

پیک شورا

سال سی و پنجم، اسفند ۱۳۹۹

۳۷۰



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

صنعت لوازم خانگی در سالی که گذشت...

PARLAR

صنایع صبح یارلار آسیا

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

طراحی و تولید سیستم های الکترونیکی



MONTHS

24

WARRANTY

۰۴۱ - ۵۱۶۱



PARLAR



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



www.parlar.ir
info@parlar.ir





طراحی و تولید انبوه انواع بردهای الکترونیک

تولید انبوه

طراحی

ایده پردازی

MASS PRODUCTION



MASS PRODUCTION

DESIGN

INNOVATION

تهران - جاده دماوند - خیابان اتحاد - خیابان چهارم غربی (اشرفی) - پلاک ۱۳
تلفن: ۷۷۱۲۱۹۳۳-۶
فکس: ۷۷۱۲۱۹۳۷
روابط عمومی: ۰۹۳۳۰۰۱۵۶۰۰

- ✓ 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

E Systems
mbedded

SMART
LINK

TOUCH
CONTROL

Silent



آبگرمکن‌های توربو، پرتوان

سری صادراتی، کارایی بالا با ابعاد بهینه



مرکز سراسری ارتباط مشتریان: ۰۲۱-۵۱۰۱۱

@butanefamily butaneindustrial.com



TAKBAN

CONTROL ENERGY



خدا را سپاس می‌گوییم که در سایه عنایت او، در سال گذشته توانستیم گام‌های بلندی را با تلاش و جدیت در توسعه صنعت و خدمت به هموطنان عزیزمان برداریم. در آستانه فرارسیدن عید نوروز باستانی و طمطراق پیک بهاران، آغاز سال نو را به همه عزیزان تبریک و تهنیت عرض نموده و در پرتو الطاف بیکران خداوند، سلامتی، روزی، طراوت و شادکامی را آرزو مندیم.

علیرضا عراقی / مدیر عامل



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳



۱۳۹۸



۱۳۹۹

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

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



فوسوفی

این کهن یادگار
ایران باستان
مبارک



ویولت

پوشش نچسب تمام گرانیٹ

Violet

Full Granite Coating System



zarsab

۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴

MADE IN IRAN



MP
masterplus

+ Swiss Concept

با ضمانت **ناب-رویس**

📞 021-2708

🌐 masterplus.ir

مایکروویو و کشوی گرمکن مسترپلاس

کارخانجات چرخ خیاطی ایران
کاجیران
کاجیران، نماد اصالت در تولید

Export to Germany

چرخ های سری زیگزاگ، مجهز به تکنولوژی روز دنیا

ZigZag



ZigZag 2010+



ZigZag 2030+



www.kachiran.com
support@kachiran.com

دفتر مرکزی کاجیران: تهران، هفت تیر، خیابان قائم مقام فرامانی، شماره ۲۷
تلفن: ۰۲۱ - ۴۳۶۰۴ فاکس: ۰۲۱ - ۸۸۸۴۰۶۷۶
kachiran.ir

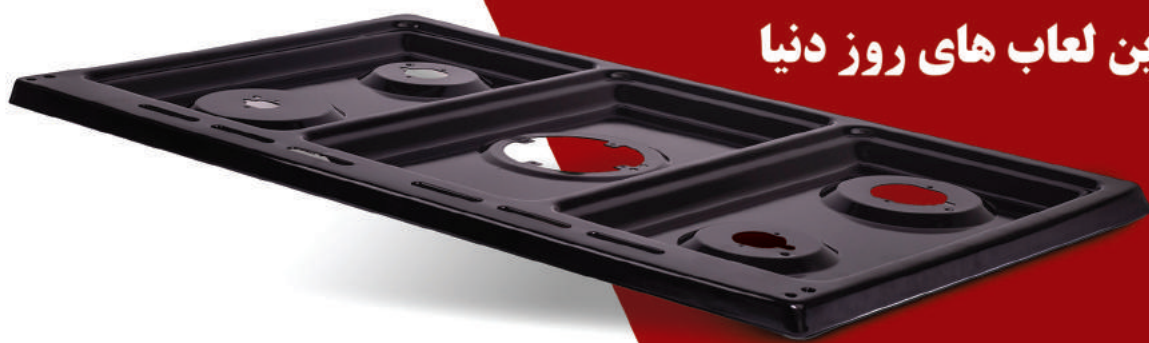


Tehran Novin Enamel
Engineering Co.Ltd.

شرکت مهندسی لعاب تهران نوین

لعبکاری قطعات با دستگاه های تمام اتوماتیک

با مصرف بهترین لعاب های روز دنیا



www.tehranenamel.com

وبسایت :

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۴

شماره تماس :

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۲

مدیر فروش (شاه بختی) : ۰۹۱۲-۳۳۳۶۷۷۵





SENATOR

Cast Iron Pan Support Manufactuter



اریس سازه پارسیان (سناتور)

تولیدکننده محصولات چدن در ایران

آدرس دفتر مرکزی:

فلکه اول تهرانپارس، خیابان امیری طائمه، نبش خیابان کیخسروی، پلاک ۱۳، واحد ۱۵



021-77722282

www.senator.co.ir



شرکت دانش بنیان سدنا، تولید کننده برتر:

ترموستات های خانگی، انواع کلیدهای محافظ جان و درایوهای BLDC

- دریافت کننده گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان
- دریافت کننده گواهینامه واحد تولیدی برتر کشور
- دریافت کننده لوح "۲۰ شرکت برتر حوزه IOT دنیا در سال ۲۰۱۹" از کشور چین
- دارنده پروانه نشان استاندارد از سازمان ملی استاندارد ایران



Digital Thermostat
Teleso Series



IOT Thermostat
Vulkan Series



EASY Thermostat
Selena Series



ALL in One Thermostat

Cooler Switch
Vesta Series



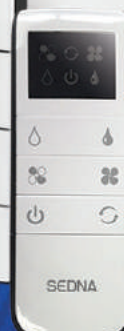
Cooler Switch
Titan Series



Cooler Switch
Venus Series



Cooler Switch
Eris Series



WWW.SEDNACO.IR



شادآباد، بلوار هفدهم شهریور، نبش خیابان طاووس،

WWW.SEDNAIND.COM



مجتمع تجاری آوا جنرال، راسته فردوسی پلاک ۱۳۳

INFO@SEDNACO.IR



تلفن: ۰۹۱۲۵۳۷۴۰۰۶

تلفن: ۰۲۱ - ۴۰۶۶۰۵۸۲



دفتر مرکزی: تهران، خیابان کارگر شمالی، خیابان

هفدهم (شهید ابراهیمی)، پلاک ۶۱، طبقه همکف

تلفن: ۰۲۱ - ۴۳۰۰۰۶۰۰

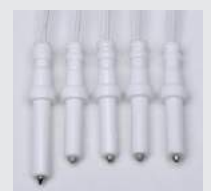
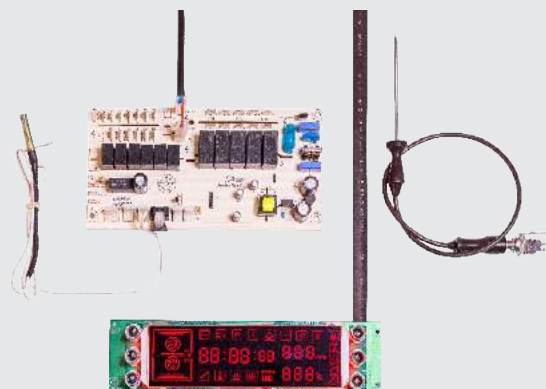
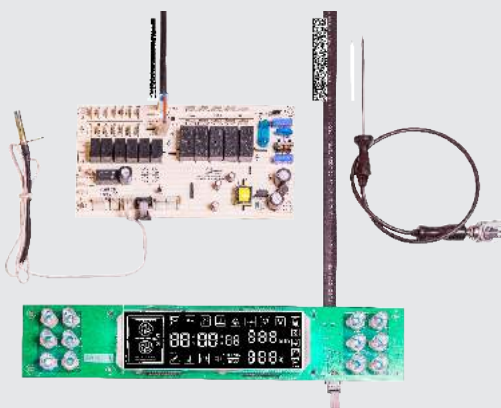
موبایل: ۰۹۱۲۸۵۰۴۰۰۶

کد پستی: ۱۴۳۸۸۳۷۵۴۴

کد پستی: ۱۴۳۸۸۳۷۵۴۴



تولیدکننده قطعات برقی لوازم خانگی

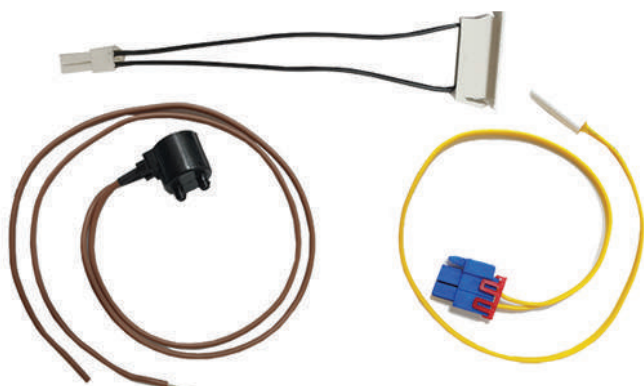


www.rahavard-electronics.ir



شرکت
نواوار ارتباط صنعت
تولید کننده انواع دسته سیم
لوازم خانگی

NOAVAR
ERTEBEAT SANAT CO
Wire Harness Manufacturing



* تولید انواع دسته سیم یخچال، فریزر،
ماشین لباسشویی، اجاق گاز و سایر لوازم
خانگی، کابل، دوشاخه، سنسورهای دما،
ترموفیوز، بی متال ترموستات و کلیدهای
مغناطیسی (مگنت سوئیچ)

Website Address:

www.nesco.ir

Email Address:

info@nesco.ir

Tel Number:

+98-2832884200-5

Fax Number:

+98-2832884206



شرکت کارخانجات لوازم خانگی پارس
PARS APPLIANCE MFG.CO.



www.parsappliance.com

دفتر مرکزی: تهران ، خیابان طالقانی ، بین خیابان ایرانشهر و خیابان شهید موسوی ، شماره ۱۸۱ کد پستی: ۱۵۸۳۶۳۷۳۱۱

خدمات پس از فروش : ۰۲۱-۸۵۱۷۷ دفتر مرکزی: ۰۲۱-۸۸۳۰۲۰۹۶-۹ نمابر دفتر مرکزی: ۸۸۳۰۴۰۷۷

Email: info@parsappliance.com Instagram: [@parsappliance_mfg](https://www.instagram.com/parsappliance_mfg)



با دمنده نفس بکشید



تولید کننده انواع الکتروموتور و فن های
خانگی ، صنعتی ، تاسیساتی و پارکینگی



مورد تایید مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن



www.damandeh.com

Dic - Oct 2021 Jan 2022										Sep - Oct 2021									
دی										مهر									
مهر ۱۳۹۹ - دی ۱۴۰۰										مهر ۱۳۹۹ - آبان ۱۴۰۰									
15	۲۵	۵	۱۸	۱	۱۱	۲۵	۴	شنبه		1۵	۲۴	۹	۱۷	2	۱0	25	۳۱	شنبه	
16	۲۶	۶	۱۹	2	۱۲	۲۶	۵	یکشنبه		17	۲۵	۱۰	۱۸	3	۱۱	26	۴	یکشنبه	
17	۲۷	۷	۲0	3	۱۳	27	۶	دوشنبه		18	۲۶	۱۱	۱۹	4	۱۲	27	۵	دوشنبه	
18	۲۸	۸	۲۱	4	۱۴	28	۷	سه‌شنبه		19	۲۷	12	۲0	5	۱۳	28	۶	سه‌شنبه	
19	۲۹	9	۲۲	5	۱۵	29	۸	چهارشنبه	22	20	۲۸	13	۲۱	6	۱۴	29	۷	چهارشنبه	
20	۳0	10	۲۳	6	۱۶	30	۹	پنجشنبه	23	2۱	۲۹	14	۲۲	7	۱۵	30	۸	پنجشنبه	23
14	۲۴	4	۱۷	31	10	۲۳	۳	جمعه		23	۳0	15	۲۳	8	۱۶	۱	۹	۲۴	۳۱

Jan - Feb 2002												Old-Nov 2001											
دوره اول - بهمن ۱۳۸۱												دوره اول - دیه الحات ۱۳۸۱											
12	۳۳	۱۶	۲۱	۹	22	۱۷	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	20	۲۹	۱۲	۶	۱۵	30	۱۲	۸	23	۱	۱۳	۱۳
۱۳	۱۱	۲۴	۶	۱۷	30	۳۷	۱۰	23	۳	۱۳	۱۳	21	۳۰	۸	۲۲	۱	۱۶	31	۳۱	۹	24	۱۷	۱۳
14	۲۵	7	۱۸	۳۱	۱۱	24	۴	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۵	۲۴	۸	۱۷	۱	۱۵	۱۰	25	۳	۱۳	۱۳	
15	۲۶	۶	۱۹	۱	۱۲	۲۵	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۶	۲۵	۳	۱۸	2	۱۱	26	۲۸	۴	۱۳	۱۳	
16	۲۷	۶	۲۰	۲	۱۳	26	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱7	۲۶	۱۰	۱۹	3	۱۲	۲7	۲۵	۱۳	۱۳	۱۳	
17	۲۸	۱۰	۲۱	3	۱۴	27	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	18	۲۷	۱۱	۲۰	4	۱۳	28	۲۶	۱۳	۱۳	۱۳	
18	۲۹	۱۱	۲۲	۴	۱۵	28	۱۸	21	۱	۱۳	۱۳	19	۲۸	12	۲۱	۵	۱۴	29	۲۷	۱۳	۱۳	۱۳	

۱-تفاوت قیمت راه (از قیمت پایه ۱۳۸۱) : ۲۲۰۰۰

فبراير - Feb 2022										آذار - Nov 2021									
ربيع الثانی - Spring										ربيع الأول - Spring									
19	28	1	11	5	14	26	7	شنبه	13	22	1	11	5	14	26	7	شنبه	13	22
20	29	2	12	6	15	27	8	یکشنبه	14	23	2	12	6	15	27	8	یکشنبه	14	23
21	30	3	13	7	16	28	9	دوشنبه	15	24	3	13	7	16	28	9	دوشنبه	15	24
22	31	4	14	8	17	29	10	سه‌شنبه	16	25	4	14	8	17	29	10	سه‌شنبه	16	25
23		5	15	9	18	30	11	چهارشنبه	17	26	5	15	9	18	30	11	چهارشنبه	17	26
24		6	16	10	19	31	12	پنجشنبه	18	27	6	16	10	19	31	12	پنجشنبه	18	27
25		7	17	11	20		13	جمعه	19	28	7	17	11	20		13	جمعه	19	28
26		8	18	12	21		14		20	29	8	18	12	21		14		20	29
27		9	19	13	22		15		21	30	9	19	13	22		15		21	30
28		10	20	14	23		16		22	31	10	20	14	23		16		22	31
29		11	21	15	24		17		23		11	21	15	24		17		23	
30		12	22	16	25		18		24		12	22	16	25		18		24	
31		13	23	17	26		19		25		13	23	17	26		19		25	

فروردین										تیر									
روز و ماه										روز و ماه									
۱۷	۲۸	۱۰	۲۱	۳	۱۴	۲۷	۷	۱۸	۲۹	۱۰	۲۱	۳	۱۴	۲۷	۷	۱۸	۲۹	۱۰	۲۱
۱۸	۲۹	۱۱	۲۲	۴	۱۵	۲۸	۸	۱۹	۳۰	۱۱	۲۲	۴	۱۵	۲۸	۸	۱۹	۳۰	۱۱	۲۲
۱۹	۳۰	۱۲	۳۳	۵	۱۶	۲۹	۹	۲۰	۳۱	۱۲	۳۳	۵	۱۶	۲۹	۹	۲۰	۳۱	۱۲	۳۳
۲۰	۳۱	۱۳	۳۴	۶	۱۷	۳۰	۱۰	۲۱	۳۲	۱۳	۳۴	۶	۱۷	۳۰	۱۰	۲۱	۳۲	۱۳	۳۴
۲۱	۳۲	۱۴	۳۵	۷	۱۸	۳۱	۱۱	۲۲	۳۳	۱۴	۳۵	۷	۱۸	۳۱	۱۱	۲۲	۳۳	۱۴	۳۵
۲۲	۳۳	۱۵	۳۶	۸	۱۹	۳۲	۱۲	۲۳	۳۴	۱۵	۳۶	۸	۱۹	۳۲	۱۲	۲۳	۳۴	۱۵	۳۶
۲۳	۳۴	۱۶	۳۷	۹	۲۰	۳۳	۱۳	۲۴	۳۵	۱۶	۳۷	۹	۲۰	۳۳	۱۳	۲۴	۳۵	۱۶	۳۷
۲۴	۳۵	۱۷	۳۸	۱۰	۲۱	۳۴	۱۴	۲۵	۳۶	۱۷	۳۸	۱۰	۲۱	۳۴	۱۴	۲۵	۳۶	۱۷	۳۸
۲۵	۳۶	۱۸	۳۹	۱۱	۲۲	۳۵	۱۵	۲۶	۳۷	۱۸	۳۹	۱۱	۲۲	۳۵	۱۵	۲۶	۳۷	۱۸	۳۹
۲۶	۳۷	۱۹	۴۰	۱۲	۲۳	۳۶	۱۶	۲۷	۳۸	۱۹	۴۰	۱۲	۲۳	۳۶	۱۶	۲۷	۳۸	۱۹	۴۰
۲۷	۳۸	۲۰	۴۱	۱۳	۲۴	۳۷	۱۷	۲۸	۳۹	۲۰	۴۱	۱۳	۲۴	۳۷	۱۷	۲۸	۳۹	۲۰	۴۱

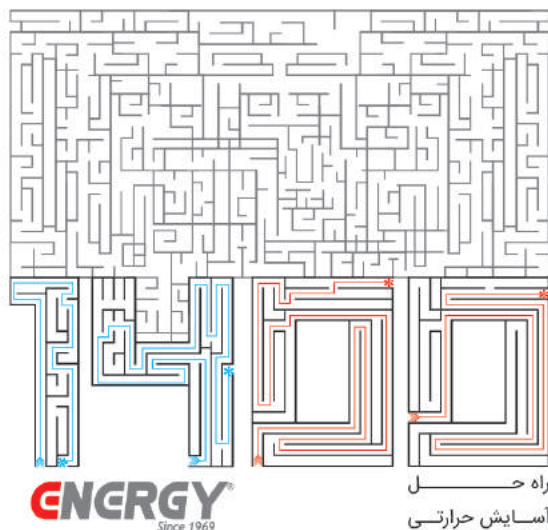
اردیبهشت												مرداد											
Apr - May 2021												فروردین - ۱۳۹۹											
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه	شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه	شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه	شنبه	یکشنبه	دوشنبه
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴
۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴

شهریور											
Aug. - Sep. 2021											
۱۳۹۹ سال شمسی											
۱۳	۲۷	۱۱	۲۵	۴	۱۳	۲۸	۶	شنبه			
۱۴	۲۸	۱۲	۲۶	۵	۱۴	۲۹	۷	یکشنبه			
۱۵	۲۹	۱۳	۲۷	۶	۱۵	۳۰	۸	دوشنبه			
۱۶	۳۰	۱۴	۲۸	۷	۱۶	۳۱	۹	سه‌شنبه			
۱۷	۳۱	۱۵	۲۹	۸	۱۷	۱	۱۰	چهارشنبه			
۱۸	۱	۱۶	۳۰	۹	۱۸	۲	۱۱	پنجشنبه			
۱۹	۲	۱۷	۳۱	۱۰	۱۹	۳	۱۲	جمعه			

۱۴: تعطیلات ایدئال (روز) / روزی ۳۳: تعطیلات (تمام کشور) (عید) / ۱۵: تعطیلات (تمام کشور)

خرداد											
May - Jun 2021											
فروردین خرداد											
۱۹	۳۱	۲۲	۵	۱۵	۲۹	۱۸	۲۲	۱	شنبه		
۲۰	۳۰	۲۳	۶	۱۶	۳۰	۱۹	۲۳	۲	یکشنبه		
۲۱	۳۱	۲۴	۷	۱۷	۳۱	۲۰	۲۴	۳	دوشنبه		
۱۵	۲۵	۲۵	۸	۱۸	۱۱	۲۱	۲۵	۴	سه‌شنبه		
۱۶	۲۶	۲۶	۹	۱۹	۲	۲۲	۲۶	۵	چهارشنبه		
۱۷	۲۷	۲۷	۱۰	۲۰	۳	۲۳	۲۷	۶	پنجشنبه		
۱۸	۲۸	۲۸	۱۱	۲۱	۴	۲۴	۲۸	۷	جمعه		

۱۵: تعطیلات (تمام کشور) / ۱۶: تعطیلات (تمام کشور) / ۱۷: تعطیلات (تمام کشور) / ۱۸: تعطیلات (تمام کشور)



راه حل
آسایش حرارتی

سال یک هزار و چهارصد هجری شمسی



☎ 021-61444

 www.energy-ind.com

energy.ind

G+plus

گلبرگ | جی پلاس

قرن قهرمانی





در این شماره می‌خوانید:

- ۲ پیام نوروزی مهندس محسن خلیلی
- ۳ پیام نوروزی مهندس دانیالی؛ نوروز بهمانند که ایام شماید
- ۴ پیام نوروزی مهندس هاشمی؛ «ساخت ایران» زیباترین نام برند ملی...
- ۵ نشست هم‌اندیشی تدوین استراتژی صنعت لوازم خانگی



- ۱۰ تحریم‌ها؛ فرصت یا تهدید
- ۱۲ استقبال مشتریان و کسب سهم قابل توجه در بازار
- ۱۴ از سیاست درهای باز استقبال می‌کنیم
- ۱۵ سختی تحریم‌ها از عذاب گمرک، بانک مرکزی و وزارت صمت بیشتر نبود
- ۱۶ کرونا بی‌تأثیر و تحریم‌ها برای ما مثبت بود
- ۱۷ عراق مشتری همیشگی
- ۱۷ داخلی‌سازی سام با قدرت در حال انجمن است
- ۱۸ تکمیل زنجیره تولید با تقویت صنعت قطعه‌سازی
- ۲۱ مغز متفکر محصولات الکترونیکی هوشمند
- ۲۲ اعتماد به کالای ایرانی در گروی ارتقای کیفیت و تبلیغات مناسب
- ۲۴ قطع واردات بی‌رویه عامل رونق تولید
- ۲۶ روند صعودی تولید لوازم خانگی



- ۲۷ کارآفرینی کلید توسعه ارتقاء و سرمایه‌های اجتماعی
- ۲۸ انرژی، از آغاز تا امروز
- ۳۶ توفیقات اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سالی که گذشت
- ۳۸ بانوی آهنین چین

- ۴۰ چین، قطبی حذف‌نشده از دنیای تجارت
- ۴۴ گران‌ترین شهرهای دنیا برای زندگی کدام‌اند؟
- ۵۱ برای بحران‌های آتی آماده شوید
- ۵۶ کارکشته‌های دولت اوباما تیم چین بایدن را تشکیل می‌دهند
- ۵۸ جهان به روایت نمودارها

- ۶۰ رسوب‌زدایی پکیج شوفاژ دیواری
- ۶۲ قرارداد مشاوره و ساختار شش‌گانه چیست و در عقد قرارداد چه تأثیری دارد؟
- ۶۶ اقتصاد جهان قربانی «کووید ۱۹»

- ۷۰ فعالان صنعت لوازم خانگی، مظلوم‌ترین و بی‌ادعترین سکنداران تولید و اشتغال کشور
- ۷۲ ضرورت صدای واحد برای ارتقای صنعت لوازم خانگی
- ۷۴ کنفرانس مطبوعاتی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد
- ۷۹ جلسات هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
- ۸۰ تابلو اعلانات



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
صدای واحد صنعت لوازم خانگی کشور

پیک‌شورا

ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سال سی‌وپنجم / اسفند ۹۹ / شماره ۳۷۰

■ **صاحب امتیاز:** انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

■ **مدیر مسئول:** علیرضا دانیالی

■ **زیر نظر شورای سیاست‌گذاری:** عباس هاشمی
مرسل صدیق، داوود فراهانی و قاسم مصطفوی

■ **سردبیر:** مریم بیامنش

■ **مدیر هنری و فنی:** علی شهربابی

■ **هیئت تحریریه:** مریم بیامنش، فرامرز لطافتی،
افشین شیخی، میترا جلیلی

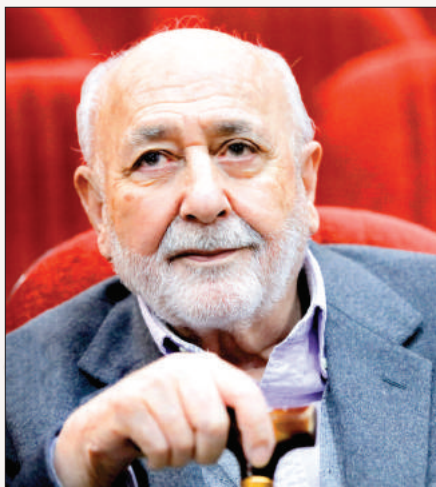
■ **روابط عمومی و تبلیغات:** شبنم شهبلا

■ **امور اجرایی:** بهاره قیاسوند

■ **توزیع:** علی یوسفی

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

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



بنام ایزد مهربان و توانا

بکوشید و نیکی بکار آورید / چو دیدید سرما بهار آورد
سالی دگر گذشت. سخت و حزن انگیز. سخت از بابت
تداوم تحریم‌های ظالمانه و ناملازمات اقتصادی و تورم و
کاهش رشد اقتصادی و فقیرتر شدن و کوچک شدن سفره

بسیاری از هموطنان عزیزمان؛ و حزن آور به جهت جان‌های عزیزی که در این یک سال به واسطه پاندمی کرونا از دست رفتند و یاران و دوستان و خویشانی که اکنون در بین ما نیستند و جای شان بسیار خالی.

اما برای من صنعتگر ایرانی عاشق توسعه و پیشرفت این سرزمین و آرزومند بهبودی وضعیت تمامی انسان‌ها در جای جای جهان، اینهمه دشواری و اندوه، آموزه‌هایی بس گرانبها نیز در بر داشت که اگر دریافت و فهم شوند، شاید تا حدی از بار طاقت فرسای سختی‌ها و حزن‌مان بکاهد.

-اینکه بدانیم جهان پدیده‌ای یکپارچه است و عناصر و موجودات آن در ارتباط و پیوند بس نزدیک با یکدیگرند و تغییر هر جز کوچک و هر ذره از آن حتی در حد موجودات میکروسکوپی، تأثیراتی بس ژرف و عمیق بر حیات و زندگی در این کره خاکی می‌نهد. پس می‌بایست در سلامت و نگاهیانی این پیکره مقدس، ناموس هستی، به تمامی بکوشیم که «چو عضوی بدرد آورد روزگار / دگر عضوها را نماند قرار».

-اینکه علم و دانش بشری را بیش از پیش ارج نهیم و بزرگ شماریم و از خرافات و شبه علم دوری گزینیم. علمی که با ایمان به لطف و مرحمت پروردگار یکتا هم‌ذات است و اگر عقل و خرد و دانش و بینشی در بشر شکوفته شده و می‌شود در پرتو وجود خالق جهان هستی است. پس هر روز می‌بایست خود را با غافله علم و دانش همراه‌تر و هم آوازتر ساخته و در جاده و مسیر آگاهی شورمندانه‌تر طی طریق نماییم.

-اینکه هر چه بیشتر در اصلاح وضعیت اقتصادی و صنعتی جامعه‌مان بکوشیم، که هر چه قدرت‌مان در این حوزه افزون‌تر شود، از درجه درد و رنج‌مان در کوران بلایا و حوادث و آسیب‌های طبیعی کاسته و قدرت مقاومت مردم‌مان در مواجهه با بیماری‌ها و دشمنی‌ها و... افزون‌تر می‌شود. این مهم و ارتقا توانمندی اقتصادی جامعه میسر نمی‌شود مگر در سایه دوست داشتن دیگری و احترام به حقوق فردی و اجتماعی جامعه و فراهم کردن بستر و شرایط برخورداری همگان از آزادی‌های مشروع و قانونی و مشارکت آنان در حیات جمعی.

-اینکه هم و غم خود را مصروف کاهش درد و رنج انسان‌ها در قالبی نهادینه و جمعی نماییم و بدانیم تحقق جامعه‌ای پیشرفته و مرفه و آزاد بهتر از هر راهی، از مسیر بجا آوردن مسئولیت اجتماعی و انجام اقدامات داوطلبانه و مدنی و مشارکت در تشکلهای امکانپذیر است. پس تلاش‌مان را هر چه بیشتر جمعی و سازمانی نماییم و در پرتو «هم افزایی» حاصله، باور داشته باشیم، امیدمان افزون‌تر و موفقیت‌مان در دسترس‌تر و ممکن‌تر خواهد شد.

آرزومندم سال روشنی و سلامتی و صلح و آبادانی در راه باشد. سالی که با کوشش جمعی، آگاهانه و عالمانه و عاشقانه‌مان همچون آبی زلال و پاک، غم و درد این سال و سالیان را بشوید و بهبودی و رفاه و سلامتی و پیشرفت را نصیب‌مان نماید که «جناب عشق بلند است، همتی!»

نوروتان پیروز، هر روزتان نوروز

محسن خلیلی

نوروز بمانید که ایام شماست



بار دیگر بهار خجسته و نوروز میراث بزرگ تمدن و فرهنگ ایرانی از راه رسید. این نوشدن طبیعت را به فال نیک گرفته و آن را به همه تلاشگران صنعت بزرگ لوازم خانگی ایران تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با داشتن بیش از ۲۵۰ عضو تولید کننده و سهم بازار بیش از ۸۵ درصد، تلاش مجدانه جهت تحقق اهداف توسعه صنعتی کشور و لوازم خانگی ایران را در سرلوحه اهداف عالی‌اش دارد.

در سال جاری با همه موانع و مشکلات تحریم‌های خارجی و داخلی صنعت لوازم خانگی ایران توانسته است با همت همه مدیران، مهندسان و همکاران ضمن حل موانع و مشکلات، به رشد ۳۰ درصد نسبت به سال گذشته دست یابد که مایه مباهات و افتخار همه ماست. امیدواریم در سال ۱۴۰۰ نیز با همت و پشتکار شما بزرگواران و تلاشگران عرصه تولید این صنعت بتواند به رشد و توسعه کمی و کیفی خود ادامه دهد.

هیأت مدیره و همکاران انجمن نیز پرتوان و فعالانه برای تحقق اهداف عالی‌ه انجمن در سال جاری اقدام و نوسازی انجمن را با انتخاب دبیرکل شایسته و حل مشکلات حاد مالیاتی گذشته، همچنین تغییر اساسنامه انجمن جهت شفافیت، و موروئی نشدن پست‌ها و مردم سالار شدن انجمن را محقق ساختند که لازم است از تلاش همه اعضا محترم هیأت مدیره، دبیرکل و همکاران انجمن و خصوصاً همه اعضا محترم انجمن صنایع لوازم خانگی ایران که این تشکل بزرگ صنعتی - ملی را که متعلق به خودشان است در جهت تحقق اهداف فوق یاری و مساعدت نمودند صمیمانه قدردانی و تشکر نمایم.

طبق آخرین مصوبه هیأت مدیره انجمن، قرار را بر نوسازی ساختمان انجمن و بازسازی ساختار اجرایی آن و ساختن انجمنی در شان و مقام شما بزرگواران صنعت بزرگ لوازم خانگی با کمک و یاری شما گذاشتیم.

برای همه شما بزرگواران که سربازان خط مقدم توسعه و آبادانی صنعت و اقتصاد ملی می‌باشید آرزوی سلامتی و موفقیت را دارم.

نوروز بمانید که ایام شماست

ایام ز دیدار شماست مبارک

با احترام

علیرضا محمدی دانیالی

رئیس هیأت مدیره



«ساخت ایران» زیباترین نام برند ملی...

سالی دگر گذشت و در حال ورود به سال ۱۴۰۰ و قرن جدید

هستیم ابتدا بر خود لازم می‌دانم سال نو و آغاز بهار طبیعت را بر همگان به‌ویژه تولیدکنندگان، صنعتگران، متولیان صنعت و تولید، اعضای محترم و مخاطبان گرانقدر ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تبریک و تهنیت عرض نمایم. سال پرفراز و نشیب ۱۳۹۹ سالی پرمخاطره برای همه جهان بود، حزن بی‌امان هموعانمان در سراسر جهان و هموطنانمان در ایران عزیز اندوه بیکران بر دل‌هایمان نشاند و ویروس منحوس کرونا بسیاری از مشکلات را دوچندان نمود. در همین میان چرخ‌های صنعت شتابان و بی‌وقفه چرخید تا روزگار مردمان خطه پهناور ایران زمین با آن بچرخد و خدای ناکرده فقر ناشی از ایستایی صنعت گریبانگیرمان نشود. در این راستا مسئولیت بزرگ‌مردان تولید و صنعت بیش از پیش سنگین‌تر گشت چرا که سایه مدیریت‌شان هم بر تولید و هم بر خانواده صنعت پررنگ‌تر و پرمهرتر از همیشه رخ نمود. خدا را شاکریم که در این یک سال در کنار خانواده بزرگ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران توانستیم با همراهی یکدیگر به‌ویژه ریاست و اعضای محترم هیئت مدیره، اموری در خور شأن و منزلت اعضای محترم را مدیریت نموده و انجمن را در جایگاهی که باید باشد هدایت نمائیم.

✱ افزایش بیش از ۵۰ عضو که جا دارد به همگی آنان خوشامد عرض نمایم.

✱ راهاندازی دپارتمان قطعه‌سازان به عنوان موتور محرک تولید و توسعه پایدار صنعتی

✱ تشکیل کانون دانش - صنعت - بازار لوازم خانگی با کمک شرکت‌های دانش بنیان و با محوریت معاونت علمی و

فناوری ریاست جمهوری توسط انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

✱ رفع بسیاری از مشکلات تأمین مواد اولیه با توافقات صورت گرفته با فولاد و وزارت صمت

✱ برنامه‌ریزی تشکیل بزرگترین مرکز عرضه لوازم خانگی برای حمایت از تمامی برندهای لوازم خانگی با کیفیت ایرانی

برای شناساندن پتانسیل‌های این حوزه و عرضه بهترین کالاهای ساخت داخل در مکان مناسب

✱ تقویت حوزه ارتباطات، اطلاع‌رسانی و رسانه به عنوان غنی‌سازی فرهنگ تولید و صنعت لوازم خانگی

✱ ارائه مشورت به دستگاه‌های اجرایی و نهادهای حاکمیتی در جهت رفع موانع تولید و تسهیل امور واحدهای تولیدی

✱ برگزاری بیستمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با شعار «درخشش تولید در کشاکش تحریم» که به‌شکل مطلوبی محقق گشت و خوشبختانه در کشاکش تحریم‌ها و مشکلات شدید ارزی، تولیدکنندگان لوازم خانگی توانستند آخرین تولیدات و دستاوردهای خود را برغم بسیاری از مشکلات تأمین مواد اولیه با جهش ۳۰ درصدی نسبت به سال گذشته در این نمایشگاه در فضایی حدود ۱۷ هزار متر مربع به نمایش گذارند.

امید آن می‌رود در سایه توجهات حضرت حق بتوانیم با اعتماد به کیفیت و نوآوری کالای لوازم خانگی داخلی نام بلندآوازه «ساخت ایران» را به‌عنوان یک برند ملی در منطقه و جهان برافراشته نموده و با افتخار به قله‌های پیشرفت و سرفرازی صعود نمائیم.

آمد بهار ای دوستان منزل سوی بستان کنیم گرد غریبان چمن خیزید تا جولان کنیم

عباس هاشمی - دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

با حضور فعالان و صاحبان صنایع لوازم خانگی برگزار شد:

نشست هم‌اندیشی تدوین استراتژی صنعت لوازم خانگی

محصولات جدید و سازماندهی زنجیره ارزش تأمین ارائه دهد و در نهایت جمع‌بندی آرا و نظرات به وزارت صمت ارسال شود.

وی با بیان اینکه در شرایط فعلی سیاسی بین‌المللی، هنوز استراتژی اقتصادی کشور مشخص نیست، تأکید کرد: در این شرایط تمرکز بر یک مدل و اقتباس از آن، می‌تواند رانت‌زا باشد و همچنین ایجاد برند یا برندهای ملی ساز و کار ویژه خود را می‌طلبد.

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی در ادامه، به مزیت‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) اشاره کرد و گفت: این بنگاه‌ها محرک کارآفرینی بوده، اشتغال و تنوع تولید بالایی دارند، رقابت پذیر بوده و چابک عمل می‌کنند و عمده آنها دانش بنیان هستند. وی تصریح کرد: این بنگاه‌ها با عدم تأثیرپذیری از تحریم‌ها، از شرایط خوبی برخوردارند و همچون شرکت‌ها و واحدهای بزرگ نیستند که با خروج خارجی‌ها از کشور، دچار دردسر شده و اشتغال و تولیدشان کاهش یابد.

هاشمی ادامه داد: اعتقاد این انجمن این است که برندسازی نمی‌تواند به صورت دستوری و حاکمیتی اتفاق بیفتد، بلکه نیازمند یک سری الزامات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است و دولت و وزارت صنعت باید به بسترسازی کار بپردازد.

بازار ۳۷ میلیارد دلاری لوازم خانگی در کشورهای همسایه و منطقه

در این نشست، مدیرکل دفتر صنایع برق، فلزی و لوازم خانگی وزارت صمت تصریح کرد: این صنعت با وجود همه تحریم‌ها و مشکلات توانسته در دو سال و نیم گذشته با قاطعیت به حرکت رو به رشد خود ادامه دهد، البته با ممنوعیتی که در واردات لوازم خانگی اعمال شد آحاد مردم نیز با همکاری و حمایت از این صنعت، رشد آن را رقم زدند.

«کیوان گردان»، به وجود بازار ۳۷ میلیارد دلاری لوازم خانگی در کشورهای همسایه و منطقه و ظرفیت پنج میلیارد دلاری بازار

نشست هم‌اندیشی صاحبان صنایع با مدیران وزارت صنعت، معدن و تجارت در خصوص تدوین استراتژی صنعت لوازم خانگی ایران در افق ۱۴۰۴ به میزبانی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سالن جلسات اتاق بازرگانی تهران برگزار شد. در این جلسه فعالان و بزرگان این صنعت درباره لزوم تعریف این استراتژی، عملیاتی و اجرایی شدن آن و همچنین مسائل و مشکلات مبتلا به این صنعت به بحث و تبادل نظر پرداختند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای این نشست که در سالن اجتماعات کارآفرینان خانه مشکل‌های اتاق بازرگانی تهران برگزار شد، «عباس هاشمی» دبیر کل انجمن به صحبت پرداخت.

وی یادآور شد: در حدود سال ۹۴ وزارت صمت به تلاش برای تدوین استراتژی برای صنعت لوازم خانگی پرداخت که در آن صادرات سه میلیارد دلاری برای افق ۱۴۰۴، تشکیل سه تا چهار برند در کلاس جهانی و رسیدن به مقام دوم منطقه در این صنعت دیده شده بود.

هاشمی بیان داشت: در همان جلسات با توجه به شرایط وقت سیاسی و اقتصادی کشور، ایراداتی به آن استراتژی وارد شد و در عمل هیچ وقت رنگ و بوی اجرایی به خود نگرفت.

وی به جلسه بیست و سوم بهمن ماه امسال با حضور «آقا محمدی» عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و «مهدی صادقی نیارکی» معاون امور صنایع وزارت صمت اشاره کرد که در آن بر لزوم تدوین استراتژی برای این صنعت، همچنین ارائه راهکارهای توانمندسازی تولید و صادرات غیرنفتی تأکید شد.

