی دقیق و شفاف برای گسترش و نهادینه شدن فرایند برندینگ در صنعت لوازم خانگی هستیم. نکته مهم این است نباید برندسازی داخلی را خارج از بدنه تولید ببینیم و باید باور کنیم برندینگ، بخشی از بدنه تولید است. با توجه به کثرت برندسازی در سطح کشور ما از درآمد تولیدکنندگان نیز برخوردار نیستیم، بنابراین ما نیاز به سندیکای داریم که منافع ما را تأمین کند. در پایان باید بگویم امیدوارم در سالی که به نام جهش تولید نام‌گذاری شده است با درک صحیح از ضرورت برندسازی در بازار ایران؛ شاهد حمایت‌های بیشتری از این مقوله باشیم.



یک محصول باید چه شرایطی داشته باشد تا برند شما را دریافت کند؟

کیفیت کالا و رضایتمندی مشتری دو مبحث مهمی است که در برند بنس به آن توجه ویژه‌ای شده است. تلاش داریم با توجه به شرایط ارزی و مواد اولیه که صنعت مظلوم لوازم خانگی به آن وابسته است، محصولات با کیفیت را انتخاب کرده و به بازار بفرستیم. فاکتورهایی نظیر به روز بودن فناوری‌ها، ماشین‌آلات مجهز، نظرات مشتریان، استانداردهای فنی قطعات، برخورداری از تکنولوژی روز دنیا، رعایت نکات کمی و کیفی همه جانبه در تولید محصول نهایی، بخشی از این شرایط است که برند بنس همواره آن را در نظر گرفته است. به عبارت دیگر در حقیقت با دیدن یک کالا محصول طراحی ذهن تولیدکننده را بررسی می‌کنیم و درباره کار با تولیدکننده تصمیم می‌گیریم. ما همچنان تلاش داریم با توجه به شرایط اقتصادی جامعه که مصرف‌کنندگان باید با قیمت مناسب، بهترین محصول را انتخاب کنند، محصولات باکیفیت را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار بدهیم. بنابراین تلاش ما این است که به حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان احترام گذاشته و انتخاب‌های مناسبی را در اختیار آنها بگذاریم.

چطور در مرور زمان توانستید محصولات را در فرایند مشخصی به درستی انتخاب کنید؟

ما معتقدیم؛ مهم‌ترین سرمایه هر مجموعه صنعتی مشتریان و مخاطبان آن هستند که این موضوع در صنعت لوازم خانگی داخلی که طیف مشتریان وسیعی دارند؛ اهمیت زیادی دارد. هم

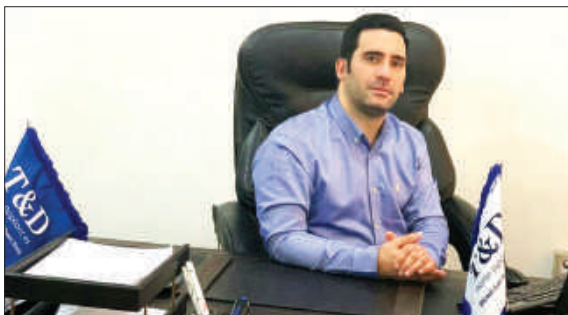


انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



علی توتونی نماینده مدیر عامل مجموعه تندیس درخشان:

نیروی انسانی کارآمد بزرگترین سرمایه مجموعه ماست



مستعد و توانمند است و با قاطعیت می‌گویم بزرگترین سرمایه مجموعه ما، حضور ماندگار نیروی انسانی کارآمد است.»

علی توتونی نماینده مدیر عامل مجموعه تندیس درخشان می‌گوید: «تداوم حضور موفق یک نیروی در یک مجموعه چندین وجه دارد. اگر بگوییم علاقه و پشت کار یک فرد برای رشد و ارتقا در یک مجموعه کافی است؛ باید در تفکر خود تجدید نظر کنیم. همراهی و همدلی و درک متقابل از نیازهای روحی و فکری و عاطفی سبب پیشرفت نیروی انسانی و مجموعه می‌شود. تلاش ما در مجموعه تندیس درخشان این بوده است که با درک متقابل از نیازهای نیروی ما، صدای همکارانمان را بشنویم و اگر حتی امکان پاسخگویی به همه نیازهای نیروی انسانی به دلیل محدودیت در امکانات یک مجموعه وجود ندارد، حداقل گوش شنوا داشته باشیم. هدف ما از این فرایند جذب و ماندگار شدن نیروهای فنی

T&D
Home Appliances

آرش رادپی سرپرست تولید مجموعه تندیس درخشان از ثمره یک دهه تلاش در این مجموعه می‌گوید

من و مدیران مجموعه تندیس درخشان به درک مشترک رسیده‌ایم

ازای عشق و علاقه به کار فنی صرف کردم و هر روز تلاش کردم کار تازه‌ای یاد بگیرم. اگر از من بپرسید چقدر از کار راضی هستم، به شما می‌گویم از فرایند کار راضی هستم و ده سال تجربه در مجموعه تندیس درخشان روزهای خوبی را برای من به ارمغان آورده است اما از فرایند تولید و وضعیت کلی صنعت و نگاه به صنعتگران در جامعه اصلاً راضی نیستم و انتقادات زیادی به آن دارم. متأسفانه شرایط اقتصادی جامعه این لذت را هر روز و هر



من آرش رادپی متولد ۱۳۵۹ هستم و در رشته مدیریت صنعتی تحصیل کرده‌ام. در ابتدا به عنوان یک حسابدار کار خود را در مجموعه تندیس درخشان شروع کردم اما حسابداری علاقه اصلی من نبود. به مرور زمان وقتی مدیریت مجموعه علاقه بنده را به کسب تجربه در راه تولید دید، زمینه ورود من به خط تولید فراهم شد و در خط مشغول به کار شدم. ابتدا در واحد مونتاژ کارم را آغاز کردم و شش سال در این واحد ماندم. بعد از مدتی

روز در روح و فکر ما کم‌رنگ و کم‌رنگ‌تر می‌کند. تورم اقتصادی هر روز سنگی بر مسیر تولید انداخته و سختی‌های فراوانی برای ما صنعتگران به همراه می‌آورد و سبب می‌شود مجموعه‌های صنعتی علی‌رغم میل باطنی خود، نتوانند بهره‌وری مناسب داشته باشند. تعمیر و نگاه داری دستگاه‌های فنی در این شرایط دشوار است و استرس زیادی را به بخش فنی تحمیل می‌کند. علاوه بر اینها ناامنی اجتماعی به دلیل افزایش قیمت هر روزه تولید که بر معیشت و زندگی صنعتگران تأثیرات منفی برجای گذاشته و روح و جسم ما را فرسوده کرده است. در آخر این مطلب می‌خواهم بگویم؛ اگر وضعیت کلی صنعت بهبود پیدا کند و درگیری‌های گوناگون مثل تأمین قطعات و ابزار کم شود؛ شرایط صنعتگران و روابط بین سازمانی نیز بهبود پیدا می‌کند؛ زیرا امید به پیشرفت و یادگیری فناوری تازه صنعتگران را زنده نگاه می‌دارد و موجب می‌شود آنها هر روز با عشق و امید بر سر کار خود حاضر شده و به مدت طولانی در آن مجموعه شاغل بمانند.

مسئولیت انبار و خطوط تولید هود، اجاق و فر به من واگذار شد. این مسئولیت جدید به صلاح دید مدیر تولید و به دلیل پشتکار، وقت شناسی، نظم در کار و روابط انسانی سالم با همکاران مجموعه، به بنده واگذار شد. باید بگویم که بخش زیادی از موفقیت در کار و حضور طولانی مدت در مجموعه تندیس درخشان ثمره انگیزه و علاقه مستمر و همفکری متقابل در محیط کار بوده است. همان‌طور که قبلاً عرض کردم، بنده به مرور زمان با کسب تجارب بیشتر مسئولیت‌های بیشتری را نیز دریافت کردم و هم اکنون سرپرست خط تولید مجموعه تندیس درخشان هستم. ده سال تجربه در این مجموعه روزهای تلخ و شیرین بسیاری را برای من به همراه داشته است. تجاربی که سبب دانش اندوزی هر روزه من شده است. بنده فکر می‌کنم ارتباط معقول صنعتگران با مدیریت مجموعه هم باعث رشد فردی می‌شود و هم مجموعه را ارتقا می‌دهد و برعکس اگر زبان مفاهمه نباشد، کار اصلاً پیش نمی‌رود. در این سال‌ها زمان زیادی را در



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



یادنامه صنعتگرانی که امسال در کنارمان نیستند

۱۰ تیرماه روز ملی «صنعت و معدن» نام گرفته است. صنعتگران کسانی هستند با دست‌های رنج‌دیده حاصل از یک عمر تلاش و زحمت، عزم راسخ و ذهن خلاق، نه تنها چرخ تولید و صنعت کشور را به حرکت درآورده‌اند، بلکه با به کارگیری استعداد‌های جوان؛ سهم چشمگیری در اشتغال کشور داشته‌اند. مردمانی نیک که یاد و خاطره آنان به چرخ‌های صنعت ایران متصل گشته است و در اذهان مردم ثبت و ضبط شده است. آنچه که پیش روی شماست برگ کوچکی از نام و یاد این صنعتگران و پیشکسوتان است که سال گذشته کنارمان بودند و امسال تنها نام و یادشان به جای مانده است، نامی پرافتخار بر بلندای ایران‌زمین که همواره در اذهان مردم مانا و جاوید است.

مرحوم غلامرضا ایمانی

موسس کارخانجات مقصود، چینی ایرانی را ماندگار کرد

غلامرضا ایمانی مؤسس و بنیانگذار گروه کارخانجات مقصود با راه‌اندازی ۲۳ شرکت تولیدی، بازرگانی و صادراتی و ایجاد نزدیک به ۳۰۰۰ فرصت شغلی مستقیم و پایدار و بیش از ۸۰۰۰ شغل غیرمستقیم (از معدن تا سفره مشتری)، از پیشکسوتان خوشنام



صنعت در کشور و خراسان رضوی بود. او در سال ۱۳۳۳ در مشهد به دنیا آمد، از نوجوانی به صنعت و تولید علاقه‌ای وافر داشت و اولین کارخانه خود را در سال ۱۳۵۵ با راه‌اندازی خط تولید پروفیل آلومینیوم در تهران تجربه نمود. وی پس از راه‌اندازی موفق یک مجتمع تولید ظروف چینی در مشهد (سال‌های ۶۰ تا ۷۰) و واگذاری سهام آن، تصمیم به تأسیس و راه‌اندازی مجتمع تولیدی چینی مقصود در سال ۱۳۷۱ گرفت و با اشتغال به کار ۱۸۰ نفر و ظرفیت تولید ۳۰۰۰ تن ظروف چینی در سال، برای اولین بار در خاورمیانه از روش پرس ایزواستاتیک در تولید ظروف چینی استفاده نمود. تأسیس و راه‌اندازی شرکت‌های مقصودسازان (۱۳۸۰)، سپیده‌جام توس (۱۳۸۴)، آذین قالب جام (۱۳۸۴)، گل‌نقش‌توس (۱۳۸۵)، سفیدفوم‌مقصود (۱۳۸۷)، مرکز آزمایشگاهی مقصودکاوان شرق (۱۳۸۸)، شرکت بهداشت مقصود (۱۳۸۸)، توسعه تجارت مقصود (۱۳۸۹)، مرکز جامع علمی-کاربردی مقصود (۱۳۹۰)، فرزاد بسیار مقصود (۱۳۹۰)، گل آذین مقصود (۱۳۹۱)، نقش مقصود شرق (۱۳۹۱)، سپیده‌جام ساپنا (۱۳۹۱)، چینی سارگل شرق (۱۳۹۱)، پویا تدبیر مقصود (۱۳۹۱)، شرکت سیلیس جام

مرحوم علی اصغر حاجی بابا

بنیانگذار صنعت فروآلیاژ و ریخته‌گری

علی اصغر حاجی‌بابا فعال صاحب‌نام بخش خصوصی که به عنوان بنیانگذار صنعت فروآلیاژ و ریخته‌گری شهرت داشت، همین امسال چشم از جهان فروبست. او که از کارآفرینان فعال در حوزه فولاد آلیاژی است، از دهه ۱۳۴۰ فعالیت خود را در صنعت فولاد



آغاز کرد و فصل جدیدی برای صنعت ایران رقم زد. حاجی‌بابا متولد سال ۱۳۱۰ بود و در کودکی در پنبه‌دوزی و حلاجی شهرت داشت. صنعت بزرگ ریخته‌گری و فروآلیاژ ایران مدیون تلاش‌های مردی است که یک لحظه از پای نایستاد و در مسیر پیشرفت اقتصاد صنعتی ایران ناامید نشد. حاجی‌بابا در جریان زندگی پرتلاطم و پرفرازونشیبش توانست راه کسب و کار شخصی خود را در صنعت پیدا کند و حرفه خود را به همراه خانواده توسعه دهد تا جایی که او را بنیان‌گذار صنعت ریخته‌گری و فروآلیاژ ایران نامیده‌اند. علی اصغر حاجی‌بابا در طول عمر خود به غیر از توسعه فعالیت‌های اقتصادی و راه‌اندازی مجموعه‌های صنعتی که از او یک کارآفرین صاحب‌نام ساخته بود، به فعالیت‌های مدنی و اجتماعی نیز می‌پرداخت. تابستان سال ۱۳۹۵ فیلم «پنبه تا آتش» که مستندی از زندگی علی اصغر حاجی‌بابا است، در اتاق ایران رونمایی شد و این صنعت‌گر کارآفرین در این مراسم از سوی رئیس پارلمان بخش خصوصی مورد تقدیر قرار گرفت. نام و یادش همواره بر تارک صنعت ایران زمین جاودانه باد.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



صدرا (۱۳۹۲)، قاشق و چنگال درسا (۱۳۹۲)، عصر شیرین مقصود (۱۳۹۲)، آذین آرا سائلی (۱۳۹۲) و آذین شیشه مقصود (۱۳۹۴) تا حدودی، اهداف وی را محقق ساخت. وی با توسعه‌ی طرح‌ها طی ۲۵ سال، اکنون در زمینه‌ی تولید ظروف چینی، ظروف اوپال، سرویس‌های غذاخوری چینی استخوانی (بن چاینا)، سرویس قاشق و چنگال استیل، قالب و مجموعه‌سازی، فرش و تابلوفرش دستباف نفیس، محصولات چرمی، گل‌های شاخه‌بریده و گیاهان دارویی، کیک و شیرینی، پوشاک، طراحی و تولید عکس برگردان‌های مورد استفاده در ساخت ظروف، فوم بسته‌بندی و ساختمانی فعالیت می‌نماید. در حال حاضر محصولات اصلی این گروه به ۱۳ کشور آسیایی، اروپایی و آمریکای جنوبی صادر می‌گردد. صادر کننده نمونه در سال‌های ۹۵ و ۹۶، واحد نمونه صادراتی صنایع کوچک و متوسط کشوری در سال ۹۶، کارآفرین برتر استانی در سنوات متعدد و... از افتخارات آقای رضا ایمانی می‌باشد. در این سال‌ها بیش از بیست طرح توسعه‌ی دیگر نیز توسط آقای ایمانی تهیه و تدوین شده و در صورت تأمین سرمایه و زیرساخت‌های لازم، آنها را اجرائی خواهد نمود تا ضمن خدمت به میهن عزیز، اشتغال ۱۵ هزار نفر بر اساس سند چشم‌انداز گروه کارخانجات مقصود را عینیت بخشد. او نیز در ۱۵ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۹ چشم از جهان فروبست. نامش در دفتر صنعت ایران زمین ماندگار باد.

مرحوم یعقوب قائمی

پیشگام علم نوین صنعت الکترونیک

مرحوم مهندس یعقوب قائمی عضو هیئت مدیره شرکت تکوین الکترونیک و سام الکترونیک از پیشگامان علم نوین صنعت الکترونیک در ایران بود. شرکت‌های تکوین الکترونیک و سام الکترونیک با همت او و دوستانش شکل گرفت. به گواه اطرافیان وی با بیش از



چهل سال خدمت در صنعت کشور دغدغهای نداشت جز کمک به پیشرفت صنعت داخلی.

علیرضا موسوی مجد مدیر عامل شرکت سام خاطره‌ای را از سال‌های جوانی او چنین نقل می‌کند: «هر دو بسختی کار می‌کردیم، او در شهر صنعتی ساوه و من در تهران، یکی از آخر هفته‌هایی که معمولاً دو یا سه هفته یک بار تکرار میشد تهران بود و ما در خانه پدری مهمانی داشتیم از دوستان پدر، وقتی پی برد که یعقوب در ساوه در دو کارخانه کار می‌کند شروع به نصیحت کردن او کرد و گفت که «چرا در تهران به خرید و فروش لوازم الکترونیک مشغول نمی‌شوی»، می‌دانید که ایشان فارغ التحصیل دانشگاه علم و صنعت بودند که دولتی بود، در جواب به مهمان گفت: «مردم این کشور هزینه مهندس شدن من را پرداخته‌اند و من وظیفه دارم به این مردم خدمت کنم. گمانم این اولین انگیزه ایشان برای قدم برداشتن در مسیر آرمان‌هایش بود.»

وی در طول فعالیت بی‌وقفه در زمینه صنعت الکترونیک تنها به پیشرفت این صنعت، ایجاد شغل و کمک به بومی‌گری متمرکز شد، و وقتی تحریم‌های سختگیرانه به کشور تحمیل شد با روحیه سازندگی که در وجودش بود تصمیم گرفت که آن را تبدیل به یک فرصت طلایی کند، تا بتواند در راه تولید داخلی قدم‌های جدیدی بردارد، این بود که با پشتکار، مطالعه و بررسی دقیق برای برند سام الکترونیک تولید امروز را فراهم کرد، در این راستا همچنان اخلاق خدمت به مردم را سرمشق قرار داد و با دانش مهندسی الکترونیک با یاری مهندسین مجرب شرکت توانست برنامه‌ریزی تولید محصولی با کیفیتی حتی بهتر از برند سامسونگ را پایه‌گذاری کند، ویژگی تلویزیون‌های سام الکترونیک در یکسان بودن کیفیت تصویر در تمام مدل‌ها است و اخلاق بهره‌مندی از کیفیت بالای کالا برای اقشار مختلف مردم در نظر گرفته شده است که سرمشق او بود خدمت به مردم کشورش دوستان او معتقدند در طول چهل و اندی سال از فعالیت کاری در زمینه‌های مختلف صنعتی اشتغال داشته که عمده این فعالیت‌ها در بخش تولید تلویزیون و مانیتور و همچنین در دهه اخیر لوازم خانگی بوده، در طی این سال‌ها نه تنها خود از کسب علم و معلومات بیشتر دست بردار نداشت بلکه در هر فرصتی امکان آموزش برای متخصصین شرکت فراهم کرد. مرحوم مهندس یعقوبی نیز در اسفندماه سال ۹۸ چشم از جهان فرو بست و جامعه صنعتی و گروه سام و تکوین الکترونیک را داغدار همیشگی خود کرد.

محمود خیامی

بنیانگذار اولین خودروساز ایرانی

محمود خیامی در کنار احمد خیامی از سرشناس‌ترین کارآفرینان و صنعتگران ایرانی به شمار می‌آیند که هرگاه نام شرکت ایران خودرو با نام سابق ایران ناسیونال شنیده می‌شود، نام این ۲ برادر سختکوش را تداعی می‌کند. نکته مهم در خصوص شخصیت و زندگی محمود



خیامی و برادرش این است که این ۲ از فقیرترین اقشار جامعه بوده‌اند که از ماشین شستن، فروش قطعات، مکانیکی و گام به گام به بالاترین توفیقات صنعتی و اقتصادی رسیده‌اند.