هاشمی خاطرنشان کرد: در نهایت مقرر شد انجمن صنعت لوازم خانگی ضمن برگزاری جلساتی با اعضای انجمن، نقشه راه و برنامه اجرایی خود را برای توسعه همکاری‌های مشترک شرکت‌ها، افزایش بهره‌وری، جهش تولید، توقف مونتاژکاری، توسعه صادرات، تولید



است.

تولیدکنندگان چه گفتند؟

در این جلسه، «محمدزاده» مدیر عامل گروه صنعتی الکترو استیل اظهار داشت: با توجه به وضعیت خاص سیاسی و اقتصادی کشور، نمی‌توان کشوری نظیر کره جنوبی را الگوی خود قرار دهیم. وی تأکید کرد: اگر بخواهیم با برندسازی خود را محدود به یکی دو برند اصلی کنیم، به راحتی در آینده تحت تأثیر فشار تحریم‌های احتمالی قرار خواهیم گرفت، این در حالی است که با شرایط کنونی ردیابی همه فعالان تولیدی و اقتدای برای دشمنان میسر نیست.

در ادامه «تهرانچی» مدیرعامل شرکت نانیوا به بیان مزایای SME ها پرداخت و گفت: خلق ارزش افزوده بیشتر، رقابت‌پذیری بیشتر، پرداخت مالیات بیشتر و راحت‌تر و تصمیم‌گری آسانتر، از جمله این ویژگی‌هاست.

وی پیشنهاد کرد: کشور چین به عنوان الگوی صنعت لوازم خانگی ما قرار گیرد که ۹۸ درصد صنایع آن را صنایع کوچک تشکیل داده و بیش از ۹۵ درصد صادرات را همین شرکت‌ها در اختیار دارند.

بازرس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی تصریح کرد: در این صنعت می‌توانیم برندهای بزرگ داشته باشیم، اما نیازی نیست در این راستا SMEها را فدا کنیم.

«سلیمانی» مدیرعامل شرکت نیک‌کالا در این نشست بیان داشت: صنعت لوازم خانگی یکی از پرپتانسیل‌ترین صنایع داخلی کشور است و دولت باید به بسترسازی توسعه این صنعت بپردازد.

داخلی اشاره کرد و گفت: درصددیم با فراهم کردن شرایط، سهم بیشتری از این بازار را به خود اختصاص دهیم.

وی خاطرنشان کرد: در این راستا در تلاشیم از ظرفیت‌های حوزه‌های اقتصادی دفتر رهبر معظم انقلاب و نهاد ریاست جمهوری نیز به این منظور استفاده کنیم.

مدیرکل دفتر صنایع برق، فلزی و لوازم‌خانگی وزارت صنعت ادامه داد: به این منظور تهیه و تدوین سند راهبردی برای افق ۱۴۰۴ در دست اقدام است که فارغ از تغییر و تحول دولت‌ها به ادامه مسیر بپردازد.

پتانسیل تولید ۲۵ میلیون دستگاه لوازم خانگی

در این جلسه، «سید مهدی نیازی» مشاور عالی و دستیار ویژه معاون امور صنایع وزارت صمت نیز گفت: این وزارتخانه به دنبال تدوین استراتژی برای صنعت لوازم خانگی نیست و اصلاً قرار نیست دولت کاری انجام داده یا برند ملی ایجاد کند.

وی بیان داشت: استراتژی این صنعت باید از سوی فعالین این حوزه و در راستای سیاست‌های کلان مشخص شود تا با رفع موانع از سوی دولت اجرائی و عملیاتی شود.

نیازی افزود: به اعتقاد وزارت صمت پتانسیل لازم برای افزایش تولید از ۹ میلیون دستگاه به ۲۵ میلیون دستگاه لوازم خانگی وجود دارد و دولت باید فقط موانع را از سر راه تولید و صادرات بردارد.

وی خاطرنشان کرد: اکنون با توجهات معاونت اقتصادی دفتر بیت رهبری و همچنین دفتر نهاد ریاست جمهوری، توجه ویژه‌ای به بخش لوازم خانگی وجود دارد که فرصتی برای فعالان این صنعت

حرکت نمی‌کند، در صادرات نیز باید بتوانیم رقابت کنیم. مدیرعامل شرکت ناسیونال ایران با بیان اینکه مخالف برندسازی هستیم، به طرح این پرسش پرداخت که اگر فردا روزی برندسازی ناموفق بودیم، خسارت آن را چه کسی خواهد پرداخت؟ علیرضا عراقی نائب رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و مدیرعامل شرکت تکبان کنترل انرژی موانع و مشکلات این صنعت را بسیار عدیده خوانده و اظهار داشت: دولت می‌بایست موانع و شیخون‌هایی که هر روز بر سر تولید می‌آید را از سر راه بردارد چرا که ما سربازان جبهه جنگ اقتصادی در مسیر تولید بدون سلاح و مهمات در حال جنگیدن با ابر تحریم‌های داخلی و خارجی چراغ تولید را همواره روشن نگاه داشتیم و اگر دنبال منفعت طلبی شخصی بودیم خیلی زودتر از اینها در جاهای دیگر سرمایه‌گذاری کرده بودیم.

رئیس دیپارتمان قطعه‌سازان انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تأکید کرد: دولت بایستی اول نگاهش را بشوید و با تولیدکنندگان مهربانتر باشد تا ما نیز که با جان و دل تولید را حفظ نموده‌ایم، برای جهش صادرات قدم برداریم و بهترین نقشه راه را تحویل دهیم. وی بار دیگر به توسعه قطعه‌سازی در کشور تأکید کرده و اظهار داشت: برندسازی ساز و کار خودش را دارد و زیرساخت‌های خود را می‌طلبد که اولین زیرساختش تعمیق ساخت داخل است.

«فرهاد کیایی»، مدیرعامل شرکت قطعه‌سازی نوآور ارتباط صنعت با بیان اینکه صنعت لوازم خانگی تا اواخر دهه ۷۰ در انحصار هفت تا هشت شرکت بود، تصریح کرد: نگاه ایدئولوژیکی و سیاسی حاکم بر کشور، مخاطراتی در برخی حوزه‌های اقتصادی به وجود آورد که در نهایت حذف این شرکت‌ها را رقم زد.

وی افزود: شاید بهتر باشد دولت در ابتدا به رفع و رجوع برخی غل و زنجیرهایی که به پای این صنعت بسته شده، مثل مشکلات تأمین اجتماعی، مالیات، تأمین ورق‌های فولادی و بسیاری مشکلات و موانع موجود پرداخته و سپس برای چند برابر شدن تولید و جهش صادراتی آن نقشه راه تدوین نماید.

«پرویز کلباسی» مدیرعامل شرکت سیمازان نیز برندسازی و تجمیع واحدها را به مثابه گرفتن آزادی فکر، اختیار و عمل از مجموعه‌ها توصیف کرد.

وی، نمونه مشابه آن را راه اشتباهی برشمرد که صنعت خودروسازی پیموده و امروز با بیش از ۶ دهه قدمت جایگاهی در صادرات ندارد و گفت: به نظر می‌رسد دولت می‌خواهد همان بلا را بر سر صنعت لوازم خانگی بیاورد.

کلباسی عملی شدن برندسازی در صنعت لوازم خانگی را غیرعملی برشمرد که امکان رشد را به کشور نخواهد داد.

«بهری» مدیرعامل شرکت ناسیونال ایران نیز گفت: اجرای برندسازی به صورت دستوری امکانپذیر نیست، بلکه باید زیرساخت‌های آن فراهم شود.

وی به طرح این پرسش پرداخت که آیا واقعا برندهای بزرگی در کشور وجود دارند که سایر شرکت‌ها باید در آنها ادغام شوند، یا حقیقت این است که آنها را بزرگ جلوه داده‌ایم؟! بهری نیز با اشاره به عدم توفیق صنعت خودرو، تصریح کرد: «آزموده را آزمودن خطاست» و امروز صنعت خودرو چه سهمی در صادرات دارد که بخواهیم همین نسخه را برای صنعت لوازم خانگی بپیچیم؟

وی تأکید کرد: بازار محل رقابت است و به صورت دستوری



وی بیان داشت: تولید باید دارای برنامه باشد و CKD کاری نیز هیچ وقت ما را به هدف نزدیک نمی‌کند.

«ایزدپناه» مدیرعامل استیل البرز نیز گفت: برای توسعه صادرات چند اقدام اساسی مورد نیاز است که نخستین آنها، توانایی افتتاح شعب شرکت‌ها و حساب بانکی در بازارهای هدف است؛ موضوعی که جزو مأموریت‌های وزارت امور خارجه است.

این عضو هیئت مدیره انجمن تأکید کرد: در عین حال باید بتوانیم برای صادرکنندگان ضمانت نامه دولتی صادر کنیم تا به واسطه آن فاینانس و منابع مالی لازم را دریافت کنند تا جهش صادراتی را به دنبال داشته باشد.

ایزدپناه همچنین خواستار عقد تعرفه‌های ترجیحی مناسب با کشورهای هدف صادراتی شد.

وی با توصیف کره‌ای به شرکت‌های نوآور و آلمانی‌ها به شرکت‌های فناوری، تصریح کرد: باید تکلیف ما از تعریف برند ملی مشخص باشد و اینکه بدانیم کالای ایرانی دارای چه مشخصه‌ای است؟

«لطفی»، نماینده شرکت هیمالیا نیز طی سخنان کوتاهی، یادآور شد: عدم ثبات اقتصادی به ورشکستگی بسیاری شرکت‌ها انجامیده و به طور نمونه با وجود قیمت ABS که رشد هفت برابری تجربه کرده، مانده‌ایم که ادامه کار بدهیم یا خیر؟

«نوری»، نماینده شرکت ام‌رسان نیز با اشاره به کشور ترکیه که در صنعت لوازم خانگی آن ۱۴۴ شرکت بزرگ و ۵۰ شرکت خیلی بزرگ فعالیت می‌کنند، افزود: ۶ برند بزرگ از بین این ۵۰ شرکت انجمنی تشکیل داده‌اند و تحت عنوان Turk Best فعالیت می‌کنند، ما نیز باید ببینیم در تعریف برند ایرانی به چه می‌خواهیم برسیم؟ وی پیشنهاد کرد: در این راستا اقدامات فزاینده‌ای شده، مطالعات راهبردی انجام شود، تعیین استراتژی و اهداف صورت پذیرد و در نهایت به سرمایه‌گذاری و مشارکت اقدام شود.

«داود فراهانی»، مدیرعامل شرکت جهان کریستال نیز گفت: متأسفانه در کشور اصلاً استراتژی صنعتی تعریف نشده است. وی افزود: در حالی که کره جنوبی به مدت ۱۲ سال در ب‌های کشورش را به روی خارجی‌ها بست و مردم نیز همراهی کردند، اما فردا با رفع تحریم‌ها مطمئنیم که درهای کشور به روی واردات باز می‌شود.

فراهانی تصریح کرد: توجه به پدافند عامل به ما تأکید می‌کند که SME‌ها را از بین نبریم.

عضو هیئت مدیره انجمن پیشنهاد داد: لایحه‌ای تنظیم و به مجلس ارسال شود که تا چند سال جلوی واردات گرفته شود تا تولیدکنندگان و صنعتگران داخلی نیز با قوت برنامه‌های به روزرسانی و داخلی‌سازی را دنبال کنند.

مدیرعامل جهان کریستال تأکید کرد: برندسازی از یک اقتصاد سالم و نه اقتصاد رانتی می‌گذرد.

وی با اشاره به رد شدن لایحه بودجه از سوی مجلس، خواستار

وی، نبود پلتفرم مشترک در لوازم خانگی را ضعفی برای این صنعت برشمرد و گفت: اکنون برخی شرکت‌ها از شرق آسیا و برخی دیگر از اروپایی‌ها گرت‌برداری می‌کنند و همین مسئله موجب بروز چالش‌هایی در داخلی‌سازی محصولات می‌شود.

«قنادان» مدیرعامل شرکت تکوین الکتریک نیز اظهار داشت: هرگونه انحصار به زیان صنعت است و نظیر چنین موضوعی را در سال‌های گذشته در فعالیت انحصاری همراه اول در کشور شاهد بودیم که حتی سامانه پیامکی را برای مشتریان فعال نمی‌کرد. وی تأکید کرد: راه ارتقای این صنعت از تنوع برند و تمرکز بر SME‌ها به عنوان هسته‌های چابک آن می‌گذرد.

«سلطانی»، معاون مدیرعامل شرکت پاکشوما نیز به طرح این پرسش پرداخت که در شرایط کنونی، آیا بدنه صنعت لوازم خانگی نمی‌تواند فعالیت کند که به فکر برندسازی افتاده‌ایم؟

وی با اشاره به تحریم‌ها، هشدار داد: دستاوردها و توانمندی‌های خوبی در سال‌های گذشته حاصل شده که نباید به راحتی آنها را از دست بدهیم.

سلطانی تأکید کرد: مراقب باشیم برند ملی تبدیل به انحصار ملی نشود و اگر برند ملی ساختیم، آنگاه الزامات پایداری و تداوم آن چیست؟

«پهلوانی» نماینده شرکت آبسال نیز افزایش صادرات را فقط از طریق ارتقای کیفیت محصولات امکان‌پذیر برشمرد و یادآور شد: در فضای کنونی، اقداماتی نظیر ورود ۴۲۰ کانیتینر CBU شرکت بوش به کشور توجیه‌پذیر نیست.





اقتصادی از ضروریات آن می‌باشد.

برای قدم‌های اولیه بیاایم با متر و مقیاس قابل اندازه‌گیری و برای کم کردن سالیانه ۱۰ واحد از شاخص‌های زیرین اقدام کنیم.
۱- کم کردن شاخص سهولت کسب و کار از رتبه ۱۲۷ از ۱۹۰ کشور در سال ۲۰۲۰

۲- شاخص رقابت پذیری از ۹۹ از ۱۴۱ کشور (سال ۲۰۱۹)

۳- شاخص درک فساد رتبه ۱۴۶ از ۱۸۰ کشور (سال ۲۰۱۹)

۴- کاهش تورم از ۴۱ درصد فعلی و کم کردن سالیانه ۱۰ درصد از آن

۵- رسیدن به رشد اقتصادی مثبت سالیانه ۴ درصد به جای رشد اقتصادی منفی

جمع‌بندی جلسه

مهندس دانیالی جمع‌بندی جلسه را به شرح زیر اعلام داشتند:

۱- تلاش برای حل مشکلات کلان توسعه و رسیدن به توسعه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی

۲- بهبود شاخص‌های کلان اقتصادی و کم کردن سالیانه آنها

۳- الگوی توسعه و حمایت از SME ها

۴- استفاده از الگوی کشورهای پیشرفته و تطابق آن با شرایط داخلی

۵- حمایت دولت و حاکمیت از کل صنعت لوازم خانگی، رقابت سالم و شفاف آنها و حمایت از رشد طبیعی شرکت‌های برتر

۶- کمک به صنعت به صورت شفاف و مشخص و جلوگیری از توزیع هر گونه رانت

۷- حمایت از رشد و توسعه اقتصادی، رفع موانع و مشکلات صنعت لوازم خانگی، تأمین نیاز داخل و گرفتن سهم ۲/۵ میلیارد

دلاری کالای قاچاق در بازار و توسعه صادرات

آن شد تا مسئولان برای مدتی دست از سر این صنعت بردارند تا ببینیم تکلیف اقتصاد چه می‌شود؟

در خاتمه مهندس دانیالی رئیس هیئت مدیره انجمن اظهار داشتند: ضمن تشکر از همکاری و حضور اعضا محترم و مسئولان وزارت صمت، برای روشن شدن بحث باید اول توسعه اقتصادی را تعریف کنیم؛

به تعریف پرفسور فرانسس فوکویاما:

«من توسعه اقتصادی را به سادگی افزایش سرانه تولید ناخالص داخل (GDP) طی زمان تعریف می‌کنم.»

در حالیکه درآمد سرانه ملی طی ۴۰ سال گذشته حدود ۵۰ درصد کاهش یافته است، آیا می‌توان با همین الگو به رشد و توسعه دست یافت؟ آیا در اقتصادی که نه تنها در حال رشد نبوده بلکه با رشد منفی دست در گریبان است، می‌توان صنعت لوازم خانگی را به رشد پایداری رسانید؟

برای رشد و توسعه اقتصادی نیاز به توسعه سیاسی، حاکمیت قانون، دموکراسی و توسعه اجتماعی خواهیم داشت. (حکمرانی خوب) بدون حکمرانی خوب هم می‌توان به توسعه و رشد اقتصادی رسید، اما نیاز به حداقل دولت مقتدر و معتقد به توسعه اقتصادی و برداشتن موانع توسعه اقتصادی و کمک‌کننده آن می‌باشد.

مثال‌های عینی آن توسعه اقتصادی در چین، سنگاپور، امارات می‌باشند. به قول کلیر «من این واقعیت را بدیهی می‌دانم که سطح خاص و معین اولیه‌ای از ظرفیت دولت شرط ضروری و محتوم هر درجه از رشد اقتصادی است.»

برای رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی نیاز به رشد و توسعه صنعت، رشد و توسعه اقتصادی و توجه به الزامات رشد و توسعه



صنعت لوازم خانگی در سالی که گذشت...

تحریم‌ها؛ فرصت یا تهدید

حفظ اشتغال و تعطیل نکردن نیروی کار بود. نتیجه خروج برندهای خارجی پس از تحریم‌ها از کشور، اتکا به تولیدات داخلی و افزایش داخلی‌سازی بود، به‌طوری که در برخی شرکت‌هایی که تا پیش از این با ال. جی و سامسونگ همکاری داشتند، شاهد تولید محصولات ایرانی و همچنین شاهد توسعه سبد کالایی هستیم که قبلاً در سبد کالایی‌اش فقط مانیتور مشاهده می‌شد، اما امروز به تولید انواع تلویزیون، یخچال‌فریزر، لباس‌شویی، ظرف‌شویی و حتی اسپلیت‌یونیت روی آورده و در مجموع سبد کالایی کشور در این بخش در حال تکمیل است.

برندسازی

با این حال، امروز شرکت‌های ایرانی با همه قدرت در راستای سیاست‌های کشور در حرکتند تا خلاهای بازار لوازم‌خانگی پوشش

بخش صنعت کشورمان در سال ۱۳۹۹ متأثر از دو مشکل بزرگ تحریم‌ها و پاندمی کرونا همچنین شرایط نامساعد اقتصادی کشور، وضعیت دشواری را تجربه کرد و فعالیت بسیاری شرکت‌ها و تولیدکنندگان این حوزه با فراز و نشیب‌های زیادی همراه شد. با وجود مشکلات یاد شده، یکی از این حوزه‌ها که شاهد رونق گرفتن تولید در آن بودیم، بخش لوازم‌خانگی است. شرکت‌های خارجی تا پیش از اعمال تحریم‌های ظالمانه آمریکا سهمی حدود ۴۰ درصدی از بازار کشورمان را در اختیار داشتند که از جمله بزرگترین آنها شرکت‌های کره‌ای ال. جی و سامسونگ قابل اشاره است اما با خروج این برندها از کشورمان، به‌یکباره بخشی از ظرفیت‌های تولیدی این مجموعه‌ها با رکود در تولید همراه شد، هرچند همه سعی مدیران این شرکت‌ها



عبور از رکورد تولید سال ۹۸ در ۱۰ ماهه امسال

آمارها وزارت صنعت، معدن و تجارت حاکی است در حالی که برای امسال رشد ۳۰ درصدی تولید و دستیابی به رکورد تولید ۱۲ میلیون دستگاه لوازم خانگی پیش‌بینی شده بود، اما این آمار تا پایان ۱۰ ماهه امسال محقق شد. این مسئله نشان می‌دهد صنعت لوازم خانگی با وجود همه تحریم‌ها و مشکلات توانسته در دو سال و نیم گذشته با قاطعیت به حرکت رو به رشد خود ادامه دهد، البته با ممنوعیتی که در واردات لوازم خانگی اعمال شد آحاد مردم نیز با همکاری و حمایت از این صنعت، رشد آن را رقم زدند. با این حال، فعالان صنایع لوازم خانگی خواستار رفع مسائل و مشکلات تولید در وهله نخست و سپس توسعه صادرات هستند. به اعتقاد آنان، الگوی توسعه مناسب برای این صنعت، حمایت از صنایع کوچک و متوسط (SME) است.

لزوم بهبود شاخص‌های اقتصادی، رقابت سالم و شفاف صنایع، رشد طبیعی شرکت‌های برتر و جلوگیری از ایجاد رانتهای احتمالی در کنار تهیه و تدوین سند راهبردی، از جمله خواسته‌های فعالان این صنعت برای تعالی و توسعه است. با وجود همه مسائل یاد شده و حرکت جدیدی که صنعت لوازم خانگی آغاز کرده، آنچه امروز بیش از دیگر مسائل فعالان این عرصه را آزار می‌دهد باز شدن دربهای کشور به روی واردات با احتمال برداشته شدن تحریم‌ها است. هرچند لغو تحریم‌ها در ذات خود موضوع میمون و مبارکی برای تن نیمه جان و خسته صنعت کشور است، اما بیم آن می‌رود تا دستاوردهای به دست آمده از جمله تعمیق ساخت داخل و حرکت به سمت برندسازی، با تسهیل امر واردات به راحتی از دست برود.

در همین زمینه با سه پرسش اساسی به سراغ برخی صنعتگران و تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور رفتیم.

۱- سال ۹۹ با وجود همه سختی‌ها و مشکلات به‌ویژه تداوم تحریم‌ها و پاندمی کرونا چگونه گذشت؟
۲- برنامه‌های شرکت‌ها در سال ۱۴۰۰ با تمرکز بر برنامه‌های توسعه‌ای چیست؟

۳- با توجه به توسعه صنعت قطعه‌سازی لوازم خانگی در کشور در جهت توسعه پایدار صنعتی از یک سو و احتمال بازگشت برجام و برداشته شدن تحریم‌ها، تا چه میزان تولید خود را بر مبنای تعمیق ساخت داخل گذاشته‌اید؟



داده شود. امروز بحث برندسازی در صنعت لوازم خانگی کشورمان با جدیت مطرح است.

با خروج خارجی‌ها از بازار بزرگ و جذاب ایران، مسئولان در تلاشند تا تولیدکنندگان بزرگ داخلی لوازم خانگی را به سمت ایجاد برند ملی و پس از آن حضور در بازارهای جهانی سوق دهند و سایر تولیدکنندگان دنباله‌رو آنها بوده و برای آن برندها کار کنند. پیش‌بینی می‌شود برای افق چشم‌انداز ۱۴۰۴ حداقل چهار تا پنج برند ملی در صنایع لوازم خانگی کشور وجود داشته باشد.

با این حال، به اعتقاد برخی کارشناسان این حوزه، برندسازی نیازمند «متولی» است، یک متولی که دولتی نبوده بلکه یک رهبر بخش خصوصی وجهه‌دار باشد و بتواند همه را با خود همراه کند. آنان می‌گویند: صنعت لوازم خانگی در ایران در بسیاری موارد هنوز وابسته به خارج است، همچنین برخی دیگر از تعامل نداشتن شرکت‌های بزرگ لوازم خانگی و اینکه همواره به عنوان رقیب به یکدیگر نگاه می‌کنند، به عنوان مانعی بزرگ بر سر راه برندسازی یاد می‌کنند و معتقدند: امروز نیاز است تا شرکت‌های بزرگ با یکدیگر کار مشترک انجام دهند تا ارزش افزوده برای همه تولیدکنندگان ایجاد شود.



لاهیجانیان، معاون بازاریابی گروه گلдіران:

استقبال مشتریان و کسب سهم قابل توجه در بازار

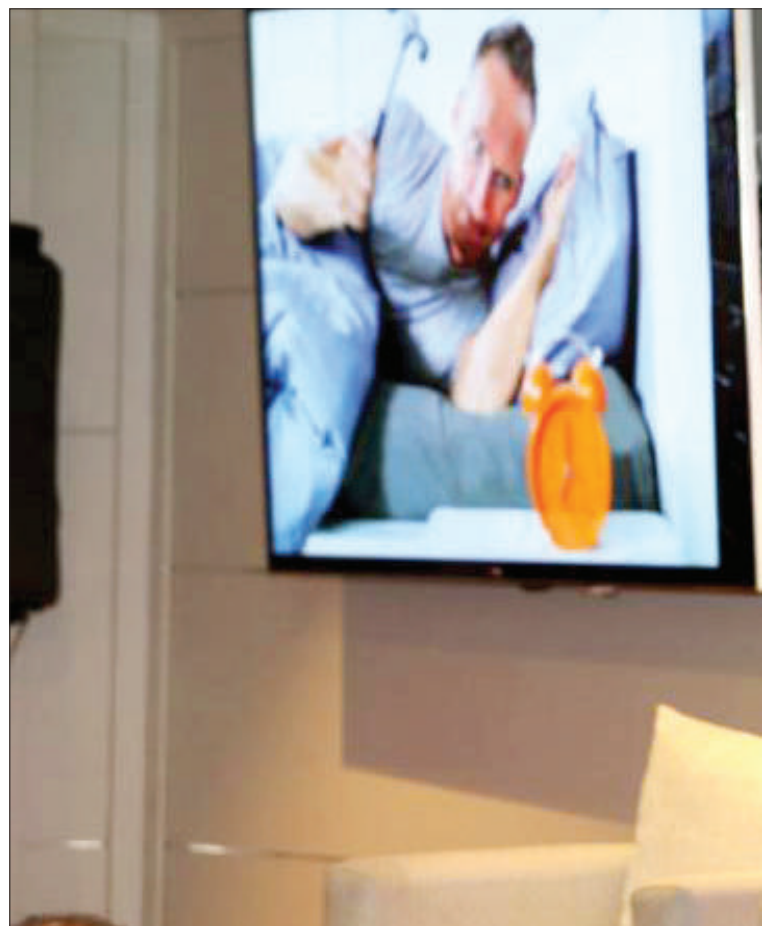
در طوفان کرونا کمپین «فرشتگان زمینی» را با هدف قدردانی از کادر درمان در سراسر کشور اکران و سعی کردیم در بهبود احوالات مردم، نگارنده خوبی باشیم. همچنین کمپین «قدردانی از پرستاران» را به مناسبت روز پرستار اجرا کردیم و در این کمپین از تمامی پرستاران قزوین و سیرجان با اهدای کد تخفیف، تشکر کردیم و به ۲۰ پرستار این دو استان به قید قرعه ۲۰ ماشین لباسشویی جی پلاس اهدا کردیم. تمرکز ما بر روی این دو استان در راستای مسئولیت اجتماعی مان به علت حضور کارخانه های گلдіران در این دو ناحیه بود که با اجرای این طرح تلاش کردیم به وظیفه اجتماعی مان عمل کنیم.

اما داستان گروه گلдіران با تمام سختی ها و محدودیت های سال ۹۹ با خبرهای خوشی همراه بود. پوشش نیازهای بازار بدون توقف خط تولید توسط شرکت های صنعتی گروه در بخش های مختلف بازار الکترونیک مانند لوازم خانگی، صوتی تصویری، دیجیتال و آی. تی و تهویه مطبوع خانگی و صنعتی با برنامه ریزی دقیق و منظم، افق های

می توان گفت سال ۹۹ برای اکثر کسب و کارها با توجه به برخی جریانات اقتصادی و سیاسی و پاندمی سال بسیار سختی بود. در این سال اولویت ما سلامت پرسنل گلдіران در عین مسئولیت تولید و عرضه کالا بود. با اجرای طرح های دور کاری و ارائه بسته های مراقبتی در تمام روزها در این شرایط سخت همراه همکاران و خانواده محترمشان بودیم. در کارخانه شیفت های کاری را طوری برنامه ریزی کردیم که پرسنل هر شیفت در امنیت خاطر و سلامت روان در کارخانه حضور داشته باشند. پس از آن سعی کردیم تا با تقویت زیرساخت های فروشگاه اینترنتی گلдіران پلاس، آن دسته از مشتریان گلдіران را که به دنبال خرید ساده و سریع ولی مطمئن می گردند را حمایت کنیم. در فروشگاه های دیگر جی پلاس تمامی موارد مربوط به پروتکل های بهداشتی را با جدیت دنبال کردیم. طرح های حمایتی و تشویقی را برای تمام پرسنل فروش گلдіران در نظر گرفتیم تا گذر این روزهای پرتلاطم را آرام تر کنیم.

احتمالات نمی‌گذاریم. ما جی‌پلاس را با هدف توسعه بخش تولیدی در ایران خلق کردیم و هدف اصلی ما معرفی یک برند ایرانی ابتدا در داخل کشور و در جهت بهبود زیرساخت‌های نهادی و متغیرهای کلان اقتصادی بوده است. بالطبع زمانی که جی‌پلاس در داخل کشور برند محبوبی باشد؛ دو هدف کلی تأمین می‌شود: ۱) تعمیق ساخت داخل که دقیقاً با معیارهای تولیدی جهانی برابری می‌کند و ۲) افزایش سرانه تولید ناخالص ملی که با اشتغال‌زایی اقدامی مؤثر برای کشورمان خواهد بود. اما بیایید احتمال بازگشت برجام را با هم بازتر کنیم. احتمالاً به محض بازگشت برجام و تسهیل ارتباطات بین کشوری، شریک دیرینه ما ال. جی دوباره وارد بازار ایران خواهد شد و ما نیز از این احتمال همکاری دوجانبه استقبال می‌کنیم. بازار ایران باید بازاری رقابتی باشد و ما نیز از ورود برندهای قوی بسیار خوشحال می‌شویم. اما از نظر من بین جی‌پلاس و ال. جی رقابتی وجود نخواهد داشت چراکه استراتژی‌های محصولی و بازاریابی این دو برند با هم تفاوت دارند. برندهای بزرگ بین‌المللی بر روی لبه تکنولوژی حرکت می‌کنند درحالی که جی‌پلاس درصدد عرضه تکنولوژی روز با قیمت مناسب است. در واقع می‌توان گفت ورود هر برندی در سبد توسعه‌ای بازار گلدیران به هیچ‌وجه جایگاه هیچ یک از برندهای ما را برای مان تنگ نخواهد کرد. ما هم در کارخانه‌ها از ظرفیت قابل توجهی برخورداریم و هم در بخش‌های اداری و اجرایی نیروهای کارآزموده‌ای داریم. همه این عوامل دست در دست هم می‌دهند که با احتمال بازگشت برجام و واردات، میزان تولید و واردات در یک مصلحت جمعی در جهت تعمیق ساخت داخل، درکنار هم قرار گیرند.

در پایان نیز به تعریف برند ایرانی، خوب است که اشاره کنم. از نظر ما، برند ایرانی برندی است که خاستگاهش در داخل کشور مبدا باشد. جی‌پلاس یک برند ایرانی است؛ برندی که با معیارهای زندگی ایرانی در سطح بین‌المللی طراحی شده و قرار است ارزش‌های بسیاری را ابتدا در داخل کشور و بعد در حوزه جهانی به ارمغان بیاورد. اما موضوعی که هر برندی در داخل کشور باید نسبت به آن مسئولانه شفاف‌سازی کند؛ میزان استفاده از قطعات و تجهیزات خارجی در عمق تولیدات داخل است. در جی‌پلاس به دنبال افزایش عمق تولید داخلی هستیم. اما بالطبع تهیه و تولید تمام اجزای یک محصول، تنها توسط یک شرکت، اصولاً صرفه اقتصادی ندارد. در حقیقت استفاده از امکانات و قطعات یک کشور متخصص در تولیدات، ضمیمه کیفیت بالاتر خواهد بود. برای مثال برند اپل برای تولید گجت‌های خود از سخت‌افزارهای تأمین‌کنندگان برتر جهان از جمله چین بهره می‌برد ولی هیچ‌کس نمی‌گوید اپل یک برند چینی است. این قاعده برای تمام برندها صدق می‌کند. بنابراین زمانی که از برند جی‌پلاس صحبت می‌کنیم پای تولید محصولات در کارخانه‌های داخل کشور و استفاده از برخی قطعات تأمین‌کنندگان برتر، در میان خواهد بود. در صورتی که تفکر و فلسفه این برند ایرانی است. تفکری که بر مبنای ایجاد منفعت برای تمام ایران است.



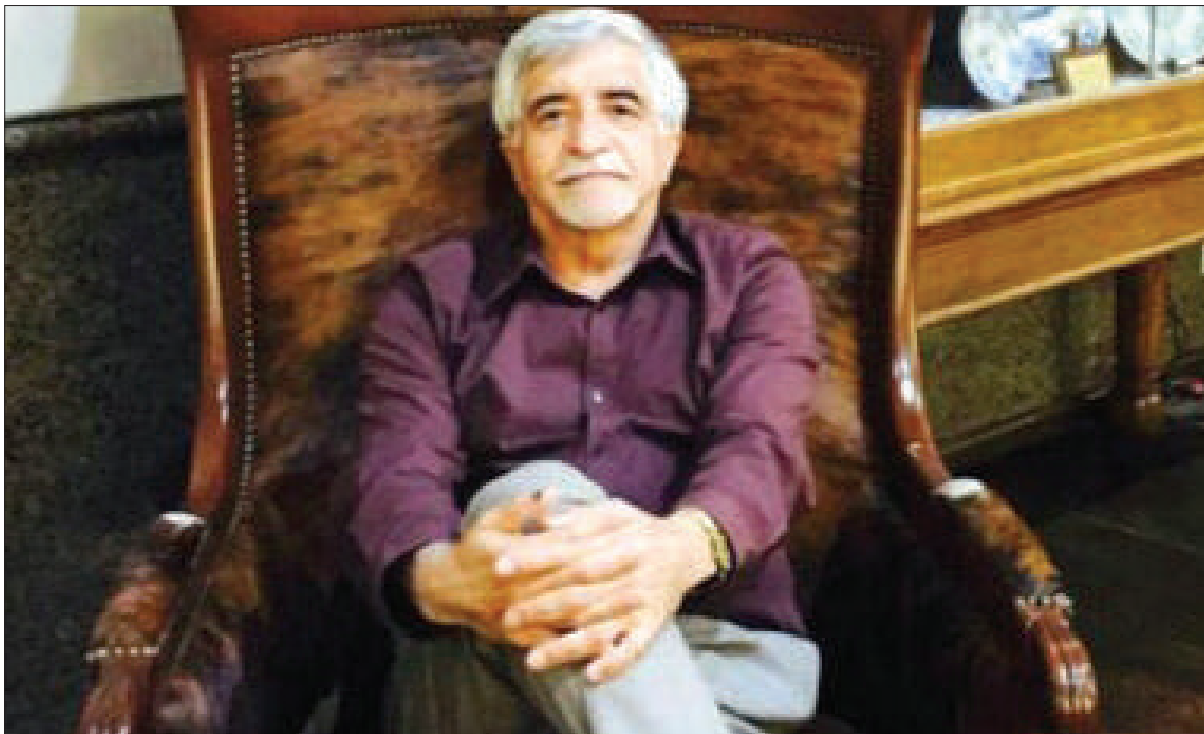
روشن محصولی را پیش روی مان قرار داد. ما با استقبال بالای مشتریان در طول این یک سال روبه‌رو شدیم. به‌طوری که در سال جاری این استقبال ما را به رشد سهم بازار قابل توجهی سوق داد. کرونا و تحریم‌ها اگرچه سخت و در برخی موارد بسیار محدودکننده بودند؛ اما شیرینی این روزها در دل همین موانع فرصت‌های بسیاری را از جنس خلاقیت و نوآوری در تولیدات داخلی و تقویت برند ایرانی برای گلدیران رقم زد.

خبرهای خوشی در راه است

در سال ۱۴۰۰ خبرهای خوشی در راه است. افزایش سهم بازار یکی از برنامه‌هایی است که برای گلدیران تصویر شده است. ضمن آنکه در بحث تولیدات، افزایش عمق و ظرفیت تولید و مجهزسازی لاینهای محصولات با آخرین به‌روزرسانی‌های دنیا از دیگر موضوعاتی است که توسط گلدیران همواره در طول این سال‌ها پیگیری شده است. آغاز قرن جدید با تحولات دیگری نیز همراه خواهد بود که در این مصاحبه ترجیح می‌دهم در مورد آن فعلاً صحبت نکنم. اما می‌توانم از همین رسانه نوید اتفاقات خوشی را به تمام مخاطبان گلدیران بدهم.

از ورود برندهای قوی به کشور خوشحال می‌شویم

بازگشت برجام یکی از احتمالاتی است که گلدیران مانند همه شرکت‌ها با آن مواجه خواهد شد. اما ما پایه فعالیت‌هایمان را بر پایه



محمد خضرای خوش‌روزی، مدیرعامل شرکت دما اتحاد:

از سیاست درهای باز استقبال می‌کنیم

آینده دولت نیمه جان باقی‌مانده این صنعت را نگیرد!

جابه‌جایی شرکت به شهرک صنعتی شن‌زار

در سال آینده جابه‌جایی از شهرک صنعتی عباس آباد به شهرک صنعتی «شن‌زار» واقع در شریف آباد پاکدشت را در برنامه داریم. متراژ زمین در اختیار این شرکت در شهرک صنعتی یاد شده به سه برابر رسیده و پنج سوله در آن مستقر خواهیم کرد که تولید این مجموعه را به میزان ۵۰ درصد افزایش خواهد داد. امسال در هم‌سنگی با پارسال رشد ۶۰ درصدی تولید در این مجموعه به ثمر نشست و برای سال آینده افزایش ۵۰ درصدی تولید را در برنامه داریم.

در خصوص احتمال بازگشت به بگرام و باز شدن درب‌های واردات، باید گفت: افرادی نگران افزایش واردات هستند که کیفیت تولیداتشان پایین است، اما مجموعه ما برعکس معتقد به سیاست درهای باز است.

معتقدیم باید جنس خارجی وارد بازار شود تا کیفیت و رقابت افزایش یابد. ۸۵ درصد مواد اولیه مورد استفاده در این صنعت از جمله استیل، اکسید منیزیم و سیم کروم نیکل وارداتی است.

شرکت دما اتحاد در سال ۱۳۷۰ با هدف تولید المنت‌های میله‌ای تأسیس شد و آغاز به کار کرد. این شرکت تولیدی صنعتی در سال ۱۳۷۹ به شرکت «دما اتحاد» تغییر نام داد. گروه تولیدی صنعتی دما اتحاد با بیش از ۲۵ سال سابقه در تولید المنت‌های میله‌ای و کسب تجارب ارزشمند با به‌روز کردن ماشین‌آلات و نرم‌افزار تولید المنت‌های میله‌ای، توانسته همگام با پیشرفته‌ترین تولیدکنندگان این قطعه در سراسر جهان، رقابت کیفی داشته باشد و نقش مهمی در خودکفایی کشور در این زمینه ایفا کند.

سال ۹۹ در مجموع سال سختی را پشت سر گذاشتیم، سالی که با تورم بالا، مشکلات واردات مواد اولیه و عدم تخصیص ارز از سوی بانک مرکزی همراه بود و هزینه‌های بالایی روی دست شرکت گذاشت. در عین حال دولت نیز با بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های خلق الساعه جدید و یک شبه، همه برنامه‌ریزی‌های ما را به هم ریخت.

در شرکت دما اتحاد، سالیانه چهار میلیون دستگاه المنت تولید می‌کردیم که پارسال به حدود دو میلیون دستگاه کاهش یافت. «مهتیر محمد»، نخست‌وزیر اسبق مالزی می‌گوید که «هرگاه ملتی را رها کنید ایجاد فرصت می‌کنند»، لذا امیدواریم در سال

خسرو ملا احمد، مدیرعامل شرکت لعران:

سختی تحریم‌ها از عذاب گمرک، بانک مرکزی و وزارت صمت بیشتر نبود



سال ۹۹ برای شرکت لعران سالی موفقیت‌آمیز بوده است. علیرغم وجود سایه وحشتناک و ترس آور کرونا مدیریت کارخانه لعران با سخت‌گیری بسیار واحد تولیدی از روز ۲۲ فروردین شروع به کار کرد. در بدو ورود به کارخانه درجه تب هر فرد اندازه‌گیری می‌شد (و هنوز هم ادامه دارد) و همین‌طور سطح اکسیژن هر فرد نیز چک می‌شد. به کارکنان و کارگران اعلام شده بود در صورت بروز هر گونه علائم سرماخوردگی و کسالت در منزل استراحت نمایند اما حقوق آنان توسط شرکت و نه بیمه پرداخت خواهد شد و از این بابت نگرانی نداشته باشند.