برادران خیامی از ماشین‌شوری در مشهد فعالیت حرفه‌ای خود را آغاز کردند. سپس از تعمیرات ساده کنار خیابان، کار در تعمیرگاه خودرو، قطعه‌فروشی و تأسیس بزرگترین فروشگاه قطعات یدکی در تهران به تأسیس کارگاه اتاق‌سازی برای اتوبوس در جاده کرج رسیدند. در این کارگاه احمد خیامی از نماینده مرسدس بنز در ایران شاسی اتوبوس‌های مرسدس بنز را می‌گرفت و روی آنها اتاق می‌ساخت. برای اتوبوس‌هایی که می‌ساخت، دستشویی، توالت کوچک و یخچال هم



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



محمد کریم فضلی، بنیانگذار گروه صنعتی گلرنگ و کارآفرین برتر کشور، متولد هفتم اردیبهشت ماه ۱۳۱۱ هجری شمسی در شهر تویسرکان (استان همدان) (نخستین فعالیت اقتصادی خود را در حین تحصیل، نزد پدرشان که از بازرگانان خوشنام و اهل فضل منطقه محسوب می‌شدند، آغاز نموده‌اند. او شرکت پاکشو را در سال ۱۳۵۱ بنیان نهاد. محصولات اولیه این شرکت با برند گلرنگ و تحت عنوان محصولات شوینده و آرایشی بهداشتی گلرنگ ثبت شدند. شرکت پاکشو از آن زمان تاکنون به‌طور مستمر رشد کرده‌است و امروزه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان شوینده در ایران به‌شمار می‌رود.

در سال ۱۳۷۴ اولین محصولات جدید شامل انواع شامپو و مایع دستشویی به سبد محصولات گلرنگ افزوده شد. در سال ۱۳۷۸ با هدف بازاریابی، فروش و توزیع بخشی از محصولات شرکت پاکشو، شرکت گلپخش اول تأسیس گردید و در سال ۱۳۷۹ با توزیع محصولات شوینده با نام تجاری آوه رسماً شروع به فعالیت نمود. در همان سال شرکت گلرنگ‌پخش نیز به ثبت رسید تا بخش دیگری از محصولات شرکت پاکشو را که عمدتاً با برند گلرنگ تولید می‌شد، توزیع و پخش نماید. شرکت پدیده شیمی نیلی در سال ۱۳۷۹ با هدف تولید مواد اولیه، فعالیت خود را آغاز کرد. این شرکت در حال حاضر با شرکت پدیده شیمی جم ادغام شده‌است.

فرم کنونی گروه صنعتی گلرنگ در سال ۱۳۸۲ تأسیس شد و هم‌اکنون دارای ۵۰ برند فعال می‌باشد، که برای نمونه می‌توان به برندهای گلرنگ، آوه، سافتلن، افق کوروش، اولاد، فامیلا، اکتیو، بایودنت، بارلی، نانسی، هوم پلاس، مرسی و مریدنت اشاره کرد. در سال ۱۳۸۴ شرکت پدیده شیمی پایدار با هدف تولید و عرضه محصولات شوینده و بهداشتی تأسیس شد.

گروه صنعتی گلرنگ در سال ۱۳۸۶ اولین کارخانه غذایی خود را با نام دالین مهر بنیان نهاد. در همین سال (۱۳۸۶) مجتمع تولیدی و شیمیایی پاکشو شامل ۵ کارخانه تولیدی با هدف تولید سایر محصولات شوینده از جمله پودر شوینده و مواد اولیه مورد نیاز در شرکت پاکشو، به بهره‌برداری رسید. در سال ۱۳۸۷ پخش پدیده پایدار تأسیس شد؛ این شرکت توزیع محصولات شوینده شرکت پدیده شیمی پایدار را با نام تجاری «اکتیو» آغاز کرد. در سال ۱۳۸۷ دانشگاه جامع علمی کاربردی گلرنگ با هدف ارتقای سطح مهارت کارکنان این گروه، راه‌اندازی گردید. در سال ۱۳۸۷ شرکت مهد سرمایه‌گذاری خاورمیانه، به عنوان یک هلدینگ سرمایه‌گذاری، فعالیت خود را در زمینه‌های انرژی، معدن و نفت آغاز نمود. در سال ۱۳۸۸ گروه گلرنگ اقدام به راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش نمود. شرکت صنایع سلولزی ماریناسان نیز در سال ۱۳۸۷ به ثبت رسید و در سال ۱۳۸۸ تولید انواع دستمال کاغذی را آغاز کرد. شرکت گلبزرگ بهارن در سال ۱۳۹۰ با هدف تولید انواع محصولات غذایی از قبیل روغن، کنسرو، رب گوجه و تن ماهی افتتاح شد. وی در اردیبهشت ماه امسال چشم‌از جهان فروبست و گل‌های گلرنگ را بی‌باغبان کرد.



درست می‌کرد. برای راحتی مسافران، کارگاه ساخت صندلی را هم احداث کرد. این کارگاه صندلی‌سازی بعدها الهام‌بخش او در ساختن نخستین کارخانه بزرگ مبیل‌سازی ایران به نام مبیلران شد. احمد خیامی جزو اولین کارآفرینانی بود که برای کارگران و کارکنانش خانه ساخت. احمد سپس برادر کوچکش محمود را نیز به تهران آورد. برادران خیامی در ۱۳۴۱ خورشیدی نخستین کارخانه خودروسازی به نام ایران ناسیونال را تأسیس کردند که خودروی پیکان تولید می‌کرد. خیامی‌ها علاوه بر پایه‌گذاری نخستین صنعت خودروسازی در ایران چندین کارخانه و موسسه تولیدی دیگر راه‌اندازی کردند که سهم مهمی در صنعت و اشتغال کشور داشتند. کارخانه لاستیک‌سازی بریجستون ایران، شرکت پیستون‌سازی ایران، کارخانه ایدم در تبریز برای تولید موتور، کارخانه پلی‌رنگ (تولیدکننده رنگ اتومبیل)، کارخانه فنر‌سازی در جاده کرج از جمله آنها هستند. پس از انقلاب احمد به کانادا و محمود به انگلیس رفت. سرنوشت طوری رقم خورد که احمد در خرداد ۱۳۷۹ خورشیدی در کانادا درگذشت و محمود در ۹ اسفند ۱۳۹۸ خورشیدی در ۹۰ سالگی و در لندن چشم‌از جهان فروبست. یاد و نامشان گرامی باد.

کریم فضلی بنیانگذار گروه صنعتی گلرنگ

محمد کریم فضلی بنیانگذار گروه صنعتی گلرنگ و مالک شرکت‌های بورسی خوشنام هم‌چون پاکشو، پدیده شیمی قرن، صنعت غذایی کوروش و پدیده شیمی جم، بنیانگذار گروه صنعتی گلرنگ و عرضه‌کننده برندهای مختلفی چون گلرنگ، آوه، سافتلن و مالک چند شرکت بورسی و آماده عرضه اولیه بود.





انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای دانش صنعت لوازم خانگی کشور



بهمن آرمان، اقتصاددان در گفت‌وگو با پیک شورا

صنعت لوازم خانگی ایران قابلیت تولید در مقیاس جهانی دارد



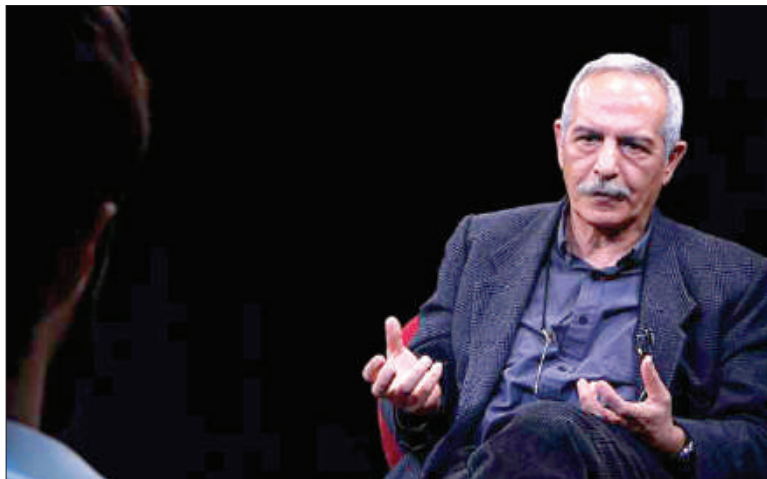
تولیدکنندگان لوازم خانگی در ایران توان سرپا ماندن را ندارند. امروز در کشور ایران اجزا و قطعات لوازم خانگی وارداتی هست و با این وصف صنعت لوازم خانگی تنها به شرایط مونتاژ می‌رسد. در ابتدای انقلاب تلاش‌هایی صورت گرفت تا اجرا و قطعات صنعت لوازم خانگی در داخل صورت بگیرد اما این روند بنا به دلایل گوناگون ادامه پیدا نکرد. در حال حاضر نیز قطعات دیجیتالی و مواد اولیه از بیرون کشور می‌آید و بنابراین می‌توان گفت اساس و پایه صنعت لوازم خانگی بر واردات بنا شده است. فراموش نکنیم صنعت لوازم خانگی در ایران نوبا است اما نباید این نکته را از نظر فراموش کرد که اگر دولت با اعمال راهکارهای درست اقتصادی از تولیدکنندگان ایرانی حمایت کند ایران می‌تواند در صنعت لوازم خانگی به هاب منطقه تبدیل شود و بازار ۲۵۰ میلیون نفری آسیای میانه را از آن خود کند زیرا عراق و عربستان و کشورهای آسیای میانه بازار بزرگی ندارند که بتوانند تولید انبوه داشته باشند. به یاد داشته باشیم، لازمه پیشرفت صنعت لوازم خانگی این است که باور کنیم تا زمانی که ایران در ابعاد جهانی تولید نکند، نمی‌تواند در منطقه حرفی برای گفتن داشته باشد و لازمه تحقق این امر اجرای طرح‌های تحقیق و توسعه جدید، تجدید در سیاست‌های دولتی و توسعه برندسازی ملی در صنعت لوازم خانگی است.

صنعت لوازم خانگی در ایران در شرایط خاصی به سر می‌برد. این صنعت در شرایط فعلی کشور ایران جای پیشرفت گسترده‌ای دارد اما این راه پیشرفت نیازمند در نظر گرفتن ضروریاتی است که باید بیش از گذشته به آن توجه نمود و برای آن راهکار تعیین کرد. اولین نکته این است که صنعت لوازم خانگی از پراکندگی زیادی برخوردار است و تولید در بسیاری از موارد در مقیاس صنعتی صورت نمی‌گیرد. متأسفانه بنا به دلایل گوناگون تولیدات برخی کارخانجات صنعتی گاهی به چند ده هزار دستگاه نمی‌رسد و این حجم تولید نمی‌تواند در شرایط برندینگ کالا قرار بگیرد زیرا فرایند جهانی شدن برندها باید با حجم تولید جهانی در مقیاس جهانی همراه باشد. موضوع دیگر تکنولوژی‌های به روز صنعت لوازم خانگی است. تولیداتی که در ایران صورت می‌گیرد باید همواره از تکنولوژی روز برخوردار شوند و گرنه نمی‌توانند از بعد کیفیت و قیمت با همه توان با رقبای خارجی رقابت کنند. در کشورهای که در صنعت لوازم خانگی پیشرفت جدی داشته‌اند، تولیدات صنعت لوازم خانگی به شکل وسیعی انجام می‌شود و مشتریان داخلی و خارجی خوبی دارد. کشور کره جنوبی مثال خوبی در این حوزه به شمار می‌رود که بسیاری از کشورهای منطقه را در این حوزه کنار زده است. با توجه به شرایط فعلی کشور اگر در سیاست‌های اقتصادی در راستای حمایت از تولیدکنندگان تجدید نظر نکنیم و طرح‌های توسعه و تحقیق نوین را به کار نگیریم،





انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور



کمال اطهاری، اقتصاددان در گفت‌وگو با پیک شورا:

بخش خصوصی نجات‌بخش اقتصاد ایران است

دسترسی به کالای قاچاق سکه روز خواهد شد. برای کنترل این شرایط ما نیازمند تأسیس تعاونی‌های بزرگ هستیم که تحقیق و توسعه علمی محصولات را مدیریت کنند زیرا این کار از عهده شرکت‌های کوچک و متوسط خارج است. همچنین شرکت‌های کوچک و متوسط نیز باید به شکل خوشه‌ای در یک رشته صنعتی فعالیت کنند تا بتوانند با طراحی بهتر، بازاریابی بهتر رقابت کنند. از سویی دیگر مدیریت نیروی انسانی در موضوع صنعت اهمیت بسیاری دارد. این شرکت‌ها باید بتوانند نیروی انسانی را به درستی سامان دهی کنند زیرا که نیروی انسانی سالم اقتصاد دانش بنیان را رشد می‌دهد. به عنوان مثال کشور چین که به دلیل نیروی کار ورزیده توانستند سرمایه‌های خارجی را جذب کنند و به رشد اقتصادی مناسب برسند. همکاری نهادی دولتی در تربیت نیروی ورزیده صنعتی بسیار مهم است و وزارت کار در این زمینه مشارکت داشته باشد و از خواب زمستانی بیرون بیاید. همچنین وزارت اقتصاد باید با سامان دهی مالیاتی به جهش صنایع کوچک و متوسط کمک کند و از واحدهای تحقیق و توسعه بدنه صنعت و تولید مالیات نگیرد. همچنین نوع نگرش به کار و اشتغال توسط سیاستمداران می‌بایست تغییر کند. متأسفانه در اثر چاره جویی غلط و سیاست‌های اشتباه می‌بینیم از یارانه تولید و صنعت کاسته شده و بر یارانه مصرف افزوده شده است. در اثر این رویکرد غلط هر روز بر لشکر بیکاران اضافه می‌شود و واحدهای صنعتی تعطیل و نیروی کار زمینگیر می‌شود. به عبارت دیگر به جای ماهی دادن به جوانان باید ماهیگیری یاد بدهیم و از توان نیروی کار جوان در راستای توسعه صنعت بهره‌مند شویم. در پایان یادآور می‌شوم که اگر دیر یا زود در نگاه به صنایع تولیدی تجدید نظر نکنیم؛ عواقب آن غیرقابل کنترل و آسیب‌زا خواهد بود.

در ابتدا روز صنعت را باید به همه صنعتگران که حافظ منافع اقتصادی ایران هستند و نه تنها از امتیاز بورژوازی مستقلانی رانتی بهره‌مند نبوده بلکه با انواع و اقسام مشکلات دست و پنجه نرم می‌کنند، را تبریک می‌گوییم و امیدوارم در کار خود مستدام باشند.

واقعیت امر این است که بخش خصوصی نجات‌بخش اقتصاد ایران است و صنعت موتور توسعه بخش صنعت است به خصوص صنایع کوچک بزرگ و متوسط که در دوران اقتصاد دانش بنیان با انعطاف بیشتر و با خلاقیت و بدون بهره‌مندی از رانت دولتی سرپا ایستاده‌اند. بنابراین در شرایط فعلی بحث دوام صنعت از جهات گوناگون بسیار مهم است. هم اکنون به دلیل ممنوعیت واردات فرصتی به وجود آمده است تا این شرکت‌ها بتوانند کالاهای ساخت داخل را جایگزین کالاهای وارداتی کنند. اگرچه این مسیر ناهموار است و نیازمند بستر اقتصادی مشخص است. اگر بخواهیم در سالی که با نام جهش تولید نام‌گذاری شده است به سمت افزایش تولیدات داخلی پیش برویم، باید چندین فاکتور را اصلاح کنیم. اصلاحات سیستم بانکی گام اولی است که باید در این مسیر برداشته شود زیرا این سیستم رانتی است و دارایی آن در قسمت رانتی زمین‌گیر شده است و انتفاع آن بخش صنعت نمی‌رسد و در نتیجه سرمایه‌گذاری‌های مولد در زمینه تولید شکل نمی‌گیرد. موضوع بعدی موضوع خلاقیت و نوآوری است. اگر محصولات تولیدی داخلی نتوانند فناوری به روز داشته باشند و نظر مردم را به خود جلب کنند، عدم واردات فرصتی کوتاه مدت است و به سرعت از دست می‌رود. اگر در این مدت جذابیت بازار داخلی به حد کفایت نرسد و جایگزین‌های داخلی در ذهن و فرهنگ مردم نهادینه نشود، کالای قاچاق به دست مشتریان می‌رسد و



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای والد صنعت لوازم خانگی کشور



#زنان صنعتگر

زنان صنعتگر در گذر زمان

کارآفرینی و خلاقیت بزنند.

احتمالا تاکنون در مورد زنان موفق غیرایرانی یا زنان ایرانی ساکن خارج از کشور، همانند مرحوم مریم میرزاخانی یا انوشه انصاری، خبر و مقالات متعددی خوانده‌اید. اما آیا با زنان کارآفرین و پیشگامی که در همین سرزمین زندگی می‌کنند و در راستای ساخت کشوری آبادتر می‌کوشند نیز اطلاعات کافی دارید؟ آیا هرگز نام را شنیده‌اید؟ زنان ایرانی که با پشتکار و عزم راسخ به موقعیت اجتماعی بالا، ثروت و سرمایه‌های انبوه رسیده‌اند کسانی هستند که در همین کشور متولد شده و رشد کرده‌اند و در همین کشور هم مانده‌اند. برای آشنایی با شماری از این زنان موفق در داخل ایران از شما دعوت می‌کنیم تا ادامه مطلب را از نظر بگذرانید.

بنفشه صدیق

موسس و مدیر شرکت تولیدی صنعتی شیگال است. او علاوه بر مدیریت این شرکت تولیدی، مدیر عامل انجمن ملی زنان کارآفرین است و سابقه‌های دیگری همچون رئیس هیئت مدیره بنیاد خیریه مرسل، عضو هیئت مدیره موسسه توانمندی‌های زنان آسیا، عضو انجمن سازندگان قطعات خودرو، عضو انجمن تحقیق و توسعه صنایع ایران و عضو انجمن مدیران صنایع ساوه را هم در کارنامه خودش دارد.

بنفشه صدیق به عنوان یک زن کارآفرین که موفقیت‌های زیادی را پشت سر گذاشته است به زنان توصیه می‌کند: «توانمندی‌های خود را بشناسید و دیدگاه‌های جنسیتی را از خود دور کنید. با پشتکار و همت به آنچه علاقه‌مندید دست خواهید یافت. از فرصت‌های زمانی زیادی که در اثر ماشینی شدن زندگی در عصر ما ایجاد شده، در عرصه کارآفرینی استفاده کنید تا اوقات فراغت بلااستفاده نگردند.»

جهان امروز جهان رقابت، موفقیت و توسعه است اما متأسفانه امروزه شاهد شکاف جنسیتی نسبت به استفاده از ظرفیت‌های زنان در جامعه هستیم. به‌طوری که براساس آمارها از ۲۴ میلیون شغل تنها سهم زنان ۴ میلیون شغل است و زنان در مالکیت درصد پایینی دارند. با اینکه نقش زنان در مدیریت کمتر دیده می‌شود اما باید اذعان داشت که در تولید ملی نقش بسزایی دارند و باید این نقش جدی‌تر گرفته شود. باید بپذیریم بدون حضور زنان در جامعه نمی‌توانیم جایگاه مناسبی را در سطح جهان به دست بیاوریم. از این‌رو، زنان موفق سرمایه‌های ملی بشمار می‌روند. اما تعریف یک زن موفق چیست؟ شاید بتوان این‌طور گفت که هر زنی تعریف مشخصی از موفقیت برای خود دارد. اما برخی از ویژگی‌ها میان بیشتر آنها مشترک است. به‌طور مثال، می‌توان به پشتکار و احساسات عمیق آنها اشاره کرد. انسان بدون احساس و اشتیاق نمی‌تواند هیچ‌کاری را به انجام برساند؛ حتی اگر در انجامش مهارت و دانش کافی هم داشته باشد. همچنین زنان موفق به‌خوبی می‌دانند که قرار نیست در همه امور عالی باشند. به زبان ساده‌تر، این زنان به‌هیچ‌وجه کمال‌گرا نیستند و به‌وجوه مختلف افکار و ایده‌هایشان نگاه مطلق ندارند. مطلق‌گرایی در نهایت به ناامیدی منجر می‌شود و این همان چیزی است که زنان موفق هرگز به سراغش نمی‌روند. فردی که توانایی خطر کردن داشته باشد و برای خود یک دایره اعتماد ایجاد کند، بدون شک می‌تواند یک قدم جلوتر از دیگران حرکت کند. زنان موفق قدر حمایت‌های اطرافیان خود را می‌دانند. آنها به این حقیقت واقفند که موفقیت‌شان به تنهایی روی نداده است. این اشخاص همچنین به‌خوبی می‌دانند که موانع اجتماعی و فرهنگی هرگز نمی‌تواند جلودار خواسته‌های آنها باشد و قادرند با هوشیاری و زیرکی کامل، در چارچوب قوانین و محدودیت‌های جامعه خود، دست به

پیک شورا

سال سی و پنجم / مرداد ۹۹ / شماره ۴۶



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای والد صنعت لوازم خانگی کشور



سهیلا سلحشور کردستانی

سلحشور کردستانی دارای مدرک فوق دکترای تخصصی بیولوژی است و از فعالان شناخته شده و موفق گروه کالایی تجهیزات پزشکی و دارویی است.