جالب اینکه وقتی به آنان اطمینان داده شد، متوجه شدند که هدف حفظ سلامت همگانی است. شاهد هیچ‌گونه سوء استفاده‌ای نبودیم. فاصله‌گذاری‌ها به شدت رعایت می‌شد و ماسک رایگان در اختیار پرسنل قرار داده شد. خوشبختانه به موردی برخورد نشد. سختگیری شرکت بسیار شدید بود.

سختی تحریم‌ها از عذاب گمرک، بانک مرکزی و وزارت صمت بیشتر نبود. عذاب حداکثری ما نه در تأمین مواد اولیه بلکه در بی‌سودای یا کم‌سودای آزمایشگاه‌های گمرک بندرعباس است. شاید اغراق نباشد اگر بگوییم اثر گمرک بندرعباس از لحاظ کمبود بسیاری از اقلام در کشور، اگر از تحریم‌ها بیشتر نباشد حتما کمتر نیست (پوشک بچه در ابتدای سال جاری، روغن و غیره) بسیاری از مواقع برای انسان این تصور به وجود می‌آید که این دو با هم رقابت می‌کنند که چه کسی زودتر برنده شود.

داخل تیک دارد و غیره). تا پول آن به دست فروشنده برسد یک ماه و سه ماه تا ۶ ماه زمان ساخت و یک ماه در راه و حداقل دو ماه در گمرک ماشین آلات تا زمانی که کف کارخانه قرار گیرد، حداقل یک ماه تا سه ماه زمان راه اندازی می‌باشد و قبل بهره‌برداری اقساط شروع می‌شود و با تأخیر بهره‌دیرکرد و بهره در بهره خود واحد اصلی نیز بر باد خواهد رفت، چه برسد به طرح توسعه. در هر صورت با توجه به مطالب گفته شده توسعه در دستور کار نیست.

برندسازی کردیم و با آزادسازی واردات مشکل نداریم

تولید باید بر اساس رقابت باشد و بدون رقابت هم هر واحد تولیدی به سرنوشت صنعت خودروسازی دچار خواهد شد که علیرغم دریافت تقریباً کل پول و پیش فروش یک ساله محصولات خود باز هم می‌گویند ضرر می‌دهیم. شرکت لعران با آزادسازی واردات همان‌گونه که قبلاً بوده است مشکلی ندارد، چون ما در طی ۳۵ سال گذشته برندسازی کرده‌ایم و کیفیت ما را به خوبی می‌شناسند. بنابراین برای شرکت ما چالش بزرگی نخواهد بود.

شرکت لعران طی ۳۵ سال گذشته با واردکنندگان قطعات در رقابت بوده و در این رقابت رشد کرده است.

برنامه توسعه‌ای نداریم

توسعه صنایع با کمک منابع بانکی صورت می‌گیرد و بانک‌ها (البته حق هم دارند) منابع خود را در اختیار طرح توسعه‌ای قرار نمی‌دهند با بهره ۱۸ درصد سه ساله یا پنج ساله با تورم سالیانه ۴۰ درصدی مشتری بازپرداخت نماید. برای همین رغبتی به این موضوع ندارند و تبصره‌های تکلیفی دولتی را در بودجه هر سال با هزار دلیل انجام نمی‌دهند و برای تسهیلات کوتاه مدت ۶ ماهه یا یک ساله رغبت دارند.

حالا شما ماشین آلات سفارش می‌دهید که حداقل یک ماه طول می‌کشد تا ثبت سفارش انجام شود (سایت بسته، ساخت

دکتر نسیم توکل، مدیرعامل شرکت عرش گستر:

کرونا بی تأثیر و تحریم‌ها برای ما مثبت بود

تدوین سند چشم‌انداز در صنعت الکترونیک و تعمیق ساخت داخل

ما چند تجربه تلخ از گذشته داریم. درباره اینکه هرگاه شرکت‌های واردکننده یا تولیدکننده سرمایه گذاشتند و برای توسعه تولید و بازار خود برنامه‌ریزی کرده‌اند با تغییر سیاست‌های داخلی روبه‌رو شده‌اند. به این معنا که کشور مجدداً باید به سوی واردات پیش برود. بنابراین شرکت‌های تولیدکننده هم حتی بخشی از محصولات خود را به واردات می‌رساندند و فقط از لوگو خود استفاده می‌کردند. در واقع، بخشی از تولید محصولات سبد خود را انجام می‌دادند. به این دلیل که تولید مقرون به صرفه نبود، میل سیاست‌گذاری کشور به واردات بود، از نظر قیمت تمام شده واردات بهتر بود و همچنین تحقیق و توسعه هم عمدتاً نیازمند هزینه کرد بالایی است و تسهیلاتی برای این مورد نیز تعلق نمی‌گیرد. از این رو، شرکت‌ها باید درصد زیادی بابت تحقیق و توسعه صرف می‌کردند و هزینه‌های توسعه برند هم بالا بود اما در یکی دو سال اخیر مجدداً استراتژی کشور تغییر کرده و با تدوین سند چشم‌انداز در صنعت الکترونیک و فعالیت‌هایی که انجمن‌ها و تشکلهای صنعت لوازم خانگی انجام می‌دهند به نظر می‌رسد، شرکت‌ها به تعمیق تولید می‌اندیشند. به این صورت که با مهندسی معکوس شروع کرده‌اند تا به فناوری اولیه دست پیدا کنند. محصولاتی که تحریم شده را سریعاً وارد بازار کنند و بتوانند حوزه تولید را محک بزنند. بسیاری از تولید بدون کارخانه استفاده کردند به این دلیل که نمی‌دانستند تولید تا چه حد می‌تواند بازار آنها را توسعه دهد. این بدون کارخانه بودن به آنها کمک می‌کرد تا به توسعه برند و بازار فکر کنند و حتی تولید خود را برون سپاری کنند.

بسیاری از تولیدکنندگان لوازم خانگی در سال گذشته با همین روش کار را پیش بردند. به نظر می‌رسد بخاطر همین ترس بود اما از اواسط ۹۹ شاهد توسعه و رشد کارخانجات هستیم و می‌بینیم بسیاری از برندهایی که در صنایع دیگر کار می‌کردند مشغول تعمیق تولید برخی از تجهیزات خود هستند. همچنین برای اینکه بتوانند قیمت‌های به صرفه تری داشته باشند به دنبال ایجاد فناوری هستند که نیاز بازار داخل باشد تا بدون کم کردن از کیفیت با ارتقای آن برای بالا بردن طول عمر محصول خود و کاهش هزینه‌های تعمیرات از قطعات الکترونیک اصل و ساب سیستم‌های با کیفیت استفاده کنند. این فرمول با تغییر نیاز مشتری و افزایش کیفیت سبب به دست آوردن سهم بالایی از بازار می‌شود.



با توجه به اینکه بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده در صنایع الکترونیک به ویژه صنعت لوازم خانگی به فکر بومی سازی و تعمیق تولید بودند به همین نسبت سفارشی سازی ما برای شرکت‌های واردکننده بیشتر بود و بسیاری از اینها از مهندسی معکوس آغاز کردند و یکی دو سال برای تحقیق و توسعه وقت گذاشتند و ما به عنوان بازوی اجرایی در کنار آنها بودیم تا به توسعه محصول آنها کمک کنیم. خیلی از تولیدکنندگان قدیمی هم بودند که برای به روز رسانی فناوری و نیاز موجود در سیستم‌ها و ساب سیستم‌های الکترونیکی خود به ما مراجعه می‌کردند. در سال جاری بسیاری از این گروه صنعت لوازم خانگی به ما مراجعه می‌کردند. می‌توان گفت عملاً کرونا تأثیری نداشت و بروز تحریم‌ها نیز تأثیر مثبتی بر کسب و کار ما گذاشت.

راه‌اندازی مرکز تحقیق و توسعه

در زمینه برنامه‌های توسعه، شرکت عرش گستر در سال ۱۳۹۹ یک مرکز تحقیق و توسعه راه‌اندازی کرد و توانست برای تکمیل زنجیره تولید و تأمین خود در صنعت لوازم خانگی علاوه بر تولید انبوه ساب سیستم‌های الکترونیک برای تحقیق و توسعه بخش نمونه سازی و تولید نیمه انبوه نیز مرکزی راه‌اندازی کند. توسعه این بخش که بتواند از مرحله طراحی تا بسته‌بندی در کنار صنعت لوازم خانگی باشد، از برنامه‌های توسعه‌ای سال ۱۴۰۰ شرکت هست.



یوسف محبوب، مدیرعامل شرکت پیلوت گاز تهران:

عراق مشتری همیشگی

کاری صورت نگیرد و همچنین توجه ویژه‌ای نسبت به بازارهای صادراتی داشته‌ایم تا در شرایط فعلی تحریم بخشی از سهم خود در خصوص ارز آوری برای کشور را انجام داده باشیم.

برنامه‌ریزی برای توسعه صادرات در عراق و منطقه خلیج فارس

این شرکت در نظر دارد با اتکا به قابلیت‌های خود و با امید به بهبود بازار نسبت به افزایش تولید و توجه ویژه به بازارهای صادراتی با وجود بحران‌های موجود به اهداف از پیش تعیین شده در راستای رویکرد توسعه شرکت دست یابد. در حال حاضر کشور عراق یکی از بهترین مشتریان ما بوده و سعی می‌نماییم تا بتوانیم محصول خود را در کشورهای حوزه خلیج فارس معرفی نموده و بازاریابی نماییم.

استفاده از توان تولید داخل

این شرکت همواره تلاش کرده تا در رابطه با تأمین قطعات و مواد اولیه، نظر خود را نسبت به بازار و تولیدکنندگان داخلی معطوف نماید. این رویکرد در سال جدید نیز ادامه خواهد داشت. البته باید توجه داشت که تولیدکنندگان داخلی قطعات اولیه نیز درگیر مسائل و مشکلات مربوط به تأمین مواد اولیه و واردات هستند که می‌تواند در تأمین نیازهای تولیدکنندگان ثانویه نیز تأثیرگذار باشد.

شرکت پیلوت با تولید اجاق گاز ساده شروع به کار نموده و در حال حاضر با بیش از ۵۰ مدل اجاق فردار و هاب در بازار داخل و بازارهای حوزه خلیج فارس با برندی سرآمد مطرح است و برای طرح توسعه محصولات متنوع دیگری نیز متعاقباً به بازار معرفی خواهد شد.

سال ۹۹ به لحاظ فعالیت تولیدی سالی مملو از موانع و مشکلات بود که برخی از آنها میراث سال‌های گذشته بوده است، از قبیل تحریم‌های ظالمانه که علیه کشور عزیزمان اعمال شده بود. در سال جاری شیوع بیماری کرونا نیز تأثیرات زیادی روی میزان فروش و حتی تولید شرکت گذاشته است. علاوه بر موانع فوق، نوسانات نرخ ارز و رکود حاکم بر بازار زبان‌های جبران‌ناپذیری به شرکت‌های تولیدی وارد کرد که متأسفانه اثرات آنها تا سال‌ها بر فعالیت‌های این شرکت مؤثر خواهد بود.

همانطور که مستحضر هستید تأثیری که تحریم‌های اعمال شده در کنار شرایط کرونا بر صنایع تولیدی داشته بر هیچکس پوشیده نیست ولی فراموش نکنیم که عدم ثبات نرخ ارز، نبود همکاری نهادهای دولتی که مدعی به پدر خوانده بودن تولید هستند همچون بانک‌ها، گمرک، وزارت صمت و به‌ویژه بانک مرکزی مشکل را چند برابر کرده است. اما این شرکت با توجه به رسالت و اهداف خود تمام تلاش خود را نمود تا هیچ گونه تعدیل نیروی

علیرضا موسوی مجد، مدیرعامل گروه سام:

داخلی سازی سام با قدرت در حال انجمن است



پتانسیل‌های و ظرفیت نیروی انسانی موجود انجام خواهد شد. اما در صورت بازگشت مجدد به برجام و برداشته شدن تحریم‌ها، گروه سام راه و مسیر خود را خواهد رفت. ما برندسازی را در مجموعه سام آغاز کردیم و با انجام تبلیغات گسترده آن را در بازار جا انداختیم، همچنین داخلی سازی‌های خوبی در محصولات به انجام رساندیم و حتی اگر شرکت‌های خارجی بخواهند به ایران بازگردند، با قوت به مسیر خود ادامه خواهیم داد.

امسال سال بسیار سختی برای این گروه صنعتی بود. با توجه به شرایط کرونایی برنامه‌هایی در نظر داشتیم اما نتوانستیم همه آنها را اجرایی کنیم. اما برای سال آینده در نظر داریم با قدرت بیشتری در جهت دستیابی به اهدافمان حرکت کنیم.

در سال جاری تولید تلویزیون سام با قدرت و کیفیت خوب آغاز شد و برای سال آینده تولید یخچال، لباس شویی و جاروبرقی را در برنامه داریم. تولیدات یاد شده با همین خطوط تولیدی و

مهندس علیرضا عراقی مدیرعامل شرکت تکبان کنترل انرژی مطرح کرد

تکمیل زنجیره تولید با تقویت صنعت قطعه‌سازی

ضامن توسعه اقتصادی کشور است. اعتماد به این صنعت در گرو کیفیت است؛ کیفیت بالای قطعات در نهایت باعث ارتقاء محصولات نهایی خواهد شد و البته این مهم اتفاق نخواهد افتاد جز با تعامل و همکاری همه ارکان صنعت!

برای داشتن قطعات و محصول با کیفیت چهار مولفه را می‌بایست هر دو گروه تولیدکنندگان قطعات و محصول نهایی به کار گیرند و با تعامل از ظرفیت تولیدی یکدیگر استفاده کنند، که در نهایت منجر به تولید کالای با کیفیت در هر دو گروه خواهد شد.

■ آموزش نیروی انسانی مجرب

■ استفاده از متخصصین کنترل کیفیت و پیاده‌سازی سیستم

کنترل کیفیت پویا

■ احداث آزمایشگاه کاملاً مجهز

■ داشتن نشان ملی استاندارد و یا تلاش برای احیاء عملکرد

نشان ملی استاندارد کالا

اگر به جایگاهی رسیدیم که برای یکدیگر تلاش و به هم دیگر اعتماد کردیم، قطعاً روزی فرا خواهد رسید که تلویزیون، یخچال و کلیه لوازم خانگی، خودرو و... خانه همه ثروتمندان نیز محصول وطن باشد. و در غیراین صورت با این شرایط سیاسی کنونی و تحریم، می‌بایست راه حیات خود و گلو خود را در اختیار بیگانگان بگذاریم و چند صباح دگر نیز جایش را به رقبای پر توان خارجی خواهد داد و چیزی عاید صنعت و کشورمان نخواهد شد.

واردات کالا در صورت وجود نمونه مشابه داخلی، همچون تیر خلاصی است بر پیکره بی‌جان تولیدکننده داخلی. کالاهایی که در بسیاری موارد با کیفیتی خیلی نازل‌تر از نمونه‌های مشابه داخلی وارد کشور می‌شوند و به دلیل عدم وجود ساز و کار مؤثر در حوزه استاندارد کالا، بر روی محصول نهایی مونتاژ و روانه بازار می‌گردد که خسارت جبران‌ناپذیری بر بدنه اقتصاد و جامعه وارد می‌کند. اما استفاده از محصولات تولید داخل با کیفیت، باعث رونق کسب و کار داخلی خواهد شد که علاوه بر تأثیر بر اقتصاد، بر جامعه تأثیرات فراوانی دارد که از دیدگاه جامعه‌شناسی باعث حفظ کبان خانواده‌ها و پیشگیری از بزهکاری و فساد فراوانی خواهد شد.

چگونه سهم بیشتری از بازار داشته باشیم؟ چگونه فرهنگ مصرف داخلی را احیاء کنیم؟ کالای خارجی چه اثرات مخربی بر اقتصاد و جامعه خواهد گذاشت؟ رتبه هر یک از شهروندان در پرداخت دانه ملی خود چقدر هست؟ مؤلفه‌های کیفیت برای دو گروه تولیدکننده محصول نهایی و قطعه‌ساز کدام هست؟

سؤالات بسیاری، ذهن را درگیر می‌کند؛ برای توسعه صنعت و اقتصاد و آبادانی کشور چه باید کرد؟!

مهم‌ترین رکن توسعه صنعتی و اقتصادی، اشاعه تولید محصولات داخلی است و اگر این رکن از اقتصاد مولد، پایدار و با ثبات باشد، اثرات بسیار مؤثری بر شاکله اقتصاد کشور خواهد گذاشت و استقلال اقتصادی و امنیت سیاسی را در پی خواهد داشت. به هر صورت در یک جامعه پیشرفته و صنعتی و یا حتی در حال توسعه، دو گروه تولیدکننده فعال داریم.

گروه اول تولیدکنندگانی که محصولات نهایی تولید می‌کنند و محصولاتشان به عنوان کالای نهایی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد. اما تولید و مونتاژ این کالا نیاز به قطعاتی تخصصی بیشماری دارد که به دلیل عدم صرفه اقتصادی و یا تخصصی بودن، قطعات در کارخانه تولید نمی‌کنند و نیاز به تولیدات گروه دوم چرخه توسعه یعنی قطعه‌سازان دارند. پس گروه دوم، تولیدکنندگان قطعات هستند که قطعات مصرفی گروه اول یعنی تولیدکنندگان محصولات نهایی را تأمین می‌کنند و می‌بایست با تولید محصولات با کیفیت و استاندارد، در چرخه توسعه، حضور فعال داشته باشند. پس این دو گروه، زنجیره چرخه اقتصاد کشور را تشکیل می‌دهند. در حال حاضر کشور ما برای توسعه و پیشرفت از نعمت وجود هر دو گروه برخوردار است.

اما از یک طرف به دلیل عدم اعتماد تولیدکنندگان محصول نهایی و از طرف دیگر بعضاً کیفیت پایین قطعات، باعث شده است که حلقه این زنجیره اقتصادی، معیوب باشد و نتوان از تمام ظرفیت‌های صنعت برای پیشرفت و توسعه استفاده کرد.

صنعت قطعه‌سازی به عنوان پیشاهنگ توسعه صنعت و خط مقدم جبهه جنگ اقتصادی شناخته می‌شود و توسعه این صنعت



پس توسعه و پیشرفت نیازمند استفاده از حداکثر توان تولیدات داخلی با کیفیت است و تعهد و اخلاق لازمه این تعامل! در حال حاضر ما دارای بازار ۴۰۰ میلیونی بالقوه در منطقه هستیم که با تلاش و همت تمامی ارکان صنعت می‌توانیم جهش واقعی تولید را به نمایش بذاریم. این بازار تا حدود بسیاری بکر است و قابل دستیابی. اما برای تسخیر بازارهای منطقه، همت بلند می‌طلبد و تلاش مستمر!

شرکت تکبان طی سالیان اخیر تلاش بسیاری نموده که بتواند این تعامل و تعادل را مابین تولیدکنندگان محصول نهایی در صنوف مختلف برقرار کند و به عنوان یک الگو در صنعت قطعه‌سازی معرف حضور خواهد بود.

شرکت تکبان کنترل انرژی فعالیت خود را از سال ۱۳۵۸ به عنوان بنیانگذار و تنها تولیدکننده ترموستات در ایران آغاز نمود. بیش از چهار دهه فعالیت همراه با نوآوری و پیشرفت همه‌جانبه در تولید ترموستات، تکبان را به‌سوی گسترش دامنه محصولات در زمینه بهینه‌سازی مصرف سوخت و انرژی رهنمون ساخته است. شرکت تکبان کنترل انرژی با داشتن تنها آزمایشگاه مجهز اکرودیت در زمینه تخصصی ابزارهای کنترل که گام مهمی جهت توسعه مدیریت بهینه‌سازی مصرف انرژی می‌باشد و با بهره‌گیری از پیشرفته‌ترین فناوری و تکنولوژی روز دنیا و تاسی از تجهیزات گرانبهای خود در زمینه طراحی و ساخت ترموستات، تنوع محصولاتش را به بیش از ۴۵ مدل ترموستات سرمایشی، گرمایشی، الکتریکی، مکانیکی و هیدرولکتریکی از ۳۵- درجه الی ۳۰۰ درجه سانتیگراد و ۵ مدل اختراع کنترل حرارتی با صرفه‌جویی در بخش‌های صنعتی، خانگی و ساختمان و همچنین تولید شیر ترموستاتیک رادیاتور و انواع

حسگرها (سنسینگ المنت شیرگازی) رسانده است.

ترموستات، این محصول حساس مورد مصرف حدود ۱۰۰۰ تولیدکننده لوازم خانگی از جمله یخچال، لباسشویی، ظرفشویی، آبگرمکن برقی و گازی، سماور برقی و گازی، اتو، پلوپز، فر یا آون‌های صنعتی، دستگاه استریل و دیگر وسایل پزشکی و آشپزخانه‌های صنعتی، آرامپز، گلخانه‌ها، مرغداری‌ها، تأسیسات سرمایش و گرمایش و... است و همه محصولات شرکت تکبان دارای نشان ملی

استاندارد ایران و دارای ۲ سال گارانتی نیز می‌باشد.

شرکت تکبان، آزمایشگاه اکرودیت خود را بر اساس استاندارد ۵۰۳۹ تأسیس و تجهیز نموده است و همچنین آزمایشگاه فوق مجهز، طبق استاندارد EN۲۱۵ برای شیر ترموستاتیک رادیاتور تجهیز و بهره‌برداری نمود که در نوع خود تنها آزمایشگاه آزمون ترموستات در کشور محسوب می‌گردد. شرکت تکبان به عنوان یکی از ارکان تأثیرگذار تدوین استاندارد ترموستات محسوب می‌گردد و سازمان ملی استاندارد با استفاده از تخصص و توانایی شرکت تکبان به تدوین استاندارد ترموستات به عنوان محصولی «های تکنیک» مبادرت ورزید. به لطف خداوند و کار و تلاش نیروی متخصص در تکبان توانسته‌ایم اعتماد عموم تولیدکنندگان و مردم را به دست آوریم. اختراعاتی داشته‌ایم یکی از این اختراعات در زمینه صرفه‌جویی مصرف گاز بوده که طبق پژوهش و تحقیق پژوهشگاه شرکت گاز ملی ایران، ۹ میلیون دلار سالانه برای دولت سودآوری دارد که علیرغم تمام تلاش و پیگیری‌های مستمر، متأسفانه متولی برای اجرائی کردن طرح پیدا نشد!!!

ترموستات محصولی است که در کشورهای پیشرفته به عنوان «قلب و مغز» یک سیستم انرژی بر محسوب می‌شود که در

دستگاه‌های تولیدکننده سرمایش و گرمایش در ساختمان‌ها و برج‌ها، بیمارستان‌ها یا هتل‌ها و لوازم خانگی به کار برده می‌شود و هزینه‌های هنگفتی در بر دارد. اما این نقش ترموستات است که بر عملکرد و راندمان این دستگاه‌ها تأثیر می‌گذارد که می‌توان با استفاده از ترموستات مناسب، رفاه کامل، آسایش و امنیت را برای مصرف‌کننده به ارمغان آورد.

در روزگاران گذشته شرکت‌های بزرگ داخلی ارج، آبسال، آزمایش نهایت لطف و کمک را به صنعت ترموستات تکبان کردند و با تعامل به جایگاهی رسیدیم که دو طرف از این بابت خرسند و شادکام هستند و علت آن نیز همان ۴ مولفه بود که ذکر شد و تنها راه موفقیت و پیروزی و نقشه راهبردی و گرفتن سهم بیشتری از بازار نیز همان است.

بزرگترین افتخار شرکت تکبان به لطف خداوند این ست که توانسته از بابت کیفیت، قیمت و کمیت با بهره‌گیری از مؤلفه‌ای‌های توسعه صنعت که ذکر گردید، بازار ایران را از آن خود کند و ۱۳ برند معتبر اروپایی در بخش گرمایشی همچون IMIT, C.a.e.m, PROGETTI, Campini, OP, T&G, S.I.T EGO آلمان، Tecasa و در بخش سرمایشی IMIT, C.a.e.m, PROGETTI, Campini, OP, T&G, S.I.T EGO RANCO, ATA, Haneywell و DANFOSS دیگر سهمی در بازار ایران ندارند!!! و این مهم در گرو تلاش‌های شبانه‌ریزی تیم تحقیق و توسعه تکبان و همچنین احداث ۲ آزمایشگاه مجهز آزمون ترموستات و شیر ترموستاتیک، صورت پذیرفته است و باعث شده است اکثر این برندها طی ۲۰ سال گذشته در بازار ایران از ذهن جامعه ما پاک شود.

قابل ذکر است، دانفوس به عنوان قوی‌ترین برند محصولات سرمایشی در جهان قدرت نمایی می‌کند. سال ۹۴ با مدیران ارشد بخش خاورمیانه و آفریقایی شرکت دانفوس به عنوان مرجع تمام ترموستات‌های برودتی، جلسات متعددی برگزار کردیم و آنها ضمن بازدید از شرکت تکبان و دیدن توانایی‌های تکبان و موافقت خودشان را بابت واگذاری خط تولید ترموستات یخچالی از کشور اسلوواکی به شرکت تکبان و ایران اعلام داشتند و به اتفاق سفیر دانمارک در ایران به ملاقات وزیر وقت رفتند که حداقل حمایت ایشان را داشته باشند که با پاسخ منفی وزیر محترم! مواجه شدند و این طرح تا به امروز مسکوت ماند و شاید خیلی زود دیر شود! البته شاید توفیق اجباری برای شرکت تکبان بود که تمام تلاشمان را به کار بندیم که طی سال آینده، دانفوس نیز در بازار ایران وجود نداشته باشد.

تکبان توانسته با رقابت فشرده شیر ترموستاتیک رادیاتور، با دانفوس، ۱۰ سال قبل این شرکت را کاملاً از بازار ایران خارج کند و اکنون طی ۴ سال گذشته همواره در تلاش هستیم که بتوانیم سهم این شرکت را از بازار ایران در ترموستات‌های برودتی و یخچالی نیز به حداقل ممکن برسانیم.

در حال حاضر دانفوس کمتر از ۳۰ درصد در بازار ایران در خصوص ترموستات برودتی و یخچالی ایران را در اختیار دارد و شرکت تکبان

بنا دارد، با لطف خدا و تلاش پرسنل مجرب و متخصص، در بخش ترموستات‌های سرمایشی نیز، تقاضای بازار را شناسایی و به طور کامل تأمین نماید و افتخار دیگری به ویتترین افتخارات تکبان بیافزاید.

بعد از تکمیل این پروژه به امید خدا و با تلاش همکاران ارجمندمان در پی ساخت ترموستات نیروگاه‌های بادی، صنایع بزرگ، صنایع نظامی، کشتی و قطار، هلی کوپتر و... خواهیم بود تا بتوانیم برگی زرین از تاریخ صنعت ایران را رقم بزنیم.

حال سؤال اینجاست که آیا دانگ ملی‌مان را پرداخت کرده‌ایم؟ دانگ ملی به وظایف و حقی که بر گردن یک شهروند در قبال میهن هست، اطلاق می‌شود. یکی از مهم‌ترین وظایف ملی و میهنی، کمک به رشد و اعتلای فرهنگ مصرف کالای داخلی است که این مهم در سایه تعامل مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان حاصل خواهد شد. تولیدکننده با تولید محصولات با کیفیت و تلاش برای احقاق حقوق مصرف‌کننده باعث خواهد که مصرف‌کننده ترغیب به استفاده از کالای داخلی شود و اما در اینجا وظیفه مصرف‌کننده است که با حمایت از تولید داخل به رشد و شکوفایی صنعت در کشور کمک کند که این مقوله، اثرات اجتماعی مثبت بسیار زیادی به بار خواهد آورد. اما در غیراین صورت و با افزایش حجم واردات، بنگاه‌های تولیدی تعطیل خواهند شد و نتیجه این تعطیلی بیکاری قشر عظیمی از افراد جامعه است که هر کدام علاوه بر هزینه‌های سنگینی که بر دوش دولت می‌گذارد، باعث افزایش حجم واردات کالا به کشور و قاچاق ۲۷ میلیارد دلاری کالا به کشور و خروج ارز خواهد شد؛ و این موضوع، باعث بروز ناهنجاری‌های متعددی در اجتماع خواهد شد که طلاق، افزایش بزهکاری و جرم و جنایت، فرار مغزها و انرژی‌ها و استعدادهای بالقوه به خارج از کشور و افزایش حجم ۱۷ میلیون پرونده‌های قضائی از پیامدهای آن خواهد بود. بدین وسیله ما برای بیگانگان شغل ایجاد کرده و برایشان تولید ثروت می‌کنیم و در عوض، تولید فقر برای کشورمان به ارمغان می‌آوریم. پس می‌بایست در ساخت و پرداخت این دومینو جذاب سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و رفاهی شریک شد و کشور را برای رسیدن به روزهای درخشان همراهی کرد.

حال دوستان و شهروندان ایرانی، خود را ارزیابی کنید که در حمایت از کشور خود و جلوگیری از جرایم و ناهنجاری‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی چه امتیازی به خود می‌دهید و دانگ ملی خود را تا چه حد پرداخت کرده‌اید!!!

پروردگارا، ما بندگان ضعیف تو هستیم و همواره مشمول لطف و عنایت بی‌نهایت تو بوده‌ایم؛ آنچه تاکنون بوده جز لطف و رحمت واسعه تو نبوده. در این مسیر سخت ما را یاری فرما و ما را توفیق خدمت‌رسانی بیشتر به بندگان عنایت فرما.

الهی آنچه تو مقدر می‌فرمایی

الهی همه چیز از آن توست و عنایت و لطف توست

یا رفیق من لا رفیق له

مغز متفکر

بخش اول

محصولات الکترونیکی هوشمند

■ گلناز فتاح

■ شرکت سامانه‌های دما نور انرژی سدنا، واحد تولید محتوا

خانواده‌های اصلی میکروهای مورد استفاده در مدارات الکترونیکی انواع مختلفی دارند ولی بعضی از پرکاربردترین گروه میکروها AVR، PIC، STM، LPC و... نام دارند که از زبان‌های برنامه‌نویسی مختلفی مانند C، C++، Assembly، ... برای کدنویسی آنها استفاده می‌شود. محصولات هوشمند امروزه که به وفور در حوزه‌های مختلف لوازم خانگی یافت می‌شوند، به دلایلی پیشرفته‌تر و پیچیده‌تر از مدارات الکترونیکی معمول می‌باشند و از عبارت «هوشمند» و بعضاً «اینترنت اشیاء» برای توصیف آنها استفاده می‌شود. این محصولات در سطح ساده قابلیت اتصال به یک گوشی همراه هوشمند و کنترل پذیری توسط یک اپلیکیشن را در فضای وای فای مشترک دارند. در سطح پیشرفته این تجهیزات قابلیت اتصال به شبکه اینترنت وای فای محل استقرار، قابلیت کنترل توسط اپلیکیشن از خارج از اینترنت وای فای (اتصال به شبکه WAN) و ارتباط با مغز متفکر شبکه هوشمند یا سایر تجهیزات هوشمند را دارا هستند. (شکل ۲)

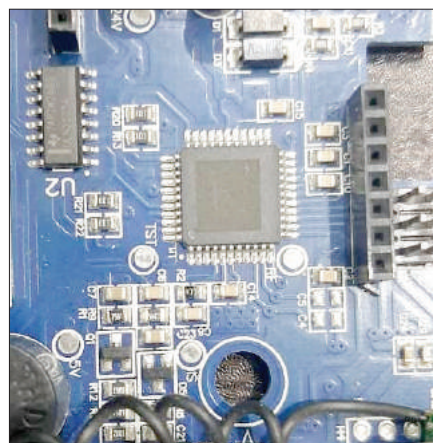
اولین قدم برای این ارتباط هوشمند استفاده از تراشه‌هایی است که می‌توانند به شبکه وای فای متصل شوند. در سال‌های اخیر با توسعه سیستم‌های اینترنت اشیاء برای این منظور تولید شده و در بازار موجود می‌باشد. با اصلاح طراحی سخت‌افزار و نرم‌افزار مدار الکترونیکی (می‌توان بوردهای الکترونیکی را هوشمند کرد ولی میزان پیچیدگی افزایش پیدا کرده و نیاز به تخصص بیشتری برای برنامه‌نویسی، ارتباط با شبکه اینترنت و سپس اپلیکیشن مرتبط مورد نیاز خواهد بود.

بسیاری از لوازم الکترونیکی جدید که محصولات خانگی نیز شامل آنها می‌شوند از یک بورد الکترونیکی حاوی تعدادی بلوک اصلی مانده تغذیه، ورودی/خروجی‌ها، واحد کنترل و غیره تشکیل شده است. در واحد کنترلی بخش مرکزی یک تراشه میکروکنترلر یا میکروپروسسور است که عملیات دریافت داده‌های ورودی (به عنوان مثال ولتاژ یا دمای ورودی)، پردازش و تحلیل آنها و دستور به خروجی‌ها (رله‌ها برای قطع و وصل ولتاژ) یا ارسال داده به آنها (نمایش اندازه ولتاژ یا دما یا... بر روی نمایشگر) را برعهده دارد و این تصمیم‌گیری‌ها به الگوریتم طراحی شده برای آن محصول بستگی دارد. نوع تراشه استفاده شده به میزان فعالیت مورد نیاز، و تعداد و نوع سیگنال‌های ورودی و خروجی وابسته است.

تعداد ورودی‌ها و خروجی‌های آنالوگ و دیجیتال، حجم حافظه، قابلیت دریافت داده سریال، تعداد تایمر و شمارنده داخلی و سایر موارد تخصصی که با توجه به الگوریتم کاری مدار مورد نیاز هستند از جمله عوامل تعیین کننده یک میکروکنترلر مناسب با تعداد پایه کافی می‌باشند. یکی دیگر از موارد مهم زبان برنامه‌نویسی میکرو می‌باشد که گستره عملکردی مناسب را جهت ایجاد کد نرم‌افزاری بهینه در اختیار برنامه‌نویس قرار می‌دهد. (شکل ۱)



شکل ۲- ترموستات هوشمند ولکان، از گروه ترموستات‌های شرکت سدنا.



شکل ۱- میکروکنترلر ترموستات اریس شرکت سدنا.



مدیرعامل شرکت صنایع لوازم خانگی مادیران بیان کرد

اعتماد به کالای ایرانی در گروی ارتقای کیفیت و تبلیغات مناسب

هشتگرد، تولید می‌شد. با تداوم و توسعه دامنه کار، مادیران اقدام به تولید تلویزیون با برند شارپ و ایکس ویژن و سپس TCL کرد و سرانجام در دو سال گذشته تصمیم گرفت تا در زمینه تولید لوازم خانگی به کار خود ادامه دهد. بر همین اساس، کلنگ احداث کارخانه تولید لوازم خانگی مادیران در منطقه ویژه پیام در کرج توسط وزیر ارتباطات بر زمین خورد، در ۱۸ مهرماه ۱۳۹۸ خط تولید ماشین لباسشویی راهاندازی گردید و سپس در اردیبهشتماه ۱۳۹۹ خط تولید یخچال به بهره‌برداری رسید و در حال حاضر نیز خط تولید کولر گازی در حال نصب می‌باشد.

چه تدابیری برای جلب رضایت مشتریان اتخاذ کرده‌اید؟

شرکت صنایع لوازم خانگی مادیران طی خدماتی که در این سال‌ها به مشتریان خود ارائه کرده، در این زمینه بسیار خوش‌نام است. از سوی دیگر، در زمینه خدمات و رضایت‌مندی مشتریان علاوه بر ارائه خدمات به آنان، تمرکز زیادی در خصوص تولید محصولات با کیفیت دارد. به جرات می‌توان گفت که فلسفه وجودی برند x.vision به عنوان برند اصلی محصولات مادیران، ارائه محصولی با کیفیت بالا و قیمت مناسب به مشتریان بوده است. در این میان، تأکید بر تولید با کیفیت باعث شده که محصولات این شرکت با کالاهای خارجی قابل رقابت باشند. علاوه بر این از نظر خدمات پس از فروش نیز امتیازات ویژه‌ای برای مشتریان در نظر گرفته شده که از مهم‌ترین آنها می‌توان به ارائه گارانتی ۳ ساله برای یخچال و ماشین لباسشویی‌های ساخت مادیران اشاره کرد، این در حالی است که کالاهای مشابه در شرکت‌های دیگر گارانتی ۲ ساله یا کمتر دارند. شرکت صنایع لوازم خانگی مادیران دارای بخش بزرگ سنجش رضایت مشتریان است که

بازار لوازم خانگی ایران در سال‌های اخیر شاهد تحولات بزرگی بوده است. پس از خروج یک‌جانبه آمریکا از برجام و اعمال تحریم‌های گسترده، بسیاری از شرکت‌های خارجی ایران را ترک کردند. تا آن زمان با وجود سابقه زیاد برخی از شرکت‌های ایرانی در تولید لوازم خانگی، این بازار در سیطره برندهای خارجی قرار داشت، ولی پس از اعمال تحریم‌ها، تولیدکنندگان داخلی به سرعت دامنه فعالیت خود را گسترش داده و در زمان اندکی با تأمین نیاز کشور، تعادل را به این بازار برگردانند. در این میان، شرکت صنایع لوازم خانگی مادیران به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های هلدینگ مادیران، از تولیدکنندگان موفق در این صنعت بوده است. به منظور آشنایی با وضعیت شرکت تولید لوازم خانگی و همچنین بررسی مشکلات کنونی به سراغ مهندس محمود قهاری، مدیرعامل شرکت صنایع لوازم خانگی مادیران رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم که مشروح آن از نظر خوانندگان ارجمند می‌گذرد.

مادیران در چه سالی و با چه هدفی تأسیس شد؟

این شرکت در سال ۱۳۴۳ توسط برادران امیری تأسیس شد و مهم‌ترین هدف آن، تأمین ماشین‌های اداری در بازار کشور بود. مادیران فعالیت خود را با وارد کردن نخستین ماشین‌حساب‌ها با برند شارپ، دستگاه‌های تایپ و همچنین ماشین‌های فکس آغاز کرد. این شرکت پس از انقلاب اسلامی نیز فعالیت خود را گسترش داد، به‌طوری که در سال ۱۳۷۳ برای نخستین بار تولید مانیتور در کشور را آغاز کرد که البته این اقدام را می‌توان به عنوان نقطه عطفی در فعالیت‌های شرکت دانست. در آن زمان، مانیتورها با برند گلدستار و سپس با برند ال جی در کارخانه این شرکت واقع در شهرک صنعتی



چندین وظیفه مهم را بر عهده دارد. یکی از این وظایف، ارزیابی تجربه مشتری هنگام خرید محصول از ابتدای ورود به فروشگاه تا مرحله دریافت خدمات پس از فروش است. در این بخش با تمام مشتریان تماس گرفته شده و با بازخوردهایی که از آنان گرفته می‌شود، سعی می‌کنیم تا مشکلات و کمبودهای موجود برطرف شده و محصولی با کیفیت مناسب و همچنین خدمات بهتر به مشتریان ارائه دهیم.

عملکرد این شرکت از نظر اشتغال‌زایی چگونه بوده است؟

در حال حاضر بیش از یک‌هزار و ۵۰۰ نفر به صورت مستقیم در مادران مشغول به کار هستند. خوشبختانه عملکرد این شرکت در این زمینه بسیار مناسب بوده، زیرا در شرایط تحریم کمتر شرکتی حاضر به سرمایه‌گذاری برای تولید در کشور می‌شود، اما مادران با سرمایه‌گذاری پیوسته تاکنون توانسته فعالیت خود را به شکل مستمر توسعه بخشد، به‌طوری که تعداد ۴۵۰ نفر طی یک‌سال گذشته در این شرکت استخدام شده‌اند. علاوه بر این با وجود شیوع بیماری کرونا که باعث تعطیلی موقت در برخی از واحدهای اداری و تولیدی شده است، هیچ‌گونه تعدیل نیرویی در این شرکت صورت نگرفته و حقوق پرسنل نیز در زمان مقرر پرداخت شده است. همچنین شرکت صنایع لوازم خانگی مادران با توجه به رویکرد تولیدی خود، اقدامات زیادی را انجام داده و در تمام سطوح از پرسنل خط تولید تا مدیران، ارائه آموزش‌های لازم نیز بخشی از فعالیت آن محسوب می‌شود.

شرکت صنایع لوازم خانگی مادران در زمینه تولید محصولات خود با چه برندهای مطرح خارجی همکاری دارد؟

همکاری ما از حدود ۵۵ سال پیش با شرکت شارپ آغاز شد و هنوز هم در تولید برخی از محصولات با این شرکت همکاری داریم. علاوه بر این ۲۶ سال پیش با شرکت ال جی در حوزه تولید مانیتور همکاری خود را آغاز کردیم و تا زمان خروج این شرکت به دلیل اعمال تحریم‌ها علیه کشورمان، این همکاری ادامه داشت. با این حال خوشبختانه ما در تمام سال‌ها مشابه این محصولات را با برند خود تولید کردیم و هم‌اکنون با وجود شعبه‌هایی که در برخی کشورهای خارجی داریم، به تمام قطعات روز دنیا دسترسی داریم. در حال حاضر نیز با برند TCL که سومین تولیدکننده بزرگ تلویزیون در جهان محسوب می‌شود، در بخش تولید لوازم خانگی همکاری می‌کنیم.

تحریم‌ها چه پیامدهایی برای تولیدکنندگان لوازم خانگی داشته است؟

اگرچه تحریم‌ها در ابتدا مشکلات زیادی را ایجاد کرد، اما با حمایت وزارت صنعت، معدن و تجارت بسیاری از تولیدکنندگان داخلی جایگاه خود را تثبیت و فعالیت خود را گسترش دادند. قابل ذکر است که پیش از اعمال تحریم‌ها علیه ایران، حدود ۷۰ درصد بازار لوازم خانگی کشور در اختیار ال جی و سامسونگ قرار داشت، اما پس از خروج این برندها از بازار داخلی، تولیدکنندگان کشورمان به سرعت جای خالی آنها را پر کرده و خطوط تولید خود را به روز کردند، به‌طوری که در حال حاضر شرایط رقابتی در زمینه تولید لوازم خانگی ایجاد شده، کیفیت کالاهای ایرانی ارتقا یافته و تا حد مطلوبی در بین مردم محبوبیت پیدا کرده است. با این حال نمی‌توان انکار کرد که تحریم‌ها موجب بروز مشکلاتی در زمینه انتقال ارز و تأمین مواد اولیه از بازارهای جهانی شده است. همچنین به دلیل تورم اقتصادی ایجاد شده، قیمت مواد اولیه تولیدشده در داخل نیز افزایش چشمگیری یافته که این موضوع باعث شده تا قیمت تمام‌شده محصولات نیز افزایش قابل توجهی داشته باشد.

برای جلوگیری از ورود لوازم خانگی قاچاق به کشور چه اقداماتی باید انجام شود؟

تاکنون تلاش‌های بسیاری برای جلوگیری از قاچاق از سوی نهادهای دولتی صورت گرفته، اما نمی‌توان انکار کرد که همچنان قاچاق لوازم خانگی وجود دارد و متأسفانه استقبال خوبی هم از این محصولات می‌شود. به دلیل مشکلات متعدد از جمله تحریم‌ها، شبکه قاچاق لوازم خانگی هم‌اکنون در کشور توسعه یافته و فروشندگان این کالاها حتی اقدام به ارائه خدمات پس از فروش برای محصولات خود می‌کنند. کالاهای قاچاق در مقایسه با تولیدات داخلی به دلیل عدم پرداخت مالیات، عوارض گمرکی و مالیات بر ارزش افزوده و همچنین نداشتن استانداردها و مجوزهای لازم، قیمت پایین‌تری دارند. لذا فروش آنها در بازار، عرصه را بر فعالیت تولیدکنندگان قانونی در کشور تنگ کرده است. با این حال به منظور مقابله با این پدیده، علاوه بر اقدامات قانونی باید تلاش کرد تا مردم نیز به کیفیت کالای ایرانی اعتماد پیدا کنند و خرید محصولات تولیدشده را بر کالاهای قاچاق ترجیح دهند. در این میان، یکی از مهم‌ترین اقدامات به منظور جلوگیری از ورود کالای قاچاق، فراهم کردن بستری برای تبلیغ محصولات داخلی است. متأسفانه در وضعیت کنونی هزینه‌های تبلیغات بسیار بالاست و با توجه به اینکه تولید لوازم خانگی نیاز به سرمایه‌گذاری بالایی دارد، ضروری است که وزارت صنعت، معدن و تجارت نظارت مناسبی در اعطای مجوز و پروانه بهره‌برداری برای واحدهای تولیدکننده داشته باشد. متأسفانه در سال‌های اخیر برخی از افراد با تأسیس واحدهای تولیدی با وارد کردن کالاهای تقلیب‌آمده، اقداماتی را انجام داده‌اند که می‌توان آن را شبه قاچاق نامید. با این حال امیدواریم که با توجه ویژه مسئولان، قاچاق محصولات خانگی به حداقل رسیده و این مانع بزرگ از سر راه تولیدکنندگان ایرانی برداشته شود.

رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی ایلیا استیل بیان کرد

قطع واردات بی‌رویه عامل رونق تولید

❖ چه برنامه‌ای برای توسعه و افزایش تنوع محصولات خود دارید؟

هم‌اکنون فعالیت گروه صنعتی ایلیا استیل با دو برند «ایلیا استیل» و «پرنیان استیل» انجام می‌شود که هر کدام دارای تنوع قابل ملاحظه‌ای می‌باشند. این گروه در راستای توسعه فعالیت‌های خود، تولید محصولاتی از قبیل تلویزیون، کولر گازی، ماشین لباسشویی و ظرفشویی و همچنین یخچال تحت برند «سینگل» را در دستور کار قرار داده که در حال حاضر خط تولید برخی از این محصولات از جمله تلویزیون فعال شده و خط تولید محصولات دیگری مانند ماشین لباسشویی و ظرفشویی، یخچال و سایر محصولات نیز، نصب یا در مرحله قبل از نصب قرار دارند و به‌زودی عملیات آماده‌سازی آنها تکمیل شده و وارد زنجیره تولید خواهند شد. ناگفته نماند که برندهای مختلف این گروه صنعتی، حدود ۳۰ درصد از بازار داخلی وسایل آشپزخانه و ۱۰ درصد از بازار لوازم خانگی را پوشش می‌دهد.

❖ عملکرد گروه صنعتی ایلیا استیل از نظر کنترل کیفیت و خدمات پس از فروش چگونه است؟

همواره شعار این گروه «تولید و عرضه محصولات مختلف با کیفیت بالا» بوده که به همین منظور تمام تلاش ما در مرحله اول این است که محصولات تولیدشده از بهترین کیفیت برخوردار باشند و مشتریان در مراحل مختلف نصب، استفاده یا تعمیرات احتمالی با کمترین مشکل مواجه شوند. در همین راستا، یک تیم قوی و حرفه‌ای بر کیفیت کالاهای تولیدشده در کارخانه نظارت دارد. در واقع این اعتقاد راسخ در بین هیئت مدیره گروه صنعتی ایلیا استیل وجود دارد که عدم کیفیت مناسب به معنای پایان کار این برند خواهد بود. قابل ذکر است، بخش بزرگی از ساختمان اداری مجموعه ایلیا استیل به خدمات پس از فروش اختصاص یافته و تمام مشتریان پس از خرید محصولات باید با این بخش تماس گرفته و بلافاصله پس از ۲۴ ساعت، نصب آن توسط نمایندگان ما در محل انجام می‌شود. علاوه بر این در زمینه تعمیرات و سایر سرویس‌های لازم، مجموعه ایلیا استیل کوشیده تا دسترسی‌پذیری و کیفیت عالی برای خدمات مورد نظر را فراهم کند و تا اندازه زیادی نیز در این امر موفق بوده است.

❖ در زمینه مقابله با کرونا چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

با توجه به اینکه حدود ۷۰۰ نفر در کارخانه و واحدهای اداری مختلف مجموعه ایلیا استیل فعالیت دارند، با شیوع بیماری کرونا نگرانی‌های متعددی در خصوص احتمال ابتلای کارکنان به این

شیوع بیماری کرونا در کنار دشواری‌های بزرگی مانند تحریم‌های گسترده علیه اقتصاد ایران، صنایع کشور به‌ویژه صنعت لوازم خانگی را با مشکلات فراوانی از جمله سختی در تأمین مواد اولیه، تجهیزات و قطعات، نقل و انتقالات مالی و... مواجه کرده است. علاوه بر این، پاندمی کرونا نیز باعث وضع محدودیت‌های متعدد بر فعالیت واحدهای تولیدی و سایر بخش‌های اقتصاد کشور شده که در نتیجه آن، بسیاری از این واحدها در معرض تعطیلی موقت یا دائمی قرار گرفته‌اند. از سوی دیگر، تحریم‌ها باعث قطع جریان واردات بی‌رویه کالا به کشور شده و با افزایش قیمت ارز، هزینه تمام‌شده کالاهای تولید داخل نیز کاهش یافته است. در نتیجه این تغییرات، بسیاری از صنایع داخلی فرصت یافتند تا با گسترش فعالیت خود تقاضای بازار داخلی کشور را تأمین کنند. به منظور بررسی بیشتر این موضوعات، گفت‌وگوی صمیمانه‌ای با علی مالمیری، رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی ایلیا استیل انجام دادیم و در مورد وضعیت تولیدی این مجموعه، شرایط و مشکلات و همچنین مسائل کلان صنعت لوازم خانگی به بحث نشستیم که ماحصل آن به نظر خوانندگان عزیز می‌رسد.

❖ گروه صنعتی ایلیا استیل در چه سالی تأسیس شد و در چه زمینه‌ای فعالیت دارد؟

این گروه دارای سابقه‌ای بالغ بر ۳۰ سال است، اما برند ایلیا استیل در سال ۱۳۸۴ ایجاد شد که در زمینه تولید محصولات متنوع در بخش لوازم خانگی و آشپزخانه فعالیت دارد. هم‌اکنون محصولات متنوعی از قبیل انواع سینک ظرفشویی، اجاق گاز صفحه‌ای و مبله و همچنین مدل‌های مختلف هود، فر و ماکروویو در این شرکت و تحت برند ایلیا استیل تولید می‌شود. علاوه بر این به منظور رفاه مشتریان، محصولات این برند از تنوع بسیار بالایی برخوردار است که می‌توان به کالاهایی مانند انواع اجاق گاز از یک شعله تا ۶ شعله، شیشه‌ای و فلزی با فناوری‌های مختلف از قبیل تایم‌ری و دیجیتالی اشاره کرد و در حال حاضر بالغ بر ۸۰ طرح مختلف از این اجاق گازها تحت برند ایلیا استیل تولید می‌شوند. همچنین حدود ۸۰ مدل هود مختلف شیشه‌ای و استیل، ۳۰۰ مدل سینک در انواع پرسی، فانتزی، نیمه فانتزی، شیشه‌ای، کوریل و دست‌ساز و ۱۶ مدل مختلف فر توکار در گروه صنعتی ایلیا استیل تولید می‌شود و به‌زودی توسعه و فر ۹۰ سانتی‌متری توکار تحت برند ایلیا استیل نیز به محصولات افزوده خواهد شد.



گروه صنعتی ایلیا استیل در زمینه تأمین مواد اولیه، تجهیزات و قطعات

تا چه اندازه به واردات وابسته است؟

یکی از مواد اولیه مورد نیاز صنعت لوازم خانگی، ورق‌های استیل می‌باشد که برای تهیه آن، وابستگی ۶۰ درصدی به واردات وجود دارد، زیرا تولید این ورق در ایران به دلیل هزینه‌های بالا مقرون به صرفه نیست، اما برای تولید محصولاتی مانند هود و فر از مواد اولیه داخلی استفاده می‌شود. از سوی دیگر، در بخش تجهیزات و قطعات نیز تا حدودی نیاز به واردات داریم، ولی این وابستگی به اندازه‌ای نیست که فعالیت ما را به صورت کامل مختل کند. اگرچه در زمینه تأمین مواد اولیه و تجهیزات با مشکلاتی مواجه هستیم، اما با تلاش‌های فراوان و صرف هزینه، تجهیزات و مواد اولیه مورد نیاز خود را تأمین کرده و فعالیت‌های خود را تداوم بخشیده‌ایم.

فاچاق لوازم خانگی چه تأثیری بر فعالیت تولیدکنندگان داخلی دارد؟

فاچاق کالا در ابعاد گسترده، پیامدهای واردات بی‌رویه برای تولید داخلی را به همراه خواهد داشت. البته در زمینه واردات، نظارت دولتی تا اندازه‌ای وجود دارد، اما در مورد فاچاق متأسفانه هیچ نظارتی وجود ندارد و عدم الزام برای ارائه خدمات پس از فروش یا پرداخت مالیات و سایر عوارض، باعث می‌شود تا این کالاها نسبت به تولیدات داخلی یا خارجی که از مجاری رسمی وارد کشور می‌شود، از قیمت و کیفیت کمتری برخوردار باشند. با وجود تأکید مسئولان و اقدامات انجام‌شده به منظور جلوگیری از ورود کالاهای فاچاق، این موضوع همچنان پابرجا مانده است و گستره آن در سال‌های اخیر کاهش نیافته است. به اعتقاد بنده، مقابله با این معضل، نیازمند اقدامات و نظارت بیشتری است، چراکه در صورت تداوم، مشکلات متعددی را برای صنعت داخلی کشور به‌ویژه لوازم خانگی ایجاد خواهد کرد. دنیای سرمایه‌گذاری

بیماری ایجاد شد و این گروه با عمل به دستورالعمل‌های بهداشتی و پروتکل‌های مربوطه، در زمینه رعایت ایمنی و بهداشت اقدامات بسیار مناسبی را انجام داد. در حال حاضر تمام واحدهای تولیدی و بخش‌های اداری گروه صنعتی ایلیا استیل مجهز به تب‌سنج بوده و مواد ضدعفونی‌کننده و بهداشتی و همچنین ماسک در بین کارکنان توزیع و استفاده از آن اجباری است. با این حال، با تمام تلاش‌های انجام‌شده، فقط قادر به کنترل شرایط در این مجموعه هستیم و در بعضی مواقع تعداد محدودی از پرسنل به کرونا مبتلا شده‌اند. با تمام این تفاسیر سعی شده تا با افزایش کارکنان، کمبودهای موجود مرتفع شوند.

تأثیر تحریم‌ها بر فعالیت شما چگونه بوده است؟

تحریم‌ها اگرچه دسترسی ما به مواد اولیه و همچنین نقل و انتقالات ارزی برای خرید قطعات و تجهیزات را دشوار کرده، اما به دلیل قطع واردات بی‌رویه به کشور، تقویت صنایع و تولیدکنندگان داخلی را در پی داشت و باعث کاهش حضور برندهای خارجی در بازار داخلی شده که در این میان، تولیدکنندگان ایرانی به سرعت این جای خالی را پر کرده و تقاضای بازار را تأمین کردند. اگرچه گروه صنعتی ایلیا استیل با توجه به عملکرد بسیار خوب خود در بازار داخلی به صورت رسمی برنامه‌ای برای صادرات منظم کالا به بازارهای خارجی ندارد، اما برخی از بنکداران این مجموعه در مناطق مرزی اقدام به صادرات محصولات ایلیا استیل به کشورهای همسایه از قبیل افغانستان، عراق، آذربایجان و ترکمنستان کرده‌اند. باید به این موضوع مهم اشاره داشته باشم که در دوران تحریم‌ها، شاهد افزایش تولید محصولات گروه صنعتی ایلیا استیل بودیم و نه تنها اقدام به کاهش نیروهای خود نکردیم، بلکه تعداد کارکنان واحدهای تولیدی خود را نیز افزایش دادیم.

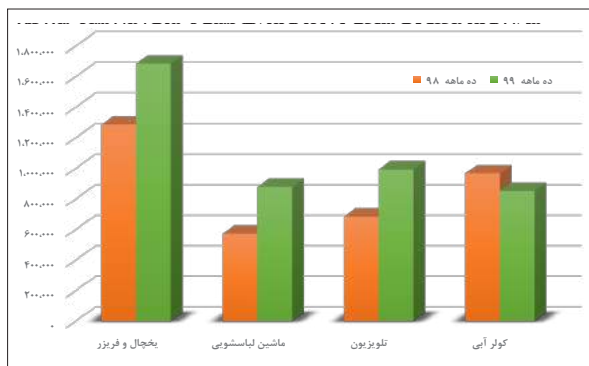
روند صعودی تولید لوازم خانگی

رشد ۴۵ درصدی تولید تلویزیون

در ۱۰ ماه امسال ۹۹۵ هزار دستگاه انواع تلویزیون توسط تولیدکنندگان داخلی تولید شده است که در مدت مشابه پارسال نصف این حجم، یعنی تنها ۶۸۷ هزار و ۴۰۰ دستگاه تولید شده بود. بدین ترتیب تولید انواع تلویزیون در ۱۰ ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۴۴.۷ درصدی داشته است.

تولید کولر آبی کاهش یافت

همچنین در ۱۰ ماه امسال ۸۵۳ هزار و ۹۰۰ دستگاه کولر آبی در کشور تولید شده که این رقم در مدت مشابه سال قبل ۹۶۹ هزار دستگاه بوده است و از کاهش ۱۱.۹ درصدی تولید این وسیله سرمایشی حکایت دارد. با خروج تولیدکنندگان کره‌ای از بازار لوازم خانگی ایران در کنار افزایش قیمت ارز، تولیدکنندگان داخلی لوازم خانگی مجال یافته‌اند تا با افزایش تولید داخلی، ضمن اشتغال‌زایی، سهم خود از بازار داخلی را افزایش دهند.



تولید لوازم خانگی در ۱۰ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه پارسال در یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی و تلویزیون به ترتیب با افزایش ۳۰.۸ درصد، ۵۳.۲ درصد و ۴۴.۷ درصد مواجهه بوده است.

بر اساس آمارهای وزارت صمت از وضعیت تولید در کشور نشان می‌دهد روند شتابان افزایش تولید لوازم خانگی در داخل کشور در دی‌ماه امسال نیز ادامه یافته است به طوری که بر اساس آمار تجمیعی، تولید انواع لوازم خانگی در ده ماهه امسال با رشد قابل توجهی همراه بوده است.

رشد ۳۱ درصدی تولید یخچال و فریزر

طی ۱۰ ماهه سال جاری یک میلیون و ۶۸۶ هزار دستگاه یخچال و فریزر توسط تولیدکنندگان داخلی تولید شده است، این در حالیست که در ۱۰ ماه سال گذشته یک میلیون و ۲۸۸ هزار دستگاه از این محصول تولید شده بود.

بدین ترتیب تولید یخچال و فریزر در ۱۰ ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۳۰.۸ درصدی یافته است. روند صعودی تولید لوازم خانگی / تولید یخچال رشد ۳۰ درصدی داشت

رشد ۵۳ درصدی تولید ماشین لباسشویی

همچنین در ۱۰ ماه امسال ۸۸۰ هزار و ۵۰۰ دستگاه ماشین لباسشویی در کشور تولید شده است. این در حالیست که در مدت مشابه سال قبل ۵۷۴ هزار و ۷۰۰ دستگاه تولید شده بود. بنابراین تولید ماشین لباسشویی در ۱۰ ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۵۳.۲ درصدی یافته است.

میزان تولید محصولات منتخب و روند تولید آنها نسبت به مدت زمان مشابه سال قبل

ردیف	نام محصول	واحد	میزان تولید ده ماهه سال ۹۹	میزان تولید ده ماهه سال ۹۸	درصد تغییرات
۱	یخچال و فریزر	دستگاه	۱,۶۸۶,۰۰۰	۱,۲۸۸,۰۰۰	+ ۳۰,۸
۲	ماشین لباسشویی	دستگاه	۸۸۰,۵۰۰	۵۷۴,۷۰۰	+ ۵۳,۲
۳	تلویزیون	دستگاه	۹۹۵,۰۰۰	۶۸۷,۴۰۰	+ ۴۴,۷
۴	کولر آبی	دستگاه	۸۵۳,۹۰۰	۹۶۹,۰۰۰	- ۱۱,۹



کارآفرینی کلید توسعه ارتقاء و سرمایه‌های اجتماعی

وقتی سخن از کار و کارآفرینی به میان می‌آید ابتدا یک رزومه از زندگی شخصی و سپس از کجا به کجا رسیدن فرد کارآفرین بیش از هر چیز مورد توجه قرار می‌گیرد اکثر کارآفرینان بزرگ شروعی باورنکردنی را در زندگی خود داشته‌اند شروعی که برای هر خواننده و شنونده‌ای پذیرش آن غیرقابل باور است. اما نکته اینجاست که اکثر آنان در نقطه عطف زندگی‌شان مشترک هستند و آن باور داشتن به هدفی که برگزیده‌اند و پشتکاری که لازمه اصلی تلاششان بوده است. این کنشگران عرصه کار و فاعلان تولید و پدیدآورندگان کار چه در اجتماع درونی و چه جامعه بیرونی همچون نقطه‌ای از پراگندگی که روز بروز بر وسعت دایره خود می‌افزایند و سرمایه‌های انسانی جامعه را به سوی ارزش‌های کار و اشتغال که همانا جوهره وجودی هر انسانی است، تربیت می‌کنند. افتخارآفرینانی که جامعه به آنها می‌بالد و از حضورشان غنی می‌گردد.

ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران قصد دارد تا در هر شماره به چکیده‌ای از زندگی این کارآفرینان برجسته پرداخته تا از این طریق بتواند دین خود را به پرورش دهندگان صنعت و تولید این کشور تا اندازه‌ای ادا نماید.



نگاهی کوتاه اما عمیق به زندگی بزرگمرد شرکت انرژی، حاج عبدالله مهدیان

انرژی، از آغاز تا امروز

عبدالله مهدیان، مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره

کارخانه انرژی در ۲۶ خرداد ۱۳۴۸ تأسیس و در سال ۱۳۵۰ با هدف تولید محصولات گرمایش صنعتی شروع به فعالیت نمود. در سال ۱۳۵۴ با توجه به استقبال و تقاضای فزاینده بازار، کارخانه به محل کنونی خود واقع در کیلومتر ۷ جاده قم منتقل گردید. دامنه تولیدات این شرکت تا سال ۱۳۶۸، شامل: بخاری کارگاهی، آبگرمکن و هیتر نفتی می‌باشد.

از سال ۱۳۶۸ انجام اقدامات بنیادینی همچون: تولید یونیت هیترگازی ۶۴۰ برگرفته از تکنولوژی MODINE آمریکا و همچنین ورود مهندسين و کارشناسان فنی به مجموعه، جهت انجام تغییرات در خطوط و ساختار تولید نخستین گام‌های شرکت در جهت خارج شدن از دنیای مدیریت سنتی بود.

در سال ۱۳۷۵ سومین مرحله از طول عمر انرژی با هدف دگرگونی و ساختار شکنی همه جانبه و فراگیر در جهت اصلاح زیربنای کلیه سیستم‌های شرکت اعم از تولید، فروش، مالی، تحقیق و توسعه، کیفیت و... آغاز گردید. این شرکت تا سال ۱۳۷۸ با فعالیت بسیار فشرده پرسنل خود توانست با دستیابی به خلاصه نتایج ذیل فاصله خود را با تکنولوژی و مدیریت روز دنیای صنعتی به شدت کاهش دهد:

- ارائه محصولی به نام بهارساز برای ایجاد تحول در تأسیسات منازل.

- اخذ استاندارد ISO ۹۰۰۱ از RWTUV آلمان.

- تدوین و تصویب پیش نویس استاندارد ملی محصولات گازی شرکت با کمک موسسه استاندارد.

- ارائه نسل جدید کولر آبی با نام کولر سلولزی پس از چهل سال یکنواختی در سرمایه‌گذاری تبخیری داخل کشور.

- ایجاد بهینه‌سازی و به روز رسانی سیستم‌های شرکت.

و اینک انرژی در چهارمین مرحله، با در اختیار داشتن سیستم‌های پایه، در تکاپوی دستیابی به راه حلی جهت بهینه‌سازی سوخت گرمایش صنعتی، کسب آمادگی ورود به بازارهای جهانی و نیز تطابق با الزامات حرکت گسترده‌ای را آغاز نموده است.

زندگی و روزگار عبدالله مهدیان

فرشته‌های زندگی من

عقل گوید شش جهت حد است و بیرون راه نیست
عشق گوید راه هست و رفته‌ام من بارها
عقل بازاری بدید و تاجری آغاز کرد
عشق دیده زان سوی بازار او بازارها...

زندگی جریان طبیعی خود را طی می‌کند. زمان می‌آید و می‌رود و در میان تمام این آمد و رفت‌ها، تنها عشق به خداوند و توکل به اوست که زندگی‌ها را سامان داده و به سر منزل مقصود می‌رساند، در طول زندگی‌م همواره شاهد معجزه‌هایی بودم که در اثر همین توکل اتفاق افتاد و سرنوشت‌م را طوری رقم زد که امروز در این نقطه ایستاده‌ام. من نه در خانواده‌ای متمول به دنیا آمدم و نه ثروت و موفقیت بادآورده‌ای نصیب‌م شد بلکه لحظه به لحظه آن را با تلاش ایجاد کردم و در این راه، خداوند را همواره در کنار خود داشتم.

در سال ۱۳۰۹ در یک خانواده سنتی و مذهبی در تهران متولد شدم و پدر، نام عبدالله را برایم انتخاب کرد. فرزند سوم خانواده مهدیان بودم و ما ۱۱ خواهر و برادر بودیم. مادرم خانه دار و زن بسیار زحمتکش و قانعی بود که همواره در حال نظم و نظام دادن به کار منزل و بچه‌ها بود. از آنجا که تعداد ما زیاد بود، ایشان زحمات بسیار زیادی می‌کشید و همیشه از این همه کاری که در منزل انجام می‌داد شرم‌منده بودم و دلم برای این فرشته صبور می‌سوخت و دوست داشتم هر کاری می‌توانم انجام بدهم تا باری از دوش ایشان بردارم. اکثر روزها، سحر از خواب بیدار می‌شدم و به نانوایی می‌رفتم و نان و پنیر می‌خریدم، وقتی مادر از خواب بیدار می‌شد و می‌دید که سماور روشن است، نان تازه سر سفره وجود دارد و چای دم کرده آماده است با تمام قلبش می‌گفت: «عبدالله، امیدوارم دست به خاکستر می‌زنی طلا شود.»

پدرم نیز انسان بسیار سخاوتمند و شایسته‌ای بود. غالب افرادی که گرفتار بودند به ایشان مراجعه می‌کردند و مشکل‌شان را با او در میان می‌گذاشتند. ایشان نیز بین دو نماز در مسجد بلند می‌شد و می‌گفت: ما امروز مهمانی داریم که فلان گرفتاری را دارد، دارویی دارد

شروع کسب و کار در کنار مردان خدا

مدرسه ابتدایی را در دبستان توفیق گذراندم. آن زمان توفیق، مربیان فرهنگی و متدینی داشت و جزو مدارس خوب تهران محسوب می شد اما بعد از اتمام دبستان به دلیل عدم امکانات مالی نتوانستم ادامه تحصیل بدهم و به مقاطع بالاتر بروم و به ناچار وارد دنیای کسب و کار شدم.

اوضاع مالی خانواده ما نیز مانند اکثریت مردم آن زمان خیلی خوب نبود. خاطرم هست که اکثرا کفش هایمان گیوه یا پارچه ای بود و ما عموماً از لباس های سایر خواهر و برادرها استفاده می کردیم. تابستان و زمستان هم همان یک کفش را داشتیم و مجبور بودیم زمستانهای سخت و طولانی تهران را که گاهی برف سنگینی هم می بارید با همان کفش پارچه ای بگذرانیم.

برف که بند می آمد، مردم، سقف خانه هایشان را پارو می کردند و به کوچه می ریختند. حدود دو متر برف در معابر می ماند و ما به اجبار همان گیوه های سرد را می پوشیدیم و از میان برف ها به مدرسه می رفتیم. به کلاس که می رسیدیم، پاهای خیس و یخ زده ما را جلوی بخاری کلاس گرم می کردم و هنوز پا و گیوه هایم کاملاً خشک نشده بود که دوباره باید به سمت خانه راه می افتادیم و مجدداً همان داستان تکرار می شد.

برای آنکه کمک خرج خانواده باشم، کسب و کار را با شاگردی در کنار پدر و در کارگاه سمورسازی او آغاز کردم. آن زمان سمورسازی شغلی بود که افرادی که به این کار اشتغال داشتند افراد بسیار مقید و متعهدی به شمار می آمدند و بسیار به این امر معتقد بودند که برکت پول و سفره شان به این است که تولیداتشان از نظر کیفیت در بهترین سطح ممکن باشد.

آنها بسیار مقید به تولید خوب بودند و واقعاً عقیده داشتند که اگر خریدار از سمورها راضی باشد، آنها سود خود را برده اند و در غیراینصورت آن پول برکت ندارد.

خاطرم هست که یکی از معتبرترین سمورسازان آن دوره، آقای مصطفی عالی نسب بود که با تمامی داریایی های خانوادگی خود کارخانه کوچکی تأسیس کرده بود. ایشان اهل تبریز و بسیار متدین و متعهد بود و حجره ای در تیمچه حاجب الدوله داشتند و همیشه هم حجره ایشان بسیار پر رفت و آمد بود.

شب های جمعه که اهل بازار برای شرکت در مراسم دعای کمیل دور هم جمع می شدند، من نیز در کنار پدر و در میان این گروه تولید کننده و پاک دست، دعای کمیل می خواندم و درس زندگی را تمرین می کردم. بعد از مراسم دعای کمیل معمولاً تولیدکننده ها، خاطرات و تجربیاتشان را برای یکدیگر نقل می کردند. در یکی از شبها، یکی از این افراد داستانی را درباره مرحوم عالی نسب تعریف کرد و گفت: «زمانی پیش آمده بود که آقای عالی نسب برای سفر کاری چند روزی را به مسافرت رفتند. بچه های کارخانه ایشان برای ساخت تنورهای داخل سمور، ورق های برنجی خریداری کرده بودند که جنس آن کمی نامرغوب بود که البته نسبت به بسیاری از کالاهای موجود در بازار، بد



که نتوانسته تهیه کند، برای خرج بیماری مانده و یا... بعد در صف نماز جماعت دور می زد و به اندازه پولی که آن فرد نیاز داشت جمع می کرد و به او می داد تا مشکلش حل شود. بسیار مردم دار و مردم دوست بود و به هر نیازمندی به نوعی کمک می کرد. ایشان ما را از کودکی به انفاق کردن و دستگیری از مردم ترغیب می نمود. وقتی متوجه می شد کسی مریض است، خودش هم مریض می شد و تا کمکی به او نمی کرد آرام نمی گرفت.

یادم می آید با کلی دردسر و مشکل کالایی را که تولید کرده بودیم می فروختم و آن را درون کشویی که مخصوص پولها بود می گذاشتم و پدرم، هنوز پول وارد صندوق نشده آن را برای کمک به مردم نیازمند خرج می کرد. یک روز من به این کار ایشان اعتراض کردم و گفتم: من هرچقدر می فروشم و توی دخل می گذارم شما انفاق می کنید. پدرم با خنده دستی بر سرم کشید و گفت: پسر من تو حالا متوجه نیستی، این چیزها می آید و می رود، مهم نام نیکی است که پس از ما می ماند و مهم تر از آن رضایت کسی است که همه اینها را می دهد.

از برکت وجود پدر و همین اخلاق و خوبی هایش در زندگی، من هم چیزهای بسیاری آموختم و برکات فراوان و معجزه آسایی در زندگیم پدید آمد.

مردم محله، ما را دوست داشتند و حرف پدر در میان آنها خریدار بسیاری داشت و به واسطه همین علاقه قلبی، زندگی ما همواره مملو از حمایت پروردگار و مردم بود.

پدر، در بازار مسجد جامع یک کارگاه کوچک سمورسازی داشت و از همین طریق خرج زندگی را تأمین می کرد.



با خدا زد و سماورش را برداشت و به مغازه‌اش در بازار مسگرها برگشت. وقتی به مغازه رسید دید آقای پشته در مغازه‌اش ایستاده است. از او پرسید که کاری دارید؟ آن فرد گفت: سماور می‌خواهم و داخل مغازه می‌شود و سفارش می‌دهد و تمام سماورهای تولید شده را می‌خرد و با خود می‌برد. همان موقع آن سماورساز دست به دعا برداشت و گفت: خدایا الحق که «من یتوکل علی الله فهو حسبه»

سال‌های سخت ایران

خانه پدری من در محله حمام گلشن، چهار راه مولوی بود که اکنون نیز تقریباً همان بافت را با اندکی تغییر حفظ کرده است. مولوی، نام خیابانی بود که کمی قبل از به دنیا آمدن من به اسم «اسماعیل بزاز» نامیده می‌شد. اسماعیل بزاز از خادمان عزت الدوله، دختر ناصرالدین شاه و همسر امیرکبیر بوده و به دربار رفت و آمد داشت. اولین فرهنگستان زبان و ادب فارسی در دهه ۲۰ نام این خیابان را به مولوی تغییر داد.

اینکه چرا به آن محل حمام گلشن می‌گفتند به دلیل وجود حمام بزرگ و وسیعی به نام گلشن بود که گرمخانه و فضاهای مجلل آن، در نوع خود یکی از بهترین حمام‌های تهران به شمار می‌رفت.

اگر بخواهم تصویری از آن زمان محله مولوی بدهم چیزی که کاملاً از آن موقع در خاطرم مانده این است که ابتدای بازار آرامنه، شهید موسوی فعلی، کلیسای طاپاواوس قرار داشت که از قدیمی‌ترین کلیساهای تهران محسوب می‌شد. ضلع شمالی میدان نیز آب انبار قدیمی سید اسماعیل که بزرگترین آب انبار تهران بود خودنمایی می‌کرد. دروازه بازار حضرتی نیز از آبادترین دروازه‌های تهران محسوب می‌شد که از طریق تهران به ری و مناطق مختلف وصل می‌شد و

هم نبود. هنگامی که آقای عالی نسب از مسافرت برگشتند، به محض اطلاع از این موضوع، دستور داد تمام سماورهایی را که با این ورق کم کیفیت ساخته‌اند با چکش له کرده و داخل اوراق و ضایعات ببرند و هیچگاه قبول نکردند که کالایی کم کیفیت به دست مردم بدهند و بسیار به تولید و کیفیت بالا اهمیت می‌دادند و همین امر باعث گردید تا نام ایشان پس از سالها، هنوز هم در صنعت ایران با کیفیت و بزرگی همراه باشد».

حشر و نشر با این افراد از همان دوران کودکی و در کنار امثال پدرم به من آموخت که در صورتی از زندگی و کار خود، خیر، خواهی دید که مردم و خریداران از کالایی که تولید کرده‌ای خیر ببینند و از آن راضی باشند.

این تولیدکنندگان بزرگ به همان اندازه که در کار خود متعهد بودند، به همان اندازه نیز نزد خداوند آبرو و اعتبار داشتند. من از کودکی شاهد بودم که افراد این حرفه، علاوه بر اینکه تولید را نوعی توحید و خدمت به خلق را عبادت خدا می‌دانستند، نوعی عرفان عملی و عبادی نیز در کارها و رفتارهایشان دیده می‌شد.

یکی از همین سماورسازها، کالای بسیاری تولید کرده بود و کارگاهش پر از سماور شده بود اما بازار، کساد بود و تولیداتش فروش نمی‌رفت و اجناس روی دستش مانده بود. این فرد وقتی شرایط را این‌طور دید، یکی از سماورهای تولیدی‌اش را برداشت و به مسجد بزازها رفت. آنجا وضو گرفت و سجاده‌اش را پهن کرد. سماورش را نیز کنارش گذاشت و مشغول نماز خواندن شد. بعد از نماز، دست به دعا برداشت و گفت: خدایا! خودت امر کردی که به خلق خدا خدمت کنی، خودت فرموده‌ای که جنس خوب بسازید، ما ساخته‌ایم اما مشتری آن دیگر با من نیست و تو باید خودت کمک کنی. او بسیار صادقانه حرفهایش را

همچنین به شاه راه خراسان متصل بود.

البته با تمام اینها، تهران در آن زمان در وضعیت چندان مناسبی نداشت، دوره گذر از قاجار به پهلوی بود و وضعیت بد در آمدی، عدم بهداشت و مشکلاتی از این دست وجود داشت. با وجود این ناخوشیها، جنگ جهانی نیز شروع شده بود و مصیبت بیشتری بر مشکلات مردم افزود. ایران در یک جنگ ناخواسته قرار گرفت و توسط نیروهای عمدتاً روسی به تصرف درآمد. این نیروها از شمال وارد کشور شده و ابتدا وارد قزوین شدند و به تدریج به تهران آمدند.

مملکت به کلی دچار قحطی شده بود و مردم از این بابت واقعا در فشار بودند و دوره سختی را می گذراندند. سربازان روس در اکثر معابر و سطح شهر دیده می شدند. آنها در نقاط مختلف شهر تردد می کردند و هر چیز خوب و دندان گیری که می دیدند تصاحب می کردند و اوراق مردم را با زور و تهدید غارت می کردند. دراز دستی و بی پروایی روس ها و فساد آنها به کلی خاطر همه را مکدر کرده بود و مردم با نفرت از آنها یاد می کردند. با وجود آنکه وضعیت معیشت مردم بسیار بد بود اما نیروهای متفقین، اجناس خوب را که بسیار کمیاب بود با خود می بردند و ضایعات آن را برای توده مردم باقی می گذاشتند.

یادم می آید آن قدر کیفیت آرد پایین بود که وقتی آن را خمیر می کردند، داخل خمیر پر از سوسک و جانورهای مختلف بود و حتی شایع بود که داخل آرد، خاک اره اضافه می کنند اما حتی برای همین نان هم مردم سر و دست می شکستند و جلوی نانوائی ها غوغایی برپا بود چون اجباراً چیز دیگری برای خوردن پیدا نمی شد.

یکی از اشعاری که آن زمان زیاد بر سر زبان ها بود، نشان دهنده گوشه ای از زجری بود که مردم تحمل می کردند:

ز جاز خیز و درد ما ببین
خونین سرشک ما بر رخ زرد ما ببین
ویران کبود گنبد و آباد روس
ای پادشاه نساء و ابیورد ما ببین

شروع یک زندگی مستقل

نهم بهمن ماه ۱۳۲۰ بود و من در حدود یازده سال بیشتر نداشتم که سرانجام اوضاع کمی آرامتر شده و جنگ رو به اتمام گذاشت. پیمان سه جانبه ای با شوروی و انگلستان امضاء شد که ضمن تضمین تمامیت ارضی ایران، قرار شد شش ماه پس از پایان جنگ، نیروهای خارجی، ایران را به کلی تخلیه کنند.

بعد از اتمام جنگ جهانی، کم کم اوضاع کمی سر و سامان یافت و مردم، کار و زندگی طبیعی و روزمره خود را از سر گرفتند. من نیز تا مدتها با پدر در بازار و در کارگاهش کار می کردم. تمام فوت و فن کار و بازار را آموخته بودم و بسیار علاقه داشتم که کم کم از پدر جدا شده و کارگاه مستقلی برای خودم راه اندازی کنم. به علاوه قصد تشکیل خانواده و ازدواج داشتم و با این وضعیت نمی شد درآمد مستقلی داشته باشم. بهر حال با پدر مشورت کردم و ایشان نظر مثبت خودشان را اعلام کردند و من هم مدتی برای انجام این کار در فکر بودم و تحقیق

می کردم.