دکتر کردستانی مدیرعامل شرکت کیتوتک است که در سال ۱۳۸۰ تأسیس کرده و حالا از موفق ترین شرکت های این حوزه و دارای معروفیت جهانی است. سلحشور کردستانی ۲۲ مورد اختراع ثبت شده دارد و بیش از ۵۰ مقاله را در ژورنال ها و نشریات داخلی و خارجی منتشر کرده و همچنین دو کتاب هم در حوزه کاری اش دارد.

زهره صداقت سلطان آبادی

زهره صداقت سلطان آبادی مدیرعامل مجموعه ای است که در آن شاغلین همه زنان سرپرست خانوار یا زنان بدسرپرست هستند. او که در حوزه منسوجات فعالیت می کند، فوق دیپلم مدیریت کسب و کار دارد و واحد تولیدی اش را در سال ۱۳۸۵ تأسیس کرده است. نام شرکت اش تولیدی صداقت است و او صادقانه یاور زنانی است که مشکلات عدیده ای داشتند و حالا بانوان نسبتاً موفقی هستند و در کنار مدیرعامل خود برای رشد هر چه بیشتر واحدشان تلاش می کنند. سلطان آبادی عضو مجامع امور صنفی بانوان خیاط است و تاکنون جوایز مهمی را از استانداری خراسان گرفته است.

مرضیه مکرمی

در مجموعه تحت مدیریت مرضیه مکرمی ۳۰۰ زن مشغول فعالیت هستند. او تا مقطع کارشناسی تحصیل کرده و از سال ۱۳۸۹ شرکت صندوق حمایت از توسعه فعالیت های کشاورزی زنان روستایی شهرستان مرودشت را تأسیس کرده و خود مدیرعامل آن است. لوح تقدیر از مشاور وزیر جهاد کشاورزی در امور زنان روستایی و عشایری، لوح تقدیر از مرکز آموزش بازرگانی استان فارس، لوح تقدیر از فرمانداری شهرستان مرودشت، لوح تقدیر از مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان مرودشت و لوح تقدیر از مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور زنان از جمله جوایزی است که قبل از این جایزه کشوری به دست آورده است. مکرمی عضو جمعیت هلال احمر و مسئول صندوق اعتبارات زنان روستایی است.

یاسمن مویدی

یاسمن مویدی شرکت «موسسه صلح و دوستی بین المللی برای تونیک» را مدیریت می کند که در سال ۱۳۴۸ تأسیس شده است. مویدی عضو هیئت رئیسه چندین مجموعه و موسسه و انجمن در ابعاد ملی و بین المللی است و تاکنون دو جایزه مهم را برای موفقیت ها و کارآفرینی و ایجاد اشتغال دریافت کرده است. او با تحصیلات تا مقطع کارشناسی برای ۴ هزار نفر بانو شغل درست کرده است.

آزاده داننده

آزاده داننده با تحصیلات تا مقطع لیسانس مهندسی و علوم کامپیوتر در گروه کالایی ارتباطات و فناوری اطلاعات فعالیت می کند و مدیرعامل شرکت فناوران اطلاعات بهاران است که در سال ۱۳۸۳ تأسیس شده و یک مجموعه موفق و شناخته شده در این حوزه است. داننده عضو هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه ای استان تهران، عضو شورای مرکزی سازمان نظام صنفی رایانه ای کشور و عضو انجمن زنان کارآفرین است و محیط کاری مجموعه ای که مدیریت می کند کاملاً زنانه و موفق است.

مرضیه سنوئی محصل

مرضیه سنوئی محصل کارشناس شیمی است و در گروه کالایی صنایع غذایی فعالیت می کند و مدیرعامل شرکت داروسازی اکسیر گل سرخ است که در سال ۱۳۸۴ تأسیس شده است. او عضو فعال انجمن گیاهان دارویی، عضو هیئت مدیره کانون کارآفرینان کشور، عضو انجمن حمایت از حقوق مصرف کنندگان، عضو انجمن مدیران استان خراسان، عضو هیئت مدیره کانون زنان بازرگان، عضو اتحادیه صادرکنندگان کشور و... عضو شبکه ملی گیاهان دارویی، عضو و رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولیدکنندگان داروهای گیاهی خراسان، عضو انجمن تولیدکنندگان داروهای گیاهی کشور و عضو انجمن توسعه و ترویج تولید و تجارت محصولات حلال است و دریافت گواهی عنوان واحد فناور برتر در پارک های علم و فناوری کشور، لوح تقدیر از استانداری خراسان رضوی، تأییدیه علمی از پژوهشکده، لوح تقدیر از اتاق بازرگانی به عنوان بانوی برتر صنعت، عنوان واحد نمونه از جهاد کشاورزی خراسان، عنوان واحد نمونه از اداره نظارت خراسان و چندین لوح و گواهینامه دیگر از جمله موفقیت های اوست.



نامتناسب بودن صدور جواز و پروانه بهره‌برداری بررسی شد

اثر متغیرهای مستقل بر کاهش انباشت سرمایه

ماه ابتدایی ۹۸ همخوانی و نشان از تأثیر مثبت محیط کسب و کار بر انتظارات آتی فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاری دارد. در سال ۹۸، شاخص کل محیط کسب و کار از عدد ۶/۳۳ به ۶/۱۱ در پایین و به عدد ۶/۱۵ در زمستان ۹۸ رسیده که حاکی از بهبود جزئی تا پاییز و شروع به افزایش در زمستان ۹۸ است. افزایش تشکیل سرمایه ناخالص با تعداد جوازهای تأسیس صادره نیز همخوانی دارد. تعداد جوازهای صادره در سال گذشته، ۱۵ درصد و تعداد پروانه‌های بهره‌برداری ۴/۱ درصد افزایش داشته است. همین‌طور سرمایه‌گذاری‌های بهره‌برداری شده نیز ۵/۳ درصد افزایش یافته است.

نامتناسب بودن صدور جواز و پروانه

بررسی آمارهای منتشره وزارت صنعت، معدن و تجارت حاکی از صدور ۷ هزار و ۳۷۳ فقره جواز تأسیس صنعتی از ابتدای امسال تا پایان خردادماه و رشد ۲۴/۷ درصدی آن در مقایسه با مدت مشابه پارسال است. از طرفی، صدور پروانه‌های بهره‌برداری صنعتی ایجاد و توسعه‌ای با افت ۱۴/۸ درصدی نسبت به مدت مشابه پارسال مواجه شد. مشکل اصلی، نسبت تعداد پروانه‌های بهره‌برداری به جوازهای تأسیس صادر شده است. به گفته گلشیرازی، طی ۲۰ سال اخیر به طور متوسط هر سال در کشور ۱۸ هزار و ۸۱۳ طرح از جوازهای تأسیس به بهره‌برداری نرسیده و این رقم در استان اصفهان ۹۸۱ طرح است. این آمار با وقفه یک، دو یا سه ساله تفاوت چندانی نمی‌کند. براساس اطلاعات زیر به طور متوسط در کشور ۲۷ درصد (به صورت بدون وقفه و متوسط آن ۲۳ درصد طرح‌ها به بهره‌برداری می‌رسد) جوازهای تأسیس به سرانجام می‌رسد و پروانه بهره‌برداری کسب می‌کند، در حالی که ۷۳ درصد از آنها به بهره‌برداری نمی‌رسد.

این عدد بسیار پایین و نشان‌دهنده آن است که فقط حدود یک‌چهارم جوازهای تأسیس در کشور به سرانجام می‌رسد. این رقم برای استان اصفهان ۳۹ درصد بوده و از این لحاظ، وضعیت استان بهتر از کشور و نشان‌دهنده روحیه صنعتگری و تلاش فعالان اقتصادی این استان است. در استان اصفهان به طور متوسط ۳۰ درصد پروانه‌های بهره‌برداری صادره از نوع توسعه‌ای است و این نسبت نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در صنایع موجود همچنان

معمای عدم انباشت سرمایه و تفاوت فاحش جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری از جمله پرسش‌هایی بوده که همواره ذهن فعالان صنعتی را به خود مشغول کرده است؛ پرسشی که شاید بتوان گفت پاسخ آن به صدور جواز بدون اهلیت‌سنجی بازمی‌گردد. روندی که سبب می‌شود تا در برخی از گروه‌های صنعتی مازاد یا انباشت جواز را تجربه کنیم و در گروهی دیگر با کمبود طرح‌های صنعتی مواجه شویم.

اثر متغیرهای مستقل بر کاهش انباشت سرمایه

به باور فعالان اقتصادی، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص یکی از اجزای مهم و کلیدی تقاضای کل و مهم‌ترین متغیر چشم‌انداز یک اقتصاد است و متشکل از دو جزء دولتی و خصوصی است. تملک دارایی‌های سرمایه‌ای در بودجه نشان‌دهنده میزان سرمایه‌گذاری سالانه دولت در بودجه عمرانی است. بخش خصوصی نیز با توجه به شرایط اقتصادی، محیط کسب و کار و دریافت جواز تأسیس اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کند. از مهم‌ترین شواهد آماری برای تشکیل سرمایه ثابت ناخالص، «سرمایه‌گذاری در ساختمان»، «سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات» و «جوازهای تأسیس و پروانه‌های بهره‌برداری» است. این گزارش قصد دارد تا شواهد آماری در زمینه تشکیل سرمایه و وضعیت انباشت سرمایه در کشور را بررسی کند.

وضعیت تشکیل سرمایه ثابت

شاخص سهم تشکیل سرمایه در تولید ناخالص داخلی، نشان‌دهنده نسبت سرمایه‌گذاری از کل تولید ناخالص داخلی است. در این خصوص مسعود گلشیرازی رئیس اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی اصفهان می‌گوید: این نسبت به دو صورت و بر پایه قیمت‌های جاری و قیمت‌های ثابت (حذف روند تغییر سطح قیمت‌ها - تورم) محاسبه می‌شود. براساس آمار منتشر شده توسط پژوهشکده آمار ایران، در ۹ ماهه ۹۸، سهم تشکیل سرمایه در ماشین‌آلات و در ساختمان از تولید ناخالص داخلی به ترتیب به ۸ و ۹ درصد رسیده و نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن، یک درصد افزایش داشته است. به این ترتیب، روند کاهش تشکیل سرمایه ثابت که از سال‌های ۹۰ تا ۹۷ ادامه داشته در سال ۹۸ متوقف شده است.

افزایش تشکیل سرمایه با آمار بهبود محیط کسب و کار در ۹



تشکیل سرمایه ثابت در ماشین آلات می شود و این دو همبستگی بیشتری دارند. با توجه به اهمیت تشکیل سرمایه در آینده اقتصاد و دورنمای آتی کشور، کاهش آن و به خصوص کاهش سهم تشکیل سرمایه در ماشین آلات شرایط سخت و خطرناکی را نوید می دهد.

نتیجه گیری

براساس آنچه در این گزارش ارائه شد، دو عامل کاهشی در حوزه تشکیل سرمایه کشور وجود دارد:

* ۲۷ درصد طرح ها از جواز تأسیس به مرحله بهره برداری می رسد و ۷۳ درصد آنها به بهره برداری نمی رسد.

* کاهش تشکیل سرمایه ثابت از تولید ناخالص داخلی (GDP) از ۲۰ درصد سال ۹۰ به رقم ۱۱ درصد در سال ۹۸ رسیده است. فقط در سال گذشته این نسبت ۴ درصد کاهش یافته است.

اثرات جانبی روند کاهش انباشت سرمایه و عدم بهره برداری طرح ها، عدم ورود دارایی های سرمایه ای و به تبع آن فناوری به کشور است. این مسئله در شرایط فعلی کشور که ۵۰ درصد از ماشین آلات صنایع کشور نیاز به نوسازی و به روزرسانی دارد، پیچیدگی شرایط را دوچندان می کند. در این شرایط نقش شرکت های دانش بنیان و سرمایه گذاری در آنها اهمیت مضاعفی دارد، به این دلیل که این شرکت ها با وجود خلق ارزش افزوده بالا، نیاز به سرمایه ثابت کمتری دارند.

تحریم ها، نرخ سود بانکی، درآمدهای نفتی، نرخ ارز، کیفیت و میزان تسهیلات بانکی و عملکرد بودجه عمرانی و همین طور محیط کسب و کار از اصلی ترین متغیرها در عدم انباشت سرمایه است. همه این متغیرها در سال های اخیر به خصوص دو سال گذشته به شدت پرنوسان بوده و تأثیر منفی شدیدی بر وضعیت کلان اقتصادی و محیط سرمایه گذاری داشته است. از طرفی یکی از دلایل مهم این شرایط را باید در کسری بودجه و وضعیت تخصیص بودجه عمرانی، به ویژه در شرایط فعلی که سهم سرمایه گذاری خارجی کم است، جستجو کرد. تفاوت شدید بودجه عمرانی و عملکرد آن و افزایش بی رویه بودجه جاری منجر به کاهش تشکیل سرمایه ثابت و نسبت آن در GDP شده است. عملکرد بودجه عمرانی در سال های ۹۰ و ۹۸ به ترتیب ۷۶ درصد و ۶۴ درصد است، در صورتی که میزان تحقق هزینه های جاری در سال های ۹۰ و ۹۸ به ترتیب ۹۱ درصد و ۸۸ درصد است. نوسان های نرخ ارز و تخصیص و تأمین ارز نیز از متغیرهای اثرگذار بر کاهش تشکیل سرمایه است. این عامل به خصوص بر عدم ورود ماشین آلات و کالاهای سرمایه ای و به تناسب آن عدم ورود فناوری به کشور مهم است.

بر این اساس، کاهش انباشت سرمایه، علاوه بر تهدید رشد اقتصادی سال های آتی، سبب عدم ورود فناوری به کشور شده و خود به طور نمایی و تصاعدی، وضعیت اقتصادی کشور و نقش آن در زنجیره اقتصاد جهانی را با مشکل مواجه خواهد کرد.

منبع: دنیای اقتصاد

وجود دارد. وضعیت روند نسبت پروانه های بهره برداری به جواز تأسیس با وقفه سه ساله در نمودار زیر ارائه شده است. در این نمودار، نسبت پروانه بهره برداری به جواز تأسیس در کشور و استان اصفهان روند افزایشی دارد.

روند افزایشی جواز تأسیس

با توجه به اینکه سهم طرح های توسعه ای از پروانه های بهره برداری زیاد است و نسبت پروانه های بهره برداری به جواز تأسیس با وقفه سه ساله، روند افزایشی دارد، نمی توان نتیجه گرفت که سرمایه گذاری در طرح های موجود به اشباع رسیده است. همچنین این روند افزایشی، نشان دهنده بهبود محیط کسب و کار و رفع موانع موجود به طور کلی و به خصوص در زمینه اخذ مجوزها با شیب کم است. البته این نسبت هنوز بسیار پایین است و نیاز به ارتقا دارد. در بخش معدن نیز در ۹ ماهه ۹۸ تعداد پروانه های بهره برداری صادره، ۳۳۳ فقره بوده که نسبت به ۹ ماهه ۹۷ تغییری نکرده است. در نتیجه در این حوزه نیز به طور متوسط کمتر از ۴۵ درصد پروانه های کشف به بهره برداری می رسد. همچنین میزان اشتغال این واحدها کاهش یافته که بیانگر سرمایه پذیری بیشتر این معادن است.

آمار ارائه شده حاکی از در نظر گرفتن تورم و اثر قیمت هاست. برای حذف آثار قیمتی و بررسی واقعیت افزایش سرمایه بدون در نظر گرفتن تورم، سرمایه ثابت در ماشین آلات و در ساختمان به قیمت های ثابت سال ۹۰ محاسبه شده است. بر این اساس نه تنها افزایشی در تشکیل سرمایه ثابت وجود ندارد، بلکه مقدار سهم تشکیل سرمایه از GDP در سال گذشته، ۴ درصد نیز کاهش پیدا کرده است. این کاهش در هر دو نسبت سهم تشکیل سرمایه در ماشین آلات و در ساختمان از تولید ناخالص داخلی ۲ درصد است. روند کاهشی سهم تشکیل سرمایه ثابت در GDP دارای سابقه بوده و این نسبت از ۲۰ درصد در سال ۹۰ به رقم ۱۱ درصد در سال گذشته کاهش یافته است و خود دورنمای نامناسبی از اقتصاد را نشان می دهد که دلیل اصلی آن بهبود نیافتن شرایط کسب و کار و همین طور نوسان شاخص های کلان اقتصادی به ویژه تورم و نرخ ارز است.

گلشیرازی بر این نکته نیز تأکید می کند که با بهبود گذرای محیط کسب و کار در ۹ ماهه ۹۸، مقدار عددی و نسبت سرمایه گذاری به GDP در قیمت های جاری افزایش پیدا کرده است. بیشترین کاهش سهم تشکیل سرمایه مربوط به نسبت تشکیل سرمایه در ساختمان از GDP است که از رکود بخش مسکن حکایت دارد. دلیل اصلی این موضوع بازدهی بیشتر بازارهای موزی بوده است.

رشد اقتصادی و رشد تشکیل سرمایه نیز حکایت از رابطه مستقیم شرایط کلی اقتصادی بر تشکیل سرمایه دارد. رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۹۷ منفی ۴/۷ درصد و در سال گذشته منفی ۷/۶ درصد و رشد تشکیل سرمایه نیز به ترتیب منفی ۵/۵ درصد و منفی ۲/۷ درصد بوده است، به ویژه رشد منفی اقتصاد که منجر به عدم



در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد

دوره آموزشی الزامات سیستم مدیریت کیفیت آزمایشگاه

مدرس: مهندسی لطافتی

جمله این موارد می‌توان به صحه‌گذاری روش‌های آزمون استاندارد نشده، تضمین کیفیت نتایج آزمون، کنترل آزمون‌های نامنطبق و مبحث تجهیزات آزمون و کالیبراسیون اشاره نمود.

شایان ذکر است دوره آموزشی مرتبط با الزامات و ممیزی داخلی ویرایش سال ۲۰۰۵ استاندارد پادشده در طی سال‌های گذشته، چندین بار در انجمن برگزار و مورد استقبال شرکت‌های عضو قرار گرفته بود. با توجه به لزوم استقرار الزامات این استاندارد جهت احراز صلاحیت آزمایشگاه‌های همکار سازمان

یکصد و چهل و هشتمین دوره آموزشی انجمن روز چهارشنبه یکم مردادماه با حضور مدیران و کارشناسان کنترل کیفیت چند شرکت تولیدی عضو انجمن برگزار شد.

این دوره، اختصاص به تشریح الزامات سیستم مدیریت کیفیت آزمایشگاه بر مبنای استاندارد بین‌المللی ISO/IEC 17025 ویرایش سال ۲۰۱۷ داشت. در این دوره آموزشی یکروزه، مهندس لطافتی مدرس دوره، تغییرات ویرایش سال ۲۰۱۷ نسبت به ویرایش قبلی سال ۲۰۰۵ را به صورت بنده‌بند برای حاضران تشریح نمود. از





انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

کارکردهای فن کانوکشن

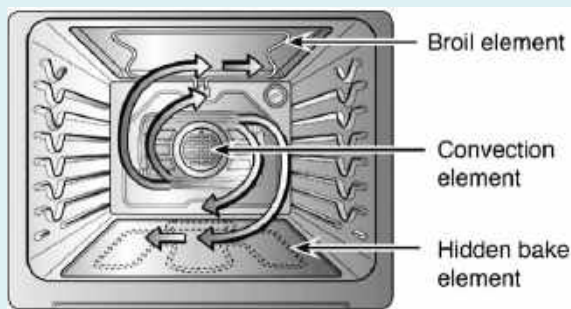
فن کانوکشن موجود در فرها، جریان هوای داغ در اطراف غذا به صورت یکنواخت پخش می‌شود. در حالی که در فرهای معمولی انتقال درجه حرارت تنها از طریق دیواره‌ها انجام می‌شود و به همین دلیل دما در نقاط مختلف آن متفاوت است. در این نوع فر، هوای درون فر در درون دستگاه به گردش در می‌آید و از همه طرف به غذا وارد می‌شود و آن را کامل گرم می‌نماید. به علت این پدیده فیزیکی، حرارت سریع‌تر در تمام فضای فر بالا رفته و یکنواخت می‌شود و به صورت همسان در تمام نقاط فر به گردش می‌آید.

تست‌های اندازه‌گیری و عملکردی:

مطابق استاندارد ملی ۱۵۶۲ در بحث ایمنی کلیه موارد اشاره شده در این استاندارد را باید در ساخت و تولید این فن‌ها رعایت گردد تا تأییدیه‌های این سازمان را اتخاذ کند (کلاس حرارتی H). لذا برای بالاتر بردن عوامل کمی و کیفی تست‌های دیگری همچون تست الکتریکال و تست در دستگاه آون حرارتی، تست ولتاژ بالا، دور سنجی باید بر روی این محصولات انجام گردد. با استفاده از دستگاه‌های اندازه‌گیری مولتی تستر تست‌های الکتریکی همچون توان مصرفی، ولتاژ، جریان مصرفی و نشتی جریان را اندازه‌گیری کرد. در دستگاه تست آون حرارتی میزان تحمل حرارتی مربوط به الکتروموتور در دماهای مختلف مورد تست قرار می‌گیرد. (سیم پیچ، مواد پلاستیکی بوبین، پرمایک بین بوش و شفت و...)

پس از انجام تست‌های اولیه به روش بازدید ظاهری می‌توان به بررسی عملکرد این فن‌ها پرداخت:

- عدم وجود گیر یا قفل شدگی طی کارکرد
- عدم وجود سرو صدا بالا در حالت باز کردن درب فر
- ایجاد سیر کولاسیون مناسب هوا در داخل فر
- عدم دفرمگی یا تغییر شکل حین کار در دمای بالا



موقعیت قرارگیری فن کانوکشن داخل فر

ملی استاندارد، برگزاری دوره آموزشی ویرایش سال ۲۰۱۷ این استاندارد، توسط واحد آموزش انجمن برنامه‌ریزی شد.

مهندس لطافتی مدرس دوره آموزشی، به فراگیران پیشنهاد داد برگزاری دوره آموزشی تخمین عدم قطعیت اندازه‌گیری آزمون‌ها که بخش مهمی از فعالیت‌های یک آزمایشگاه همکار به شمار می‌رود، با درخواست کتبی هریک از شرکت‌های عضو انجمن، در محل آزمایشگاه شرکت‌ها انجام شود تا به‌طور همزمان، محاسبه عدم قطعیت آزمون‌های آزمایشگاه‌ها نیز انجام گیرد. شایان ذکر است برطبق فرم‌های نظرسنجی تکمیل شده، فراگیران سطح برگزاری دوره آموزشی الزامات سیستم مدیریت کیفیت آزمایشگاه ISO/IEC 17025 ویرایش سال ۲۰۱۷ را خیلی خوب ارزیابی و رضایت کامل خود را اعلام نمودند.

لیست شرکت‌کنندگان دوره آموزشی استاندارد ۹۹/۵/۱ به شرح زیر است:

حمید جهان بخشی؛ مسئول آزمایشگاه از شرکت لوازم خانگی پارس

مریم رحیم حسینی؛ لوازم خانگی فیلور
مجید محمودی یگانه؛ رئیس کنترل مواد اولیه لوازم خانگی فیلور

علی کریمی؛ راسته کناری مدیر کنترل کیفیت پارسیان نوین

مصطفی نظری؛ مسئول آزمایشگاه محصول دیپوینت
عطیه علیزاده؛ مسئول آزمایشگاه شیمی از شرکت دیپوینت

علی آرشی؛ مدیر کنترل کیفیت تفلون جنوب
حامد دولتی؛ کارشناس آزمایشگاه تکران مبرد
آزاده درخشانی؛ مدیر کنترل کیفیت رومانزو
سید احمد اشرفیون؛ سرپرست کنترل کیفیت گل آسای سرما

محسن گشانی؛ مدیر سابق نوران صنعت تهران همارا





انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

انجمن در رسانه‌ها

گفت‌وگو با رسانه‌ها درباره مسائل و مشکلات صنعت لوازم خانگی یکی از رویکردهای اصلی رسانه‌ای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به شمار می‌رود. در دو ماهه اخیر مهندس عباس هاشمی دبیرکل انجمن لوازم خانگی ایران با رسانه‌های دیداری، نوشتاری و شنیداری مصاحبه‌هایی انجام داده‌اند که بخش‌هایی از اهم این مصاحبه‌های رسانه‌ای از نظرتان می‌گذرد.

عباس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در گفت‌وگو با ایسنا اعلام کرد:

// **ضرورت تأمین ارز برای تعطیل نشدن تولید لوازم خانگی**

وی با اشاره به محدودیت تأمین و تخصیص ارز به اقلام وارداتی مورد نیاز تولید در صنعت لوازم خانگی، وضعیت واحدها را بحرانی توصیف کرد و گفت: در صورت ادامه این شرایط احتمال دارد تولید واحدهای لوازم خانگی تا ۴۵ روز دیگر متوقف شود.

هاشمی با بیان اینکه با وجود گروه کالایی قطعات و مواد اولیه لوازم خانگی که باید ارز نیمایی دریافت کنند، در سال جاری ۲۵ درصد نیاز این صنعت از طریق سامانه نیما و مابقی از ارز اشخاص تأمین شده است، تصریح کرد: به نظر می‌رسد هدف بانک مرکزی از این سیاست کنترل نرخ ارز است، اما این روند منجر به بحران جدی برای صنعت کشور خواهد شد.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از صدور بخشنامه‌ای از سوی بانک مرکزی خبر داد که طبق آن تولیدکنندگان دیگر نمی‌توانند از ارز اشخاص یا ارز حاصل از صادرات غیراستفاده کنند

عباس هاشمی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: بر اساس این بخشنامه تمام ارز حاصل از صادرات باید در سامانه نیما عرضه شود و واحدهای تولیدی در صف انتظار تأمین ارز از سامانه نیما قرار بگیرند. این در حالی است که برخی تولیدکنندگان کوتاژهای صادراتی را با مشکل پیدا و ریال مورد نیاز را تأمین کرده بودند، اما بانک مرکزی به یکباره باعث توقف این روند شده است.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت‌وگو با خبرگزاری صنایع مطرح کرد:

// **تعیین قیمت مواد اولیه بر اساس قیمت‌های جهانی، هزینه تولید را افزایش می‌دهد**

هنوز ما در این خصوص با مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کنیم و هنوز برخی پرونده‌های واحدهای تولیدی لوازم خانگی در بانک مرکزی بلاتکلیف مانده است و تعیین ارز نشده است. دبیر انجمن لوازم خانگی در خصوص قیمت‌های جهانی مواد اولیه که تأثیر چشم‌گیری بر لوازم خانگی دارند، گفت: مواد اولیه داخلی مورد نیاز لوازم خانگی که در صنایع فولاد و پتروشیمی مانند ورق فولاد، ورق روغنی، ورق پیش‌رنگ و... تولید می‌شوند، بر اساس قیمت‌های جهانی عرضه می‌شود که بر لوازم خانگی تأثیرات منفی گذاشته است. هاشمی در خصوص عدم اعطای مزیت به تولید لوازم خانگی نیز اشاره داشت و یادآوری کرد: تعیین قیمت مواد اولیه بر اساس قیمت‌های جهانی، هزینه مواد اولیه را نزدیک به ۱۲۰ تا ۱۳۰ درصد افزایش داده است، در حالی که واحدهای تولیدی لوازم خانگی، هیچگونه مزیتی چه در مواد اولیه داخلی و چه در تأخیرات دو سه ماهه عدم تعیین ارز و... برای آنها به صورت عملی تعیین نشده است.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی با معرفی مشکلات ارزی، مواد اولیه و قاچاق به‌عنوان سه چالش اصلی صنعت لوازم خانگی، تعیین قیمت مواد اولیه بر اساس قیمت‌های جهانی را عامل افزایش هزینه تولید تا حدود ۱۳۰ درصد معرفی کرد. عباس هاشمی در گفت‌وگوی اختصاصی که با خبرنگار صنایع داشت، اظهار کرد: تنها ۳۰ تا ۳۵ از محصولات لوازم خانگی در کشور cbu و ارزی دارند و حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد این لوازم بومی شده است. مشاور عالی انجمن صنایع لوازم خانگی که در حال حاضر با اختیار دبیر در این انجمن فعالیت می‌کند، پیرامون بحث تأخیرهای ارزی دوسه ماه بانک مرکزی، افزایش مداوم نرخ ارز و مشکلات واحدهای فعال در صنعت لوازم خانگی، گفت: اگر چه اهداف و برنامه‌های صنعت لوازم خانگی در رابطه با آمار تولیدی که وزارت صنایع در نظر گرفته است و در سال جهش تولید الزامی است که به صورت عاجل این ۳۰ الی ۳۵ درصد نیاز ارزی مواد اولیه واردات لوازم خانگی تأمین شود اما



عباس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت و گو با برنامه صبح گفت و گو مطرح کرد:

شفاف سازی؛ درخواست فعالان صنعت لوازم خانگی

خرج دهد و تأمین این ۳۰ درصد نیاز ارزی را برای تحقق «جهش تولید» در اولویت قرار دهند. دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از وزارت صمت تقاضا کرد این بررسی را هر چه سریع تر با همکاری NGOها انجام دهد و اگر هم در تخصیص ارز نیمایی محدودیت هایی وجود دارد حداقل تأمین ارز متقاضی پیش بینی شده را به سرعت عملیاتی کند. مرکز پژوهش های مجلس هم با بخش خصوصی و تشکلهای بیشتر همکاری کند و حرف های بخش خصوصی را بشنود چرا که طرح های این بخش می توانند دست مایه خوبی برای تصویب قوانین باشند. هاشمی تأمین مواد اولیه به صورت اعتباری برای تولیدکنندگان از سوی دولت را در شرایط وخیم نقدینگی واحدهای تولیدی کمک بسیار بزرگی به تحقق شعار «جهش تولید» دانست.

به گزارش سایت خبری رادیو گفت و گو، مهندس عباس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و غلامرضا مرحبا نماینده منتخب مجلس یازدهم با برنامه «صبح و گفت و گو» درباره لوازم خانگی و مشکلات این بازار گفت و گوی تلفنی کردند. هاشمی با اشاره به نگرانی واحدهای تولیدی از تخصیص نیافتن به موقع ارز گفت: گروه های کالایی ۲۱، ۲۲، ۲۳ و ۲۴ در گذشته تأمین ارز نیمایی می شدند اما هم اکنون تأخیر در تخصیص این ارز موجب نگرانی واحدهای تولیدی و صنعتی کشورمان شده است. وی با بیان اینکه عمده ساخت کالای داخلی در بخش لوازم خانگی صورت می گیرد تأکید کرد: وقتی فقط ۳۰ درصد از نیاز ارزی برای اجزا و قطعات وارداتی است لذا وزارت صنایع و بانک مرکزی هم باید حساسیت به

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اعلام کرد:

لوازم خانگی تابع قیمت گذاری هستند

قیمت گذاری هستند اما سازمان حمایت در سال ۹۹ هیچ گونه افزایش قیمتی را مصوب نکرده است و افزایش قیمت ها مورد تأیید وزارت صمت نیز نمی باشد. در سال ۹۹ هنوز هیچ تصمیمی برای افزایش قیمت گرفته نشده است و با گرانفروشان برخورد خواهد شد. بخشی از لوازم خانگی متکل به مواد اولیه ای است که از خارج وارد می شود و با توجه به افزایش قیمت ارز افزایش قیمت قابل قبول است اما هنوز هیچ افزایش قیمتی مصوب نشده است بلکه از فضای ایجاد شده در نهادها و قیمت ارز سودجویان سواستفاده می کنند. با توجه به اینکه ظرفیت تولید ما حدود ۲۰ میلیون است در سال گذشته نزدیک به ۹ میلیون دستگاه لوازم خانگی تولید شده است و هیچ مشکلی در زمینه تولید نداریم. افزایش قیمت در بازار محدود است چون افزایش قیمتی به صورت جدی نداشته ایم. او افزود: مشکل اصلی ما در لوازم خانگی قاچاق است که در دستور کار مبارزه قرار گرفته است. مدیرکل لوازم خانگی وزارت صمت افزود: بالا رفتن قیمت ارز و وقفه در تخصیص ارز و قیمت نهاده ها و مواد اولیه در افزایش قیمت لوازم خانگی بی تأثیر نیست اما قیمت گذاری ها باید به صورت اصولی و مصوب باشد اما با گرانفروشی های بی واسطه برخورد خواهد شد. جوهریان نیز در ارتباط تلفنی گفت: حداکثر تغییر قیمت لوازم خانگی تأیید شده تا ۲۰ درصد بوده که برخی شرکت ها اعمال کرده اند.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه خبر، عباس هاشمی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی در ارتباط تصویری زنده شبکه خبر که با حضور کیوان گردان، مدیرکل دفتر صنایع برق، فلزی و لوازم خانگی و جوهریان مدیرکل نظارت بر کالاهای فلزی و معدنی برگزار می شد، گفت: برخلاف افزایش بالای ۱۰۰ درصدی مواد اولیه داخلی و تأخیر دو سه ماهه بانک مرکزی در تخصیص ارز، تورم، افزایش دستمزدها واحدهای تولیدی در زمینه تولید به مشکل خورده اند. او افزود: تاکنون از طرف انجمن درخواستی برای افزایش قیمت لوازم خانگی ارائه نشده است و اسناد نشان می دهد با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه شاید حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش قیمت داشته باشیم اما افزایش قیمت به طور رسمی نداشته ایم. پیش بینی می شود با توجه به کمبود مواد اولیه کمبود کالا نیز در ماه های آینده داشته باشیم. با توجه به تورم ۴۲ درصدی و دوبار شدن ارز نمی توان از تولیدکننده انتظار داشت قیمت ها را ثابت نگه دارد. بخش بزرگی از تولیدکنندگان به دلیل عدم دسترسی مواد اولیه در بورس مواد اولیه را از بازار آزاد تهیه می کنند برنامه ریزی شش ماهه برای واحد تولیدی در این شرایط غیرممکن است. هاشمی گفت: پیشنهاد انجمن این است که اموری که قابل تفویض به بخش خصوصی است انجام شود و وزارت صمت برون سپاری و اعتماد به بخش خصوصی را داشته باشد تا به جهش تولید مد نظر برسیم. کیوان گردان در این رابطه گفت: صنعت لوازم خانگی تابع



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای بلند صنعت لوازم خانگی کشور

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در گفت‌وگو با روزنامه جهان اقتصاد:

صنعت لوازم خانگی گرفتار چالش تأمین ارز و مواد اولیه است

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در گفت‌وگویی تفصیلی با روزنامه جهان اقتصاد، ضمن تشریح اقدامات و برنامه‌های این انجمن، وضعیت بازار لوازم خانگی را تشریح کرد. عباس هاشمی در این گفت‌وگو، ضمن اشاره‌ای به تاریخچه انجمن و اقدامات انجام گرفته، به برنامه‌های سال ۹۹ این انجمن اشاره کرد و در ادامه وضعیت این صنعت را مورد بررسی قرار داد. چکیده‌ای از این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

به طور کلی، طیف وسیعی از جامعه تولیدکنندگان کشور عضو انجمن هستند. انتظار داریم که در تمام تصمیمات کلانی که درباره صنعت لوازم خانگی ایران گرفته می‌شود از جمله قانونگذاری و لایح، از پتانسیل‌های انجمن صنایع لوازم خانگی ایران استفاده شود. حتی برخی از اختیارات و وظایف را می‌توانند به ما تفویض کنند. اصولاً دولت باید صرفاً سیاست‌گذار بوده و نظارت عالی بر مجموعه قوانین صنعتی کشور و نحوه اجرایش داشته باشد. اگر خدای ناکرده میان دولت و بخش خصوصی رقابت باشد به نتایج نامطلوبی ختم خواهد شد. سیاست انجمن صنایع لوازم خانگی ایران این است که به عنوان بازوی مشورتی و اجرایی در کنار دولت باشد. بزرگترین جامعه صنعتی در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران متمرکز است. عمق ساخت داخل در یخچال فریزر ۷۰ درصد، در لباسشویی ۷۰ درصد، در کولر آبی تا ۱۰۰ درصد، در پکیج ۷۵ درصد و در ماکروویو ۷۰ درصد است و این صنایع بومی‌سازی شده‌اند. این رقم در ساخت تلویزیون در حدود ۳۷ درصد است که فقط مربوط به کشور ما نمی‌شود و همه کشورها را دربر می‌گیرد. در صنعت لوازم خانگی به نسبت چند سال گذشته از عمق ساخت داخل بسیار مطلوبی برخوردار هستیم. انجمن صنایع لوازم خانگی ایران سالانه نمایشگاه‌های بین‌المللی با گریدها + را با حضور شرکت‌های داخلی و خارجی برگزار می‌کند. نمایشگاه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سال ۱۳۹۸ با حضور ۵۰۰ شرکت داخلی و خارجی توسط دکتر مدرس خیابانی سرپرست فعلی وزارت صمت افتتاح شد. همچنین انجمن به مدت ۱۴ سال یک ماهنامه تخصصی در ۳۶۵ شماره و با تیراژ سراسری منتشر می‌کند. برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در حوزه استانداردهای ملی، صادرات، کنترل کیفی و قطعه‌سازی و برنامه‌ریزی برای برگزاری سمینارهای تخصصی از دیگر فعالیت‌های انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به شمار می‌رود.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در عین داشتن توانایی‌های فراوان با مشکلاتی هم مواجه است. این انجمن با توجه به نام‌گذاری امسال به عنوان سال جهش تولید و برنامه اعلام شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، برنامه‌ریزی گسترده‌ای را برای افزایش تولید یخچال فریزر به تعداد یک میلیون و ۲۵۰ هزار دستگاه، ماشین لباسشویی ۹۵۰ هزار، کولر آبی یک میلیون و ۱۰۰ هزار، پکیج ۶۵۰ هزار، تلویزیون

یک میلیون و ۳۰۰ هزار و ماکروویو یکصد هزار دستگاه انجام داده است. برای رسیدن به این هدف، انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به دنبال این است تا اعضایش بتوانند به ارز مورد نیاز برای واردات ۳۰ تا ۳۵ درصدی مواد اولیه و قطعات دسترسی داشته باشند. این انجمن همچنین تلاش می‌کند تا تأمین مواد اولیه داخلی برای واحدهای تولیدی عضوش تسهیل شود. برای رسیدن به شعار جهش تولید و برنامه هدف‌گذاری شده از سوی وزارت صمت یکسری الزامات نیاز است که بدون تحقق آن به اهداف پیش‌بینی شده نمی‌رسیم. عدم تخصیص به موقع و کافی ارز از سوی بانک مرکزی و تأخیر دو و نیم تا ۳ ماهه در تخصیص ارز باعث رکود تولید شده است. همچنین متأسفانه فرایند تخصیص ارز در بانک مرکزی مشخص و شفاف نیست. ما برای تحقق جهش تولید و افزایش میزان تولید که شاه بیت رشد صادرات است، به مواد اولیه داخلی و وارداتی نیاز داریم. حداقل انتظار این است تولیدکننده‌ای که محصولات خود را صادر می‌کند بتواند ۱۰۰ درصد مواد اولیه مورد نیازش را از محل صادرات محصولاتش تأمین کند. به این ترتیب، باری هم بر دوش بانک مرکزی نخواهد بود. در فرایند اختصاص ارز حاصل از صادرات باید شفافیت باشد و ارز مورد نیاز به سرعت تخصیص یابد. در غیراین صورت، واحدهای صنعتی با تکلیف خواهند ماند که باعث کاهش تولید، کمبود محصول و افزایش قیمت می‌شود. این فرایند همچنین موجب پیدایش معضل قاچاق خواهد شد. مواد اولیه داخلی صنایع لوازم خانگی از جمله ورق فولادی، مقاطع آلومینیومی، مسی و برنجی و مواد پتروشیمی در بورس ایران عرضه شده و فرمول محاسبه قیمت شان هم براساس قیمت‌های جهانی است. ما در دریافت مواد اولیه به لحاظ قیمتی هیچ مزیتی را در قیاس با صنایع کشورهای دیگر از جمله ترکیه نداریم و از سوی دیگر، با بحث میزان عرضه هم مواجه‌ایم. همه ما در یک کشور زندگی می‌کنیم و سعادت و رفاه مردم هدف نهایی ماست. باید فراوانی را کنار گذاشت و شرایط کشور و وضعیت معیشت را در نظر گرفت و براساس منابع مالی در دسترس برنامه‌ریزی کرد. سؤال اینجاست که چرا سازمان حمایت به قیمت مواد اولیه نظارتی ندارد؟ آیا نظارت بر قیمت عرضه مواد اولیه دشوارتر است تا تحکم به چند صد واحد تولیدی و صنعتی؟! ما خودمان را معلق نگه داشته‌ایم و گویا با هم تعارف داریم. باید صراحت داشته باشیم و شفاف‌سازی کنیم. واحدهای تولیدی و اهله‌ای از افزایش نرخ ارز ندارند اما نظارت عالی در بورس و عرضه مواد اولیه در آن ضروری است. در همین راستا، اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران بیانیه‌ای را در ۱۷ بند آماده و برای مقامات کشور، وزراء، نمایندگان مجلس، اتاق‌های بازرگانی ایران و تهران و مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی ارسال کرده‌اند. در این بیانیه راهکارهایی ارائه شده است که امیدواریم مورد توجه قرار گیرد.