سال ۱۳۳۷ بود که ازدواج کردم. همسرم از دختران فامیل بود و ما هر دو به هم علاقه داشتیم. وقتی برای خواستگاری رفتیم، بعد از خواستگاری، پدر همسرم فردی را برای تحقیق فرستاده بود و به ایشان گفته بود حاج آقا مهدیان خودش مرد عادل است و من او را بسیار قبول دارم، خودش را حکم قرار بده و بپرس اگر خودت دختری داشتی او را به آقا عبدالله می دادی. آن فرد وقتی نزد پدرم این قضیه را مطرح کرد، پدر در جواب گفت: «ای و امی له الفدا» پدر و مادرم فدای او. این حرف ایشان تمام فامیل و بازار را تکان داد، که چطور یک جوان توانسته طوری رفتار کند که پدرش چنین حرفی در مورد او بزند. پس از آن گفته پدر، احترامی که در بازار و در بین کسبه به من می گذاشتند چند برابر شد.

بهر حال ما با نهایت سادگی و صمیمیت ازدواج کردیم و تاکنون ۵۳ سال است که در کنار یکدیگر و ۵ فرزندمان به لطف خدا زندگی آرام و خوبی داریم.

روزی که انرژی متولد شد!

کمی بعد از ازدواج به فکر جدایی از کارگاه پدر افتادم. برادرم به جای من به کمک پدر آمد و من به دنبال جایی برای کارگاه مستقل خودم گشتم.

حدود سال ۱۳۵۰ بود که یک کارگاه ۳۰۰ متری را با ماهی ۱۵۰ هزار تومان اجاره کردم و با ۲۵ کارگر شروع به کار نمودم. آن زمان در سراسر ایران تنها یک کارخانه تولید بخاری در اصفهان به نام «پلار» وجود داشت که بخاری کارگاهی تولید می کرد و تمام ایران وابسته و محتاج به این کارخانه بود به همین دلیل بازار به شدت نیاز داشت که افراد جدیدی وارد این کار شوند بنابراین کار سماورسازی را کنار گذاشتم و وارد کار بخاری سازی شدم.

برای شروع، یک مدل بخاری انتخاب کردم، تغییراتی را روی آن انجام دادم و به عنوان نمونه با اسم «انرژی» وارد بازار کردم. زیبایی این بخاری بیشتر از بخاری پلار بود. تاجری را می شناختم که اجناس را به طور عمده می خرید و به صورت خرده می فروخت. از آن تاجر دعوت کردم تا به کارگاه من آمده و از تولیداتمان بازدید کند. کلی با او صحبت کردم و برای او توضیح دادم که بخاری را با کیفیت عالی و زیباتر از پلار ساخته ام. بالاخره نیز توانستم با او وارد معامله شوم. ایشان هزار عدد بخاری را به قیمت هر عدد ۱۰۵۰ تومان از ما خریداری کرد. به او گفتم من در حال حاضر واقعا به پول نیاز دارم بنابراین ایشان صد هزار تومان از مبلغ چک را کم کرد و حدود یک میلیون تومان پول نقد به من داد.

این یکی از معجزات الهی برای من تازه کار بود که در اولین تجربه کاری و اولین معامله ام تاجری یک میلیون تومان پول نقد به من بدهد. همان پول، سرمایه اولیه کار من برای توسعه و تولید بیشتر شد. کمی بعد توانستم کارگاه را به دو قسمت تقسیم کنم. یکی برای تولید بخاری کارگاهی و مکان های بزرگ که نیاز به بخاری بزرگتر داشتند و دیگری

برای مکان‌های کوچکتر.

اولین بخاری بزرگی که ساختیم متعلق به یک مسجد بود که طرح آن مانند کمد، قفسه‌ای بود و این بخاری بسیار مورد استقبال قرار گرفت.

لعب‌سازی به شیوه من!

مدتی نیز روی تولید ظروف لعابی با عنوان «لعب ایران» کار کردم. تولید و تهیه ظروف لعابی بسیار سخت بود زیرا تولید آن نیاز به محیطی بهداشتی و تمیز داشت و چنانکه هنگام تولید، هرگونه آلودگی روی ظرف می‌نشست لکه سیاهی ایجاد می‌شد و به اصطلاح جوش می‌زد و باعث می‌گردید تا مشتری آن را خریداری نکند. آن‌قدر بر روی این ظروف کار کردم و وقت صرف آن نمودم که مشتریان به دنبال تولیدات ما بودند و همه اعتقاد داشتند که اجناس ما بسیار با کیفیت‌تر از رقبایمان است. اما متأسفانه تولیدات لعابی سود چندانی نداشت و ما مجبور شدیم تولید آن را کنار گذاشته و مجدداً به تولید بخاری برگردیم.

مشکلات کار زیاد بود، پول و بودجه کافی در اختیار نداشتیم و تولید با دست خالی نیز بسیار مشکل بود اما من، دست به زانوی خود گذاشته بودم و چشم امیدم به یاری خدا و کمک‌های او بود.

خاطر من هست هر وقت مشکلی پیش می‌آمد وضو می‌گرفتم و به مسجد می‌رفتم، دو رکعت نماز می‌خواندم و از خدا همه آنچه را که می‌خواستم تقاضا می‌کردم و هیچگاه نبود که خواسته‌ام را بی‌جواب بگذارد. یاد می‌آید یک بار که چک داشتم و نمی‌دانستم باید چه کار کنم به مسجد رفتم، دو رکعت نماز خواندم و با خدا راز و نیاز کردم و در همان حال بودم که پر کبوتری روی دستم افتاد. تهرانی‌ها عقیده دارند که وقتی پر کبوتر روی لباس یا دست کسی بیفتد گره از مشکل یا بخت او باز می‌شود و همین اتفاق هم افتاد و همواره توجه و کمک خدا شامل حال من بود.

به کوشش نروید گل از شاخ بید

نه زنگی به گرمابه گردد سفید

خدا کشتی آنجا که خواهد برد

اگر ناخدا جامه بر تن دزد

توسعه انرژی

به تدریج هر چقدر که کار جلوتر می‌رفت تولیدات ما نیز رنگ و بوی پیشرفته‌تری به خود می‌گرفت. دیگر کارگاه کوچک من جوابگوی ادامه این مسیر نبود و من باید جای دیگری را جهت توسعه کارم پیدا می‌کردم. مدتی را به دنبال جایی مناسب می‌گشتم تا سرانجام سال ۱۳۵۲ از طریق آگهی روزنامه، زمینی را در نزدیکی شهر ری، باقرشهر به متراژ ۵ هزار متر با قیمت ۷۰۰ هزار تومان به شکل قسطی خریداری کردم. نیروی کار را نیز به ۷۰ نفر افزایش دادم و به این ترتیب کار توسعه خوبی پیدا کرد و آن زمان در کنار کارخانه‌های معتبر آزمایش متعلق به آقای محسن آزمایش، کفش ملی آقای ابروانی و سماور عالی

نسب آقای عالی نسب، کارخانه انرژی نیز توانست سری میان سرها درآورده و تولیدات آن اعتبار پیدا کند.

برای اینکه انرژی را در وسعت ۵ هزار مترمربع، با این سه کارخانه مهم آن زمان مقایسه کنم باید بگویم که سال ۱۳۴۴ بود که آقای آزمایش کارگاه خود را که دچار سوختگی عظیمی شده بود و ایشان اعتقاد به عمدی بودن این آتش سوزی داشت به جاده دماوند انتقال داد. ایشان زمینی را به مساحت ۱۸۵ هزار متر در یکمتر ۱۰ جاده دماوند خریداری کرد تا کارخانه‌اش را توسعه دهد.

آقای عالی نسب نیز سال ۱۳۴۵ در اوج فعالیت‌های اقتصادی بودند که البته ایشان در کنار فعالیتهای اقتصادی، چهره سیاسی و مبارزی نیز داشت. شاید ذکر خاطره‌ای از ایشان که از انسان‌های پاک سرشت روزگار بودند خالی از لطف نباشد. کارخانه عالی نسب نزدیک فرودگاه مهرآباد و اوضاع کارخانه بسیار خوب بود تا اینکه خبر پیچید که یکی از فانتوم‌های نیروی هوایی سقوط کرده و بخش عظیمی از کارخانه را نابود کرده است. وکلای شرکت دست به کار شدند تا شاید بتوانند غرامت شرکت را بگیرند. اما متأسفانه با نامه شگفت‌انگیزی از طرف ارتش مواجه شدند که بازتاب زیادی بین مردم پیدا کرد. ارتش نامه نوشته بود که چون هواپیما به هنگام پرواز کاملاً چک شده و کارشناسان ارتش هیچ اشکال فنی برای آن ذکر نکرده‌اند، ارتش هیچگونه مسئولیت مدنی در مقابل این سقوط به عهده نگرفته و مخارج بازسازی به عهده خود خسارت دیده است!

مرحوم عالی نسب تعریف می‌کرد که چند روز پس از این اتفاق یکی از سناتورهای مجلس سنا با او تماس گرفته و به ایشان گفته بود چه فکری کرده‌ای که برای گرفتن غرامت به دادگستری مراجعه کرده‌ای؟! راه دریافت غرامت، نوشتن نامه مستقیم به شاه و عرض ارادت به پیشگاه او و طلب غرامت از شخص اوست. ایشان هم پاسخ داده بود، من و کارخانه‌ام شبیه به یک زن خانه دار و غنی هستیم که خرج چندانی نداریم و زیاد هم اهل بزرگ کردن و هزینه‌های سنگین نیستیم بنابراین اگر روال قانونی نتیجه ندهد برای گرفتن غرامت هرگز به شخص دیگری نامه نخواهم نوشت.

در نهایت نیز ایشان نتوانست غرامتی دریافت کند و به اجبار چندین هزار متر از زمین‌هایی را که برای طرح توسعه سماورسازی خریداری کرده بود فروخت تا هزینه‌های مورد نیاز برای بازسازی را تأمین نماید.

واقعۀ کاپیتولاسیون

به تدریج شرایط جامعه تغییر می‌کرد و مبارزات انقلابی در حال شکل‌گیری بود. من نیز به تبع سایرین از این مبارزات به دور نبودم. از آنجا که مغازه آقای اندرزگو که عضو جمعیت موفته اسلامی بود روبه‌روی کارگاه من قرار داشت، با این جمعیت آشنا شدم و در فعالیت‌ها و جلسات آنها شرکت می‌کردم. تیرماه سال ۱۳۴۳ بود که پس از سفر شاه به آمریکا، شاه در قبال دریافت دویست میلیون دلار کمک نظامی، از طریق «حسن علی منصور» نخست‌وزیر وقت، لایحه کاپیتولاسیون را به مجلس سنا برد. بردن این لایحه به مجلس، موجی



بر این شد که منصور به عنوان یک فرد خائن به کشور معدوم شود. شب قبل از کشتن منصور، قطعه نامه ای در شش ماده از طرف جمعیت مولفه اسلامی تنظیم شد که مضمون خلاصه آن این چنین بود:

«ما با قلبی سوزان آماده شهادتیم، دیدن این تن های برهنه، شکم های گرسنه و بدن های ناتوانی که زیر تازیانه های عمال استعمار، آنها را به پرستیدن پیکر منحوس شاه وامی دارند، ما و هر انسانی را رنج می دهد. ما برای اولین بار شلیک گلوله را بر روی دشمنان شما ملت ایران طنین انداز می کنیم. باشد که شما نیز پیروی کنید. نترسید. به پا خیزید و خود را به کاروان شهدا ملحق سازید.»

صبح روز پنجشنبه اول بهمن ماه ۱۳۴۳، زمانی که منصور جلوی در مجلس توقف کرد، محمد بخارایی که در فاصله دو متری منصور بود، دو تیر شلیک کرد که به شکم و گردن او خورد. بخارایی دستگیر شد و منصور را فوراً به بیمارستان منتقل کردند. اما در نهایت او در ششم بهمن ماه به هلاکت رسید.

زندگی در خفا!

تعدادی از افرادی که در این قضیه دست داشتند توسط ساواک دستگیر شدند و عده ای نیز فرار کردند. به من خبر رسید که از طریق دادستانی ارتش شناسایی شده ام، چون تأمین امور مالی تیم ترور به عهده من بود، حکم اعدام برایم صادر شده بود.

اما نمی توانستم کار را رها کنم، چک داشتم، کارهای مغازه را نمی توانستم نیمه کاره بگذارم، نمی دانستم چه کنم. اما بالاخره نوبت به من هم رسید. یک روز در مغازه بازار بودم که دو مأمور با چهره هایی کریه وارد مغازه شدند و از من در مورد حاج عبدالله مهدیان سؤال کردند. من هم با خونسردی گفتم مغازه اش ۷ مغازه پایین تر است. به

از نارضایتی و تنفر را میان مردم و گروه های فعال سیاسی ایجاد کرد که در بین همه آنها به طور مشخص و واضح، امام خمینی (ره) موضع گیری صریحی کردند و یک سخنرانی پر شور انجام دادند. این سخنرانی که با «انالله و انا الیه راجعون» آغاز شد شور عجیبی بین مردم به پا کرد و همه مردم را به هیجان آورد که به نوعی جلوی این کار گرفته شود: «من تأثرات قلبی خود را نمی توانم اظهار کنم، قلب من در فشار است، ایران دیگر عید ندارد، عید ایران را عزا کردند، عزت ما پایکوب شد، عظمت ایران از بین رفت، عظمت ارتش ایران را پایکوب کردند... من اعلام خطر می کنم، ای ارتش ایران، ای سیاسیون ایران، ای بازرگانان ایران، ای علمای ایران، من اعلام خطر می کنم... ای سربازان اسلام، ای علمای نجف و قم به داد اسلام برسید. ما را به آمریکا فروختند. اگر من نظامی بودم استعفا می کردم. من این ننگ را قبول نمی کنم اگر من وکیل مجلس بودم استعفا می کردم. بر ملت است که فریاد بزنند چرا ما را فروختید... کاپیتولاسیون مخالف اسلام و قرآن است. کاپیتولاسیون امضای سند بردگی ملت ایران است و...»

بعد از آن هم بیانیه ای دادند که بین مردم دست به دست می شد و مضمون آن به این صورت بود که:

«بر اشخاص مطلع از اوضاع کشور است که لیستی از وزرای دولت مدعی و خائنین به کشور و از صاحب منصبانی که در سراسر کشور امر به خیانت و آدمکشی می کنند، تهیه نمایند تا در موقع خود، تکلیف ملت به آنها معلوم شود. دولت و صاحب منصبان ارشد بدانند که اگر از حمایت شاه جانی و خائن به اسلام و کشور اسلامی دست برندارند در آینده نزدیک به سزای اعمال خود خواهند رسید.»

امام (ره) پس از این سخنرانی تبعید شدند اما سخنرانی و بیانیه امام، حجت را بر ما تمام کرده بود. طی جلساتی که برگزار گردید تصمیم



زندگی در انرژی

با پیروزی انقلاب، همه چیز ناگهان شکل دیگری به خود گرفت. بسیاری از صاحبان کارخانجات از ایران خارج شدند. بسیاری از کارگران کارخانه‌ها دست به شورش و اعتصاب زدند و جو صنعتی عموماً به هم ریخته شد اما خوشبختانه و باز به لطف توجهات خداوند، پس از انقلاب نیز برای کارخانه ما مشکلی پیش نیامد زیرا من با کارگران رفتار معقول و خوبی داشتم، همراه آنها در صف غذا می‌ایستادم و با آنها غذا می‌خوردم که این کار واقعا از کمتر کارفرمایی سر می‌زد و اکثر آنها حتی با کارگران خود بدرفتاری داشتند. خودم شاهد بودم که در کارخانه‌ای انگشت یکی از کارگران زیر دستگاه پرس رفته و قطع شده بود. کارگر را با انگشت قطع شده نزد کارفرما آوردند و او نه تنها کاری انجام نداد بلکه با تمسخر گفت: «برای من تحفه آورده اید؟ خوب ببریدش درمانگاه!»

وقتی انقلاب به پیروزی رسید جو برخی کارخانه‌ها به تمام متشنج شده و ورق کاملاً برگشت. کارگرها به حدی از دست صاحبان کارخانه‌ها عصبانی بودند که کنترل آنها بسیار مشکل بود. من از نزدیک شاهد بودم که کارفرمایی را داخل انبار کرده و در را رویش بسته بودند و قصد داشتند او را آتش بزنند که یکی از بستگان نزدیک او سر رسید و با التماس و خواهش و پرداخت مبلغ نسبتاً زیادی به کارگرها توانست او را نجات دهد. اما در همان زمان در انرژی همه چیز روال طبیعی خود را طی می‌کرد.

کارگران کاملاً مرا قبول داشتند و حتی پشت سر من نماز می‌خواندند بنابراین در بحبوحه انقلاب و آشفتگی‌های آن، اتفاق خاصی برای انرژی نیفتاد. آنها آن قدر به کارخانه و کارشان علاقه داشتند که وقتی وزارت کار از ما خواست از بین ۲۰۰ کارگر نماینده‌ای را انتخاب

محض خروج آنها، سریعاً از مغازه بیرون آمدم و فرار کردم. به توصیه آقای لواسانی که نماینده امام (ره) در بازار بودند به مشهد رفتم. چون اگر می‌ماندم یا به هر شهر دیگری می‌رفتم به سرعت شناسایی و دستگیر می‌شدم اما از آنجا که مشهد شهر بزرگی بود و زائران زیادی به آنجا رفت و آمد داشتند حضور من در آنجا جلب توجه نمی‌کرد. بنابراین برای نجات جان خودم و تعداد دیگری از افراد تیم، مجبور به فرار شدم زیرا چنانکه هر کدام از ما را می‌گرفتند تحت شکنجه‌های شدید و شلاق از او اعتراف می‌گرفتند و این باعث می‌شد به طور پیوسته تعدادی دستگیر شوند.

من به همراه خانواده ام، با ده تومان پول به راه آهن رفته و با قطار به مشهد رفتم. در آنجا با اجاره روزانه ۳ ریال اتاقی گرفتم اما از آنجا که پول کمی برداشته بودم برای خورد و خوراک و خرج روزانه به اندازه کافی پول نداشتم و واقعا در مضیقه بودیم.

اجباراً جگر سفید می‌خریدم و همان را به اصطلاح بار می‌گذاشتیم تا بپزد. ناهار، آب آن را مانند آبگوشت با نان سنگک و خود جگرها را شب برای شام می‌خوردیم.

روزها برای آنکه توجه کسی را جلب نکنیم برای زیارت به حرم می‌رفتم. آن زمان، حکومت از جریان ترور بسیار وحشت کرده بود و برای جمع و جور کردن اوضاع، دادستانی طی دو ماه حکم اعدام ۶ نفر را صادر و آنها را اعدام کرد.

بعد از دو ماه دیگر اوضاع آرام‌تر شد و خبر رسید که حکومت دست از تعقیب‌ها برداشته است. من به تهران برگشتم اما جهت حفظ احتیاط به کارگاه نرفتم و در یک مغازه اتصالات در خیابان خیام مشغول کارگری شدم و مدت یکسال همانجا ماندم تا اوضاع به کلی فراموش شود. و این مبارزات ادامه داشت تا اینکه انقلاب به پیروزی رسید.

از دیگر تولیدات انرژی، ساخت نوعی کولر سلولزی است که به جای پوشال، پدهایی به قطر ۷ سانت دارد و مصرف آن نسبت به دیگر کولرها کمتر و خنک‌تر است.

انرژی، حدود ۲۵ نوع محصول خانگی و صنعتی تولید می‌کند و در حال توسعه صادرات به کشورهای همسایه می‌باشد و به دلیل مرغوبیت کالاها فروش خوبی داریم.

من در لحظه لحظه‌های این پیشرفت و در تمام طول این ۸۲ سال زندگیم بالا و پایین زیادی دیده‌ام، تحول و تغییرات بسیاری را تجربه کرده‌ام اما چکیده تمام آموخته‌هایم توکل به خدا، احترام به پدر و مادر و همت عالی برای خدمت به خلق خداست.

شیخ رجبعلی خیاط یکی از عرفای برجسته ایران است که کلمات حکمت آموزی دارد. ایشان می‌گوید: «الخلق عیالاتی» از قول خداوند می‌گوید که خلق، خانواده و عیالات من هستند. اگر کسی به عیالات خداوند کمک کند خداوند هم محققا به او کمک می‌کند.

خدمت به خلق خدا یکی از ارکان مهم عارف بودن است یعنی کسی که ادعای عارف بودن می‌کند اصل اول خدمت به خلق است و اگر در این کار ضعیف عمل کند کارهایش ریشه ندارد و رشد نمی‌کند.

فرازهایی در دعای کمیل هست که می‌گوید: «ای خدای من، ای خدای من، ای خدای من به حقانیت خود و به حق اسماء جلاله ات کاری کن که تمام اوقات من از صبح تا شب در حال ذکر و یاد تو باشم و به خلق خدمت کنم و اعمال ما که در جریان خدمت به خلق قرار می‌گیرد قبول کن.» و این نشان می‌دهد که تولیدی که خداوند انتخاب کرده و به دست سازنده‌ها قرار داده باید بهترین باشد.

آخرین راه موفقیت

در تهران هیاتی به نام محبان المجتبی (ع) داریم که بسیار بر روی اخلاقیات بچه‌ها کار می‌کنیم و همواره به آنها گوشزد می‌کنم که احترام به پدر و مادر را سرلوحه کارشان قرار دهند چرا که بسیاری از توصیه‌های عالمان ما سفارش در مورد احترام و نیکی به پدر و مادر است و من خود بسیار از این راه خیر دیده‌ام. آن زمانها وقتی پسر بچه کوچکی بودم صبح‌ها و عصرهای روز جمعه همراه با پدر پای وعظ علمای بسیار والایی مانند سیدمصطفی مرتضوی اصفهانی می‌رفتیم. یک روز ایشان آیه «وقضی ربک الاتعبدوا الا اياه و بالوالدین احسانا» (اسراء ۲۳) جز خدا را نپرستید و به پدر و مادر خود نیکی کنید را تفسیر می‌کردند و توضیح می‌دادند که بعد از پرستیدن خدا، احسان به پدر و مادر عزیزترین کار نزد خداوند بزرگ است.

و همواره توصیه‌ام به جوانان این بوده است که به دنبال کاری باشند و مطمئن باشند که در آن موفق خواهند شد به شرط آنکه کار را نیمه کاره رها نکرده و از مشکلات و سختی‌ها ترسند و اینها تمام راز و رمز زندگی من بود تا اینکه به موفقیت دست یافتم.

مرغ را پر می‌برد بر آشیان پر مردم همت است ای مردمان

کنیم، نتیجه رأی گیری بسیار جالب بود. تمام کارگرا به من رأی داده بودند بنابراین من، هم کارفرما بودم و هم نماینده کارگرا و هم سخنگو و واعظشان.

همواره تلاشم بر این بود که با کارگرا از در همدردی و رفاقت وارد شوم و سبک کاری‌مان در انرژی هنوز به همین منوال است. کارگری داشتیم که ده روز بیمار بود و در این ده روز دو بار به ملاقاتش رفتم. این موضوع برای کارگرا دلچسب است که می‌بیند کارفرمایش هوای او را دارد و دغدغه‌های او را درک می‌کند. و خداوند هم به این طرز کار کردن برکت می‌دهد.

هم کارگرا و هم نماینده‌های انرژی در سراسر کشور معتقدند که پول این کارخانه برکت دارد. یک روز همایشی داشتیم که در آن از نمایندگان دعوت کرده بودم تا دور هم جمع شوند تا آنها را برای معرفی کالاهای جدید توجیه کرده و راه کارهای ارائه مطلوب اجناس را به آنها آموزش دهیم. این همایش در یکی از هتل‌های تهران برگزار شد و نماینده‌ها از سراسر کشور در آن شرکت کردند. پس از همایش، یکی از نماینده‌ها که نیشابوری بود پیش من آمد و گفت: «حاج آقا من پول فروش انرژی را جدا می‌گذارم و با پول فروش جنس‌های دیگر قاطی نمی‌کنم. اگر بخواهم زیارت بروم یا برای خانواده‌ام ارزاق بخرم از این پول استفاده می‌کنم. پولی که از انرژی می‌گیرم یک برکت دیگر دارد».

این مسائل و رضایت مردم از محصولات و لطف خداوند باعث شد که ما روز به روز پیشرفت کنیم و علاوه بر تولید بخاری به تولید سایر محصولات مانند آبگرمکن نیز روی بیاوریم که در زمان جنگ بسیار مورد نیاز مردم و جبهه‌ها بود.

انرژی یعنی خدمت به خلق خدا

در حاضر «انرژی» وسعتی به اندازه ۲۰ هزار مترمربع فضای کارگاهی دارد که در طرح توسعه، به صورت کاملاً مدرن مکانیزه و تجهیز خواهد شد. حدود ۵۰ کارشناس متخصص جمعاً قریب ۳۰۰ نفر پرسنل در انرژی مشغول کار و فعالیت بوده و به دنبال ساخت پیشرفته‌ترین مدل‌های کولر آبی و بخاری در دنیا هستند. از جمله تولیدات انرژی که بسیار مورد توجه قرار گرفت هیتراگازی مدل ۶۴۰ است که این نوع بخاری تولید آمریکاست و ما توانستیم به سختی چند نمونه از آن را وارد کنیم. دو سال روی تکنیک این بخاری تحقیق و مطالعه کردیم و وقتی نمونه آن را ساختیم، شرکت ملی گاز، آن را در آزمایشگاه خود تحت آزمایش قرار دادند. و پیرامون تولید این محصول مقاله‌ای در یکی از نشریات شرکت نفت منتشر شد که اگر هزار عدد از این بخاری تولید شود به علت تکنیک بالای آن بیش از ۳ میلیون دلار صرفه جویی ارزی خواهیم داشت.

ما به سرعت وارد کار تولید این نوع بخاری شدیم و آن را وارد بازار کردیم. به علت بی‌صدایی و کم مصرف بودن آن، مساجد، حسینیه‌ها و کارخانجات برای خرید آن اشتیاق نشان دادند و حتی در مصلاهای تهران نیز تعداد زیادی از این بخاری نصب شده است.

توفیقات اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سالی که گذشت

سالی که گذشت سالی پر هیجان در عرصه تولید لوازم خانگی بود از تغییرات نرخ ارز تا مشکلات جدی در تأمین مواد اولیه تولیدکنندگان به‌ویژه در تأمین ورق‌های فولادی و گریدهای تخصصی پتروشیمی و از سویی تحریم‌های ظالمانه و شیوع ویروس کرونا سایه‌ای بس تیره بر تولید افکند. به هر حال هرچه بود همانند سال‌های گذشته گذشت و با تمام مرارت‌ها، تولیدکنندگان توانستند با تلاش بی‌وقفه رشد تولید را رقم بزنند و در عرصه‌های مختلف تولید، صادرات، کارآفرینی، بر بام موفقیت نشسته و بی‌امان ادامه دهند. در این اثنا ضمن تبریک به همه تلاشگران صنعت و تولید به‌ویژه اعضای محترم انجمن که در حوزه تولید، روز ملی صنعت، صادرات و جشنواره‌های کارآفرینی خوش درخشیدند. شرکت‌ها و واحدهای تولیدی را که در این مقاطع برگزیده شده‌اند معرفی می‌نماییم. شرکت‌های: بوتان - ناب استیل - تکبان کنترل انرژی - گروه صنایع امرسان - دمنده - ستاک - برفاب و... .

تقدیر ویژه از محسن خلیلی عراقی به عنوان «بزرگ مرد صنعت و تولید» در جشنواره کارآفرینان برتر

معاون اول رئیس جمهور از محسن خلیلی عراقی به عنوان کارآفرین برتر و پیشکسوت صنعت ایران تقدیر کردند. سیزدهمین دوره جشنواره کارآفرینان برتر کشور در روز چهارشنبه ۲۹ بهمن ماه با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهوری، محمد شریعتمداری وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، فعالین بخش خصوصی و... برگزار شد.

این جشنواره هر سال با هدف شناسایی و انتخاب برترین کارآفرینان کشور و معرفی آنان به عنوان الگوهای برتر به آحاد جامعه خصوصا جوانان برگزار می‌گردد. در این مراسم از محسن خلیلی عراقی به عنوان بزرگ مرد صنعت و تولید به صورت ویژه تقدیر به عمل آمد.

افزون بر آن از ۱۲ نفر از کارآفرینان منتخب با اهدای تندیس محسن خلیلی عراقی نیز تقدیر شد.

حضور جناب دکتر فتحی مدیرعامل گروه صنایع امرسان به‌عنوان یکی از اعضای فعال انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در بین منتخبین سال جاری باعث افتخار و مایه مباهات است.

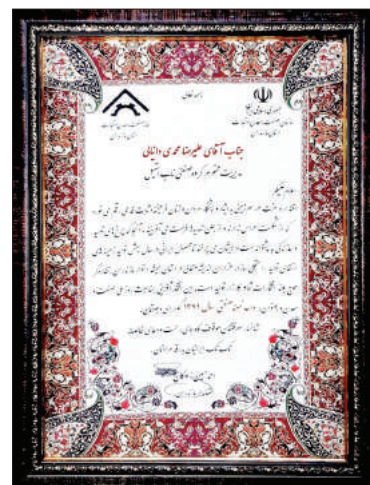


اهدای لوح تقدیر و تندیس
صادرکننده نمونه به گروه صنعتی
بوتان توسط استاندار و اتاق
بازرگانی تهران

اهدای لوح تقدیر به مهندس
محسن خلیلی بزرگمدر عرصه تولید و
صنعت و مدیرعامل گروه صنعتی بوتان
در سیزدهمین جشنواره کارآفرینان
برتر



شرکت ناب استیل واحد نمونه صنعتی استانی در روز ملی و معدن



شرکت تکبان کنترل انرژی برگزیده
واحد نمونه صنعتی در روز ملی
صنعت و معدن



اهدای لوح تقدیر و
تندیس روز جهانی
استاندارد به گروه
صنعتی ستاک



اهدای لوح تقدیر به سلطان حسین
فتاحی مدیرعامل گروه صنایع امرسان،
کار آفرین برتر سیزدهمین جشنواره
کار آفرینان برتر



اهدای لوح تقدیر و تندیس
به شرکت دمنده به عنوان
صادرکننده نمونه برتر



اهدای لوح تقدیر و تندیس
به شرکت برقاب به عنوان
صادرکننده ممتاز سال ۱۳۹۹



اهدای لوح تقدیر و تندیس به گروه
صنعتی کن به عنوان واحد صنعتی برتر
در روز ملی صنعت و معدن

نگاهی به زندگی صنعتی ملکه لوازم خانگی چین، کارآفرین برتر

بانوی آهنین چین

نیز روی آورد که روز به روز بر میزان موفقیت آنها افزوده شد. حالا دیگر در این کمپانی محصولاتی همچون پنکه برقی، آب سردکن، بخاری، اجاق گاز، دستگاه تصفیه هوا، کتری آب، رطوبت ساز و اجاق گازهای القایی و... نیز تولید می شود و این محصولات علاوه بر چین در خارج از این کشور نیز شناخته شده هستند و طرفداران پروپاقرصی دارند. البته گفته می شود که همچنان بخش زیادی از سود این کمپانی از طراحی و ساخت و فروش ایرکاندیشنرها کسب می شود.

«دونگ مینگزو» که از وی با عنوان «بانوی آهنین» نیز یاد می شود، درباره دلیل حضور در برخی شاخه های دیگر لوازم خانگی بجز ایرکاندیشنر و دستگاه های تهویه مطبوع گفت: در سال ۲۰۱۵ خبری خواندم مبنی بر این که بسیاری از مردم چین در سفر به ژاپن پلویز خریداری کرده و به کشور می آورند که این موضوع مرا بسیار آزرده خاطر کرد. با خودم گفتم چرا بعد از این همه سال هنوز محصولات ساخت چین نتوانسته اند رضایت مردم کشورم را جلب کنند و نیاز خود را از کشوری دیگر تأمین می کنند. به همین دلیل به دنبال تحقیق و توسعه و ساخت لوازم خانگی الکتریکی رفتم. مدتی بعد این کمپانی پلویزهایی با عملکردهای چندگانه به بازار ارائه داد که سرعت در میان مردم چین محبوب شد. وی کمی بعد نامه ای از سوی یکی از مشتریان دریافت کرد که نوشته بود پلویز Gree آن قدر خوب است که دیگر هرگز سراغ نمونه ژاپنی نمی روم. وی از این نامه به عنوان بهترین جایزه عمرش یاد می کند و می گوید همه عمرم برای کسب چنین جایزه های تلاش کرده ام.

وی نه تنها به مخاطبان و مشتریان فکر می کند و برای آنها بهترین ها را می خواهد بلکه به کارگران شرکت خود نیز اهمیت زیادی می دهد و بسیاری معتقدند همین رویه وی است که به این کارآفرین کمک کرده تا به موفقیت های چشمگیری دست یابد. وی از کارگران به عنوان بازوهای کمکی خود یاد می کند و با افزایش حقوق متناسب کارکنان دائم به دنبال افزایش میزان رضایتمندی و بالا رفتن انگیزه کار در میان آنهاست.

فروش آنلاین، برگ برنده ملکه

وی از فناوری و دنیای مدرن نیز دور نمانده و فروش سنتی این کمپانی را به سوی فروش آنلاین سوق داده و جالب است بدانید از زمان حضور وی به عنوان رئیس و مدیرعامل شرکت تاکنون میزان سهام این

هرچند ورود به حوزه لوازم خانگی و تولید محصولات کوچک و بزرگ، بیشتر کاری مردانه محسوب می شود اما یک زن در چین این قاعده را تغییر داده و لقب «ملکه لوازم خانگی چین» را به خود اختصاص داده است.

«دونگ مینگزو» که سال هاست به عنوان مدیرعامل کمپانی گری الکتریک (Gree Electric) فعالیت می کند درواقع یک کارآفرین برجسته در حوزه لوازم خانگی محسوب می شود که این کمپانی را گسترش داده و باعث شده است تا محصولات ساخت چین برای مردم این کشور تقدوسی خاص داشته باشد. وی که ابتدا به عنوان یک تاجر زن موفق شناخته می شد حالا دیگر عنوان کارآفرینی در حوزه لوازم الکتریکی مصرفی و خانگی را با خود یدک می کشد.

این زن ۶۷ ساله که هفتمین فرزند یک خانواده از قشر کارگر در چین بود همیشه آرزوهای بزرگی را در سر می پروراند. پس از فارغ التحصیلی در شغلی اداری مشغول به کار شد و ازدواج کرد اما وقتی در سال ۱۹۹۰ و در سن ۳۶ سالگی درست زمانی که فرزندش ۳ ساله بود همسرش را از دست داد تصمیمی بزرگ گرفت. وی که همیشه به دنبال تحقق آرزوهایش بود مجبور شد فرزندش را به مادربزرگش بسپارد و خود راهی شنزن در استان گواندونگ شود تا شغلی جدید برای خود دست و پا کند. سرانجام وی به عنوان فروشنده به کمپانی Haley (کمپانی مادر Gree Electric) پیوست و در سال ۱۹۹۴ به عنوان رئیس بخش فروش فعالیت خود را آغاز کرد. وی که همیشه به دنبال تحقق آرزوهایش بود سکان کشتی این کمپانی را به دست گرفت تا با کارآفرینی های خاص خود این شرکت را به جایگاه بزرگ امروزی آن برساند.

وی سرانجام موفق شد در سال ۱۹۹۶ این کمپانی را با عنوان گری الکتریک به جهان معرفی کند، شرکتی که با خلاقیت های وی، حالا دیگر به یکی از بزرگترین تولیدکنندگان ایرکاندیشنر در جهان تبدیل شده و از سوی دیگر بزرگترین کمپانی تولیدکننده لوازم خانگی در کشور چین به شمار می رود. این شرکت از نظر درآمدزایی نیز در سال ۲۰۱۴ موفق به رکوردشکنی شده است.

موفقیت های بانوی آهنین

«دونگ مینگزو» در کمپانی «گری الکتریک» علاوه بر طراحی و ساخت دستگاه های تهویه مطبوع خانگی و همچنین تجاری، به تولیدات تازه ای



مجله فوربز به عنوان بیستمین زن قدرتمند جهان معرفی شد. وی در دوران پاندمی و شیوع کرونا نیز خود را از مردم جدا ندانست و با تعطیل کردن بخشی از فعالیت‌های کارخانه خود در بهار ۲۰۲۰ تلاش زیادی برای تولید ماسک و سایر تجهیزات مورد نیاز داشت تا مردم کشورش را از مرگ نجات دهد. ملکه لوازم خانگی چین همچنین مدعی شده است که دستگاه‌های تصفیه هوای ۱۷۰۰ دلاری این کمپانی می‌توانند ویروس کرونا را از بین ببرند چراکه دستگاه تصفیه هوای پلاسما (plasma) می‌تواند مانع انتقال ویروس از طریق هوا شود. درواقع این دستگاه، گازها را یونیزه می‌کند که به این ترتیب ذراتی تولید می‌شوند که آلرژن‌های مضر را از میان برمی‌دارند و تا ۹۹ درصد ویروس‌ها و باکتری‌ها را می‌کشد. گفتی است که دستگاه‌های تصفیه این کمپانی در بیمارستان ووهان چین مورد استفاده قرار گرفت و نتیجه تا حدی رضایتبخش بوده است.

شرکت افزایشی ۲۳۰۰ درصدی داشته است.

یکی از موفقیت‌ها و رکوردهای «دونگ مینگزو» این است که تنها در عرض ۳۰ دقیقه توانست فروشی ۱۰۰ میلیون یوانی معادل ۱۴,۱ میلیون دلار داشته باشد. وی در ۱۰ ماه مه سال ۲۰۲۰ به مناسبت روز مادر و روز برند چینی در برنامه لایو پلتفرم آنلاین ویدئوی کوتاه چینی با نام Kuaishou که در چین محبوبیت زیادی دارد حضور یافت. در این ویدئو تولیدات چین نمایش داده شد و ایرکاندیشنرهای شرکت گری الکتریک نیز در میان این محصولات قرار داشتند. «مینگزو» برای آنها البته ۷۰۰ یوان تخفیف در نظر گرفته بود و حدود ۱۸۴۴ دستگاه به ارزش ۶,۸ میلیون یوان در ۵ دقیقه نخست به فروش رسید که رکوردی کم سابقه ثبت شد. دونگ این حضور ویدئویی را آغاز یک ماجرای بزرگ نامید و از این پلتفرم برای ارائه محصولات کمپانی خود بیشترین بهره را گرفت. ازسوی دیگر کمپانی تحت مدیریت وی در زمینه انرژی خورشیدی، بازار تلفن همراه، تکنولوژی رباتیک، اتوماسیون و مراکز بازافت هم در کشور چین رشد قابل توجهی داشته و حتی موفق شد در مارس ۲۰۱۶ اقدام به خرید یک کارخانه تولید خودروهای الکتریکی با نام Yinlong کند. وی در سال ۲۰۲۰ هم در قالب Gree Group همکاری با شیائومی را آغاز کرد و ۳,۵۵ میلیارد یوان در آن سرمایه‌گذاری کرد که این سرمایه‌گذاری بسرعت ارزش سهام این کمپانی تولید تلفن همراه را بالا برد.