نرخ دلار از چند مسیر لوازم خانگی را گران می‌کند

هر شکلی که هست باید در روندی شفاف صورت گیرد. تحقق این هدف در سالی که با عنوان سال جهش تولید نام‌گذاری شده دارای الزاماتی است که یکی از آنها تأمین ارز لازم برای تولیدکنندگان و واردکنندگان است تا بتوانند کالای خود را با قیمت نهایی مناسب‌تری در بازار به فروش برسانند.

به جز نرخ ارز با چه مشکل دیگری روبه‌رو هستید؟

تأمین مواد اولیه از مسائل جدی دیگر است. مبنای محاسبه قیمت در بورس کالا، قیمت‌های جهانی است. اکنون در حاشیه این بازار، یک بازار آزاد هم ایجاد شده که قیمت‌های آن بیشتر از قیمت فلزات در بورس کالا است. **یعنی کف قیمت فلزات در بازار آزاد، بیشتر از قیمت در بورس کالا است؟**

بله. کف قیمت در بورس کالا به‌صورت تصنعی تعیین می‌شود و در بازار آزاد همیشه قیمت فلزات از بازار جهانی بیشتر محاسبه می‌شود.

این مسئله برای تولیدکننده به چه معناست؟

این گرانی مواد اولیه موجب مشکلاتی برای تولیدکننده می‌شود و باعث می‌شود تولید خود را کاهش دهند و قیمت را افزایش دهند و در نتیجه آن قاچاق رونق می‌گیرد.

سازمان حمایت چه تدابیری می‌تواند داشته باشد؟

سازمان حمایت به‌زعم خودش اقدامات مفیدی انجام داده است اما این سازمان نیز توجهاتش این است که کالای تولیدشده باید بر اساس قیمت مواد اولیه محاسبه شود اما در عمل این اتفاق نمی‌افتد چون یک واحد تولیدی به دلیل عدم اطمینان از تأمین مواد اولیه باید مواد اولیه مورد نیازش را انبار کند. در حالی که در جهان الان تولید از مدل just in time پیروی می‌کند و تولیدکنندگان حداقل انبار مواد را دارند.

یعنی سازمان حمایت انتظار دارد قیمت نهایی کالا با قیمت

مواد اولیه در زمانی که خریداری شده تناسب داشته باشد؟ دقیقاً. اما به این نکته توجه نمی‌شود که تولیدکننده باید بتواند مواد اولیه خود را با قیمت‌های جدید کالای نهایی جایگزین کند و اگر این اتفاق نیفتد در چهار سیکل تولید کالا هیچ ماده اولیه‌ای برایش باقی نمی‌ماند. یعنی وقتی دلار گران می‌شود تولیدکننده اگر قیمت کالایی خود را که مواد اولیه ارزان‌تری داشته افزایش ندهد به مرور دچار مشکل می‌شود.

عباس هاشمی دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» از تأثیر گرانی ارز بر این صنعت می‌گوید. مهندس هاشمی در این گفت و گو به موضوع گرانی ارز، هزینه‌های تولید؛ شرایط عرضه و تقاضا در بازار پرداختند.

گرانی این روزهای ارز چه تأثیری روی قیمت لوازم خانگی در ایران می‌گذارد؟

طبیعی است که وقتی قیمت ارز افزایش می‌یابد، قیمت اجناس به تبع آن زیاد می‌شود و وقتی قیمت اجناس زیاد می‌شود از آنجا که درآمد خانوارها زیاد نشده قدرت خریدشان کم شده و در نتیجه تقاضای خرید کالا کم می‌شود و افت و رکود در بازار اتفاق می‌افتد.

اما برخی معتقدند با کاهش تقاضا قیمت نیز کاهش پیدا می‌کند، نظر شما چیست؟

آنچه گفتم به این معنی نیست که قرار است چیزی ارزان شود، چون موجودی کالاهای موجود در انبار هم در مضیقه است و در این زمینه هم بحران داریم. از سوی دیگر وقتی هزینه تولید کالا افزایش می‌یابد تولیدکننده نمی‌تواند دامنه سود خود را کاهش دهد.

در لوازم خانگی قیمت ارز چقدر تأثیرگذار است؟

۶۵ تا ۷۰ درصد اجزا و قطعات مورد نیاز برای ساخت لوازم خانگی تولید داخل ایران است و ۳۵ درصد از خارج وارد می‌شود. اما باید توجه کنیم که همان قطعات اولیه ساخت داخل نیز مواد اولیه‌شان ممکن است از خارج وارد شود. بنابراین نرخ ارز از دو مسیر بر قیمت تمام‌شده لوازم خانگی تأثیر می‌گذارد. در تولید لوازم خانگی مثلاً پلی کربنات تولید داخل کشور است اما ورقه استیل ضدلکه از خارج وارد می‌شود.

ارز لازم برای تولید لوازم خانگی در ایران توسط بانک مرکزی تأمین نمی‌شود؟

مدتی ارز نیمایی توسط بانک مرکزی ارائه شد اما از اوایل بهمن سال گذشته این ارز برای قطعات و مواد اولیه کاهش یافت تا جایی که در سه ماه اخیر تقریباً متوقف شده است. اما مشکل ما که به وزارت صمت هم اعلام کرده‌ایم چیز دیگری است.

با چه مشکلی رو به رو شدید؟

ما به وزارت صمت اعلام کرده‌ایم ارزی که به ما می‌دهند چه ارز نیمایی، چه ارز حاصل از صادرات، به



واحد مارکتینگ بازویی برای عبور از بحران

■ مهدی ترکمان

■ مشاور برندسازی و توسعه کسب و کار

مقدمه

ساختارهای سازمانی در غالب شرکت‌های لوازم خانگی ایران متشکل از واحدهای تولید، بازرگانی، فروش، خدمات پس از فروش و مالی است. و در کمتر شرکتی دیده می‌شود که واحد مستقلی به نام بازاریابی یا مارکتینگ هم رده سایر واحدهای سازمانی وجود داشته باشد. هر چند ممکن است نام این واحد را توسعه بازار، مدیریت برند یا نام دیگری بگذاریم ولی مهم آن است که واحدی در تشکیلات سازمانی باشد که هدف آن انجام تخصصی اموری همچون تبلیغات و برندسازی، تحقیقات بازار، توسعه محصول، تعیین اهداف فروش، قیمت‌گذاری و امثال این باشد. اموری که هر چند مستقیم منجر به تولید یا فروش نمی‌شوند اما در روان‌سازی جریان تولید و فروش کمک بسیاری می‌کنند.

هر چند در برخی سازمان‌ها این واحد به صورت مهجور زیر نظر مدیریت فروش فعالیت می‌کند اما در این نوشتار می‌خواهیم نگاهی به ضرورت و اهمیت ایجاد این واحد سازمانی در شرکت‌های لوازم خانگی بیندازیم.

پیش از ورود به بحث اصلی بهتر است گرایش‌های اصلی در کسب و کار را مرور کنیم.

۱- بازارهای تولید محور: مصرف‌کنندگان خواهان محصولاتی هستند که در دسترس بوده و استطاعت خرید آن را داشته باشند. بنابراین تمرکز باید بر بهبود تولید و توزیع باشد. وقتی صحیح است که تقاضا بیشتر از عرضه است.

۲- بازارهای محصول محور: مصرف‌کنندگان محصولاتی که کیفیت بهتر، کارکرد و کشش بهتری دارند خریداری می‌کنند. تمرکز تولیدکنندگان به تمایز در ویژگی‌های محصول و استاندارد بالاتر است. اما محصولات با استاندارد پایین‌تر هم خریداران خود را دارد.

۳- بازارهای برند محور: بازارهایی است که اغلب تولیدکنندگان محصولات استاندارد و متناسب تولید می‌کنند و عرضه از تقاضا پیشی گرفته است. در این بازارها، وظیفه اصلی هر سازمان تعیین نیازها، خواسته‌ها و ارزش‌های بازار هدف و تطبیق سازمان برای ارضای آنها به گونه‌ای مؤثرتر و مفیدتر از سایر رقباست.

در واقع امروزه در غالب صنایع بازارهای شکل سوم (برند محور- مارکتینگ محور) تسلط پیدا کرده و الزامات و قوانین رقابت را تغییر داده است. بازار لوازم خانگی در ایران نیز در حال تجربه کردن این فضا است.

در تعریف مارکتینگ می‌توان گفت که مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، دسته‌ای از نهادها و فرایند ایجاد، اطلاع‌رسانی، تحویل و مبادله کالا و خدماتی است که برای مشتریان، ارباب رجوع، شرکا و جامعه بطور کلی ارزش دارند.

چرا مارکتینگ در شرکت‌ها مهم است:

اگر شما از آن دسته مدیران هستید که اعتقاد چندانی به فرآیندهای مارکتینگ در شرکت ندارید بهتر است این ۸ نکته را در اهمیت خروجی‌های واحد مارکتینگ مطالعه کنید:

۱- مارکتینگ ما را در رسیدن، حفظ کردن و بالابردن استانداردهای زندگی کمک می‌کند. اما چرا گفته می‌شود مارکتینگ به زندگی بهتر منجر می‌شود؟ ارتباط اینها در شکل زیر آمده است. بنابراین نهایتاً مارکتینگ نوعی مسئولیت اجتماعی شرکت در مقابل جامعه است.

۲- مارکتینگ فرصت‌های همکاری واحدهای مختلف سازمان را بیشتر می‌کند. (فروش، تولید، بازرگانی، مالی و...) در واقع در پروژه‌های مارکتینگ واحدهای مختلفی درگیر خواهند بود.

مثلاً وقتی می‌خواهد یک تیزر تبلیغاتی ساخته بشود، تیم تولید باید مزیت‌های محصول را لیست کند، واحد مالی امکان تخفیفات بیشتر رو اعلام کند، واحد فروش آمادگی پاسخگویی خود را ارزیابی کند و...

۳- انتقال تلاش‌های تیم تولید به مصرف‌کننده (خیلی وقت‌ها بهترین محصول در کارخانه ساخته می‌شود اما مصرف‌کننده، موقع انتخاب خرید یا مصرف نمی‌داند که مزیت‌های موجود در محصول چی هستند) یکی از وظایف تیم مارکتینگ انتقال ویژگی‌ها و مزایای محصول به مشتری یا مصرف‌کننده نهایی است.

۴- حذف عدم تعادل بین، بازرگانی، تولید و فروش. با دانستن کشش بازار نسبت به محصولی خاص، و پیش‌بینی درست تقاضای بازار می‌توان میزان خرید مواد اولیه و میزان تولید آن رو مدیریت کرد تا در هزینه‌های شرکت صرفه‌جویی گردد.

۵- به فرآیندهای تغییر و نوآوری را در سازمان کمک می‌کند. بارها دیده شده که مثلاً برای تصمیم‌گیری در مورد تولید یا عدم



اگر نیازها و درخواست‌های مشتریان و خریداران را می‌دانید
اگر از سهم بازار برند خودمان اطلاع دارید
اگر از تحولات رقبا اطلاع دارید و تغییرات محصولی و قیمتی آنها
را می‌دانید

اگر جایگاه قیمتی و رقابتی خود را در بازار می‌شناسید
اگر برنامه‌های تبلیغی خود را برای یکسال آینده می‌دانید
اگر تارگت فروش خود را در شهرهای مختلف می‌دانید و نقاط
قوت و ضعف شبکه فروش را می‌شناسد

اگر در شبکه‌های اجتماعی حضور دارید و مردم به راحتی
می‌توانند شما را پیدا کنند

اگر نام برند شما برای جامعه هدف‌تان آشناست و به صفت‌های
خوب شما را می‌شناسند.

با مرور موارد فوق بهتر در می‌یابیم که تا چه اندازه کمبود واحد
مارکتینگ در سازمان ما احساس می‌شود.

وظایف واحد مارکتینگ

مهم‌ترین وظایف واحد بازاریابی یا مارکتینگ را در شرکت‌ها
می‌توان این‌گونه برشمرد. هر چند بسته به اهداف و استراتژی‌های
هر سازمان می‌توان اهداف را اولویت‌بندی نمود.
تعیین و اجرای استراتژی‌های بازاریابی (دسته‌بندی و انتخاب بازار
هدف و...)

مدیریت همه برند و ارتقای ارزش ویژه برند
تجزیه و تحلیل بازار (رقبا، مشتریان، تأمین کنندگان و...) از طریق
اجرای پروژه‌های تحقیقات بازار و تحقیقات بازاریابی

تولید محصولات جدید بحثی طولانی بین مدیران عامل و تولید و
مالی و... راه افتاده است. واحد مارکتینگ می‌تواند با ارائه گزارش‌ها
از روند بازار و نیازهای مشتری به صورت علمی به تصمیم‌گیری
بهتر کمک کند.

۶- مارکتینگ از شناخت نیازهای مشتری شروع می‌شود و تا
جلب رضایت و وفاداری ایشان ادامه پیدا می‌کند. به عبارت دیگر
مارکتینگ نماینده مشتری در شرکت ماست. و بیشتر وقت‌ها از زبان
وی حرف می‌زند.

۷- مارکتینگ دید بلندمدت‌تری به بیزینس ما می‌دهد. خیلی
وقت‌ها هست که برای کسب سودهای کوتاه مدت، محصولاتی
تولید یا سیاست‌هایی اتخاذ می‌شود که چند سال بعد آسیب آن
دید می‌شود و در مجموع سازمان متضرر می‌شود. واحد مارکتینگ
شرکت را به خطرات بعضی از تصمیمات زودبازده آگاه می‌کند.

۸- در نهایت باید گفت که شکست‌های بزرگ وقتی اتفاق
می‌افتند که شرکت‌ها شناخت خوبی از مشتری‌های شان ندارند.
واحد مارکتینگ با انجام منظم تحقیقات بازار، دانش و طرز فکر
مشتری را در شرکت جاری می‌کند.

چه وقت نیازی به واحد مارکتینگ نداریم:

ممکن است برخی از مدیران خود را بی‌نیاز از واحد مارکتینگ
بدانند و راه‌اندازی آن را به‌عنوان یک هزینه اضافه تلقی کنند. روی
سخن ما این است که در مواردی که اطلاعات و دانشی که در
فهرست زیر ذکر شده، در شرکت موجود باشد، نیازی به واحد
مارکتینگ نداریم.

در واقع سازمان‌ها نیازی به واحد مارکتینگ ندارند:



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صادی والدند صنعت لوازم خانگی کشور



ایجاد خطوط راهنما برای قیمت گذاری مناسب در حمایت از برند شرکت و استراتژی ها و سیاست های قیمت گذاری
ایجاد اقلام جدید تحت برند، راهکارهای فروش خلاقانه، شناساندن تصویر شرکت، موقعیت یابی سازمان در صنعت
تعیین خط مشی در تبلیغات محیطی، تبلیغات در نقاط فروش، وبسایت شرکت و غرفه های نمایشگاه
هدف گذاری فروش بر اساس معیارهای اصولی و مقبول
ارائه بودجه هزینه های تبلیغاتی
برنامه ریزی و اجرای طرح های تبلیغات در شبکه های سنتی و دیجیتال
برنامه ریزی و اجرای پروژه های تحقیقات بازار
آینده نگری در زمینه توسعه محصولات جدید و خارج کردن محصولات منسوخ
برنامه ریزی، اجرا و پیگیری حضور در رویدادها و نمایشگاه ها
همکاری در برنامه ریزی و هماهنگی برگزاری کارگاه های آموزشی، دوره های آموزشی، بازدیدهای آموزشی
در مجموع دانشی که در واحد مارکتینگ تولید می شود اگر در سازمان جاری شود و به آن اهمیت داده شود می تواند دو نقش اصلی را در کسب و کار ایفا کند:
- جلوگیری از فرورفتن شرکت در بحران
- کم کردن آسیب هایی که بحران ها به شرکت وارد می کنند.

وظایف مدیرعامل در قبال تیم مارکتینگ:

در نهایت اگر تصمیم به ایجاد واحد مارکتینگ گرفته ایم یا هم اکنون این واحد اثر بخشی خود را ندارد، مدیران ارشد باید نگاهی هم به وظایف خود در قبال واحد مارکتینگ ببندند. که تا چه اندازه آن را در نظر گرفته و پیاده سازی کرده اند:
اندازه گیری عملکرد فعالیت های مارکتینگ
مشارکت دادن مدیر مارکتینگ در تصمیم گیری های کلان سازمانی
حمایت از نظرات کارشناسانه واحد مارکتینگ در حوزه های مختلف

مبنا قراردادن خروجی های تیم مارکتینگ برای توسعه محصولات جدید یا اصلاح محصولات موجود
فراهم کردن ابزارها و تکنولوژی های جدید برای تیم مارکتینگ
هزینه کردن برای آموزش و مهارت آموزی تیم مارکتینگ (کتاب، کلاس، مشاور و...)
تخصیص بودجه برای فعالیت های تحقیقی میان مدت و بلند مدت

امید است این نوشتار تلنگری باشد برای صاحبان کسب و کار در حوزه لوازم خانگی تا بیش از پیش به فرآیندهای مارکتینگ (بازاریابی، برندسازی، تحقیقات بازار و...) در سازمان خود اهمیت بدهند و راه پایداری و توسعه کسب و کار خود را هموارتر کنند.

مقدمه

این استاندارد رویکردهای تعیین صرفه جویی های انرژی را بر اساس یکی از دو رویکرد زیر بیان می کند:
الف) رویکرد سازمان محور، به عبارت دیگر تغییر در میزان انرژی مصرفی توسط سازمان همانطور که در مرزهای سازمانی اندازه گیری می شود؛
ب) رویکرد مبتنی بر اقدامات بهبود عملکرد انرژی (EPIA)، به عبارت دیگر اجتماع صرفه جویی های انرژی حاصل از اقدامات بهبود عملکرد انرژی که در مرزهای سازمانی اندازه گیری می شود.

هر دو رویکرد شامل مقایسه مصرف انرژی در دوره زمانی معین، مصرف انرژی در دوره زمانی خط مبنا و دوره زمانی گزارش دهی با طول زمانی معادل، است. این راهنما بر اساس تلفیق دو رویکرد فوق الذکر ارائه شده است.

در این استاندارد موارد زیر نیز در چارچوب صرفه جویی های انرژی در نظر گرفته می شود:

کاربرد انرژی اولیه و تحویل شده؛

روش های نرمال سازی مصرف انرژی؛

روش های اجتماع صرفه جویی های انرژی، حاصل از انواع مختلف حامل های انرژی.

این استاندارد به منظور ایجاد بستری برای دستیابی به حداکثر میزان سازگاری با چارچوب کلی تعیین و گزارش دهی



رویکردهای استاندارد تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی

روش‌های خاص اندازه‌گیری و تصدیق عملکرد انرژی و بهبود آن، خارج از دامنه کاربرد این استاندارد است.
یادآوری: استاندارد بین‌المللی ISO 50015، اصول و دستورالعمل‌های کلی برای فرآیند اندازه‌گیری و تصدیق عملکرد انرژی در یک سازمان یا بخش‌هایی از آن را تعیین می‌کند.

۲- مراجع الزامی

کاربرد ندارد.

۳- اصطلاحات و تعاریف

در این استاندارد، اصطلاحات و تعاریف زیر به‌کار می‌رود:

۳-۱- دوره زمانی خط مبنا (baseline period)

دوره زمانی مشخص که به عنوان مرجعی برای تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی انتخاب می‌شود.

۳-۲- مرز (boundary)

محدوده فیزیکی یا مکانی و/یا حدود سازمانی که توسط سازمان (زیربند ۳-۱۶) تعیین می‌شود.

یادآوری ۱: مرزهای سازمان می‌تواند متفاوت از مرزهای مورد استفاده برای تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی باشد.

یادآوری ۲: تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی می‌تواند شامل یک یا چند مرز، برای مثال شامل یک یا چند اقدام بهبود عملکرد انرژی (زیربند ۳-۱۰)، یا بخش‌هایی از سازمان باشد.

مثال:

یک تجهیز؛ یک سیستم؛ یک فرآیند؛ گروهی از فرآیندها؛ یک اتاق؛

صرفه‌جویی‌های انرژی در پروژه‌ها، سازمان‌ها و مناطق مطابق با استاندارد ISO ۱۷۷۴۳ و همچنین اصول و دستورالعمل‌های ارائه شده در استاندارد ISO ۵۰۰۱۵ در خصوص اندازه‌گیری و تصدیق عملکرد انرژی در سازمان‌ها طراحی شده است.

صرفه‌جویی‌های انرژی - تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی در سازمان‌ها

۱- هدف و دامنه کاربرد

هدف از تدوین این استاندارد، ارائه رویکردهای تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی در سازمان‌ها است. این استاندارد در تمام سازمان‌ها جدا از وجود یا عدم وجود سیستم مدیریت انرژی، از جمله استاندارد ISO 50001، کاربرد دارد.

این استاندارد، در چارچوب صرفه‌جویی‌های انرژی به موارد زیر می‌پردازد:

- ترسیم هدف نهایی از تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی؛

- تعیین مرزها؛

- حسابداری انرژی، شامل انرژی اولیه و انرژی تحویل شده و استفاده از واحدهای رایج انرژی؛

- انتخاب یک رویکرد به منظور تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی؛

- ایجاد خط مبنا انرژی؛

- نرمال‌سازی مصرف انرژی؛

- تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی؛

- گزارش‌دهی و سایر موارد.



یک ساختمان؛ یک سایت؛ کل سازمان؛ چندین سایت تحت کنترل یک سازمان.

۳-۳- انرژی تحویل شده (delivered energy)

انرژی (زیربند ۳-۵) ورودی در مرزهای (زیربند ۳-۲) یک سازمان (زیربند ۳-۱۶) است.

یادآوری ۱: انرژی تحویل شده شامل انرژی اولیه (زیربند ۳-۱۷) تولیدشده (برای مثال نفت استخراج شده از چاه به شرط آن که داخل مرز سازمان باشد) یا انرژی تجدیدپذیر تولیدشده در محل سایت (برای مثال برق حاصل از پنل‌های فتوولتائیک) است.

۳-۴- دوباره‌شماری (double counting)

اجتماع صرفه‌جویی‌های انرژی منفرد حاصل از دو یا چند اقدام بهبود عملکرد انرژی (زیربند ۳-۱۰) زمانی که بر مصرف انرژی (زیربند ۳-۸) یکدیگر به صورت مثبت یا منفی اثرگذار باشد.

یادآوری ۱: در مواردی که اقدامات بهبود عملکرد انرژی شامل اثرات متقابل بر یکدیگر است، به دلیل اثر ترکیبی این اقدامات، ممکن است مقدار نهایی صرفه‌جویی‌های انرژی، متفاوت از مجموع مقادیر عددی صرفه‌جویی‌های انرژی حاصل از هر یک از اقدامات بهبود عملکرد انرژی باشد.

۳-۵- انرژی (energy)

برق، سوخت‌ها، بخار، گرما، هوای فشرده، و سایر حامل‌های انرژی مشابه است.

یادآوری ۱: در این استاندارد انرژی به شکل‌های مختلف، شامل انرژی‌های تجدیدپذیر اطلاق می‌گردد که قابل خریداری، ذخیره‌سازی، آماده‌سازی، استفاده در تجهیزات یا در فرآیند، یا قابل بازیافت است.

یادآوری ۲: در سایر متون، انرژی می‌تواند به عنوان ظرفیت یک سیستم برای ایجاد یک فعالیت خارجی یا انجام کار تعریف شود.

یادآوری ۳: مثال‌هایی از سایر واسطه‌های مشابه شامل آب گرم و محصولات واسطه یا محصولات جانبی، از جمله بیوگاز یا گاز کک^۲، است.

۳-۶- حسابداری انرژی (energy accounting)

سیستمی از قوانین، روش‌ها، تکنیک‌ها و قراردادهای که در اندازه‌گیری،

تحلیل و گزارش‌دهی مصرف انرژی (زیربند ۳-۸) مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۳-۷- خط مبنای انرژی (energy baseline)

مرجع یا مراجع کمی که مبنایی را برای مقایسه عملکرد انرژی (زیربند ۳-۹) فراهم می‌سازد.

یادآوری ۱: خط مبنای انرژی به طور معمول منعکس کننده یک دوره مشخص از زمان است.

یادآوری ۲: خط مبنای انرژی می‌تواند با استفاده از متغیرهای مرتبط (زیربند ۳-۱۸)، برای مثال سطح تولید و روز درجه (یا دمای محیط بیرون)، که بر کاربری انرژی (زیربند ۳-۱۱) و/یا مصرف انرژی (زیربند ۳-۸) اثرگذار است، نرمال شود.

۳-۸- مصرف انرژی (energy consumption)

مقدار کمی انرژی (زیربند ۳-۵) که به‌کار گرفته شده است.

[منبع: زیربند ۳-۷ استاندارد ملی ایران- ایزو ۵۰۰۱].

۳-۹- عملکرد انرژی (energy performance)

نتایج قابل اندازه‌گیری مرتبط با کارایی انرژی، کاربری انرژی (زیربند ۳-۱۱) و مصرف انرژی (زیربند ۳-۸) است.

یادآوری ۱: اصطلاح عملکرد انرژی در این استاندارد صرفاً به مصرف انرژی اشاره دارد.

[منبع: زیربند ۳-۱۲ استاندارد ملی ایران- ایزو ۵۰۰۱، تصحیح‌یافته- یادآوری‌های ۱ و ۲ به دلیل اختصاص آن به مدیریت انرژی حذف شده و یک یادآوری ۱ جدید اضافه شده است].

۳-۱۰- اقدام بهبود عملکرد انرژی

energy performance improvement action (EPIA)

اقدام یا راهکار یا مجموعه‌ای از اقدامات یا راهکارها که با هدف دستیابی به بهبود عملکرد انرژی از طریق تغییرات فن‌آورانه، مدیریتی یا عملیاتی، رفتاری، اقتصادی یا سایر تغییرات در یک سازمان (زیربند ۳-۱۶) پیاده‌سازی یا طرح‌ریزی شده است.

[منبع: زیربند ۳-۵ استاندارد ISO 50015:2014، تصحیح‌یافته- واژه «economical» به معنی «مقرون به صرفه» با واژه «economic» به معنی «اقتصادی» جایگزین شده است].

۳-۱۱- کاربری انرژی^۲ (energy use)

چگونگی یا نوع کاربرد انرژی (زیربند ۳-۵) است.

مثال:

تهویه، روشنایی، گرمایش، سرمایش، حمل و نقل، فرآیندها، خطوط تولید.

[منبع: زیربند ۳-۱۸ استاندارد ملی ایران- ایزو ۵۰۰۱].

۳-۱۲- سیستم مصرف‌کننده انرژی (energy using system)

اقلام فیزیکی مصرف‌کننده انرژی (زیربند ۳-۵) با مرزهای (زیربند ۳-۲) مشخص است.

مثال:

تأسیسات^۴، ساختمان، بخشی از یک ساختمان، ماشین‌آلات، تجهیزات، محصول.





دوره زمانی مشخص که برای تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی انتخاب می‌شود.

۳-۲۰- عامل ثابت (static factor)

عامل شناسایی شده که بر عملکرد انرژی (زیربند ۳-۹) اثر می‌گذارد و به‌طور معمول تغییر نمی‌کند.

مثال ۱:

عامل ثابت می‌تواند به صورت تغییر در سیستم‌های مصرف‌کننده انرژی (زیربند ۳-۱۲) (از جمله طراحی تجهیزات نصب‌شده، طیف محصولات، ساختمان)، یا تغییر در سازمان (برای مثال، برون‌سپاری یا درون‌سپاری فعالیت‌ها، فروش شرکت‌های تابعه) یا تغییر در تعداد یا نوع ساکنین ساختمان (برای مثال، کارکنان اداری) باشد.

مثال ۲:

یک تغییر در عامل ثابت می‌تواند به صورت تغییر در مواد خام فرآیند ساخت، برای مثال از آلومینیم به پلاستیک، باشد.

مثال ۳:

تغییرات در الگوهای عملیاتی، از جمله تعداد شیفت‌های تولید هفتگی یا تعداد روزهای کاری در فروشگاه‌های زنجیره‌ای.

۴- ملاحظات اولیه و مرزها

۴-۱- ملاحظات اولیه

پیش از تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی، بهتر است سازمان موارد زیر را تعیین نماید:

- هدف از تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی، برای مثال:

در راستای اهداف انطباق با الزامات قانونی و یا سایر الزامات؛

برای استفاده در گزارش‌دهی سالانه؛

به عنوان بخشی از سیستم مدیریت انرژی، از جمله استاندارد ISO 50001؛

برای محاسبه بازگشت مالی مربوط به اقدامات بهبود عملکرد انرژی؛

- سازمانی که صرفه‌جویی‌های انرژی برای آن تعیین می‌شود؛

- گروه‌های مسئول برای تعیین صرفه‌جویی‌های انرژی، نقش آن‌ها و

نحوه ارتباط آن‌ها با سازمان؛

- گروه‌هایی که نتایج را دریافت خواهند کرد؛

- خلاصه‌ای از نوع داده مورد استفاده، شامل دوره تناوب و فواصل زمانی

که داده‌ها باید جمع‌آوری شده و مورد تحلیل قرار گیرد.

پی‌نوشت:

۱- Energy Performance Improvement Actions

۲- یک گاز سوخت با ارزش حرارتی متوسط است که در تولید کک متالورژی از طریق گرمایش زغال سنگ قیری (bituminous coal) تا محدوده دمایی ۹۰۰-۱۰۰۰ °C در محفظه خلأ حاصل می‌شود.

۳- از آن با عباراتی مانند «استفاده انرژی» و «کاربرد انرژی» نیز یاد می‌شود.

۴- Facility

۵- مقصود از متغیر مرتبط در مفاهیم ریاضی، همان متغیر مستقل است.

۳-۱۳- اثر غیرمستقیم انرژی (indirect energy effect)

مجموعه اثرات بر عملکرد انرژی سازمان (زیربند ۳-۹) افزون بر اثرات مستقیم حاصل از هر یک از اقدامات بهبود عملکرد انرژی (زیربند ۳-۱۰) است.

۳-۱۴- تصحیح غیرمعمول (non-routine adjustment)

اصلاحاتی که به منظور احتساب تغییرات غیرمعمول در متغیرهای مرتبط (زیربند ۳-۱۸) یا عوامل ثابت (زیربند ۳-۲۰) جدا از تغییرات لحاظ شده با عنوان نرمال‌سازی (زیربند ۳-۱۵)، در خط مبنای انرژی (زیربند ۳-۷) انجام می‌شود.

یادآوری ۱: تصحیحات غیرمعمول، جایی که خط مبنای انرژی دیگر منعکس‌کننده الگوهای کاربری انرژی (زیربند ۳-۱۱) یا مصرف انرژی (زیربند ۳-۸) نیست یا فرآیند، الگوهای عملیاتی یا سیستم‌های مصرف‌کننده انرژی (زیربند ۳-۱۲) دستخوش تغییرات اساسی شده است، کاربرد دارد.

یادآوری ۲: برای تصحیحات معمول از اصطلاح نرمال‌سازی نیز استفاده می‌شود.

یادآوری ۳: زمانی که پس از دوره زمانی خط مبنای تغییرات در عوامل ثابت رخ دهد، نیاز به اعمال تصحیحات غیرمعمول است.

۳-۱۵- نرمال‌سازی (normalization)

فرآیند اصلاح منظم داده‌های انرژی است که به منظور احتساب تغییرات متغیرهای مرتبط (۳-۱۸) جهت مقایسه عملکرد انرژی (۳-۹) تحت شرایط یکسان انجام می‌شود.

۳-۱۶- سازمان (organization)

شرکت، بنگاه، اداره، مؤسسه اقتصادی مستقل یا وابسته، بخش یا ترکیبی از آن‌ها، ثبت‌شده یا نشده، عمومی یا خصوصی، که فعالیت‌ها و مدیریت خاص خود را داشته و اختیار کنترل کاربری انرژی (زیربند ۳-۱۱) و مصرف انرژی (زیربند ۳-۸) خود را داشته باشد.

یادآوری: سازمان می‌تواند دربرگیرنده شخص یا گروهی از اشخاص باشد.

۳-۱۷- انرژی اولیه (primary energy)

انرژی (زیربند ۳-۵) که تحت هیچ‌گونه فرآیند تبدیل یا تغییر شکل قرار نگرفته است.

یادآوری: انرژی اولیه می‌تواند به صورت انرژی تجدیدناپذیر یا تجدیدپذیر یا ترکیبی از هر دو باشد.

۳-۱۸- متغیر مرتبط^۵ (relevant variable)

عامل قابل کمی‌سازی که بر عملکرد انرژی (زیربند ۳-۹) اثر می‌گذارد و به‌طور معمول تغییر می‌کند.

مثال:

پارامترهای تولید (حجم تولید، نرخ تولید)؛ شرایط جوی (دمای محیط بیرون، روز درجه)؛ ساعتهای عملیاتی؛ پارامترهای عملیاتی (دمای عملیاتی، سطح روشنایی).

[منبع: زیربند ۳-۱۴ استاندارد ملی ایران- ایزو ۵۰۰۰۶].

۳-۱۹- دوره زمانی گزارش‌دهی (reporting period)



بسته سیاستی نحوه برگشت ارز حاصل از صادرات سال ۱۳۹۹ و رفع تعهدات ایفا نشده سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸

صنعت، معدن و تجارت علاوه بر پایش کارتهای بازرگانی موجود، اقدام به رتبه‌بندی صادرکنندگان در سامانه یکپارچه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری، موضوع بند (ت) ماده (۶) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و ماده (۴) آیین‌نامه اجرایی مواد (۵) و (۶) قانون مذکور خواهد نمود. بر این اساس صادرکنندگان به منظور صادرات بیش از سقف اعتباری خود، می‌باید نسبت به ایفای تعهد ارزی اقدام نمایند.

۴- ارز ناشی از پیمان‌ها و قراردادهای ارزی داخلی با بخش دولتی یا غیردولتی بایستی
(الف) از طریق ثبت سفارش برای تأمین نیازهای وارداتی قراردادهای مذکور استفاده شود

(ب) مازاد آن بایستی در بازار ثانویه به فروش رسانده شود.

۵- وزارت خانه‌های «نفت»، «صنعت، معدن و تجارت»، «تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، «دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح»، «کشاورزی»، «سایر نهادهای عمومی غیر دولتی» با توجه به عملکرد صادراتی شرکت‌های تحت پوشش/ مدیریت خود و برآورد درآمدهای ارزی سال ۱۳۹۹، مسئولیت پیگیری برگشت ارز حاصل از صادرات مطابق این مصوبات با همکاری بانک مرکزی ج.ا.ا و دستگاه‌های نظارتی و قضائی را دارند.

۶- به منظور صادرات از محل ورود موقت

۱- تولیدکنندگان موظفند جهت ورود کالا اقدام به ثبت‌آمارى از محل ورود موقت در سامانه جامع تجارت نمایند.

۲- گمرک جمهوری اسلامی، اقدام به صدور پروانه واردات موقت بر اساس ثبت‌آمارى فوق نماید.

۳- تولیدکنندگان اقدام به صادرات از محل پروانه ورود موقت نموده و ضمن رفع تعهدات ارزی موضوع بند ۱ این ماده، الباقی ارز حاصل از صادرات را مطابق با این مصوبه رفع تعهد نماید.

تبصره: در خصوص پروانه‌های صادرات از محل ورود موقت که تاریخ آنها پیش از این مصوبه است، برگشت ارز بایستی حداکثر ظرف دو ماه از تاریخ این مصوبه با فروش ۵۰ درصد ارزش پروانه‌های صادراتی مزبور در بازار ثانویه صورت و متعاقباً رفع تعهد انجام گیرد.

۱- صادرکنندگان می‌باید حداقل ۸۰ درصد ارز حاصل از صادرات خود را به صورت حواله ارزی و حداکثر ۲۰ درصد آن را بصورت اسکناس در بازار ثانویه به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز به فروش برسانند. در کلیه مفاد این مصوبه، فروش ارز به صورت حواله‌های ارزی باید در «سامانه نیما» و به صورت اسکناس، باید در «سامانه نظارت ارز (سنا)» ثبت گردد.

تبصره ۱ - بنگاه‌های تولیدی/صادراتی به منظور تأمین نیازهای وارداتی خود می‌توانند حداکثر ۳۰ درصد منابع ارزی صادرات خود را استفاده نموده و لازم است مابقی ارز حاصل از صادرات (حداقل ۷۰ درصد) را به صورت حواله ارزی در بازار ثانویه به فروش برسانند.

تبصره ۲ - تأمین ارز گروهی از واردکنندگان با ارز حاصل از صادرات گروهی از صادرکنندگان به صورت مستقیم حسب مورد با توافق وزارت صنعت، معدن و تجارت یا وزارت نفت با بانک مرکزی و ثبت در سامانه نیما امکان‌پذیر است.

۲- کلیه صادرکنندگان موظفند حداکثر چهار ماه پس از صدور پروانه صادراتی گمرک ج.ا.ا، ارز خود را به چرخه اقتصادی کشور مطابق بند فوق برگردانند.

تبصره ۱ - امکان تمدید مهلت مذکور در موارد استثناء و با ارایه مستندات دقیق در صورت پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و تأیید بانک مرکزی برای گروه‌های محدود کالایی وجود دارد.