عناوین برتر برای کارآفرین چینی

وی تاکنون جوایز و عناوین مهمی را به خود اختصاص داده که از آنها می‌توان به عنوان چهارمین زن قدرتمند آسیا پس‌سیفیک اشاره کرد که توسط مجله فورچون انتخاب شد. وی همچنین در دوسال پیاپی ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ عنوان تأثیرگذارترین زن تاجر چین را گرفت. ملکه لوازم خانگی چین تا به حال ۱۳ بار در مجله فورچون در جمع ۵۰ زن تاجر قدرتمند جهان جای گرفته و در سال ۲۰۱۳ نیز عنوان بهترین مدیرعامل زن در جهان را از موسسه هاروارد بیزینس به خود اختصاص داد درحالی که تنها زن چینی حاضر در لیست کاندیداها بود. وی در سال ۲۰۲۰ نیز در





چرا نمی‌توان چین را از زنجیره تأمین کالا حذف کرد؟

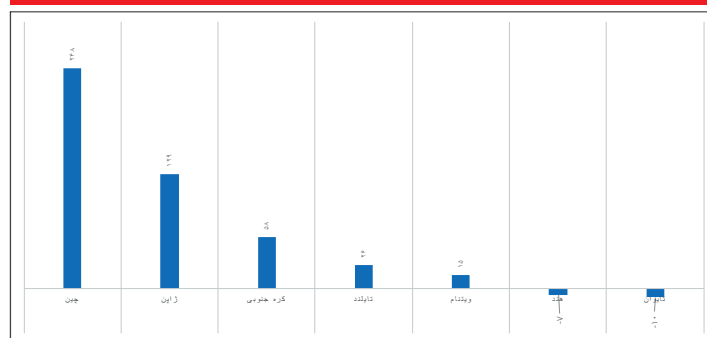
چین، قطبی حذف‌نشده‌ی از دنیای تجارت

سیاست نتیجه‌بخش نبوده است و همچنان چین حاکم اصلی تجارت در دنیا است. چین دومین اقتصاد بزرگ دنیا است و سهم زیادی در تجارت دنیا دارد. به گزارش نشریه نیکی آسیا در جریان همه‌گیری کرونا و بسته شدن مرزهای بین‌المللی، انتظار می‌رفت وابستگی دنیا به کالاهای چینی کمتر شود و این کشور جایگاه ضعیف‌تری در اقتصاد و تجارت جهانی به دست آورد ولی بررسی شاخص‌های مهم تجاری در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد این کشور هنوز هم قطبی مهم در تجارت دنیا است و حذف این کشور از زنجیره تأمین کالا در دنیا غیرممکن است. مرکز مطالعات اقتصاد تجارت در آمریکا در گزارش اخیر خود نوشت: «سهم چین در صادرات دنیا در سال ۲۰۲۰ میلادی بیش از سال ۲۰۱۸ بود. سال ۲۰۱۸ سالی است که دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا به دلیل حجم بالای تجارت چین و به گفته او زیان این حجم بالای تجارت چین برای اقتصاد آمریکا، اقدام به افزایش تعرفه‌های وارداتی کالاهای چین کرد.»

این نشریه در مورد توافق تجارت آزاد آسیا یا RCEP که روز ۱۵ نوامبر امسال بین ۱۵ کشور آسیایی منعقد شده است نوشت: «به نظر می‌رسد این توافق باعث

رشد تجارت در چین در سال‌های اخیر یکی از بحث‌برانگیزترین مسائل بود و باعث ایجاد جنگ تجاری توسط دولت ترامپ و تلاش برای تضعیف اقتصاد چین شد. دونالد ترامپ با تکرار این ادعا که تجارت چین و آمریکا به ضرر اقتصاد آمریکا است و منفعت آن تنها به چین می‌رسد، اقدام به افزایش تعرفه‌ها و ممانعت در مسیر تجارت آزاد کرد. سیاستی که سازمان تجارت جهانی از آن به عنوان جنگی تجاری نام برد و در مورد تبعات آن برای اقتصاد دنیا هشدار داد. اما به نظر می‌رسد با وجود تمامی این تلاش‌ها از طرف آمریکا و دیگر کشورهای غربی، این

■ تغییر درآمد صادراتی تا سال ۲۰۳۰ در نتیجه توافق تجارت آزاد آسیا - میلیارد دلار



در دنیا است. این جایگاه ویژه در عرصه تجاری بدون شک باعث می‌شود تا چین قدرت بیشتری در اقتصاد دنیا داشته باشد و دیگر به عنوان یک کشور در حال گذار معرفی نشود بلکه کشوری باشد که می‌تواند روابط اقتصادی و تجاری دنیا را تعریف کند و زمینه را برای رشد یا رکود اقتصاد دنیا فراهم کند.

چین را نمی‌توان از تجارت دنیا حذف کرد

نکته مهمی که در این گزارش وجود دارد این است که با توجه به حجم بالای تجارت چین و وابستگی زیاد صنایع دنیا به محصولات تولیدی در این کشور آسیایی نمی‌توان این کشور را از تجارت دنیا حذف کرد و طرح‌هایی مانند جنگ تجاری با چین را در پیش گرفت. طرح‌هایی که شاید موقتا اختلالی در مسیر رشد تجارت در چین ایجاد کند ولی بدون شک این وقفه دایمی نخواهد بود.

بررسی‌ها نشان داده است تعداد کالاهایی که چین در صادرات آنها سهمی بیش از ۵۰ درصد داشته است در سال‌های اخیر افزایش یافته است. از جمله کالاهایی که چین در صادرات آن نقش بسیار مهمی داشت می‌توان به کامپیوترهای کوچک اشاره کرد. در سال ۲۰۱۹ بالغ بر ۶۶ درصد از صادرات این محصولات در دنیا به چین اختصاص داشت و ارزش صادرات این کالا برای کشور چین برابر با ۹۵۶ میلیارد دلار بود. همچنین سهم صادرات کریستال‌های مایع در چین که از اصلی‌ترین قطعات مورد نیاز برای تولید کامپیوترهای شخصی و گوشی‌های هوشمند هستند به بیش از ۵۰ درصد صادرات این قطعات در دنیا رسید. چین سهمی بیش از ۵۷ درصد در صادرات دستگاه‌های تصفیه هوا دارد و بالغ بر ۸۰ درصد صادرات روشویی‌های سرامیک در دنیا به این کشور پرجمعیت آسیایی اختصاص دارد.

در سال گذشته چین صادرات بیش از ۵۳ درصد

افزایش قدرت چین در عرصه تجاری شود و قدرت این کشور را در تجارت جهانی افزایش دهد. این کشور می‌تواند در آینده‌ای نه چندان دور قطب مهم تجاری در دنیا شود و تولید در دنیا بدون تامین بخشی از کالاها از چین امکان‌پذیر نباشد. نکته مهم این است که باید قدرت تجاری چین به عنوان واقعیتی جدید در دنیای مدرن پذیرفته شود و به جای دست و پا زدن برای حذف این ابرقدرت تازه در عرصه تجاری، روابط اقتصادی و تجاری دنیا با این کشور با توجه به نظم تازه‌ای که در دنیا ایجاد خواهد شد، تنظیم شود.»

سهم چین در تولید ۳۲۰ قلم کالا بیش از ۵۰ درصد است

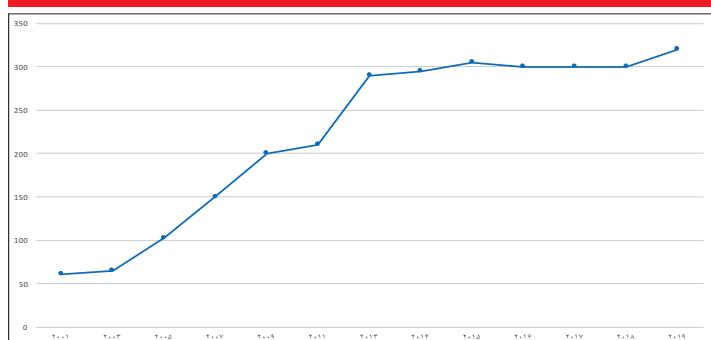
مرکز مطالعات تجاری دنیا اخیرا مطالعه‌ای روی ۳۸۰۰ کالای مهم تولیدی در دنیا و بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده این کالاها انجام داده است. طبق این مطالعه در سال ۲۰۱۹ میلادی چین در تولید ۳۲۰ قلم از این کالاها نقش چشمگیری داشته است و حجم تولید این کشور بیش از ۵۰ درصد حجم تولید کالای مذکور در دنیا بود. این در حالی است که در سال ۲۰۰۱ یعنی زمانی که چین به سازمان تجارت جهانی پیوست تنها در تولید ۶۱ قلم کالا به عنوان کشوری قدرتمند شناخته می‌شد و سهم غیر قابل اغماضی داشت. از سال ۲۰۱۶ یعنی از زمانی که ترامپ در کاخ سفید روی کار آمد، رشد تعداد کالاهایی که چین سهم زیادی در تولید آنها داشت، متوقف شد ولی از سال ۲۰۱۹ دوباره چین توانست از زیر بار این بحران خارج شود و حجم و ارزش تجارت خود را افزایش دهد.

مرکز مطالعات تجاری در گزارش خود نوشت: «چین در این سال‌ها یاد گرفت با جنگ تجاری علیه خود چگونه برخورد کند و چگونه چالش‌هایی را که در اثر سیاست‌های یک کشور خاص ایجاد می‌شود برطرف کند. چین یاد گرفت بازار خود را گسترش دهد و به جای اینکه بخش زیادی از کالاهای خود را به یک کشور بفروشد آن را به بازارهای مختلف و متفاوتی عرضه کند. این توافقاتی که در آسیا و کاهش سهم آمریکا در تجارت خارجی چین یکی از این سیاست‌ها بود.»

نکته مهم این است که با توجه به سرمایه‌گذاری‌های اخیر این کشور در سال‌های اخیر انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۵ میلادی شمار کالاهایی که چین بیش از ۵۰ درصد کل عرضه آن کالا در دنیا را داشته باشد به رقمی بیش از ۳۶۰ کالا برسد که رکوردی بی‌سابقه

تا سال ۲۰۳۰
ارزش صادرات
کشورهای آسیایی
بالغ بر ۵۰۰ میلیارد
دلار افزایش خواهد
یافت که دلیل آن
تأثیر کاهش
تعرفه‌های تجاری
روی ارزش
و حجم تجارت
در جهان است

تعداد کالاهایی که چین سهم بیش از ۵۰ درصدی در صادرات آنها دارد - عدد



کشورهای عضو OECD صادر کرد و در ماه آوریل به ۲۴ درصد رسید. جالب اینجاست که در ماه‌های بعد از آوریل همچنان بالغ بر ۲۰ درصد از صادرات ماهانه چین وارد کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی شد و به گفته کارشناسان تجاری توانست جایگاه خود را در بازار این کشورها تثبیت کند. بالاترین سهم صادرات کالاهای چینی به کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی در سال ۲۰۱۵ ثبت شده بود که برابر با ۱۹ درصد بود. کم شدن موج بیماری در کشورهای صنعتی و افزایش مصرف در این کشورها باز هم به نفع اقتصاد چین است و می‌تواند خرید کالاهای صادراتی این کشور در کشورهای صنعتی را افزایش دهد.

مرکز مطالعات تجاری در گزارش خود نوشت: «در فصل اول سال ۲۰۲۰ چین توانست همه‌گیری کرونا را کنترل کند و تولید در بسیاری از بخش‌های این کشور از سر گرفته شد در حالی که دیگر کشورهای دنیا همچنان درگیر بحران کرونا بودند. این موفقیت چین در کنترل کرونا هم برگ برنده‌ای برای اقتصاد چین محسوب شد و قدرت این کشور را در روزهای بحرانی بیشتر کرد. به نظر می‌رسد مانند سال ۲۰۰۸ میلادی و رکود مالی کشورهای صنعتی و سهم چین در احیای اقتصاد، این بار هم این کشور آسیایی منجی اقتصاد دنیا شود و البته در این مسیر جایگاه خود در حوزه تجاری و اقتصادی را نیز تقویت خواهد کرد.»

چین برای تصاحب این جایگاه تلاش زیادی کرده است

مرکز مطالعات تجاری در مورد سرمایه‌گذاری چین در زمینه پروژه «یک کمربند، یک راه» که بسیاری از آن به عنوان جاده ابریشم مدرن نام می‌برند نوشت: «چین سال‌ها است برای تبدیل شدن به قطبی ارزشمند و بزرگ در عرصه تجارت جهانی تلاش می‌کند. تعریف پروژه یک کمربند، یک راه و سرمایه‌گذاری کلان برای اجرای این پروژه را می‌توان بارزترین نماد این تلاش دانست. سرمایه‌گذاری این کشور برای بهبود روابط سیاسی و اقتصادی با کشورهایی که در این مسیر قرار دارند و ایجاد منافع مشترک با این کشورها هم برنامه دیگری بود که اجرا شد و باعث شد تا فرصت رشد برای این کشور فراهم شود. تلاش دیگر این کشور را می‌توان در توافق تجاری اخیر آسیا-پاسیفیک دانست که یک توافق تجاری بین ۱۵ کشور آسیایی بود و بزرگ‌ترین توافق تجاری دنیا نام گرفت. چین با جدیت در مسیر توسعه تجاری حرکت می‌کند و

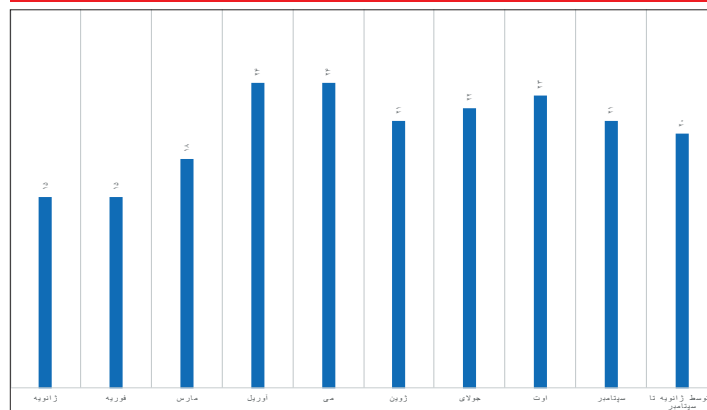
از قطعات ال‌سی‌دی‌ها در دنیا را بر عهده داشت و ۶۲ درصد صادرات لامپ‌های الکترونیکی، ۷۳ درصد از صادرات بسته‌بندی‌های پلاستیکی و پارچه‌ای و ۸۰ درصد صادرات روشویی‌های سرمایی را داشت.

نکته جالب این است که اغلب کالاهای صادراتی چین در زمره کالاهایی هستند که در خانه استفاده می‌شوند و در دوره همه‌گیری کرونا و بیشتر شدن زمانی که مردم در خانه سپری می‌کنند، تقاضا برای این کالاها بیشتر شد. به همین دلیل آمارها نشان داده است در سال ۲۰۲۰ نه‌تنها صادرات چین کاهش پیدا نکرد بلکه تقاضا برای محصولات این کشور بیشتر شد و چین توانست درآمد زیادی به دست بیاورد.

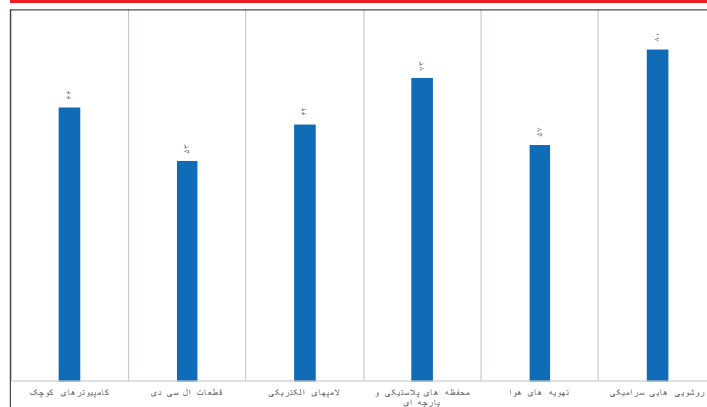
سهم بالای چین در صادرات به کشورهای صنعتی

در ماه فوریه سال جاری ۱۴ درصد از کل کالاهای صادراتی چین وارد کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی می‌شد. از ماه مارس این سهم به تدریج رشد کرد به گونه‌ای که آمارهای رسمی منتشرشده توسط این سازمان نشان داد در ماه مارس امسال چین ۱۷ درصد از کالاهای صادراتی خود را به

■ سهم صادرات چین به کشورهای صنعتی - درصد به کل صادرات چین



■ شماری از کالاهایی که چین سهم بیش از ۵۰ درصدی در صادرات آنها دارد - درصد



است. نکته جالب این است که بیشترین منفعت ناشی از افزایش ارزش تجارت دنیا تا سال ۲۰۳۰ به چین می‌رسد و سهم این کشور از مازاد ارزش تجارت در دنیا به ۲۴۸ میلیارد دلار می‌رسد. در نتیجه این توافق تجاری تا سال ۲۰۳۰ میلادی ارزش تجارت ژاپن ۱۲۹ میلیارد دلار و ارزش تجارت کره جنوبی ۵۸ میلیارد دلار رشد می‌کند ولی کشورهایی مانند هند و تایوان نه تنها رشدی در ارزش تجارت خود تجربه نخواهند کرد بلکه کاهش ارزش تجارت را نیز تجربه می‌کنند؛ به این معنا که بیش از اینکه در جریان این توافق کالا صادر کنند، واردات انجام خواهند داد.

برگی دیگر از قدرت اقتصادی چین

یکی دیگر از برگ‌های برنده چین در تقویت جایگاه خود به عنوان قطب اقتصادی دنیا، وضعیت اقتصادی این کشور در سال ۲۰۲۰ و پیش‌بینی رشد اقتصادی آن در سال بعد است. این کشور در سالی که همه دنیا رکود را تجربه می‌کرد توانست رشد اقتصادی را تجربه کند و بحران کرونا را به خوبی کنترل کند. از طرف دیگر با سرمایه‌گذاری‌های کلانی که در چین انجام شده فرصت رشد اقتصادی هم در این کشور فراهم شده است و انتظار می‌رود چین در عرصه احیای اقتصادی در عصر پساکرونا پیشگام باشد. سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی در گزارش اخیر خود نوشت: «انتظار می‌رود چین اولین کشوری باشد که رکود اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا خارج شود و اروپا از نظر سرعت احیای اقتصادی نسبت به چین عقب‌تر است».

در ادامه این گزارش آمده است: «انتظار می‌رود در فصل آخر سال ۲۰۲۱ نرخ رشد اقتصادی چین نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۱۹ بالغ بر ۹.۷ درصد رشد کند. در این مطالعه مقایسه نرخ رشد اقتصادی چین با وضعیت سال ۲۰۱۹ انجام شده است زیرا در سال ۲۰۲۰ بحران اقتصادی و چالش‌های مالی در تمامی دنیا وجود داشت و رشد اقتصادی نسبت به وضعیت سال ۲۰۲۰ نمی‌تواند نشان از احیای اقتصاد باشد.»

در پیش‌بینی‌های قبلی نرخ رشد اقتصادی چین در سال ۲۰۲۱ برابر با ۸ درصد پیش‌بینی شده بود ولی در برآورد جدید نرخ رشد اقتصادی این کشور ۹.۷ درصد پیش‌بینی شده است که می‌تواند قدرت اقتصادی را برای این کشور به ارمغان بیاورد و وابستگی به اقتصاد این کشور را در دنیا افزایش دهد.

منبع: مرکز مطالعات تجاری بین‌المللی

در این مسیر با تمامی کشورهایی که مانع ایجاد می‌کنند، برخورد می‌کند.»

این مرکز مطالعاتی بر این باور است که اقتصاد چین با سرعت زیادی در جهت صنعتی شدن حرکت می‌کند و بسیاری از ویژگی‌های اقتصادی کشورهای صنعتی در سال‌های گذار از اقتصاد در حال توسعه به اقتصاد صنعتی را دارد. در این وضعیت کشورهای دنیا باید با این واقعیت تازه کنار بیاورند و به جای مقابله با این قدرت تازه اقتصادی و تجاری راهی برای تقویت روابط خود پیدا کنند. رشد اقتصادی چین حتی در سال ۲۰۲۰ یعنی سالی که بحران کرونا در دنیا وجود داشت، متوقف نشد و در سال‌های بعد هم بدون شک سرعت خواهد گرفت.

با امضای توافق تجاری با کشورهای آسیایی، قدرت چین بیشتر می‌شود

در روز ۱۵ نوامبر سال جاری توافق تجارت آزاد کشورهای آسیایی با حضور ۱۵ کشور آسیا-پاسیفیک امضا شد. توافقی که بزرگ‌ترین توافق تجاری دنیا نام گرفت و می‌تواند زمینه را برای تقویت جایگاه اقتصادی و تجاری چین فراهم کند. مرکز مطالعات تجاری در گزارش خود نوشت: «این توافق به معنای ایجاد منطقه آزاد تجاری بین ۱۵ کشوری است که سهم زیادی از جمعیت دنیا را در خود جای داده‌اند. کشورهایی که هم بازار مصرف بزرگی دارند و هم در مسیر توسعه اقتصادی قرار گرفته‌اند. این توافق شاید در نگاه اول بین ۱۵ کشور باشد ولی در عمل باعث تقویت ارزش تجارت و نرخ رشد اقتصادی چین می‌شود زیرا بزرگ‌ترین اقتصاد در میان این کشورها، بزرگ‌ترین بازار مصرف و بزرگ‌ترین تولیدکننده کالاهای صنعتی است. چین با سرعت بالایی در رشد است و از فرصت این توافق برای بیشتر شدن درآمد صادراتی خود استفاده کرده است.»

باید در نظر داشت تجارت نقش مهمی در اقتصاد دنیا دارد و زمینه را برای افزایش نرخ رشد اقتصادی فراهم می‌کند. با توجه دنیا به مسئله تجارت و نقش مثبت آن در اقتصاد، انتظار می‌رود در سال‌های پیش رو موانع تجاری در کشورها از بین برود و زمینه برای رشد اقتصادی فراهم شود. مرکز مطالعات اقتصادی پیترسون در گزارش خود نوشت: «تا سال ۲۰۳۰ ارزش صادرات کشورهای آسیایی بالغ بر ۵۰۰ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت که دلیل آن تاثیر کاهش تعرفه‌های تجاری روی ارزش و حجم تجارت در جهان

بیشترین منفعت ناشی از افزایش ارزش تجارت دنیا تا سال ۲۰۳۰ به چین می‌رسد و سهم این کشور از مازاد ارزش تجارت در دنیا به ۲۴۸ میلیارد دلار می‌رسد. در نتیجه این توافق تجاری تا سال ۲۰۳۰ میلادی ارزش تجارت ژاپن ۱۲۹ میلیارد دلار و ارزش تجارت کره جنوبی ۵۸ میلیارد دلار رشد می‌کند.

تهران، رکورددار بالاترین رشد شاخص هزینه‌های زندگی در سال ۲۰۲۰

گران‌ترین شهرهای دنیا برای زندگی کدام‌اند؟

نکته مهم این گزارش را می‌توان در معرفی گران‌ترین شهرهای دنیا برای زندگی و تغییر جایگاه شهرها طی یک سال اخیر دانست. در سال جاری سه شهر هنگ‌کنگ، زوریخ و پاریس به عنوان گران‌ترین شهرها معرفی شده‌اند. در صورت مقایسه شهرهای بزرگ بر مبنای منطقه جغرافیایی می‌توان این طور برآورد کرد که در سال جاری هزینه زندگی در شهرهای واقع در آمریکا، آفریقا و اروپای شرقی نسبت به سال قبل کاهش پیدا کرده است در حالی که در شهرهای اروپای غربی زندگی پرهزینه‌تر از قبل شده است. یک دلیل برای بیشتر شدن هزینه زندگی در کشورهای اروپای غربی نسبت به سال قبل را می‌توان در تغییر ارزش یورو در برابر دلار دانست زیرا در این سال ارزش یورو به بالاترین سطح طی سه سال اخیر رسیده است و ارزش دلار هم در پایین‌ترین سطح قرار گرفت.

طی یک سال اخیر قیمت کالاهایی که برای سرگرمی مورد استفاده قرار می‌گرفت مانند انواع بازی‌های کامپیوتری و تلویزیون‌های هوشمند و غیره بیشترین نرخ افزایش را تجربه کرد و نرخ افزایش قیمت تنباکو هم در دنیا بسیار زیاد بود. در مقابل طی یک سال اخیر ما شاهد روند نزولی قیمت پوشاک در دنیا بودیم که دلیل این مسئله را می‌توان قرنطینه‌های گسترده و کاهش تقاضا برای پوشاک در دنیا دانست. در این گزارش بخش‌های مهم این گزارش را به تفصیل مورد بررسی قرار می‌دهیم.

نرخ ارز، فاکتوری تاثیرگذار روی قیمت کالاها

نکته مهمی که در این گزارش وجود دارد نحوه محاسبه شاخص است. واحد مطالعاتی اکونومیست در این زمینه نوشت: «تغییر در نرخ ارز کشور در برابر دلار یکی از عوامل بسیار مهم در تغییر هزینه زندگی مردم است. از طرف دیگر اختلال در زنجیره عرضه کالا، تاثیر یارانه‌ها یا مالیات‌ها روی قیمت

در دوره همه‌گیری کرونا هزینه زندگی اغلب مردم در دنیا افزایش یافته است. رشد هزینه‌های زندگی در شرایطی که شمار زیادی از مردم شغل خود را از دست داده‌اند و بسیاری نگران از دست دادن شغلشان هستند، مشکلات زیادی را برای کشورها ایجاد کرد. پاندمی و تبعات اقتصادی آن را می‌توان عامل اصلی افزایش هزینه‌های زندگی در دنیا دانست اگرچه سیاست‌های دولتی و افزایش نرخ مالیات یا مانع‌تراشی‌ها در مسیر تجارت آزاد کالاها هم بی‌تاثیر نبوده است. بحران‌هایی که به نظر می‌رسد در سال ۲۰۲۱ هم دست از سر اقتصاد دنیا برنمی‌دارد.

شاخص هزینه‌های زندگی در جهان شاخصی است که واحد مطالعاتی اکونومیست بر مبنای اطلاعات موجود در مورد ۱۳۸ کالا و خدمت در ۱۳۰ شهر مختلف دنیا محاسبه کرده است. این شاخص بر مبنای اطلاعات مربوط به قیمت کالاها از ابتدای سال ۲۰۲۰ تا انتهای سپتامبر سال جاری محاسبه شد و نشان از رشد ۰.۳ درصدی شاخص داشت. این سی‌امین سالی است که مرکز مطالعاتی اکونومیست شاخص هزینه زندگی را در شهرهای مختلف محاسبه و اقدام به ارائه رده‌بندی شهرهای مختلف دنیا در این زمینه کرد. مرکز مطالعات اکونومیست این شاخص را دو بار در سال محاسبه می‌کند و بالغ بر ۵۰ هزار گزارش از هر شهر در مورد قیمت انواع مختلف کالاهای ضروری و لوکس را دریافت می‌کند که برآیند آنها را در تعیین شاخص لحاظ می‌کند. تهران هم یکی از شهرهایی است که در این مطالعه مورد بررسی قرار می‌گیرد و جالب این است که امسال ایران رکورد بالاترین نرخ افزایش هزینه زندگی طی یک سال را به خود اختصاص داده است. اکونومیست تاثیر تحریم‌های اقتصادی غرب، تحریم بانکی و تحریم نفتی را همراه با افزایش فشارهای اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا عامل اصلی این رشد هزینه‌های زندگی و افت شدید ارزش پول ملی می‌داند.

دلیل افت ارزش ریال
در ایران در سال ۲۰۲۰
تشدید تحریم‌های
اقتصادی علیه ایران و
عدم دسترسی ایران
به منابع مالی خود
در بانک‌های خارجی
است. از طرف دیگر
محدودیت صادرات
نفت و تبعات منفی
اقتصادی ناشی از
همه‌گیری کرونا هم
درافت ارزش ریال
تاثیرگذار بود



در نظر داشت همچنان قیمت کالاها در تهران فاصله زیادی با قیمت کالاهای مشابه در شهرهای گرانی مانند پاریس و زوریخ دارد ولی این تحول سبب شد تا تهران رکورددار بالاترین ارتقای جایگاه در میان شهرهای گران دنیا شود.

سطح تقاضا هم فاکتور اثرگذاری است

نکته مهم دیگر این است که در سال ۲۰۲۰ قیمت کالاهای مصرفی در شهر سنگاپور نه تنها رشد نکرده است بلکه روند کاهشی زیادی را نیز تجربه کرد. دلیل این مسئله سهم زیاد مهاجران و کارگران و نیروی کار خارجی در این شهر است که در جریان همه‌گیری و تعطیلی بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی از کشور خارج شدند و خروج آنها سبب افت تقاضا برای کالاهای مصرفی شد. سال ۲۰۲۰ برای اولین بار از سال ۲۰۰۳ تاکنون جمعیت کشور سنگاپور کاهش پیدا کرد و باعث ایجاد رکود شد. در شهر اوساکای ژاپن هم وضعیت مشابهی ایجاد شد و باعث شد تا قیمت کالاهای مصرفی ثابت باقی بماند. در این شهر دولت برای ممانعت از کاهش قیمت‌ها اقدام به ارائه یارانه کرد و این یارانه را برای حمل و نقل عمومی هم در نظر گرفت.

طبق گزارش مرکز مطالعات اکونومیست بیشترین افت شاخص هزینه‌های زندگی در شهرهای واقع در آمریکای لاتین اتفاق افتاد که برابر با منفی ۴ واحد

تمام شده کالاهای موجود در بازار و تغییر ترجیحات مصرف‌کننده هم می‌تواند روی بازار تاثیرگذار باشد. در این سال همه‌گیری کرونا و بحران‌های اقتصادی ناشی از آن هم بسیار اهمیت داشت و این فاکتور هم روی قیمت تمام شده کالاها در جهان اثر گذاشت و این فاکتور هم در نظر گرفته شده است.

برای رده‌بندی شهرهای دنیا، هزینه زندگی در نیویورک به عنوان مرجع در نظر گرفته شد و شاخص هزینه زندگی در این شهر برابر با ۱۰۰ محاسبه شد و دیگر شهرهای دنیا با این شهر مقایسه شدند. مثلاً در شهری که هزینه‌ها بالاتر از نیویورک بود شاخص بیش از ۱۰۰ و در شهرهایی که ارزان‌تر از نیویورک بودند شاخص کمتر از ۱۰۰ محاسبه شد.

یکی از عوامل بسیار مهم در تعیین هزینه زندگی در شهرهای مختلف نرخ ارز است. طبق مطالعات انجام شده بالاترین افت نرخ ارز در میان ۱۳۰ شهر مورد مطالعه در تهران پایتخت کشور ایران مشاهده شده است که دلیل آن را می‌توان در تشدید تحریم‌های اقتصادی آمریکا علیه ایران و البته تاثیر بحران‌های اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا دانست. در نتیجه افت ارزش ریال در برابر دلار، جایگاه تهران در میان شهرهای گران دنیا برای زندگی از ۱۰۶ در سال ۲۰۱۹ به ۷۹ در سال ۲۰۲۰ رسید. یعنی طی یک سال تهران در فهرست گران‌ترین شهرهای دنیا برای زندگی شاهد افزایش ۳۰ پله‌ای بود. البته باید

در شهر تهران مردم
برای خرید یک
دستگاه کامپیوتر
باید ۱۷۱۴ دلار هزینه
کنند که نسبت به
سال قبل ۱۳ دلار
بیشتر است. در
سال ۲۰۱۵ متوسط
قیمت هر دستگاه
کامپیوتر در تهران
برابر با ۱۳۳۵ دلار بود
ولی در اوساکای ژاپن
کامپیوتری مشابه با
قیمت ۹۶۳ دلار به
فروش می‌رسید



کرده است

در یک سال اخیر بالاترین رشد قیمت به وسایل الکترونیکی مصرفی اختصاص داشت در حالی که بیشترین کاهش به قیمت انواع پوشاک اختصاص دارد. مطالعات نشان داده است قیمت وسایل تفریح و سرگرمی شامل خرید یک شام، خرید کتاب کاغذی، یک تلویزیون هوشمند یا حتی کامپیوتر شخصی با شیب زیادی رشد کرده است و بالاترین نرخ رشد در این گروه از کالاها به وسایل الکترونیکی اختصاص داشت. در سال جاری قیمت کامپیوترهای شخصی ۱۸.۷ درصد نسبت به سال قبل افزایش پیدا کرد. قیمت کامپیوتر شخصی در اوساکای ژاپن بیش از دیگر کشورها بود و در کاراکاس پایتخت کشور ونزوئلا پایینترین میزان بود.

سوال این است که دلیل تاثیر بالای پاندمی و بحرانهای سال جاری روی قیمت وسایل الکترونیکی چیست؟ آیا تنها افزایش تقاضا برای این کالاها زمینه را برای رشد قیمت فراهم کرد یا عامل دیگری هم در این مسئله دخیل است؟

بررسیهای اکونومیست نشان داده است ریشه این مشکل در تعطیلی واحدهای صنعتی در شهر ووهان چین در ابتدای همهگیری است. این شهر یکی از قطبهای اصلی تولید وسایل الکترونیکی در چین است و بعد از قرنطینه این شهر و تعطیلی واحدهای صنعتی، عملاً تولید در این شهر متوقف شد و عرضه آن به بازارهای بینالمللی هم با توقف پروازها انجام

بود و در آمریکای شمالی این افت به رقمی کمتر از ۰.۷ واحد رسید. در اروپای شرقی شاخص هزینه زندگی حدود یک درصد تنزل یافت و در آفریقا بیش از ۲.۲ واحد بود. از طرف دیگر شاخص هزینههای زندگی در کشورهای خاورمیانه نه تنها کاهش پیدا نکرد بلکه روند افزایشی داشت. در این بازه ده ماهه شاخص هزینه زندگی در خاورمیانه ۰.۶ واحد رشد کرد و در آسیا با افزایش ۱.۲ واحدی همراه بود. شاخص هزینههای زندگی در اروپای غربی رشد چشمگیری داشت که برابر با ۲.۹ واحد بود. این نرخها در مقایسه با مدت مشابه سال قبل تهیه شده است.

قیمت کالاهای مصرفی در یک سال اخیر چه تغییری

■ شهرهایی که بالاترین افت شاخص هزینههای زندگی را طی یک سال اخیر تجربه کردند					
کشور	شهر	شاخص در سال ۲۰۲۰	رتبه در سال ۲۰۲۰	تغییر شاخص نسبت به سال قبل	تغییر رتبه نسبت به سال قبل
ایسلند	ریکیاویک	۷۱	۵۶	-۷	-۲۷
برزیل	سانپائولو	۴۳	۱۱۹	-۱۱	-۲۳
برزیل	ریودوژانیرو	۴۳	۱۱۹	-۱۱	-۲۳
تایلند	بانکوک	۷۴	۴۶	-۵	-۲۰
روسیه	مسکو	۵۲	۱۰۶	-۶	-۲۰
مکزیک	مکزیکوسیتی	۶۴	۷۳	-۶	-۱۸
اوکراین	کیف	۵۳	۱۰۱	-۵	-۱۵
ترکیه	استانبول	۴۷	۱۱۱	-۷	-۱۵
کنیا	نایروبی	۶۳	۷۷	-۳	-۱۴
پرو	لیما	۶۳	۷۷	-۳	-۱۴

اما در شهر تهران مردم برای خرید یک دستگاه کامپیوتر باید ۱۷۱۴ دلار هزینه کنند که نسبت به سال قبل ۱۳ دلار بیشتر است. در سال ۲۰۱۵ متوسط قیمت هر دستگاه کامپیوتر در تهران برابر با ۱۳۳۵ دلار بود ولی در اوساکای ژاپن کامپیوتری مشابه با قیمت ۹۶۳ دلار به فروش می‌رسید. تهران دومین شهر گران دنیا برای خرید کامپیوتر شخصی است. از دیگر شهرهای دنیا که قیمت خرید کامپیوتر در آنها بسیار زیاد است می‌توان به ناپروبی متعلق به کشور کنیا، وین پایتخت اتریش، گواتمالاسیتی پایتخت کشور گواتمالا و لیما پایتخت پرو اشاره کرد. قیمت خرید کامپیوتر شخصی در شهرهای لس‌آنجلس، لکسینگتون و هیوستون آمریکا هم بسیار بالا است ولی مردم در این شهرها برای خرید کامپیوتر باید به ترتیب ۱۶۰۱ دلار، ۱۵۴۹ دلار و ۱۵۲۶ دلار هزینه کنند. جالب این‌جاست که قیمت کامپیوتر در سال ۲۰۲۰ نسبت به سال ۲۰۱۵ در شهر لس‌آنجلس رشد کرده است ولی در دو شهر دیگر آمریکا کاهش پیدا کرده است.

یکی از عوامل بسیار

مهم در تغییر

شاخص قیمت

کالاهای مختلف را

می‌توان تغییر سبک

زندگی مردم به دلیل

همه‌گیری کرونا

دانست. تغییری که

باعث شد تا تقاضا

برای برخی از کالاها

رشد کند و برای برخی

دیگر کاهش یابد

اصلی‌ترین دلایل تغییر قیمت‌ها در سال جاری

در اینجا این سوال مطرح می‌شود که دلیل اصلی تغییر قیمت‌ها در بازار جهانی چیست و چه فاکتورهایی در آن بیشترین تاثیر را داشت؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد بالغ بر ده عامل در این تغییر قیمت اثرگذار بودند ولی پنج عامل را می‌توان به عنوان مهم‌ترین عوامل معرفی کرد.

اولین و اصلی‌ترین عامل تغییر در هزینه زندگی و قیمت کالاهای مصرفی در کشورها، تغییر نرخ ارز یک کشور در برابر دلار آمریکا است. از آنجا که

نشد. توقف تولید و کمبود عرضه اولین شوک را در جهت افزایش قیمت ایجاد کرد. سپس طرح مسئله دورکاری و افزایش تقاضا برای خرید انواع کامپیوتر و لپ‌تاپ باعث شد تا تقاضا هم رشد کند و فشار مضاعفی به قیمت وارد شود.

طبق گزارش مرکز مطالعات اکونومیست در سال ۲۰۲۰ شاخص قیمت وسایل سرگرم‌کننده ۳.۲ واحد نسبت به سال قبل از آن افزایش یافت در حالی که شاخص قیمت وسایل بهداشت فردی ۲.۴ واحد، شاخص قیمت تنباکو ۲.۳ واحد و شاخص قیمت حمل و نقل ۱.۳ واحد رشد کرد. نرخ رشد شاخص قیمت سبزی‌ها و خوراکی‌ها برابر با ۰.۹ واحد و شاخص قیمت وسایل خانه ۰.۷ واحد اعلام شد در حالی که شاخص قیمت قبوض آب و برق و گازهای خانگی نه تنها رشدی نکرد بلکه با کاهش ۰.۴ واحدی همراه بود. در این بازه زمانی شاخص قیمت انواع لباس و پوشاک ۱ واحد کمتر شد. برآیند شاخص هزینه‌های مصرفی در سال ۲۰۲۰ میلادی ۰.۳ واحد بیشتر از سال ۲۰۱۹ بود که نشان از سخت‌تر شدن زندگی برای مردمی دارد که امسال شغل و درآمد خود را از دست داده‌اند.

در سال جاری همه‌گیری کرونا تاثیر زیادی روی سبک زندگی و نوع مصرف مردم داشت. در این سال از خریدهای بی‌فکر خبری نبود و مردم بیش از مصرف به پس‌انداز روی آوردند و برای روزهای آینده که در مورد آن اطلاعی نداشتند پس‌انداز کردند. امسال، سال متفاوتی برای دنیا بود و بازار و اقتصاد دنیا هم این تغییر را تجربه کردند. نکته مهم این است که تاثیر این تغییر در عادت مصرفی مردم ممکن است تا چندین سال در اقتصاد باقی بماند مگر اینکه دولت‌ها بتوانند با ابزارهای مختلفی که در اختیار دارند زمینه را برای بازگشت به وضعیت قبل از کرونا فراهم کنند.

تهران، شهری گران برای خرید کامپیوترهای شخصی

با توجه به اینکه همه‌گیری کرونا باعث شد تا عرضه انواع کامپیوترهای شخصی تنزل یابد و تقاضا برای آن رشد کند، قیمت آنها در یک سال بالغ بر ۱۸ درصد رشد کرد. اما در برخی از شهرهای دنیا متوسط قیمت کامپیوترهای شخصی بیش از دیگر شهرها بود. آمارها نشان می‌دهد اوساکای ژاپن گران‌ترین شهر دنیا برای خرید کامپیوتر است. در سال جاری متوسط قیمت هر کامپیوتر شخصی در این شهر برابر با ۱۸۲۸ دلار بود که نسبت به سال قبل کاهش داشته است.