تبصره ۲ - صادرکنندگانی که ظرف سه ماه بعد از صدور پروانه صادراتی ارز خود را برگردانند، تعهد ارزی آنان بر مبنای ۹۰ درصد ارزش پایه صادراتی خواهد بود.

تبصره ۳ - صادرکنندگانی که در مهلت تعیین شده از تاریخ پروانه صادراتی نسبت به برگشت ارز به چرخه اقتصادی اقدام نکرده‌اند، مکلفند باقیمانده تعهدات خود را در بازار دوم (سامانه نیما) به نرخ روز پایانی مهلت مزبور در بازار دوم (سامانه نیما) یا قیمت روز بازار، هر کدام کمتر باشد، به بانک مرکزی به فروش رسانند.

۳- به منظور تقویت و ارتقای صادرات غیرنفتی و اطمینان از بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور، وزارت



وزارت صنعت، معدن و تجارت:

- عدم صدور و تمدید کارت بازرگانی
- عدم صدور یا تمدید ثبت سفارش
- عدم صدور هر گونه مجوزهای واردات و صادرات، تولیدی، صنفی و نظایر آن
- محدودیت از سایر خدمات مرتبط به تجارت اعم از داخلی و خارجی

گمرک جمهوری اسلامی ایران:

- عدم امکان استفاده از تسهیلات و خدماتی نظیر مسیر سبز، پذیرش ضمانتها و نظایر آن
- عدم استرداد حقوق و عوارض گمرکی

سازمان امور مالیاتی:

- لغو معافیتها و مشوقهای مالیاتی

بانک مرکزی:

- عدم صدور گواهی ثبت آماری (تخصیص ارز)
- ارائه گزارش عملکرد حسابهای مشکوک به نهادهای ذیربط

بانکهای عامل:

- عدم اعطای تسهیلات و ضمانتنامههای ریالی و ارزی و خدمات بانکی

شبکه صرافیها:

- ارائه خدمات خرید، فروش و نقل و انتقال ارز و ارائه خدمات در خارج از کشور به صادرکنندگان به صورت مستقیم یا غیر مستقیم (تراستیها) در راستای عدم برگشت ارز حاصل صادرات تخلف محسوب شده و در صورت احراز، ضمن لغو مجوز فعالیت توسط بانک مرکزی، صرافی متخلف به مراجع قضائی معرفی میگردند.

صندوق ضمانت صادرات:

- عدم ارائه هر گونه خدمات مرتبط نظیر اعتبارسنجی، صدور بیمهنامهها و ضمانتنامههای صادراتی

سازمان راهداری و حمل و نقل جادهای و سازمان بنادر و دریانوردی:

- اعمال محدودیت در صدور بارنامههای داخلی و خارجی
- اعمال محدودیت در ارائه کلیه خدمات بندری و تسهیلات مرتبط

- ۸- بانک مرکزی موظف است نسبت به ابلاغ این مصوبه به کلیه دستگاههای ذیربط اقدام نماید.

با توجه به تبصره (۲) ذیل بند (۱) مصوبه مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۰ شورای عالی هماهنگی اقتصادی، ارائه هرگونه خدمات توسط کلیه دستگاهها و سازمانهای اجرایی، بانکهای عامل و شبکه صرافیها به صادرکنندگانی که بر مبنای این بسته سیاستی نسبت به برگشت ارز اقدام نمی نمایند و نیز سایر اشخاصی که بطور مستقیم یا غیر مستقیم در روند عدم برگشت ارز حاصل از صادرات صادرکنندگان مذکور مشارکت دارند، تا زمان ایفای تعهد ارزی امکان پذیر نمی باشد.

تبصره ۱- اسامی اشخاص مذکور در بندهای فوق الذکر با همکاری نهادهای نظارتی استخراج و به دستگاههای اجرایی ذیربط و حسب مورد به مراجع قضایی منعکس خواهد شد.
تبصره ۲- بانک مرکزی آمار و اطلاعات مربوط به اشخاص فوق الذکر را به صورت ماهانه جهت اقدام ذیل به کلیه سازمانها و دستگاههای مرتبط ارسال می نماید.

۷- با توجه به تبصره (۲) ذیل بند (۱) مصوبه مورخ ۱۳۹۷/۷/۱۰ شورای عالی هماهنگی اقتصادی، ارائه هرگونه خدمات توسط کلیه دستگاهها و سازمانهای اجرایی، بانکهای عامل و شبکه صرافیها به صادرکنندگانی که بر مبنای این بسته سیاستی نسبت به برگشت ارز اقدام نمی نمایند و نیز سایر اشخاصی که بطور مستقیم یا غیر مستقیم در روند عدم برگشت ارز حاصل از صادرات صادرکنندگان مذکور مشارکت دارند، تا زمان ایفای تعهد ارزی امکان پذیر نمی باشد.

تبصره ۱- اسامی اشخاص مذکور در بندهای فوق الذکر با همکاری نهادهای نظارتی استخراج و به دستگاههای اجرایی ذیربط و حسب مورد به مراجع قضایی منعکس خواهد شد.
تبصره ۲- بانک مرکزی آمار و اطلاعات مربوط به اشخاص فوق الذکر را به صورت ماهانه جهت اقدام ذیل به کلیه سازمانها و دستگاههای مرتبط ارسال می نماید.





ممنوعیت فروش حواله ارز در فضای مجازی

عرضه تهیه و به کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجازی پیشنهاد شده بود. این کارگروه در جلسه ۱۱۹ مورخ ۹۹/۴/۳۰ به ریاست دادستانی کل کشور مصادیق محتوای مجرمانه مرتبط با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی را تصویب و طی مکاتبه شماره ۱۴۰/۱۳۹۹/۲۲۲۵۸/۹۰۰۰ مورخ ۹۹/۵/۶ ابلاغ کرد.

بند «ک» از فهرست مصادیق محتوای مجرمانه با عنوان محتوای مجرمانه مرتبط با قاچاق کالا و ارز بدین شرح است:

۱. هرگونه عرضه، تبلیغ، ترویج، خرید و یا فروش کالا و یا ارز موضوع قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز (ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، آئین نامه اجرایی شناسه کالا و رهگیری کالا موضوع ماده ۱۳، ماده ۱۸، تبصره ۴ ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق

ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز مصادیق محتوای مجرمانه مرتبط با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی را تعیین و در درگاه اینترنتی این کارگروه به نشانی www.internet.ir قرار داد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و به نقل از ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، کارگروه تعیین مصادیق مجرمانه در فضای مجازی، مصادیق محتوای مجرمانه مرتبط با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی را تعیین و در بند «ک» از فهرست مصادیق محتوای مجرمانه در فضای مجازی در درگاه اینترنتی این کارگروه به نشانی www.internet.ir قرار داد. این مصادیق طی فرآیندهای فنی و کارشناسی از سوی کمیته رصد و پایش قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی ذیل قرارگاه مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در سطح

ابلاغیه تسریع در استرداد مالیات بر ارزش افزوده

عوارض ارزش افزوده اقدام نمایند چنانچه پرونده مالیات بر ارزش افزوده آخرین سال رسیدگی شده صادرکنندگان کالا، فاقد هرگونه اعتبار غیرواقعی باشد در صورت درخواست استرداد و ارائه اسناد و مدارک موضوع بند (۴) دستورالعمل، معادل ۸۰ درصد مالیات و عوارض ارزش افزوده مندرج در صورتحساب ارائه شده به طور علی الحساب استرداد خواهد شد و مابقی موقوف به انجام بررسی‌های لازم و رسیدگی به دوره مالیاتی مربوط خواهد بود. بدیهی است در صورت اطمینان از عدم صحت و اصالت مدارک، هیچگونه استرداد به صادرکنندگان کالا صورت نخواهد پذیرفت. نسبت به استرداد موقت معادل ۸۰ درصد مالیات و عوارض ارزش افزوده مندرج در صورتحساب ارائه شده به طور علی الحساب اقدام نمایند. مجدداً مورد تأکید می‌باشد.

شایان ذکر است به منظور تسریع در استرداد مالیات و عوارض ارزش افزوده به صادرکنندگان طبق نامه شماره ۱۲۵، ۲۶۰/د مورخ ۱۳۹۷/۱/۲۱ کل مبلغ مالیات و عوارض ارزش افزوده استرداد شده به صادرکنندگان کالا، اعم از مالیات و عوارض ارزش افزوده پرداختی بابت خرید کالا از مودیان مشمول آن استان و یا سایر استانها پس از انجام بررسی‌های لازم و تأیید آن توسط دفتر حسابداری، وصول و استرداد مالیاتی، از محل منابع متمرکز به حساب اداره کل امور مالیاتی متقاضی منظور خواهد شد. مدیران کل محترم امور مالیاتی مسئول حسن اجرای مقررات مذکور می‌باشند.

حمد مسیحی در ابلاغیه مورخ ۹۹/۳/۱۰ به ادارات کل سازمان امور مالیاتی خواستار تسریع در استرداد مالیات بر ارزش افزوده و تأکید مجدد نسبت به پرداخت ۸۰٪ به صورت علی الحساب قبل از قطعی شدن صادرکنندگان شد. متن کامل این ابلاغیه به شرح زیر است:

پیرو دستورالعمل شماره ۲۰۰، ۹۵، ۳ مورخ ۱۳۹۹/۲/۹ و نامه شماره ۲۳۰، ۴۲۳۲/د مورخ ۱۳۹۹/۲/۱۰ و با عنایت به بازگذاری درصد رفع تعهد ارزی نه ماهه سال ۱۳۹۸ صادرکنندگان در سامانه ویرایش و استخراج اطلاعات مودیان مالیاتی مقرر می‌دارد: حسب اطلاعات واصله برخی از ادارات امور مالیاتی با طرح موضوعاتی غیرمرتبط از استرداد به موقع مالیات و عوارض ارزش افزوده خودداری می‌نمایند که این امر علاوه بر خسارت موضوع تبصره (۶) ماده (۱۷) قانون مالیات بر ارزش افزوده چالش‌هایی را برای سازمان و صادرکنندگان به همراه خواهد داشت، لذا به منظور استرداد به موقع مالیات و عوارض ارزش افزوده به صادرکنندگان اجرای بند (۳) بخشنامه شماره ۲۰۰، ۹۵، ۶۳ مورخ ۱۳۹۵/۹/۳۰ مبنی بر «ادارات امور مالیاتی می‌بایست در تنظیم گزارش» نسبت به اظهارنظر در خصوص مالیات و عوارض ارزش افزوده پرداختی بابت نهاده‌های کالاهای صادراتی و صحت و اصالت صورتحساب و اسناد و مدارک مرتبط اطمینان حاصل نموده و در موعد قانونی، مالیات بر ارزش افزوده را استرداد نمایند. در صورتی که ادارات امور مالیاتی ظرف مدت یک ماه نسبت به استرداد مالیات و



کالا و ارز، دستورالعمل‌های ذیل تبصره ۴ ماده ۱۸، ماده ۱۸ مکرر، ماده ۲۲، ماده ۲۵، ماده ۲۶ و ماده ۲۷ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز

۲. هرگونه عرضه، خرید، فروش و یا حواله ارز در فضای مجازی (بند ۲ ماده ۲ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و تبصره ماده ۲۸ دستورالعمل تأسیس، فعالیت، نظارت بر صرافی‌ها مصوب ۱۳۹۳ شورای پول و اعتبار)

در همین رابطه معاونت امور مقابله و هماهنگی حقوقی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز طی مکاتباتی با دبیرخانه کمیسیون‌های برنامه‌ریزی، هماهنگی و نظارت بر مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان‌های سراسر کشور، رصد و انعکاس این مصادیق در فضای مجازی اعم از درگاه‌های اینترنتی، اینستاگرام و شبکه‌های اجتماعی به دبیرخانه قرارگاه مرکزی مقابله با قاچاق کالا و ارز در سطح عرضه مستقر در دفتر هماهنگی امور مقابله و رصد جریان مالی قاچاق این معاونت را خواستار شده است.

آغاز واریز وام کرونا به کسب‌وکارها از دهه سوم خرداد

می‌شوند.

این تسهیلات به واحدها و کارگاه‌هایی اختصاص می‌یابد که نیروهای کار در آنها شاغل و بیمه باشند در واقع مبنای پرداخت، شاغل بودن نیروی کار و تعدیل نشدن فرد و داشتن بیمه‌پردازی تا قبل از شیوع کرونا است.

میزان پرداخت تسهیلات نیز به این شکل است که برای واحدهایی که به اجبار تعطیل شده‌اند مبلغ ۱۶ میلیون تومان وام و برای واحدهای کسب‌وکاری که فعال بوده و تعطیل نشده‌اند به ازای هر فرد شاغل ۱۲ میلیون تومان تسهیلات پرداخت می‌شود. برای دریافت تسهیلات با مبالغ مختلف، وثیقه‌های متفاوتی نیاز است. برای مبالغ تا ۱۲ میلیون تومان فقط ارائه سفته توسط متقاضی کافی است. اما در تسهیلات ۱۲ تا ۴۸ میلیون تومان علاوه بر سفته معرفی یک ضامن ضروری است.

در تسهیلات بین ۴۸ تا ۱۲۰ میلیون تومان علاوه بر سفته تعداد ضامن‌ها به ۲ نفر اضافه می‌شود. برای تسهیلات ۱۲۰ تا ۱۸۰ میلیون تومان علاوه بر ارائه سفته توسط متقاضی معرفی سه ضامن الزامی است شرایط دریافت تسهیلات بیش از ۱۸۰ میلیون تومان متفاوت است و باید تضمین‌ها از سوی صندوق ضمانت صادر شود. رقم سفته ارائه شده توسط فرد متقاضی ۱/۵ برابر اصل و سود تسهیلات در نظر گرفته شده است. طبق مصوبه کارگروه مقابله با پیامدهای اقتصادی ناشی از شیوع کرونا نرخ سود تسهیلات ۱۲ درصد است.

واریز تسهیلات کرونا به کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از کرونا از دهه سوم خرداد ماه (۲۳ و ۲۴ خرداد) شروع می‌شود و بازپرداخت آن نیز سه ماه بعد است. به گزارش «ایپنا» ثبت‌نام برای دریافت تسهیلات حمایت از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از کرونا از هفته سوم اردیبهشت ماه شروع شد. براساس سازوکار تعیین شده در ابتدا وزارت کار برای ۱۳ رسته متضرر پیامک ارسال می‌کند و سپس کارفرمایان باید اطلاعات خود را در سامانه کارت به نشانی Kara.mcls.gov.ir وارد کنند و بعد از آن اطلاعات به بانک عامل ارسال و پس از بررسی واریز شروع می‌شود.

به گفته مدیرکل سیاست‌گذاری و توسعه اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی این تسهیلات حمایتی کرونا برای ۱۳ رسته شغلی که بیشترین آسیب از شیوع ویروس کرونا را متحمل شده و دارای لیست بیمه در قالب کارفرمایی یا خویش‌فرمایی هستند، در نظر گرفته شده است. وی همچنین اعلام کرده است که البته در چند روز گذشته کارگروه اقتصادی مقابله با کرونا یک رسته دیگر (کشاورزی) برای دریافت این وام را معرفی کرد و مرغداران و کارگاه‌های فعال در این رشته باید کد کارگاهی داشته باشند. طبق اعلام ازوجی محدودیت زمانی برای ثبت‌نام کارفرمایانی که پیامک دریافت کردند، وجود ندارد و بازپرداخت این تسهیلات دو ساله است که سه ماه پس از واریز (مهرماه) شروع می‌شود.

در مرحله نخست پرداخت تسهیلات به بیمه‌شدگان پرداخت می‌شود و در مرحله بعد بیمه‌نشدگان از این تسهیلات برخوردار



پایان مرداد؛ آخرین مهلت مشاغل برای تسلیم اظهارنامه مالیاتی

متعلق از فروشنده واقعی، اعتبار موصوف برای خریدار مورد پذیرش قرار خواهد گرفت.

۳. در صورتی که در رسیدگی به حساب فروش مودی یا فهرست معاملات موضوع ماده ۱۶۹ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم قبل از اصلاحیه سال ۱۳۹۴ و ماده ۱۶۹ اصلاحی مصوب سال ۱۳۹۴، برای ادارات امور مالیاتی مشخص شود طرف حساب صورتحساب فروش صادره توسط مودی، اشخاص فاقد اعتبار مالیاتی (مودی صوری) می‌باشد، چنانچه فروشنده در مراحل رسیدگی یا دادرسی مالیاتی نسبت به معرفی خریدار واقعی کالا یا خدمت اقدام نماید، با احراز موضوع و پس از صدور صورتحساب اصلاحی، ارزش بهای کالا و خدمت فروش رفته به عنوان بهای کالای خریداری شده توسط خریدار واقعی محسوب و مالیات و عوارض پرداخت شده بابت فروش مذکور نیز به عنوان اعتبار مالیاتی یا بخشی از بهای تمام شده کالای خریداری شده خریدار واقعی کالا یا خدمات، حسب مورد منظور خواهد شد.

۴. در صورت عدم معرفی خریدار یا فروشنده واقعی کالا یا خدمت توسط مودی (طرف معامله)، اداره امور مالیاتی ضمن عدم قبول اعتبار مالیات بر ارزش افزوده مودی-خریدار (در موارد خرید مربوط به کالاها و خدمات غیرمعاف از مالیات بر ارزش افزوده) یا عدم پذیرش آن به عنوان هزینه قابل قبول مالیاتی (درخصوص کالاها و خدمات معاف از مالیات بر ارزش افزوده و اشخاصی که مشمول نظام مالیات بر ارزش افزوده نیستند) یا مطالبه و دریافت مالیات متعلق ارزش افزوده از مودی-فروشنده (در مورد کالاها و خدمات مشمول مالیات بر ارزش افزوده) با بررسی و تعیین قیمت متعارف خرید یا فروش (با رعایت مقررات مربوط و با در نظر داشتن نوع فعالیت مودی اعم از عمده فروشی یا خرده فروشی و نحوه تأمین کالا) موظفند حسب مورد در اجرای قسمت اخیر مواد ۲۳۰ و ۲۷۴ قانون مالیات‌های مستقیم مراتب عدم معرفی خریدار یا فروشنده واقعی را به همراه مستندات مربوطه به دادستانی انتظامی مالیاتی گزارش نمایند تا نسبت به اقامه دعوی نزد مراجع صالح قضائی اقدام شود.

۵. در صورتی که پس از قطعیت پرونده مالیات عملکرد یا مالیات بر ارزش افزوده، مودی حسب مورد نسبت به معرفی فروشنده یا خریدار واقعی اقدام نمایند، پس از طی مراحل

معاون سازمان امور مالیاتی گفت: صاحبان مشاغل (اشخاص حقیقی) تا پایان مردادماه فرصت دارند، اظهارنامه مالیاتی عملکرد سال ۱۳۹۸ خود را به صورت الکترونیکی به سازمان تسلیم کنند.

محمد مسیحی اعلام کرد: براساس مصوبه ستاد ملی مبارزه با کرونا و شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا، تا ۳۱ مردادماه فرصت دارند اظهارنامه مالیاتی خود را به صورت الکترونیکی به سازمان امور مالیاتی کشور ارسال و مالیات خود را نیز به صورت الکترونیکی پرداخت کنند.

وی تأکید کرد: ضروری است مؤدیان از هر گونه مراجعه غیرضرور به ادارات مالیاتی اجتناب کنند.

رئیس کل سازمان امور مالیاتی با صدور بخشنامه‌ای نحوه رسیدگی به صورت حساب‌های غیرواقعی را ابلاغ کرد.