شهرهایی که شاخص هزینه‌های زندگی در آنها بیشترین افزایش را طی یک سال اخیر تجربه کرد

کشور	شهر	شاخص در سال ۲۰۲۰	رتبه در سال ۲۰۲۰	تغییر شاخص نسبت به سال قبل	تغییر رتبه نسبت به سال قبل
ایران	تهران	۶۲	۷۹	۱۰	۲۷
استرالیا	پرت	۶۷	۶۲	۳	۱۲
چین	گوآنژو	۶۷	۶۲	۳	۱۲
صربستان	بلگراد	۵۶	۹۰	۳	۱۲
ساحل عاج	ابیجان	۵۶	۹۰	۳	۱۲
ایتالیا	رم	۷۷	۳۲	۴	۱۱
آلمان	دوسلدورف	۷۷	۳۲	۴	۱۱
سنگال	داکار	۵۳	۱۰۱	۲	۱۱
بلژیک	بروکسل	۷۷	۳۲	۴	۱۱
هلند	آمستردام	۷۷	۳۲	۴	۱۱

به منابع مالی خود در خارج از مرزهای کشور در کنار تحریم نفتی باعث شد تا قیمت‌ها رشد کند. این کشور برای حفظ ارزش تصمیم گرفت تا مانع از واردات بخش زیادی از کالاها شود و در نهایت کاهش عرضه آن کالاها در بازار بستر ساز افزایش قیمت آنها شد. این تاثیر بزرگ اقتصادی تنها به دلیل تحریم امریکا علیه ایران و وضع قانون تحریم ثانویه امریکا علیه کشورهایی که با ایران همکاری اقتصادی داشته باشند، ایجاد شد.

سیاست‌های دولتی هم در افزایش هزینه‌های زندگی اثرگذار است

سومین مسئله‌ای که باعث تغییر قیمت کالاها در سال جاری شد، سیاست‌های دولتی است. سیاست‌هایی که دولت‌ها برای رهایی از فشارهای مالی ناشی از همه‌گیری کرونا در سال جاری اجرا کردند ولی باعث شد تا چالش‌های بزرگی برای اقتصاد این کشورها ایجاد شود و توان مصرف مردم کاهش زیادی پیدا کند یا حجم کالاها موجود در بازار به اندازه‌ای کاهش یابد که کشور با معضلات تازه‌ای درگیر شود.

به عنوان مثال در آرژانتین سیاست کنترل قیمتی وضع شد و سبب شد در شرایطی که مردم نگران اوضاع هستند و اقدام به خرید کالاها و انبار آن می‌کنند، قیمت ثابت بماند. این مسئله باعث شد تا کمبود کالا در بازار ایجاد شود و بحران افزایش یابد. در برخی دیگر از کشورها افزایش شدید نرخ مالیات‌های دولتی به منظور جبران بخشی از هزینه‌های ناشی از همه‌گیری کرونا سبب شد تا هزینه تمام‌شده برای تولید کالاها افزایش یابد. یکی از این کشورها عربستان بود که به دنبال افت قیمت نفت و کاهش درآمد نفتی اعلام کرد مالیات بر ارزش افزوده را از ۵ درصد به ۱۵ درصد افزایش می‌دهد. این طرح در جولای سال ۲۰۲۰ اجرا شد و تاثیر معناداری در هزینه خانوارها در این کشور داشت.

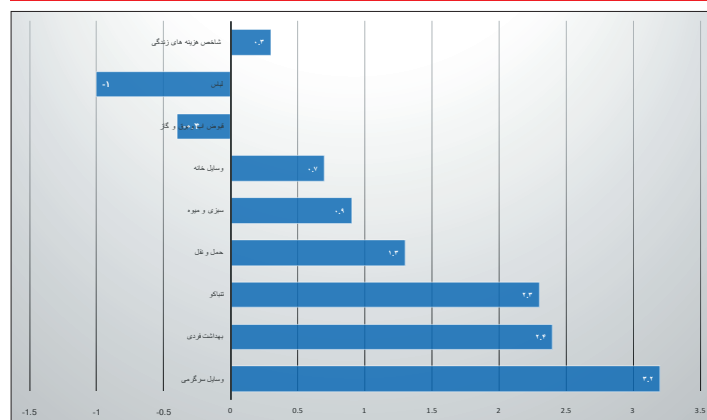
عامل دیگری که باید مد نظر قرار بگیرد کاهش شدید درآمد قابل استحصال در کشورها است. تعطیلی‌های وسیع، اخراج نیروهای کار و کاهش تقاضا برای کالاها و خدمات مختلف سبب شد تا درآمد مردم به شدت کاهش پیدا کند و پول کمتری برای مصرف باقی بماند. از طرف دیگر عدم اطمینان در مورد زمان برطرف شدن تمامی مشکلات و بازگشت به وضعیت عادی هم بر چالش‌ها افزود. در این

نیویورک به عنوان شهر مرجع انتخاب شده است و تمامی هزینه‌ها در این شهر به عنوان مرجع در نظر گرفته شده است اگر ارزش پول یک کشور در مقابل دلار امریکا کاهش چشمگیری داشته باشد، تاثیر آن در شاخص هزینه زندگی و جایگاه شهر در فهرست شهرهای گران دنیا بسیار زیاد است. در حالت کلی بعد از همه‌گیری کرونا ارزش پول کشورهای در حال توسعه در برابر دلار کاهش زیادی پیدا کرد. این مسئله در کشورهای آسیایی و امریکای لاتین بسیار چشمگیر بود و به همین دلیل شاخص هزینه‌های زندگی در این شهرها نیز تغییرات زیادی را تجربه کرد.

دومین عامل را می‌توان اختلال در زنجیره تامین کالا دانست که سبب شد تا قیمت تمام‌شده کالاها و هزینه زندگی در شهرهای مختلف تحت تاثیر قرار بگیرد. در سال ۲۰۲۰ به دلیل همه‌گیری کرونا و بسته شدن مرزهای کشورهای مختلف برخی از کشورها با کمبود بسیاری از کالاها روبه‌رو شدند و کاهش عرضه باعث افزایش قیمت آنها در بازار شد. در مورد تهران تحریم‌های اقتصادی امریکا و عدم دسترسی ایران

اولین و اصلی‌ترین عامل تغییر در هزینه زندگی و قیمت کالاهای مصرفی در کشورها، تغییر نرخ ارز یک کشور در برابر دلار امریکا است

تغییر شاخص قیمت طی یک سال - واحد



گران‌ترین شهرهای دنیا

شهر	کشور	شاخص هزینه زندگی	رتبه	تغییر رتبه نسبت به سال قبل
هنگ کنگ	چین	۱۰۳	۱	۰
زوریخ	سوئیس	۱۰۳	۱	۴
پاریس	فرانسه	۱۰۳	۱	۴
سنگاپور	سنگاپور	۱۰۲	۴	-۳
تل آویو	اسرائیل	۱۰۱	۵	۲
اوساکا	ژاپن	۱۰۱	۵	-۴
ژنو	سوئیس	۱۰۰	۷	۳
نیویورک	امریکا	۱۰۰	۷	-۳
کپنهاگ	دانمارک	۹۶	۹	۲
لس آنجلس	امریکا	۹۶	۹	-۱

از این شهر دانست که باعث افت تقاضا و کاهش قیمت‌ها شده است. شهر ژنو سوئیس و اوساکا ژاپن هم در این رده‌بندی به عنوان شهرهای گران دنیا معرفی شده است و شاخص هزینه‌های زندگی در ژنو معادل نیویورک یعنی برابر با ۱۰۰ است ولی در اوساکا برابر با ۱۰۱ است. جایگاه ژنو در رده‌بندی شهرهای گران دنیا نسبت به سال ۲۰۱۹ سه پله ارتقا یافته است ولی اوساکا کاهش ۴ پله‌ای جایگاه را در این رده‌بندی تجربه کرده است.

شاخص هزینه‌های زندگی در شهرهای کپنهاگ دانمارک و لس‌آنجلس آمریکا برابر با ۹۶ است به این معنا که هزینه زندگی در هردو شهر یکسان است.

بیشترین تغییر هزینه در کدام شهرها اتفاق افتاد

در این بخش با دو دسته از شهرها مواجه هستیم. اول شهرهایی که شاخص هزینه‌های زندگی در آنها طی یک سال اخیر بالاترین رشد را داشته است و دوم شهرهایی که شاهد کاهش هزینه‌های زندگی طی یک سال اخیر بودند. طبق مطالعات در سال ۲۰۲۰

تهران اولین شهر دنیا

از نظر نرخ افزایش

هزینه‌های زندگی

است و دلیل این

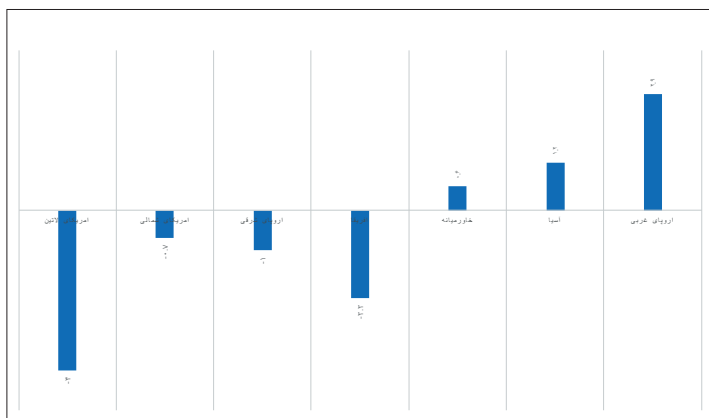
مسئله هم کاهش

شدید ارزش ریال

ایران در برابر دلار

آمریکا ذکر شده است

تغییر سالانه شاخص هزینه‌های زندگی - واحد



(اعداد به دلار)

گران‌ترین شهرهای دنیا برای خرید کامپیوتر شخصی

کشور	شهر	قیمت در سال ۲۰۲۰	قیمت در سال ۲۰۱۹	قیمت در سال ۲۰۱۵
ژاپن	اوساکا	۱۸۲۸	۲۰۰۶	۹۶۳
ایران	تهران	۱۷۱۴	۱۷۰۱	۱۳۳۵
کنیا	نایروبی	۱۶۶۲	۱۵۳۹	۱۳۹۶
اتریش	وین	۱۶۵۷	۱۵۰۴	۱۵۴۱
گوآتمالا	گوآتمالا سیتی	۱۶۳۶	۱۶۳۷	۱۹۳۸
پرو	لیما	۱۶۲۷	۱۷۱۳	۱۴۴۷
آمریکا	لس‌آنجلس	۱۶۰۱	۱۳۹۲	۱۱۰۷
آمریکا	لکسینگتون	۱۵۴۹	۱۵۴۹	۱۶۴۹
آمریکا	هیوستون	۱۵۲۶	۱۵۱۵	۱۶۷۰
اسپانیا	بارسلونا	۱۵۰۲	۱۳۱۵	۱۵۲۱

وضعیت پس‌اندازهای ناشی از نگرانی در مردم افزایش یافت و مصرف کاهش زیادی پیدا کرد و تاثیر این مسئله در کیفیت زندگی مردم دنیا کاملاً مشهود بود. آخرین عامل بسیار مهم را می‌توان تغییر سبک زندگی مردم در دوره کرونا دانست. تغییری که باعث تحول زیاد در قیمت کالاها در بازار شد. به عنوان مثال در شرایطی که مردم زمان زیادی در خانه سپری می‌کردند و حتی بعضاً مجبور به دورکاری بودند، نیازهای تازه‌ای برای آنها ایجاد شد و کالاهایی که پیش از این برای آنها اهمیتی نداشت به عنوان یک بخش مهم برای ادامه زندگی تعریف شد. همچنین بخش زیادی از تفریحات قدیمی از زندگی آنها حذف شد و کالاهای مورد نیاز برای انجام آن تفریحات هم خریداری نشد. به عنوان مثال می‌توان به افزایش خرید بازی‌های کامپیوتری در سال جاری اشاره کرد. مرکز مطالعاتی اکونومیست نوشت: «در این سال که مردم نمی‌توانستند برای گذراندن وقت به خارج از خانه بروند، مهمانی بگیرند یا به مهمانی بروند و با در سینما و کنسرت و مراکز تفریحی دیگر حضور پیدا کنند صرف وقت در مقابل تلویزیون‌های هوشمند و باکیفیت و استفاده از بازی‌های کامپیوتری برایشان اولویت پیدا کرد. رشد تقاضا برای این کالاها که به دلیل تغییر سبک زندگی اتفاق افتاده بود موجب افزایش قیمت آنها شد.»

گران‌ترین شهرهای دنیا کدام‌اند

طبق گزارش منتشر شده توسط مرکز مطالعات اکونومیست در سال جاری هنگ‌کنگ گران‌ترین شهر دنیا برای زندگی است. شاخص هزینه‌های زندگی در این شهر برابر با ۱۰۳ است که ۳ واحد بیش از شهر مرجع یعنی نیویورک است و جایگاه این شهر نسبت به سال قبل تغییری نکرده است. به این معنا که در سال قبل هم هنگ‌کنگ گران‌ترین شهر دنیا بود. اما در جایگاه دوم و سوم شهرهای زوریخ و پاریس قرار دارند که شاخص هزینه‌های زندگی در هردو برابر با ۱۰۳ است و هر دو نسبت به سال قبل چهار پله ارتقای جایگاه را تجربه کرده‌اند. شهر سنگاپور که در سال قبل دومین شهر گران دنیا بود در گزارش سال ۲۰۲۰ جایگاه چهارم را دارد و شاخص هزینه‌های زندگی در این شهر برابر با ۱۰۲ است. این شهر یکی از شهرهای مهاجرپذیر در قاره آسیا است و یک دلیل مهم برای کاهش شاخص هزینه‌های زندگی در این شهر را می‌توان خروج مهاجران و نیروی کار خارجی

در سال ۲۰۲۰ شاخص هزینه‌های زندگی در تهران برابر با ۶۲ بود و این شهر جایگاه ۷۹ را در میان شهرهای گران دنیا داشت. شاخص هزینه‌های زندگی در تهران نسبت به سال قبل ۱۰ واحد رشد کرد و جایگاه تهران در میان شهرهای گران ۲۷ پله ارتقا یافت

شاخص هزینه‌های زندگی در شهر ریکیاویک پایتخت ایسلند بیشترین کاهش را تجربه کرده است و باعث شد تا رتبه این شهر در فهرست شهرهای گران قیمت دنیا با ۲۷ پله کاهش به جایگاه ۵۶ برسد. شاخص هزینه‌های زندگی در این شهر در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۷ واحد کمتر از سال قبل بود. شهرهای سائوپائولو و ریودوژانیروی برزیل به ترتیب جایگاه دوم و سوم را در این فهرست دارند و آمارها نشان از افزایش نرخ فقر و بحران اقتصادی در این کشور دارد.

از دیگر شهرهایی که بالاترین کاهش هزینه‌های زندگی را تجربه کرده‌اند می‌توان به بانکوک پایتخت تایلند، مسکو پایتخت روسیه، مکزیکوسیتی پایتخت مکزیک، کیف پایتخت اوکراین و استانبول از شهرهای بزرگ و مهم ترکیه اشاره کرد.

از طرف دیگر شهرهایی هم هستند که هزینه زندگی در آنها با سرعت بالایی رشد کرده است که تهران در میان این شهرها جایگاه اول را دارد. در سال ۲۰۲۰ شاخص هزینه‌های زندگی در تهران برابر با ۶۲ بود و این شهر جایگاه ۷۹ را در میان شهرهای گران دنیا داشت. شاخص هزینه‌های زندگی در تهران نسبت به سال قبل ۱۰ واحد رشد کرد و جایگاه تهران در میان شهرهای گران ۲۷ پله ارتقا یافت. شهر پرت استرالیا که یکی از شهرهای ایالت غربی این کشور است در این رده‌بندی جایگاه دوم را دارد ولی تغییر شاخص هزینه‌های زندگی در این شهر طی یک سال اخیر برابر با ۳ واحد و تغییر رتبه این شهر برابر با ۱۲ واحد بوده است.

شهرهای گوانگژو در چین، بلغراد در صربستان و ابیجان در ساحل عاج در رده‌های بعدی قرار دارند. رم پایتخت ایتالیا که در سال جاری شاخص هزینه زندگی در آن برابر با ۷۷ بود و رتبه ۳۲ را در میان گران‌ترین شهرهای دنیا برای زندگی داشت شاهد افزایش ۱۱ پله‌ای جایگاه خود طی یک سال اخیر بود و شهرهای دوسلدورف آلمان و داکار متعلق به سنگال هم هریک افزایش ۱۱ پله‌ای در جایگاه خود در میان شهرهای گران دنیا برای زندگی را تجربه کرده‌اند.

شرایط در سال ۲۰۲۱ چه تغییری خواهد کرد

مرکز مطالعات اکونومیست در پایان این گزارش به این سوال پاسخ داد که در سال ۲۰۲۱ چه شرایطی بر اقتصاد دنیا حاکم می‌شود و آیا شاخص هزینه‌های زندگی در دنیا تحت تاثیر پاندمی و اثرات اقتصادی

آن رشد می‌کند یا خیر. طبق مطالعات این مرکز در سال آتی هم ما شاهد افزایش قیمت‌ها خواهیم بود زیرا احیای اقتصاد دنیا در سال بعد بسیار دور از انتظار است. در بخشی از گزارش آمده است: «شرایط اقتصادی دنیا در سال بعد تا حد زیادی بستگی به سطح همه‌گیری کرونا و سطح توزیع و تولید واکسن دارد. در صورتی که شرکت‌های زیادی بتوانند واکسن‌های قابل اعتماد تولید کنند و آن را وارد بازار کنند، سرعت واکسینه شدن مردم دنیا افزایش پیدا می‌کند و به سرعت اقتصاد دنیا به سمت بازسازی حرکت می‌کند. اما حتی در این سناریوی بسیار خوش‌بینانه هم بازگشت به شرایط اقتصادی پیش از کرونا در سال ۲۰۲۱ اتفاق نمی‌افتد و ما باید تمامی سال را به عنوان زمان مورد نیاز برای واکسیناسیون دنیا در نظر بگیریم.»

در ادامه این گزارش آمده است: «بنابراین سال بعد اقتصاد دنیا رشد نمی‌کند و فعالیت‌های اقتصادی به شرایطی که قبل از کرونا وجود داشت بازمی‌گردد. در این سال همچنان مردم برای خرید کالاها صرفه‌جویی می‌کنند، نرخ بیکاری بالا است و بسیاری از مردم از درآمد کافی برای سفرهای تفریحی و فعالیت‌های سرگرم‌کننده برخوردار نیستند. سال ۲۰۲۱ را هم باید سالی مشابه سال جاری دید با این تفاوت که به دلیل دسترسی دنیا به واکسن و شروع به واکسیناسیون می‌توان به روزهای بهتر دل خوش کرد و برای این روزها برنامه‌ریزی کرد.»

مرکز مطالعاتی اکونومیست احتمال افزایش ۰.۲ درصدی شاخص هزینه‌های زندگی در سال ۲۰۲۱ را محتمل می‌داند و بر این باور است که از سال ۲۰۲۲ سیر نزولی قیمت‌ها در دنیا شروع می‌شود. در سال بعد هم تقاضا برای انواع کامپیوترها، وسایل تفریحی خانگی، اینترنت پرسرعت، گوشی‌های هوشمند و تجهیزات الکترونیکی مورد نیاز منزل بیشتر می‌شود و رشد قیمت این دسته از کالاها را تجربه خواهیم کرد. افزایش تعرفه‌های وارداتی و مالیات در سال بعد هم بسیار محتمل است که باعث تشدید سرعت افزایش قیمت این دسته از کالاها و حتی بسیاری از کالاهای خوراکی و مواد غذایی می‌شود. خریده‌های آنلاین در سال ۲۰۲۱ هم سهم زیادی از کل مصرف در دنیا را به خود اختصاص می‌دهند و انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۲ دنیا شرایط عادی زندگی و خرید را تجربه کند. در همین سال هم هست که بازار کار به وضع عادی بازمی‌گردد و بحران بیکاری تنزل پیدا می‌کند.

برای بحران‌های آتی آماده شوید

است و از طرف دیگر قدرت آنها برای مقابله با تحولات پیش‌بینی نشده در آینده دورتر از ۲۰ سال بررسی شده است. طبق این گزارش کشورهایی که از نظر زیرساخت‌های فیزیکی و تکنولوژیکی در سطح بالایی قرار داشته باشند و سرمایه‌های لازم در این حوزه‌ها را در اختیار داشته باشند، می‌توانند در مقابل چالش‌های آتی مقاومت کنند.

برای تهیه شاخص تاب‌آوری اقتصادی، فاکتورهای مختلفی در اقتصاد کشورها در نظر گرفته شده که عبارتند از توسعه زیرساختی، ارتباطات و تکنولوژی، سیاست‌های زیست محیطی، حقوق انسانی، سیاست‌های اقتصادی و زیرساخت‌های بهداشتی و درمانی. این فاکتورها برای ارزیابی میزان تاب‌آوری اقتصادی کشورها در آینده نزدیک یا به تعبیر بهتر میزان آمادگی کنونی آنها برای مقابله با حوادث غیر قابل پیش‌بینی مورد توجه قرار گرفته است و فاکتورهای دیگر برای تعیین شاخصی که توانایی آنها برای مقابله با تحولات منفی آتی را مورد مطالعه قرار می‌دهد، استفاده شده است.

فاکتورهایی که برای تهیه شاخص تاب‌آوری اقتصادی کشورها در آینده یا پتانسیل آنها برای مقابله با بحران‌های آتی استفاده شده است می‌توان به سطح توسعه‌یافتگی زیرساخت‌های سایبری در کشورها، زیرساخت‌های نظامی، شاخص صلح جهانی، نرخ رکود اقتصادی و میزان ذخایر طبیعی موجود در کشورها که به آنها امکان کسب درآمد در شرایط سخت اقتصادی را می‌دهد، اشاره کرد.

از طرف دیگر سطح احتمال مواجهه با شرایط نامناسب جوی و بحران‌های طبیعی، امنیت بهداشتی و در نهایت شمار تلفن‌های موجود در کشورها به ازای هر یک از ساکنین آنها نیز از دیگر فاکتورهایی است که در تهیه این شاخص مد نظر قرار گرفته است.

مرکز مطالعاتی «کارفون ویرهاوس» در گزارش خود نوشت: «تاب‌آوری به معنای میزان مقاومت اقتصادی یک کشور در برابر حوادث طبیعی یا بحران‌های بزرگ

تاب‌آوری اقتصادهای دنیا برای مقابله با بحران‌های اقتصادی و طبیعی مختلف، یکی از فاکتورهای مهم اقتصادی است و موضوعی است که در سال‌های اخیر بارها مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. سوال اصلی این است که یک کشور چگونه می‌تواند قدرت خود را برای مواجهه با بحران‌های اقتصادی و طبیعی پیش‌بینی نشده افزایش دهد و در صورت آسیب دیدن، بتواند به سرعت به زندگی عادی بازگردد؟ بدون شک دارا بودن زیرساخت‌های توسعه‌یافته یک عامل بسیار مهم است ولی عامل مهم‌تر را می‌توان در برنامه‌ریزی برای آینده و ارزیابی خطرات و احتمالات مختلف در صورت وقوع مشکلات پیش‌بینی نشده دانست. مسئله‌ای که نیاز به آموزش، مهارت و توانمندی دارد. مرکز مطالعات «کارفون ویرهاوس» اخیراً اقدام به رده‌بندی ۳۰ کشور بر مبنای سطح تاب‌آوری اقتصادی آنها کرده است. در ابتدای این گزارش در مورد شاخصی صحبت شد که به این موسسه امکان می‌داد تا کشورها را با هم مقایسه کند و در تهیه این شاخص پانزده زیربخش مهم مورد بررسی قرار گرفت. امتیاز هر فاکتور بین صفر تا ده بود و مجموع امتیاز این پانزده شاخص برای هر کشور می‌توانست شاخص تاب‌آوری اقتصادی را ایجاد کند. این شاخص عددی بین ۰ تا ۱۵۰ بود و هر چه به ۱۵۰ نزدیک‌تر بود نشان‌دهنده قدرت بیشتر کشور برای مقابله با بحران‌های آتی بود. نکته مهم این است که هیچ یک از کشورها به عدد ۱۵۰ نزدیک هم نشده‌اند و تنها پنج کشور توانسته‌اند شاخص تاب‌آوری اقتصادی بالاتر از ۱۰۰ را به خود اختصاص دهند.

شاخص تاب‌آوری چگونه محاسبه شد

برای بررسی شاخص تاب‌آوری اقتصادی، وضعیت کشورها از دو جنبه مورد مطالعه قرار گرفته است. از یک طرف قدرت مقابله آنها با بحران‌ها در آینده نزدیک یعنی ۱۰ تا ۲۰ سال آینده در نظر گرفته شده

آماده شدن برای آینده به معنای فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای مواجهه با چالش‌های غیرقابل پیش‌بینی است. این زیرساخت‌ها شامل زیرساخت‌های شهری، ارتباطاتی، اطلاعاتی و تکنولوژیکی است و توسعه‌یافتگی این زیرساخت‌ها کاملاً در ارتباط مستقیم با میزان سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها است

با سیاست‌های زیست محیطی، منابع طبیعی و توانایی مقابله با شرایط سخت جوی در سطح بسیار بالایی قرار دارد و به همین دلیل توانسته است جایگاه اول فهرست را به خود اختصاص دهد. نیروی توانسته است از نظر سیاست‌های مرتبط با محیط زیست و حقوق بشر امتیاز ۱۰ را کسب کند از نظر سیاست‌های اقتصادی و تکنولوژی‌های ارتباطی و مخابراتی به ترتیب امتیاز ۹.۲۹ و ۹.۲۸ را به خود اختصاص داده است.

در جایگاه دوم این فهرست کشور کانادا قرار دارد که از نظر عملکرد بخش منابع طبیعی، زیرساخت‌های سایبری و در نهایت کارایی سیاست‌های اقتصادی در سطح بالایی قرار دارد و توانسته است در صدر کشورهای قاره آمریکا قرار بگیرد. بالاترین امتیاز این کشور در حوزه زیرساخت‌های سایبری است که برابر با ۹.۵۹ است.

در سومین جایگاه این فهرست کشور فرانسه قرار دارد. در این کشور شمار گوشی‌های هوشمند به ازای هر فرد بسیار زیاد است و زیرساخت‌های بهداشت و درمان بسیار توسعه یافته است. زیرساخت‌های توسعه یافته شهری و صنعتی و حجم بالای منابع طبیعی در این کشور باعث شده است تا جایگاه سوم به این کشور اروپایی اختصاص داشته باشد. کشور آلمان هم در این رده‌بندی جایگاه چهارم را دارد و توانسته است در شمار زیادی از فاکتورهای سازنده شاخص، سطوح بالایی را به خود اختصاص دهد. این کشور از نظر زیرساخت‌های سایبری، شهری و صنعتی بسیار توسعه یافته است و

این شاخص در واقع به بررسی این مسئله می‌پردازد که بعد از یک بحران چقدر طول می‌کشد تا اقتصاد یک کشور به وضعیت عادی بازگردد و از بحران خارج شود. سرعت احیای اقتصاد کشورها بعد از تجربه بحران‌ها فاکتور بسیار با اهمیتی است به خصوص در این روزها که تغییرات جوی چالش بزرگی برای دنیا ایجاد کرده است و احتمال وقوع سیل‌ها و طوفان‌های مختلف می‌تواند کار و زندگی در بسیاری از شهرها و مراکز را برای مدت‌های زیادی تعطیل کند. کشورها موظف هستند زیرساخت‌های اقتصادی و تکنولوژیکی خود را به گونه‌ای توسعه دهند که در شرایط بحرانی برنامه جایگزینی برای کار وجود داشته باشد. یکی از این ابزارهای جایگزین امکان دور کاری و استفاده از دنیای تکنولوژی برای انجام کار است که در جریان همه‌گیری کرونا از آن استفاده شد. امکان تدریس به صورت آنلاین و امکان برگزاری جلسات با استفاده از امکانات به‌روز تکنولوژیکی از مسائلی است که می‌تواند قدرت تاب‌آوری اقتصادها را در برابر بحران‌ها بیشتر کند.»

کدام کشورها بالاترین شاخص تاب‌آوری را دارند

در سال جاری نیروی به عنوان کشوری که بالاترین تاب‌آوری را برای مقابله با بحران‌های آتی دارد، معرفی شده است. این کشور در جریان همه‌گیری کرونا هم آسیب زیادی متحمل نشد و با استفاده از سیاست‌های اقتصادی صحیح توانست از تشدید رکود اقتصادی جلوگیری کند. این کشور از نظر شاخص‌های مرتبط

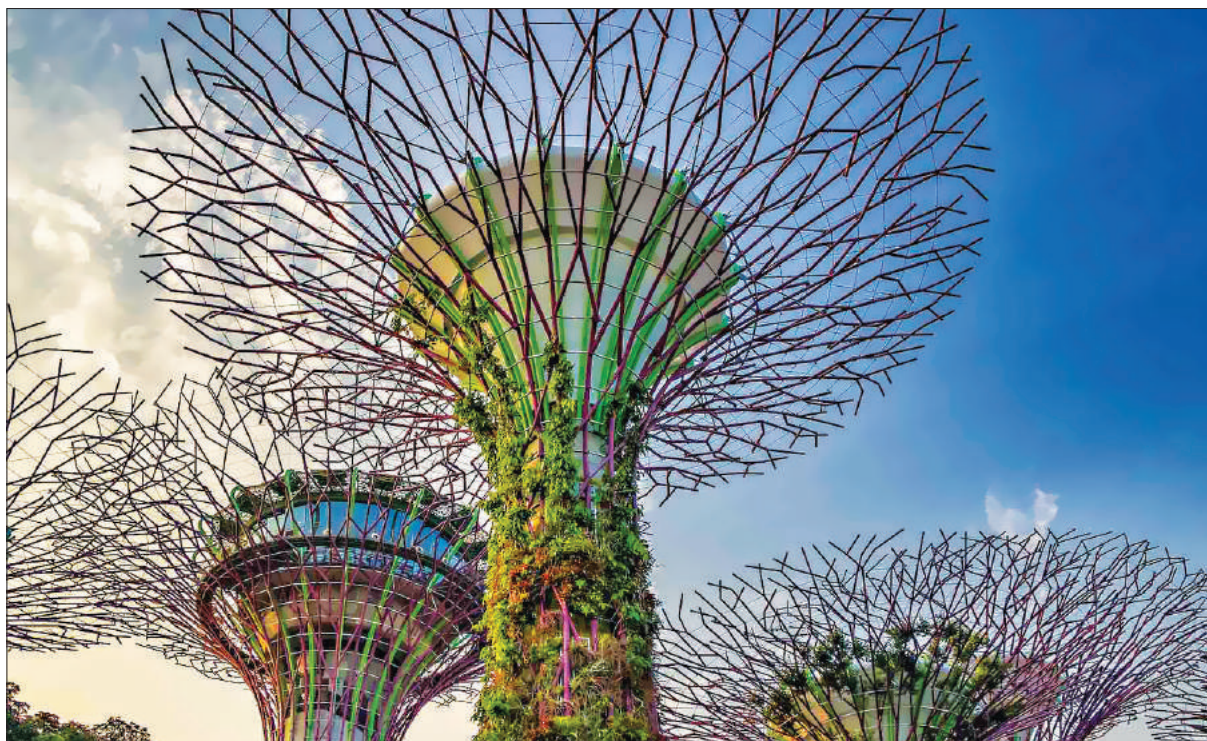
**در جایگاه دوم
فهرست کشورهای
برتر از نظر شاخص
تاب‌آوری، کانادا قرار
دارد که از نظر عملکرد
بخش منابع طبیعی،
زیرساخت‌های
سایبری و در نهایت
کارایی سیاست‌های
اقتصادی در سطح
بالایی قرار دارد و
توانسته است در صدر
کشورهای قاره آمریکا
قرار بگیرد**

رده‌بندی کشورها بر مبنای شاخص تاب‌آوری اقتصادی (آمادگی کنونی برای مواجهه با بحران‌های دو دهه آینده)
حداکثر شاخص تاب‌آوری ۱۵۰ و حداکثر امتیاز هر فاکتور ۱۰ است و شاخص از مجموع امتیاز تمامی فاکتورهای مربوط به هر کشور در دو جدول به دست آمده است

رتبه	نام کشور	بزرگی شاخص	زیرساخت	تکنولوژی و ارتباطات	سیاست‌های زیست محیطی	آزادی و حقوق انسانی	سیاست‌های اقتصادی	بهداشت و درمان
۱	نیروژ	۱۱۲.۷۹	۸.۹۹	۹.۲۸	۱۰	۱۰	۹.۲۹	۸.۳۹
۲	کانادا	۱۰۷.۵۳	۸.۷۵	۸.۸۲	۶.۰۱	۸.۵۲	۹	۷.۸۴
۳	فرانسه	۱۰۳.۷۰	۹.۴۳	۸.۲۴	۶.۵۹	۸.۱۶	۶.۶۳	۹.۶۵
۴	آلمان	۱۰۳.۳۵	۹.۴۱	۷.۹۶	۶.۱۳	۸.۴۷	۹.۶۱	۸.۱۶
۵	استرالیا	۱۰۰.۶۱	۹.۱۳	۸.۷۳	۴.۵	۷.۹۵	۸.۴۴	۹.۰۶
۶	سوئیس	۹۹.۴۴	۵.۱۹	۸.۷۰	۸.۲۴	۸.۷۴	۹.۴۱	۸.۱۱
۷	هلند	۹۹.۱۶	۵.۵۳	۹.۰۱	۵.۶۰	۸.۶۷	۹.۱۴	۸.۶۳
۸	بریتانیا	۹۸.۵۹	۹.۵۴	۹.۰۳	۶.۳۹	۸.۱۹	۸.۹۱	۸.۴۷
۹	سنگاپور	۹۸.۲۱	۹.۸۲	۹.۱۳	۵.۳۲	۳.۷۴	۱۰	۷.۶۷
۱۰	اسپانیا	۹۲.۲۴	۹.۱۹	۸.۶۳	۶.۶۸	۷.۷۰	۳.۱۴	۹.۲۴
۱۱	امریکا	۸۹.۹۵	۴.۳۶	۸.۵۷	۵	۷.۳۸	۸.۵۰	۷.۳۱
۱۲	ایتالیا	۸۶.۲۰	۸.۶۵	۷.۸۲	۶.۴۸	۷.۵۶	۲.۹	۶.۸۶
۱۳	کره جنوبی	۸۴.۱۱	۳.۹۹	۹.۶۶	۴.۱۷	۷.۷۹	۶.۱۴	۱۰
۱۴	لهستان	۸۳.۱۹	۷.۴۲	۸.۰۶	۳.۸۴	۵.۸۳	۵.۷۳	۳.۸۱
۱۵	امارات	۷۲.۹۵	۰.۷	۱۰	۰	۰.۶۷	۷.۶۹	۷.۰۵



انجمن صنایع نوآوری خاکی ایران
مدیریت صنعت نوآوری خاکی کشور



سنگاپور از کشورهایی است که برترین سیاست‌های اقتصادی را وضع و اجرا کرده است و کشورهای آلمان و سوئیس از این نظر در رده‌های بعدی قرار دارند. در انتهای این فهرست کشور گویانا قرار دارد که یک کشور کوچک در آمریکای جنوبی است

قرار بگیرد. این کشور از نظر نوع سیاست‌های اقتصادی اجراشده در کشور و توانایی بالا برای مقابله با شرایط بد جوی وضعیت بسیار خوبی دارد.

کشور هلند هفتمین کشور این فهرست است که سطح بالای تکنولوژی‌های ارتباطاتی و مخابراتی، کارآمدی سیاست‌های اقتصادی و حجم بالای منابع طبیعی باعث قرار گرفتن این کشور در این جایگاه شده است. این کشور از نظر سطح خدمات‌رسانی در حوزه بهداشت و درمان نیز در میان کشورهای برجسته در دنیا است.

بریتانیا در این رده‌بندی جایگاه هشتم را دارد و از نظر توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها، سطح تکنولوژی‌های مخابراتی و اطلاعاتی و زیرساخت‌های سایبری کشوری بسیار قدرتمند است. در جایگاه نهم کشور سنگاپور قرار گرفته است که تنها کشوری بعد از نروژ است که در بیش از یکی از فاکتورهای سازنده شاخص تاب‌آوری اقتصادی توانسته است امتیاز ۱۰ را به دست آورد و این امتیاز برای آمادگی کشور برای تغییرات ناگهانی جوی و وضع سیاست‌های مناسب اقتصادی و در سریع‌ترین زمان ممکن، کسب کرده است. این کشور زیرساخت‌های توسعه‌یافته‌ای دارد و از نظر سطح تکنولوژی و مخابراتی هم بسیار پیشرفته است.

اسپانیا در این رده‌بندی جایگاه دهم را دارد و امتیاز کامل را از نظر توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها دارد. امتیاز این کشور برای زیرساخت‌های بهداشت و درمان ۹ است.

سیاست‌های اقتصادی در این کشور با درایت و در زمان مناسب وضع و اجرا می‌شود. این کشور توانایی بالایی برای مقابله با شرایط بد جوی و حتی وضعیت بد سلامتی دارد و توسعه‌یافتگی سیستم بهداشت و درمان هم در این کشور صنعتی اروپایی باعث جذاب شدن اقتصاد آن برای سرمایه‌گذاری شده است.

استرالیا در این رده‌بندی جایگاه پنجم را دارد و از نظر توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها و وضعیت بهداشت و درمان در میان برترین کشورهای دنیا است ولی شاخص ارتباطات و تکنولوژی در این کشور از ۱۰ برابر با ۸ است و شاخص سیاست‌های اقتصادی و زیرساخت‌های سایبری هم در همین سطح قرار دارد.

نکته مهم این است که حداکثر شاخص تاب‌آوری برابر با ۱۵۰ است و تنها ۵ کشور نروژ، کانادا، فرانسه، آلمان و استرالیا توانسته‌اند شاخص بالاتر از ۱۰۰ به دست آورند.

جایگاه پنجم تا دهم به کدام کشورها اختصاص دارد

کشور سوئیس در این رده‌بندی جایگاه ششم را به خود اختصاص داده است و شاخص تاب‌آوری در این کشور برابر با ۹۹.۴۴ است. این کشور یکی از کشورهای طرفدار صلح در دنیا است و همین مسئله باعث شده است تا موقعیت خوبی در دنیا داشته باشد. اما کم بودن حجم منابع طبیعی موجود در این کشور باعث شده است تا نتواند در میان پنج کشور اول فهرست

سنگاپور
پیشگام‌ترین
کشور دنیا از نظر
سرمایه‌گذاری در حوزه
زیرساختی است
و نروژ و فرانسه در
رده‌های بعدی قرار
دارند. از میان سی
کشور مورد مطالعه
امریکا کمترین
سرمایه‌گذاری در حوزه
زیرساختی را انجام
می‌دهد

آماده‌اند.

مطالعات نشان داده است سنگاپور پیشگام‌ترین کشور دنیا از نظر سرمایه‌گذاری در حوزه زیرساختی است و کشورهای نروژ و فرانسه در رده‌های بعدی قرار دارند. از میان سی کشور مورد مطالعه آمریکا کمترین سرمایه‌گذاری در حوزه زیرساختی را انجام می‌دهد در حالی که از نظر سطح توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها ضعف‌های زیادی دارد و چین هم از نظر میزان اندک سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها بعد از آمریکا، پایین‌ترین جایگاه را دارد.

در حوزه سطح توسعه‌یافتگی تکنولوژی‌های اطلاعاتی و مخابراتی، امارات جایگاه اول را دارد و کشورهای کره جنوبی و نروژ به ترتیب جایگاه دوم و سوم را دارند. پایین‌ترین کشورها از نظر سطح توسعه‌یافتگی تکنولوژی‌ها و مخابراتی کشورهای اتیوپی، هند و رواندا هستند.