به گزارش ایلنا، امیدعلی پارسا رئیس کل سازمان امور مالیاتی با صدور بخشنامه‌ای اعلام کرد: با عنایت به تصویب قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان، به منظور پیشگیری و مقابله با فرار مالیاتی و ایجاد وحدت رویه در رسیدگی به پرونده مالیاتی مودیانی که اقدام به صدور صورتحساب‌های غیرواقعی می‌نمایند و همچنین اجتناب از اخذ مالیات مضاعف، موارد ذیل را مقرر می‌دارد:

۱. در هریک از ادارات کل امور مالیاتی، کمیته ویژه مبارزه با فرار مالیاتی متشکل از مدیرکل امور مالیاتی، معاونان حسابرسی مالیاتی، رئیس امور مالیاتی ذیربط، نماینده دادستانی انتظامی مالیاتی، مسئول حراست اداره کل و رئیس اداره حقوقی تشکیل می‌شود. این کمیته در صورت وجود هرگونه ابهام مالیاتی و با اجرائی درخصوص مسائل مرتبط با صورتحساب‌های غیرواقعی مکلف به بررسی و اتخاذ تصمیم در چارچوب قوانین و مقررات موضوعه می‌باشد.

۲. درخصوص آن بخش از اعتبار مالیاتی مودی (مالیات و عوارض خرید) که به واسطه معاملات غیرواقعی با مودی صوری (خرید از اشخاص فاقد اعتبار مالیاتی) مورد پذیرش قرار نمی‌گیرد، چنانچه مودی-خریدار در مراحل رسیدگی یا دادرسی مالیاتی نسبت به معرفی فروشنده واقعی اقدام نماید، با احراز ادعای مودی (خریدار) و پس از مطالبه و وصول مالیات و عوارض



۵ بند جدید حمایت مالیاتی دولت در دوران کرونا

رئیس سازمان امور مالیاتی در اجرای مصوبه ستاد ملی مدیریت کرونا در مورد مواعیدهای مقرر قانون مالیات‌های مستقیم و قانون مالیات بر ارزش افزوده، ۵ بند جدید را ابلاغ کرد.

مالیاتی مصوبات هفدهمین جلسه ستاد ملی مدیریت کرونا را در مورد مواعیدهای مقرر قانون مالیات‌های مستقیم و قانون مالیات بر ارزش افزوده ابلاغ کرد.

در این بخشنامه آمده است: مواعیدهای مقرر در قانون مالیات‌های مستقیم و مالیات بر ارزش افزوده نسبت به تسلیم اظهارنامه‌های مالیاتی و رسیدگی‌های مالیاتی که مهلت انقضای آن از یک اردیبهشت ۹۹ تا ۳۱ تیر ماه ۹۹ بوده است، به مدت دو ماه و حداکثر تا پایان شهریور ماه سال ۹۹ تمدید می‌شود و کلیه احکام قانون مرتبط، بر این تمدید مترتب است.

در اجرای مصوبات فوق موارد ذیل جهت اجرا ابلاغ می‌شود:

۱. مواعیدهای تعیین شده در قانون مالیات‌های مستقیم در رابطه با تسلیم اظهارنامه‌های مالیاتی و پرداخت مالیات مربوط به موضوع مواد ۲۶، ۸۰، ۱۰۰، ۱۱۶ و ۱۲۶ که مهلت انقضای آن در فواصل زمانی یک اردیبهشت ۹۹ لغایت ۳۱ تیر ۹۹ است، به مدت دو ماه اضافه می‌شود. ضمناً در رابطه با ماده ۸۸ قانون یاد شده تمدید مهلت مذکور صرفاً در خصوص موعد تسلیم اظهارنامه است.

۲. موعد مقرر قانونی تسلیم اظهارنامه قانون مالیات بر ارزش افزوده مربوط به دوره اول (بهار) سال ۹۹ و نیز مهلت پرداخت مالیات و عوارض متعلقه تا پایان روز شنبه مورخ ۱۵ شهریور ۹۹ تعیین می‌شود.

۳. پرونده‌هایی که مهلت رسیدگی آنها در فواصل یک اردیبهشت ۹۹ لغایت ۳۱ تیر ۹۹ منقضی می‌شود، دو ماه به مهلت رسیدگی آنان اضافه می‌شود.

۴. پرونده‌هایی که در اجرای این مصوبه دو ماه به مهلت تسلیم اظهارنامه مالیاتی آنان اضافه شده است، مدت مذکور به مهلت رسیدگی آنان نیز اضافه می‌شود.

۵. مهلت تسلیم گزارش حسابرسی موضوع ماده ۲۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده دوره بهار سال ۹۹ حداکثر تا پایان روز سه شنبه ۱۵ مهر ۹۹ تعیین و مهلت ارائه صورت‌های مالی حسابرسی شده، موضوع ماده ۲۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم نیز با توجه به تمدید مهلت تسلیم اظهارنامه مربوطه، همراه با اظهارنامه مالیاتی و یا حداکثر ظرف سه ماه پس از مهلت انقضای اظهارنامه است.

مذکور در بندهای ۲ و ۳، برابر مقررات تبصره ماده (۱۵۷) قانون مالیات‌های مستقیم مربوط به مالیات عملکرد و بخشنامه‌های صادره سازمان در خصوص مالیات بر ارزش افزوده، اقدام شود. ۶. چنانچه ادارات امور مالیاتی در رسیدگی به پرونده‌های مالیاتی مشکوک به انجام معاملات غیرواقعی با مودیان صوری (صورتحساب خرید یا فروش غیرواقعی) که در فهرست اشخاص فاقد اعتبار مالیاتی درج شده در سامانه‌های سازمان نمی‌باشند، برخورد نمایند، موظفند جهت شناسایی و راستی آزمایی طرف‌های معامله، مراتب را به همراه مستندات مربوطه به کمیته ویژه مبارزه با فرار مالیاتی ارسال نمایند. نتیجه رسیدگی در صورت تأیید، از طریق اداره کل ذیربط به اداره کل فناوری اطلاعات ارسال و در سامانه‌های موجود در سازمان امور مالیاتی کشور بارگذاری می‌شود و در اجرای تبصره ۲ ماده ۲۷۴ قانون مالیات‌های مستقیم از طریق دادستانی دادستانی انتظامی مالیاتی، نزد مراجع صالح قضائی اقامه دعوی صورت می‌پذیرد. در راستای این بند در صورت مراجعه مودی که به عنوان مودی فاقد اعتبار اعلام شده است، اداره امور مالیاتی رسیدگی کننده به پرونده عملکرد مودی مکلف به بررسی موضوع و اعلام نتیجه پس از طرح در کمیته ویژه مبارزه با فرار مالیاتی به شرح این بند فوق خواهد بود.

۷. پس از ثبت اطلاعات مطابق بند ۶ به عنوان مودی فاقد اعتبار مالیاتی، هرگونه تغییر اطلاعات (اصلاح، ویرایش و حذف) در سامانه‌های ۱۶۹ و ۱۶۹ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم، منحصر با نظر کمیته ویژه مبارزه با فرار مالیاتی در ادارات کل امور مالیاتی می‌باشد.

در مواردی که طرف معامله مودی از اشخاص فاقد اعتبار مالیاتی بوده و مودی نسبت به اصلاح موضوع حسب بندهای ۲ و ۳ فوق اقدام ننموده باشد، جرایم موضوع ماده ۱۶۹ قانون مالیات‌های مستقیم و ماده ۲۲ قانون مالیات بر ارزش افزوده از مودی قابل مطالبه خواهد بود.

۸. مودینانی که برای عملکرد یا دوره‌های سال ۱۳۹۹ به بعد نسبت به ارائه صورتحساب غیرواقعی اقدام نمایند، چنانچه نسبت به معرفی فروشنده یا خریدار واقعی اقدام نمایند، علاوه بر اینکه طبق مقررات قانونی مربوطه با آنها رفتار خواهد شد، به عنوان مودی پر ریسک نیز تلقی خواهند شد. در موارد معرفی فروشنده یا خریدار واقعی، در صورت تکرار صورتحساب غیرواقعی، با آنها مطابق این بند رفتار خواهد شد.

۹. با عنایت به اینکه مودیان فاقد اعتبار مالیاتی موسوم به مودیان صوری اصولاً دارای فعالیت واقعی نیستند، بنابراین در مواردی که مستندات یا اطلاعیه‌ای مبنی بر فعالیت آنها به ادارات امور مالیاتی واصل شود، انجام برآورد بیش از ارقام مندرج در اطلاعیه‌های واصله موضوعیت نداشته و می‌بایست صرفاً مستندات واصله را مبنای اقدامات مالیاتی قرار داد.



جلسات هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد

جلسات هیئت مدیره انجمن مورخ ۹۹/۳/۲۵، ۹۹/۴/۱ و ۹۹/۴/۱۵ در محل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با محوریت بررسی فعالیت‌ها و عملکرد انجمن و موضوعات بررسی اساسنامه جدید و برگزاری مجمع سالانه برگزار شد. گفتنی است با تصمیم هیئت مدیره و در جهت شفافیت و همفکری با اعضا محترم در راستای تحقق اهداف انجمن از اعضا محترم انجمن نیز دعوت به عمل آمده است تا در جلسات مشترک هیئت مدیره و دبیرکل انجمن حضور به هم رسانند تا درخصوص روند فعالیت‌های جاری تولید، نظراتشان را با مسئولان انجمن به اشتراک بگذارند. شایان ذکر است این پروسه بعد از کاهش شیوع بیماری کرونا به جدیت از سوی هیئت مدیره انجمن لوازم خانگی ایران دنبال خواهد شد. نام میهمان جلسات هیئت مدیره انجمن به شرح ذیل است:

آقایان: شکیب؛ مدیر عامل گروه صنعتی ایران رادیاتور، محمدزاده؛ مدیر عامل گروه صنعتی الکترواستیل، تهران‌چی؛ مدیر عامل گروه صنعتی نانیوا و بازرس انجمن، بستانچی؛ مدیرعامل گروه صنعتی دمنده، مهرداد محمدی؛ مدیر عامل شرکت ایستکول، حمیدرضا مهدیان؛ مدیر عامل شرکت انرژی، محمدی؛ از شرکت پاکشوما و قهاری؛ از شرکت مادیان. اهم موارد مطروح شده در این جلسات را در ذیل می‌خوانید.



- ۱- بررسی گزارش دبیر کل از اقدامات انجام شده در انجمن
- ۲- بررسی گزارش جلسه دیجی کالا و پیشرفت مذاکرات قیمت‌گذاری سازمان حمایت و تبیین سیاست انجمن در این راستا
- ۳- تشریح مفاد جلسه با آقای صباغ از ایمیدرو در خصوص امکان اجرای الگوی تهاثر صادرات و واردات از محل شرکت‌های تحت پوشش ایمیدرو؛
- ۴- طرح مباحث مربوط به نحوه عضوگیری و مشارکت افراد در گروه کمیسیون صنعت اعلام و پیشنهادات ارائه شد.
- ۵- برنامه‌ریزی درخصوص تعریف یک پلن برای حضور ودعوت از مسئولان و ایجاد تعامل بیشتر با انجمن
- ۶- برنامه‌ریزی برای تشکیل انجمن قطعه سازان و تعامل بیشتر

- با قطعه سازان و تولیدکنندگان در جمع انجمن
- ۷- برنامه‌ریزی برای تعامل بیشتر با واحدهای عمق ساخت داخل و ارائه پیشنهاد مناسب از سوی حضار
 - ۸- بررسی عملکرد سایت توانیران با مشارکت انجمن لوازم خانگی
 - ۹- بررسی مشکلات واحدهای تولیدی در خصوص عملکرد رؤسای سازمان‌ها و محدودیت‌هایی که متعاقب تعرفه‌هایی که در سایت ثبت گردیده عنوان شد و مصوب گردید؛ جلسه‌ای با مسئولان مربوطه از جمله آقای هادوی و آقای صادقی برگزار گردد تا رویه‌ای صحیح در مسیر حرکت سایت توانیران، ایجاد شود.
 - ۱۰- تنظیم بودجه سال ۹۹ انجمن و امکان سنجی‌های ایجاد در آمد انجمن وسایر موارد به بحث گذاشته شد.
 - ۱۱- موضوع چارچوب مذاکره حمل مستقیم توسط فروشنده عنوان شد و درباره امتیاز آن برای تولیدکنندگان معرفی شده از سوی انجمن و امتیاز کاهش کارمزد پرداختی برای اعضاء انجمن تا حدود ۳٪، اعلام شد و توافقات لازم انجام شد.
 - ۱۲- موضوع تخفیف درج شده درسایت دیجی کالا برای گروه‌های کالای مشخص شده با نظارت انجمن و نرخ‌های پیشنهادی سازمان حمایت نیز با نماینده مذاکره کننده مورد توافق قرار گرفت که مقرر گردید؛ طی نامه‌ای توسط انجمن موارد درخواستی به صورت مکتوب به دیجی کالا اعلام گردد.
 - ۱۳- مقرر شد؛ مصوبه تنظیم شده سازمان حمایت مورد اجرا قرار گیرد و در صورت تغییر در قیمت ارز و افزایش قیمت‌های مواد اولیه، انجمن نسبت به اعلام شرایط و مستندات اقدام نماید.
 - همچنین مصوب گردید؛ شرکت‌هایی که درخواست افزایش قیمت بیش از ۲۵٪ را دارند، مدارک لازم را به انجمن ارائه بدهند تا اقدامات لازم ایجاد شود.
 - ۱۴- ارائه نتایج پروسه تأمین ارز
 - ۱۵- پیگیری‌های انجام شده درخصوص مجوز نمایشگاه بین‌المللی از سوی سازمان توسعه تجارت



هدفمند نمودن به منظور تحقق اهداف و منافع اعضاء عنوان گردید و آقایان رضوانی و دانیالی جهت تنظیم این دو نامه مأمور گردیدند.

۲۴- تهیه تجهیزات لازم برای وبسایت جدید انجمن و بررسی سیاست‌های جدید پیک شورا

۲۵- مقرر شد؛ برنامه‌ریزی و اقدامات لازم جهت برگزاری مجمع در سال ۹۹ اقدام لازم به عمل آورند و مورخ ۹۹/۴/۳۱ آگهی نوبت اول و مورخ ۹۹/۵/۲۰ آگهی نوبت دوم آن ثبت گردد.

۲۶- پیگیری دریافت مستندات حسابرسی سال ۹۸ انجمن از شرکت حسابرسی آر تین پرکار تا قبل از جلسه مجمع تا گزارشات لازم جهت ارائه به اعضاء تهیه و تدوین شود.

۲۷- طرح مشکلات و دغدغه‌های اخیر حاد گریبانگیر تولید اعم از تأمین ارز واحدها،

۲۸- درباره افزایش قیمت لوازم خانگی در پی افزایش هزینه‌های تمام شده تولید از یک سو و موضوعات داخلی انجمن و تأیید اساسنامه، مباحثی مطرح شد.

۲۹- پیشنهاد برگزاری جلسه‌ای در قالب ستاد تسهیل امور واحدهای تولیدی در دفتر معاون وزیر صمت با حضور نماینده بانک مرکزی و گمرک ایران جهت بررسی مشکلات تولیدکنندگان لوازم خانگی که مورد موافقت اعضا قرار گرفت.

۱۶- صدور کارت عضویت برای اعضاء.

۱۷- تصویب نام لاتین انجمن تصحیح که به صورت ذیل در مکاتبات و نوشته‌ها ثبت گردد.

AHAM/IRAN

Association of Home Appliances Manufacture/IRAN

۱۸- بحث و بررسی و تبادل نظر درخصوص مشکلات روز صنعت لوازم خانگی با حضور تنی چند از اعضاء شاخص مدعوین انجمن

۱۹- بررسی افزایش ۳۰٪ هزینه‌های حمل و نقل توسط سازمان راهداری کشور

۲۰- بحث و بررسی در خصوص برگزاری مجمع سال ۹۹

۲۱- بررسی اقدامات انجام شده در خصوص بیانیه‌های سازمان حمایت و نحوه همکاری اعضاء

۲۲- بررسی بند ۱۲ صورتجلسه ۹۹/۳/۲۵ و مبحث بودجه و منابع مالی انجمن

۲۳- پیشنهاد صدور دو نامه یکی برای مسئولان ارشد حکومتی به منظور ممانعت از عملکرد نامناسب سازمان حمایت با واحدهای تولیدی و دیگری کمیسیون حمل و نقل اتاق ایران مبنی بر اعتراض به افزایش قیمت‌ها علی‌رغم رشد افزایشی میانگین ۵۰ درصدی در سال قبل که این دونا مه جمع‌بندی شد و درخواست





تابلو اعلانات

■ ابلاغ تفاهم‌نامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با کانون تبلیغاتی آسانگار جهت انجام تبلیغات ویژه محیطی در ایستگاه‌های و واگن‌های مترو و تبلیغ رایگان در فروشگاه‌های رفاه و هایپرمی بخشنامه-۹۹/۲۸۸/ن مورخ ۹۹/۳/۲۵

■ انعقاد و اجرایی شدن موافقت‌نامه تجارت ایران و اتحادیه اقتصادی اروسیا بخشنامه-۹۹/۲۸۰/ن مورخ ۹۹/۳/۲۰

■ ارسال بخشنامه ارسال اطلاعات صادراتی عطف به نامه مدیر کل دفتر توسعه صادرات محصولات صنعتی در خصوص دستیابی این سازمان به اطلاعات شرکت‌های تولیدی بخشنامه ۹۹/۲۶۷/ش مورخ ۹۹/۳/۱۲

■ ارسال بخشنامه مدیریت محترم استان‌ها و تشکل‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران با موضوع ارتقا شرکت‌های تحت حمایت اتاق بازرگانی به رتبه دانش بنیان ۹۹/۲۳۵/ن مورخ ۹۹/۳/۶

■ ابلاغ بخشنامه معاونت محترم امور کمیسیون‌ها و هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با موضوع انتخاب واحد صنعتی نمونه ۹۹/۲۲/ش مورخ ۹۹/۳/۳

■ ارسال نامه انجمن به سازمان توسعه و تجارت با موضوع الزامات جهش تولید ۱۹/۲۰۷/ن مورخ ۹۹/۳/۳

■ اعلام برگزاری سیمینار آموزشی با قطر با رویکرد ارتقای تراز تجاری با قطر بخشنامه ۹۹/۲۴۱/ش مورخ ۹۹/۳/۷
ارسال نامه به معاونت محترم امور صنایع وزارت صمت با موضوع تسریع در تخصیص ارز اشخاص متقاضی و ثبت سفارش شرکت‌های لوازم خانگی ۹۹/۳۰۲/ش مورخ ۹۹/۳/۳۱

■ ارسال نامه عدم تخصیص ارز به ثبت سفارش‌های انجام شده تولیدکنندگان لوازم خانگی به معاونت محترم امور صنایع وزارت صنعت، معدن، تجارت به شماره ۹۹/۳۶۲/ش مورخ ۹۹/۴/۱۵

■ ارسال نامه به معاون اول رئیس جمهور اسحاق جهانگیری با موضوع جهش تولید و الزامات آن در صنعت لوازم خانگی به شماره ۹۹/۳۴۵/ب مورخ ۹۹/۴/۱۰

■ اعلام میزان نیاز به مواد پتروشیمی به واحدهای تولیدی بخشنامه شماره ۹۹/۳۳۰/ش مورخ ۹۹/۴/۸



Alinassab

Home Appliances

www.alinassab.com

به گوهر خویش
باز کردیم

سماور گازسوز نگین نفیس (طلایی)
با ظرفیت ۶ لیتر

Negin Nafis Golden 6 Liters

لوازم خانگی عالی نسب

تهران، خیابان آزادی

ساختمان ۲۴۱

طبقه ۱۱، واحد ۴

تلفن: ۶۶۹۲۵۵۷۳ و ۶۶۹۲۶۵۷۰

فکس: ۶۶۹۲۷۵۵۵

پذیرش نمایندگی: ۶۶۹۴۰۴۸۸

خدمات پس از فروش: ۶۶۹۴۷۵۳۳



آبسال

اونیورسال سابق (تأسیس ۱۳۳۵)



لباسشویی های جدید تمام اتوماتیک

- مجهز به قطعات الکتریکی ساخت اروپا
- نصب رایگان در سراسر کشور
- امکان تعویض تا ۲۸ روز از تاریخ خرید

فروش مرکزی:

۷۷۴۵۱۰۹۴ - ۷۷۴۵۵۰۹۵

www.Aabsalco.com



در ظرفیت های