متیو گریفین، یکی از پژوهشگران حوزه آینده‌پژوهی بر این باور است برای اینکه برای مواجهه با دنیای آینده آماده شویم باید با علم روز دنیا و دنیای کامپیوتر بیشتر خو بگیریم و این کامپیوترهای توسعه‌یافته و تکنولوژی‌های مرتبط با آن به اولین و اصلی‌ترین وسیله مورد نیاز ما برای کار و زندگی تبدیل شود. از جمله کشورهایی که برای حرکت به این سمت سرمایه‌گذاری‌های زیادی کرده‌اند می‌توان به چین، عربستان، سنگاپور و امارات اشاره کرد. به عنوان مثال عربستان بالغ بر ۵۰۰ میلیارد دلار برای ساخت شهر هوشمند Meon سرمایه‌گذاری کرده است و در دومی و سنگاپور هم سیستم تاکسی‌های رباتی به کار گرفته شده است تا برای دنیای آینده و خودروهای بدون راننده آماده شوند.

شکوفایی اقتصادی هم اهمیت زیادی دارد

باید در نظر داشت که سیاست‌ها سنگ بنای هر کشور هستند. از سیاست‌های مرتبط با محیط زیست گرفته تا سیاست‌های اقتصادی و سیاست‌های مربوط به حوزه بهداشت و درمان. هر کشوری که سیاست‌های بهتری وضع کند و قدرت اجرای آنها را داشته باشد می‌تواند قدرت بیشتری برای مقابله با چالش‌های آتی دنیا در خود ایجاد کند. مطالعات نشان داده است کشورهایی می‌توانند برای مواجهه با چالش‌های آینده آمادگی بیشتری داشته باشند که سیاست‌های بهتری در حوزه اقتصاد و محیط زیست وضع و اجرا کنند. گریفین در این مورد نوشت: «دسترسی به انرژی‌های

طبق این گزارش آمریکا از نظر شاخص تاب‌آوری اقتصادی جایگاه یازدهم دنیا را دارد و این شاخص برای آمریکا برابر با ۸۹.۹۵ است. این کشور از نظر تکنولوژی‌های مخابراتی و اطلاعاتی و سطح خدمات‌رسانی در حوزه بهداشت و درمان جایگاه بسیار خوبی دارد ولی از نظر سطح توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها با کشورهای اول این فهرست قابل مقایسه نیست. جذب سرمایه‌گذاری کلید موفقیت این کشور در توسعه زیرساخت‌ها و افزایش شاخص تاب‌آوری اقتصادی است. کره جنوبی سیزدهمین کشور فهرست است و امارات با داشتن شاخص ۷۲.۹۵ توانست جایگاه پانزدهم را به خود اختصاص دهد. ژاپن شانزدهمین کشور این فهرست است و کشورهای ترکیه و چین به ترتیب جایگاه‌های بیست و یک و بیست و دوم این فهرست را دارند. بزرگی شاخص تاب‌آوری اقتصادی برای کشور ترکیه برابر با ۶۶.۹۰ است و برای چین به سطحی برابر با ۶۶.۵۱ رسیده است.

عربستان سعودی جایگاه بیست و چهارم این فهرست و هند جایگاه بیست و پنجم را دارد.

این موسسه برای تهیه این گزارش سی کشور را مورد مطالعه قرار داده است و بزرگی اقتصاد این کشورها در سال ۲۰۳۰ را به عنوان فاکتوری مهم برای مطالعه قدرت آنها برای مقابله با تحولات آتی در نظر گرفت. سه کشوری که در انتهای این فهرست قرار دارند یعنی جایگاه‌های بیست و هشتم تا سی‌ام را دارند عبارتند از بنگلادش، نیجریه و گویانا که هر سه اقتصادی بسیار ضعیف و زیرساخت‌های آسیب‌پذیری دارند.

چگونه می‌توان برای آینده آماده شد

آماده شدن برای آینده به معنای فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای مواجهه با چالش‌های غیر قابل پیش‌بینی است. این زیرساخت‌ها شامل زیرساخت‌های شهری، ارتباطاتی، اطلاعاتی و تکنولوژیکی است و توسعه‌یافتگی این زیرساخت‌ها کاملاً در ارتباط مستقیم با میزان سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها است. به عنوان مثال کشورهایی که بیشترین سرمایه‌گذاری را در حوزه افزایش دسترسی به تکنولوژی نسل پنجم یا ۵G انجام می‌دهد، یا کشورهایی که بیشترین سرمایه‌گذاری را در افزایش ضریب نفوذ گوشی‌های هوشمند در جامعه دارند و تلاش می‌کنند تا بخش وسیع‌تری از جمعیت کشور به اینترنت و خدمات آنلاین دسترسی داشته باشند، همه در زمره کشورهایی هستند که برای آینده

امریکا از نظر شاخص تاب‌آوری اقتصادی جایگاه یازدهم دنیا را دارد و این شاخص برای آمریکا برابر با ۸۹.۹۵ است. این کشور از نظر تکنولوژی‌های مخابراتی و اطلاعاتی و سطح خدمات‌رسانی در حوزه بهداشت و درمان جایگاه بسیار خوبی دارد ولی از نظر سطح توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها شرایط مطلوبی ندارد

رده‌بندی کشورها بر مبنای شاخص تاب‌آوری اقتصادی (آمادگی برای مواجهه با بحران‌های بالقوه آینده)										
حداکثر شاخص تاب‌آوری ۱۵۰ و حداکثر امتیاز هر فاکتور ۱۰ است و شاخص از مجموع امتیاز تمامی فاکتورهای مربوطه به هر کشور در دو جدول به دست آمده است										
رتبه	نام کشور	زیرساخت‌های سایبری	تسلیمات سنتی	شاخص صلح جهانی	رکود اقتصادی	منابع طبیعی	تغییرات جوی	شرایط بسیار سخت آب و هوایی	امنیت سلامتی	تعداد تلفن به ازای هر نفر
۱	نروژ	۸۶۵	۰	۸۸۷	۰.۷	۹۵۷	۷.۶۵	۹.۴	۶.۳۵	۵۶۱
۲	کانادا	۹۵۹	۰	۱۰	۲.۵۴	۹۰.۶	۴.۰۹	۹.۰۹	۸.۴۲	۵۸
۳	فرانسه	۹۱۹	۰	۶۳۹	۲.۹۶	۹.۴۷	۰.۵۶	۹.۳۹	۰.۰۵	۱۰
۴	آلمان	۱۰	۰	۸۸۸	۳.۹۴	۹.۴۹	۰.۶۱	۹.۳۶	۶۶۲	۴۹۲
۵	استرالیا	۸۳۸	۰	۹۵۰	۵.۲۱	۷.۷	۱.۴۲	۸.۴۲	۸.۴۶	۳۷۲
۶	سوئیس	۶۷۶	۰	۹۶۱	۱.۹۷	۱۰	۱.۵۷	۹.۵۴	۶۸۱	۴۷۹
۷	هلند	۹۰۵	۰	۸۶۹	۰.۸۵	۹.۳۵	۲.۹۴	۷.۱۰	۸.۴۷	۶۱۳
۸	بریتانیا	۹۳۲	۰	۷۳۰	۲.۲۵	۸۸۵	۲.۴۶	۸.۹۶	۸.۹۲	۰
۹	سنگاپور	۸۲۴	۰	۹۸۷	۰.۸۵	۵۸۸	۱۰	۶.۹۹	۵.۲۱	۵۴۹
۱۰	اسپانیا	۷۴۳	۰	۷۶۴	۲.۶۸	۹.۲	۱.۲۲	۸.۸۹	۶۶	۴۰۱
۱۱	امریکا	۸۱۱	۰	۴۲۴	۳.۲۴	۸۵۲	۱	۹.۰۹	۱۰	۴۶۴
۱۲	ایتالیا	۶۲۲	۰	۷۷۶	۳.۳۸	۸۹۵	۰.۹۶	۸.۳۸	۴.۷۳	۵۵۶
۱۳	کره جنوبی	۳۷۸	۰	۹۹۷	۱.۴۱	۷.۷۴	۳.۷۲	۹.۰۷	۷.۴۳	۲۰۶
۱۴	لهستان	۶۸۹	۰	۷۹۵	۲.۵۴	۹۶۵	۳.۳۲	۹.۱۲	۴.۵۸	۴۴۶
۱۵	امارات	۵۵۴	۰	۷۴۱	۱.۲۷	۶۰۹	۹.۰۳	۸۸	۲.۹	۵۸

و اجرای سیاست‌های حافظ محیط زیست در انتهای فهرست قرار دارد، کشور امارات است و این ضعف امارات زمینه را برای کاهش کیفیت هوا در این کشور فراهم کرده است.

آینده را فراموش نکنید

متیو گریفین با اشاره به اینکه اغلب سیاست‌های وضع‌شده توسط دولت‌ها سیاست‌هایی مربوط به سال‌های آینده و حتی دهه‌های آینده است، تاکید کرد: «دولت‌ها برای آینده برنامه‌ریزی می‌کنند ولی کمتر برنامه‌ای است که به طور کامل اجرا شود. نکته مهم‌تر این است که هرچه اقتصاد یک کشور توسعه‌یافته‌تر یا اشباع‌شده‌تر باشد، برنامه‌ریزی‌های جاه‌طلبانه برای آینده کشور کمتر است. به عنوان مثال در کشوری مانند امریکا اغلب دولتمردان تنها برای حفظ شرایط خوب کنونی تلاش می‌کنند و این مسئله باعث عقب ماندن آنها از اقتصادهای در حال توسعه‌ای مانند چین و کره جنوبی می‌شود. این دو کشور آسیایی برنامه‌های بلندپروازانه‌ای دارند که بسیاری اجرا شدن آنها را غیر ممکن می‌دانند ولی آنها برای تحقق این برنامه‌ها اقدام به ارائه طرح‌های کوچک‌تری می‌کنند که زیرساخت لازم برای اجرای طرح اصلی را فراهم کند.»

به همین دلیل است که کشورهایی مانند چین و کره جنوبی و اندونزی با سرعت بیشتری از رکود اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا خارج می‌شوند

احیاشدنی و سرمایه‌گذاری در این حوزه، سطح انتشار گازهای گلخانه‌ای و سیاست‌های وضع‌شده برای مقابله با این معضل و سطح آلودگی هوا اهمیت زیادی دارند. از طرف دیگر کشورها باید بتوانند جوانان خود را برای بازار کار آماده کنند، باید اطلاعات مرتبط با تکنولوژی‌های روز دنیا و دنیای اینترنت را در اختیارشان قرار دهند و زمینه را برای اشتغال افراد بر مبنای سطح توانایی و قدرت علمی در سطوح بالای صنعتی و اقتصادی فراهم آورند. در این صورت است که زمینه برای توسعه‌یافتگی علمی و اقتصادی و برنامه‌ریزی صحیح برای آینده فراهم می‌شود.»

بررسی‌ها نشان داد سنگاپور از کشورهایی است که برترین سیاست‌های اقتصادی را وضع و اجرا کرده است و کشورهای آلمان و سوئیس از این نظر در رده‌های بعدی قرار دارند. در انتهای این فهرست کشور گویانا قرار دارد که یک کشور کوچک در آمریکای جنوبی است. از نظر وضع و اجرای سیاست‌های زیست محیطی که این روزها از آنها به عنوان مهم‌ترین مسئله دنیا نام برده می‌شود، کشور نروژ جایگاه اول را دارد و سوئیس و برزیل به ترتیب جایگاه دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند. دلیل قرار گرفتن برزیل در جایگاه سوم را هم می‌توان سرمایه‌گذاری کلان این کشور در تولید انرژی‌های احیاشدنی دانست که باعث شد تا وابستگی این کشور به سوخت‌های آلاینده و فسیلی برای تامین نیاز انرژی کشور، کمتر شود. کشوری که از نظر وضع

در سال جاری نروژ به عنوان کشوری که بالاترین تاب‌آوری را برای مقابله با بحران‌های آتی دارد، معرفی شده است. این کشور در جریان همه‌گیری کرونا هم آسیب زیادی متحمل نشد و با استفاده از سیاست‌های اقتصادی صحیح توانست از تشدید رکود اقتصادی جلوگیری کند

و تاثیر این بحران روی اقتصاد این کشورها کمتر از کشورهای صنعتی مانند امریکا و آلمان بود. در انتهای این گزارش به مسئله تغییرات جوی و مشکلی که دنیا با آن روبه‌رو است هم اشاره شد. متیو گریفین در این مورد نوشت: «تغییرات جوی را می‌توان بزرگ‌ترین چالش بشریت دانست. کشورهایی که بتوانند این مسئله را مدیریت کنند خواهند توانست کمترین آسیب را در مواجهه با تغییرات جوی متحمل شوند.»

به همین منظور شاخص ریسک محیط زیست توسط موسسه ژرمن واچ تهیه شده است که این شاخص به ارزیابی عملکرد کشورها در مواجهه با بحران‌های زیست محیطی از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۸ پرداخته است. این عملکرد مبنایی برای پیش‌بینی سیاست‌های آنها در سال‌های آتی است. طبق بررسی‌های انجام شده توسط این موسسه مطالعاتی کشور سنکاپور بالاترین آمادگی را برای مواجهه با تغییرات جوی دارد و در صورت روبه‌رو شدن با بحران‌های زیست محیطی می‌تواند با بالاترین سرعت به وضع عادی بازگردد. کشورهای امارات، ساحل عاج و نروژ از نظر این شاخص در رده‌های بعدی قرار دارند. طبق این مطالعه کشوری که کمترین احتمال مواجهه با بحران‌های ناشی از تغییرات آب و هوایی، سیل و طوفان‌های شدید را دارد عربستان سعودی است. پنج کشور اروپای غربی نیز در زمره کشورهایی قرار دارند که احتمال این تجربه در آنها بسیار کم است و کانادا و امریکا هم جایگاه هفتم و هشتم را دارند. به همین دلیل است که دونالد ترامپ در امریکا از پیمان زیست محیطی پاریس خارج شد و مشکل ناشی از تغییرات جوی را مشکل کشورهای دیگر خواند و نخواست در این سیاست با دنیا همراه شود. از جمله کشورهایی که بالاترین خطر در این حوزه را تجربه خواهند کرد می‌توان به نیجریه و بنگلادش اشاره کرد که افزایش شدید درجه حرارت هوا و در نهایت از بین رفتن توان تولید محصولات کشاورزی در بخش‌های زیادی از کشور را شاهد خواهند بود.

تجربه پاندمی کرونا در دنیا و تبعات آن باعث شده است تا دنیا به فکر افزایش تاب‌آوری خود در برابر چالش‌های پیش رو بیفتد. حال چالش‌های پیش رو می‌تواند تغییرات جوی، طوفان و سیل‌های ناگهانی یا یک پاندمی دیگر باشد که برای مدیریت آنها باید از همین امروز برنامه‌ریزی شود و با توجه به تجربه سال ۲۰۲۰ بهترین و کارآمدترین سیاست‌ها به کار گرفته شود.

منبع: نشریه آینده‌نگر

کارکنان‌های دولت اوباما تیم چین بایدن را تشکیل می‌دهند

تیم جدید

گرچه تقریباً آنتونی بلینکن گزینه اصلی هدایت وزارتخانه امور خارجه امریکا است اما دیگر گزینه‌ها را هم هنوز می‌توان بررسی کرد و جدای از آن کارنامه و جهت‌گیری بلینکن را هم بهتر شناخت. هفت سال پیش سوزان رایس، مشاور امنیت ملی وقت دولت اوباما، عنوان کرد که امریکا به دنبال «الگویی جدید برای روابط قدرت‌های بزرگ دنیا» با چین است. این حرف‌های او مشابه عبارتی بودند که شی جینپینگ، رئیس جمهوری چین، استفاده کرده بود تا از طریق آن روابط مطلوبش با امریکا را توصیف کند: «نوعی جدید از روابط ابرقدرت‌ها». کمتر از یک سال بعد هم رایس و هم اوباما دیگر از این عبارت استفاده نکردند زیرا متوجه شدند که شی خیلی قصد کنار آمدن با آنها را ندارد. در حال حاضر خانم رایس و معاون آن زمانش یعنی آنتونی بلینکن، از چهره‌های اصلی برای به دست گرفتن وزارت امور خارجه دولت جو بایدن هستند. برخی از مورد اطمینان‌ترین مشاوران اوباما در مورد چین، به دنبال این هستند که از این فرصت ثانویه هم بهره ببرند. این بار آنها توهمی درباره رهبر چین ندارند

بایدن استفاده بسیار زیادی از تیم کارمندان اوباما برای مسائل مربوط به چین خواهد کرد. عمده این افراد به احتمال زیاد از یک مکتب سنتی از سیاست خارجی می‌آیند که حاکی از تکیه به متحدان، داشتن معاهدات و نهادهای چندجانبه است. این گروه از افراد اساساً تفاوت‌هایی عمده با تیم چین ترامپ دارند.

نگرانی‌هایی درمورد حفظ کنترل سنا توسط جمهوری خواه‌ها ممکن است شانس رایس را پایین بیاورد زیرا آنها به هیچ وجه از او دل خوشی ندارند. بسیاری از آنها او را مقصر اصلی چیزی می‌دانند که از نظر آنها شکست سیاست اوباما مقابل چین بود. آن دسته از جمهوری خواهان که مقابل چین گارد اصلی را دارند، ترجیح می‌دهند وزارت خارجه به بلینکن برسد که او هم مدت زیادی همکار و دستیار بایدن بوده است. یک کاندیدای دیگر که کمتر از رایس جنجال‌برانگیز است، کریستوفر کونس نام دارد، سناتور دموکرات میانه‌رویی که مانند بایدن از ایالت دلور می‌آید.

مشاوران بایدن می‌گویند که دیدگاه همه این سه نفر که گزینه‌هایی



میشل فلورنی، معاون وزیر دفاع در دوره اوباما به احتمال زیاد رهبری پنتاگون را به دست بگیرد. او در ابتدای تابستان در مقاله‌ای عنوان کرده بود که آمریکا باید در آسیای شرقی مانورهای نظامی بیشتری داشته باشد تا به متحدانش در آن منطقه حمایت خود را نشان دهد.

داشته باشد تا به متحدانش در آن منطقه حمایت خود را نشان دهد. الی راتنر یکی از محبوب‌ترین افرادی که دموکرات است و موضعی سفت و سخت ضد چین دارد ممکن است در پنتاگون کنار خانم فلورنی قرار بگیرد.

تا این جای کار که روشن شده جنت یلن، رئیس فدرال رزرو در دولت اوباما که پیش از آن هم نایب رئیس این نهاد بود، وزارت خزانه‌داری را رهبری خواهد کرد و این خبر تا همین حالا با واکنش‌های مثبت فراوانی روبه‌رو شده است. وزارت خانه دیگری که در رابطه با چین بسیار مهم است، وزارت تجارت آمریکاست که صادرات و واردات را کنترل کرده و لیست سیاه کمپانی‌هایی که نباید با آن‌ها مبادله کرد را در اختیار دارد. برخی رهبران صنعت فناوری که چشم به بازار چین دوخته‌اند، کسی را در این وزارتخانه می‌خواهند که اندکی کارها را ساده‌تر کند. مگ ویتمن، مدیر عامل سابق شرکت اچ‌پی، که یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فناوری جهان است و کارهای زیادی در چین انجام می‌دهد یکی از چند نفری است که برای این کار در نظر گرفته شده‌اند. چنین انتخاب‌های باعث خشنودی غول‌هایی می‌شود که در سیلیکون‌ولی فعالیت می‌کنند. کوین وولف، که در دوران اوباما بر کنترل‌های صادراتی نظارت می‌کرد هم گزینه مطرح شده‌ای است که رابطه‌ای نسبتاً خوب با شرکت‌های فناوری دارد و احتمالاً دست‌کم ریاست اداره صنعت و امنیت را در وزارتخانه تجارت آمریکا بر عهده بگیرد.

بالقوه برای وزارت امور خارجه آمریکا به حساب می‌آیند، طی دو سال اخیر نسبت به چین سخت‌تر شده است و این مسئله راجع به دیگر اعضای سازوکار امور خارجه واشنگتن هم صادق است. سال گذشته رایس موضعی بسیار سفت و سخت درباره هواوی گرفت و از کانادا خواست که این غول ارتباطی را از شبکه ۵ جی خود بیرون نگه دارد. بلینکن گفته است که بعضی فرضیات درباره ارتباط گرفتن با چین تا این جا اشتباه از آب درآمده‌اند. با این حال او گفته است به عنوان فردی که به توافق‌های بین‌المللی مانند کنترل اسلحه یا معاهدات اقلیمی باور دارد، قطعاً جا برای همکاری وجود خواهد داشت.

گزینه‌های دیگر

اگر بلینکن به وزارت خارجه نرسد، احتمالاً سمت مشاور امنیت ملی را به او بسپارند. این پست کاخ سفیدی بسیار مناسب اوست زیرا او سال‌هاست که با بایدن همکاری می‌کند. این امکان هم وجود دارد اگر رایس به وزارت نرسد، پست مشاور امنیت ملی را به او بسپارند زیرا این پست نیازمند تایید سنا نیست. هنوز روشن نیست که آیا او سمت قدیمی خود را قبول خواهد کرد یا خیر.

تیم قدیمی اوباما از گرفتن پست‌های ارشد دیگر اطمینان دارند. میشل فلورنی، معاون وزیر دفاع در دوره اوباما به احتمال زیاد رهبری پنتاگون را به دست بگیرد. او در ابتدای تابستان در مقاله‌ای عنوان کرده بود که آمریکا باید در آسیای شرقی مانورهای نظامی بیشتری

شاخص‌ها از آینده چه می‌گویند؟

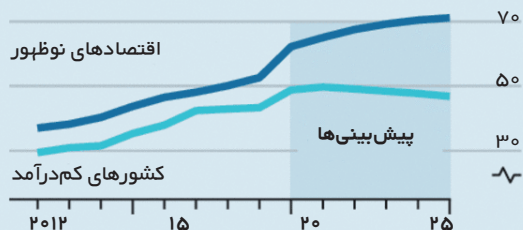
جهان به روایت نمودارها

انبار بدهی

این روزها هم اقتصادهای کم‌درآمد و هم اقتصادهای نوظهور با بحران بدهی روبه‌رو هستند. البته بررسی‌ها نشان می‌دهد این بحران برای اقتصادهای نوظهور جدی‌تر و بحرانی‌تر از اقتصادهای کم‌درآمد و فقیر است. اخیراً کشورهای عضو گروه ۲۰ نشست و بیناری برگزار کردند و در این نشست از لزوم رسیدگی به بدهی کشورهای فقیر و اقتصادهای نوظهور هم سخن به میان آمد. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد بدهی‌های اقتصادهای نوظهور طی سال‌های آینده افزایش پیدا خواهد کرد.

بدهی خالص دولت

درصد از تولید ناخالص داخلی

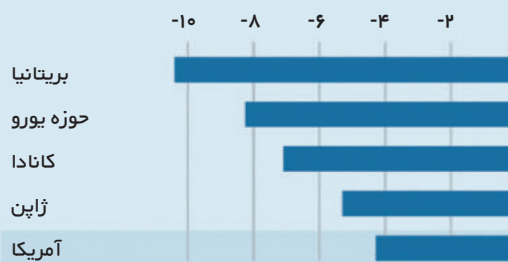


اقتصادی که بایدن به ارث می‌برد

بالاخره جو بایدن موفق شد از جبهه دموکرات‌ها، دونالد ترامپ را شکست دهد و به کاخ سفید راه پیدا کند. اما او چه اقتصادی را در آمریکا به ارث می‌برد؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد بایدن در ماه‌های آینده با چالش‌های اقتصادی بسیاری روبه‌رو خواهد شد. او باید با بحران‌های مختلف دست‌وپنجه نرم کند. آمریکایی‌ها به بایدن رای داده‌اند تا وضعیت اقتصادی را بهبود ببخشد، اما واقعیت این است که بایدن از همین ابتدا با چالش‌های بسیار روبه‌رو است.

پیش‌بینی تولید ناخالص داخلی

درصد کاهش نسبت به سال گذشته ۲۰۲۰

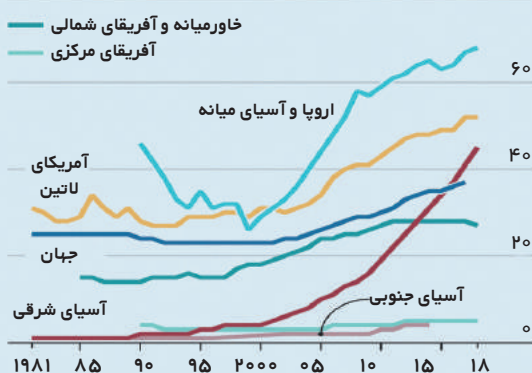


دنیای جدید فقرا

تعداد افرادی که با درآمد بیشتر از ۱۰ دلار در روز زندگی می‌کنند در حال افزایش است. البته این افراد هنوز هم ثروتمند محسوب نمی‌شوند. اما یک نکته در مورد آن‌ها وجود دارد و آن هم سبک زندگی‌شان است. با اینکه پول زیادی ندارند، اما سبک زندگی آن‌ها به شدت شبیه به افرادی شده‌است که بسیار ثروتمند هستند. این شاید بخشی از اثرات جهانی‌سازی باشد. در واقع فرهنگ خرج کردن پول به نوعی جهانی شده‌است.

دو تا اسپرسو لطفا!

جمعیتی که با بیش از ۱۰ دلار در روز زندگی می‌کنند، درصد

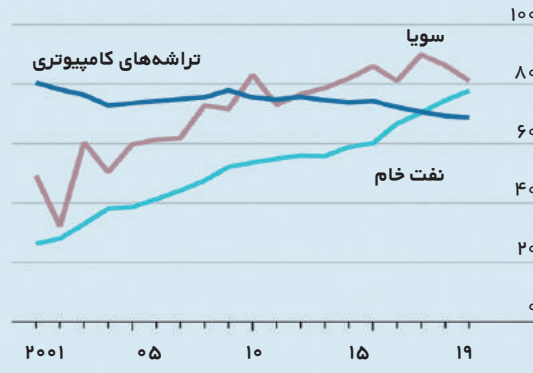


خوداتکایی چینی

چین به دلیل جمعیت زیادی که دارد نقش مهمی در بازار مصرف ایفا می‌کند. این کشور هم در زمینه تولید و هم در زمینه مصرف، پایه‌ای آمریکا در جهان پیش می‌رود. اما سیاستی که اخیراً چینی‌ها دنبال می‌کنند، استقلال و خودکفایی است. این کشور تمام تلاشش را به کار بسته‌است تا خودش را از اتکا به محصولات خارجی، بیرون کند و تا جای ممکن محصولات مورد نیاز خودش را خودش تولید کند. در بسیاری از موارد هم در این زمینه موفق بوده‌است.

هدفی بسیار پایین‌تر

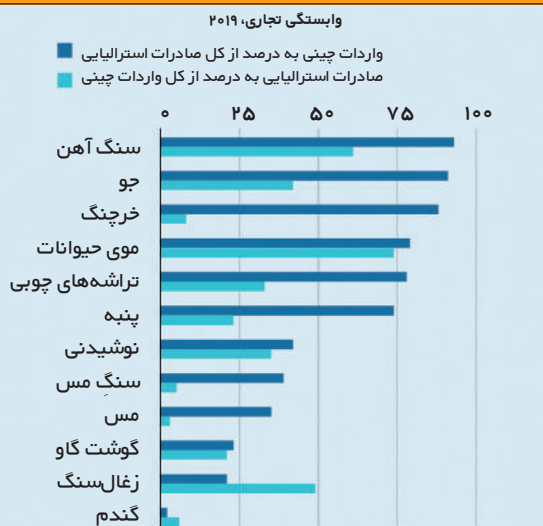
چین، واردات به درصد از مصرف داخلی



دعای چین و استرالیا

چین و استرالیا مدتی است که با هم وارد تنش های تجاری شده اند. در حال حاضر چین بیش از هر زمانی تلاش می کند واردات خود را از این کشور کاهش دهد. بررسی ها نشان می دهد به صورت کلی رابطه تجاری ناپایداری میان چین و استرالیا برقرار است. اکنون چین با اعمال تعرفه و محدودیت های جدید به دنبال کاهش واردات از استرالیا است. این جریان می تواند به زودی، استرالیا را تحت فشار قرار دهد. چین تقریباً این قوانین را برای همه محصولات استرالیایی اجرا کرده است.

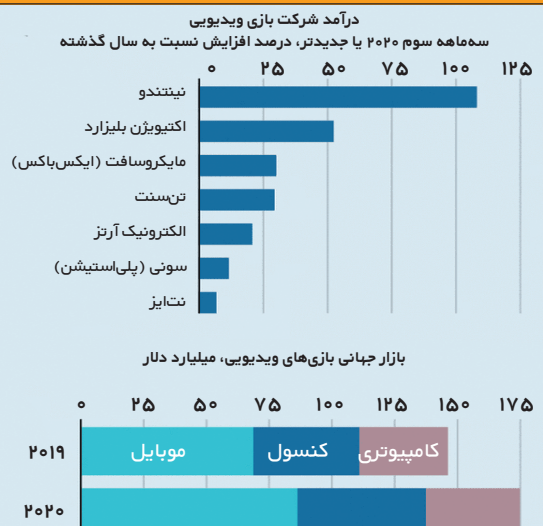
دنیای نابرابر



بازی ها در راه اند

هربار که تکنولوژی پیشرفت می کند، نسل جدیدی از کنسول های بازی هم به میدان می آید. این روزها هم نوبت به دستگاه پلی استیشن ۵ رسیده است. صنعت این بازی ها به کلی متحول شده است. اما اکنون با کرونا به نظر می رسد که این تحول جدی تر هم شده است. مردم در خانه می نشینند و چاره ای ندارند جز اینکه سر خودشان را با چیزی گرم کنند. در این شرایط چه چیزی بهتر از یک کنسول بازی است؟ شاید عصری جدید برای بازی ها در راه باشد.

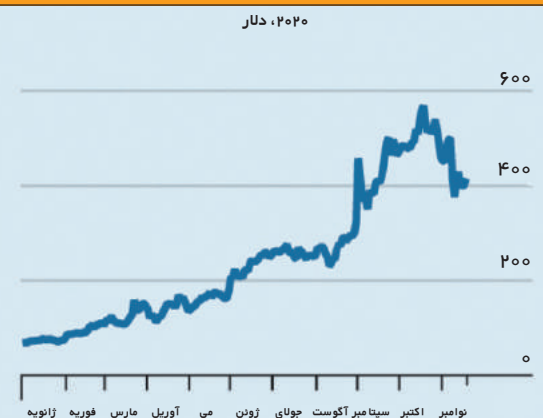
پیشرفت



سهام زوم سقوط کرد

شاید خیلی ها پیش از شیوع کرونا اطلاع چندانی از شرکت ارتباطات تصویری زوم نداشتند. اما شیوع کرونا کاربرد این شبکه ارتباطی را بیشتر کرد و به همین دلیل ارزش سهام این شرکت هم افزایش پیدا کرد. اما حالا که خبرهای خوبی از کشف واکسن منتشر شده است، ارزش سهام این شرکت هم سقوط کرده است. البته این شرکت نشست های رایگان زیر ۴۰ دقیقه هم داشته است اما کشف واکسن خبر خوبی برای سهام این شرکت نبوده است.

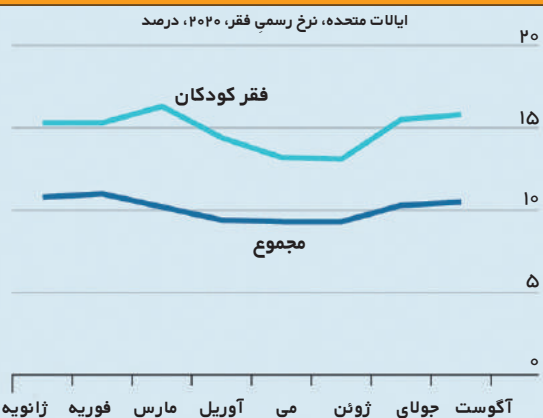
ارزش سهام زوم



چهره فقر

آمریکا بزرگ ترین اقتصاد جهان است. اما این کشور به شدت با ویروس کرونا درگیر شده است و همین مسئله باعث شده است که وضعیت خوبی نداشته باشد. فقر هنوز مسئله ای حل نشده در این کشور است. به ویژه فقر کودکان هنوز در این کشور به قوت خودش باقی است. البته سیاست های بسیاری در این کشور در پیش گرفته شده است تا جلوی فقر را بگیرند. اما فقر همچنان به عنوان یک معضل، با قوت و قدرت باقی است.

بازگشت به واقعیت



رسوب زدایی پکیج شوفاژ دیواری

بود. این اتفاق در شیرها یا شوفاژها رخ می‌دهد.
■ گاهی آب به دمای مد نظر می‌رسد اما این اتفاق با کندی و بسیار دیر انجام خواهد شد.
■ صداهای ناهنجاری مانند تق تق و ضربات به قطعات داخلی هم می‌تواند نشانه محکمی باشد.
■ افزایش ناگهانی و نامنظم فشار داخلی و نوسان‌های شدید عقربه بارسنج

این نشانه‌ها، در اغلب موارد نشان از الزام به انجام رسوب‌گیری دارند اما همیشه و به طور مطلق این مسئله صادق نیست. اما در کنار این نشانه‌ها، در برخی از پکیج‌های خاص، یک کد «ارور» خاص برای الزام به رسوب‌گیری پکیج دیواری وجود دارد. شما می‌توانید با مطالعه دفترچه پکیج، همچنین کسب اطلاع از مشاوران و متخصصان مربوط به گارانتی پکیج دیواری، اطلاعات کافی را در این مورد به دست آورید.

روش‌های رسوب‌گیری پکیج

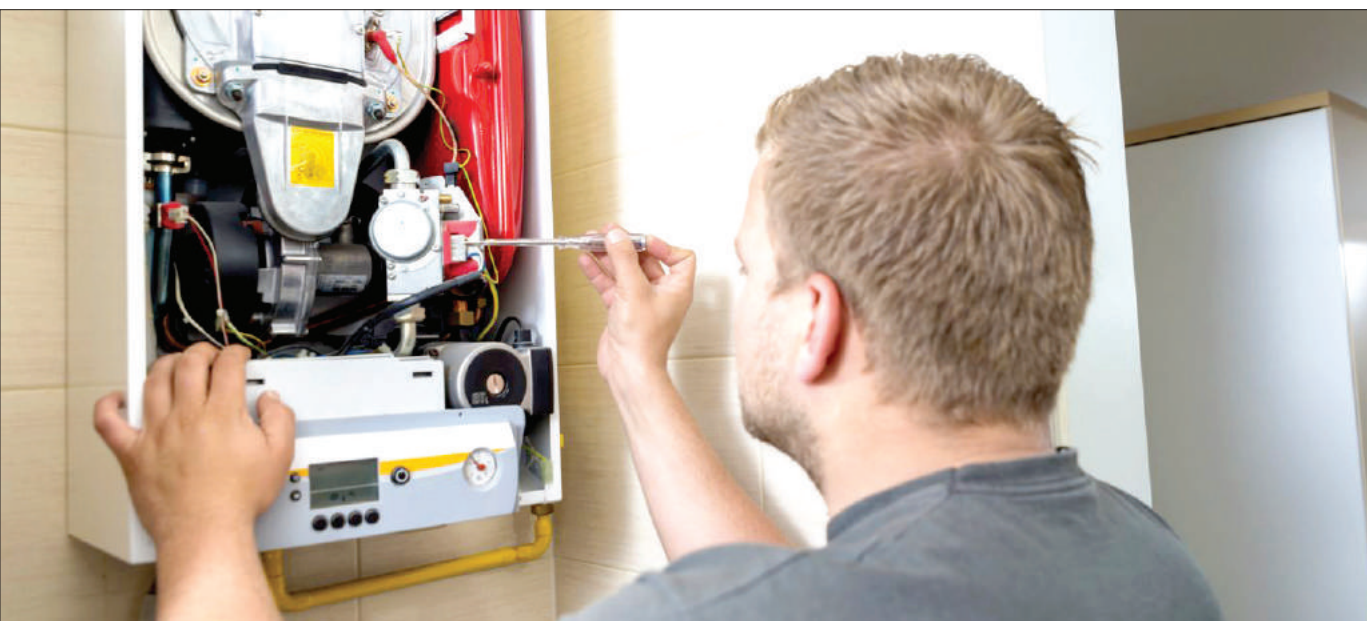
رسوب زدایی پکیج امری تخصصی بوده و نیازمند آموزش تعمیر پکیج دیواری و مهارت‌های مربوط به آن می‌باشد. معمولاً رسوب زدایی پکیج دیواری با دو روش متداول انجام می‌گیرد که هر یک از مراحل مختلفی تشکیل شده‌اند. این دو روش متمایز به شرح

پکیج دیواری نیز، مانند هر وسیله دیگری، به سرویس و نگهداری مداوم نیاز دارد. سرویس پکیج دیواری، مجموعه اعمال و بررسی‌هایی را شامل می‌شود و یکی از موارد کلیدی آن، رسوب‌گیری است. در ادامه ضمن نگاهی به نشانه‌های نیاز به رسوب‌گیری پکیج دیواری، مروری بر نحوه انجام آن خواهیم داشت. توجه داشته باشید که رسوب‌گیری پکیج حتماً باید توسط تعمیرکاران آموزش دیده و مجاز انجام شود.

نشانه‌های نیاز به رسوب زدایی پکیج دیواری

یکی از پرسش‌هایی که کاربران به طور معمول با آن مواجه هستند، این است که انجام رسوب‌گیری پکیج دیواری چه زمان الزامی است. برخی نشانه‌هایی که می‌توان به معنی الزامی بودن رسوب‌گیری پکیج دیواری باشد را در ادامه بررسی خواهیم کرد. دقت داشته باشید که هر یک از این نشانه‌ها، به خودی خود می‌تواند ناشی از مشکلات دیگری باشد اما به احتمال زیاد مشکل با انجام رسوب‌گیری پکیج دیواری رفع خواهد شد.

■ افت شدید و محسوس فشار آب گرم در نقاط مختلف منزل؛ شیرهای حمام یا دستشویی
■ افت فشار پکیج دیواری در گرم کردن آب؛ به طوری که با افزایش دمای پکیج، به تناسب شاهد افزایش گرمی آب نخواهید





زیر هستند:

■ روش سنتی با استفاده از مواد اسیدی که در اصطلاح به آنها جرم گیر گفته می شود.

■ روش مدرن که با استفاده از پمپ انجام می شود.

در ادامه هر یک از این روش ها به تفصیل بررسی خواهد شد.

روش سنتی رسوب گیری پکیج دیواری (با استفاده از مواد اسیدی)

در این روش از مواد اسیدی که به اصطلاح جرم گیر نامیده می شوند استفاده شده و کل مراحل مبتنی بر گردش این ماده در فضای داخلی لوله ها خواهد بود. مراحل اصلی کار به شرح زیر است: قطع اتصال پکیج به انشعاب برق و گاز به طوری که عملاً هیچ یک از این دو وارد وسیله نشود. دقت داشته باشید که در عمل انجام این کار به معنی خاموشی کامل پکیج دیواری است. با دقت کافی کاور جلویی پکیج دیواری را باز و پس از مطالعه دفترچه راهنما، آب باقی مانده درون وسیله را خالی کنید. مبدل پکیج دیواری را باز کرده و از وسیله خارج کنید. انجام این کار باید با دقت کافی و بدون آسیب زدن به آن انجام شود. مبدل را که در مرحله قبل از وسیله خارج کردید، درون آب غوطه ور کنید. این کار باید به طریقی انجام شود که آب تا میانه مبدل برسد.

از یک طرف ماده اسیدی یا همان جرم گیر را وارد مبدل کنید. ماده پاک کننده از یک سو وارد و از سوی دیگر به سمت آب تخلیه خواهد شد. در هنگام انجام این کار مراقبت کافی را در مورد دستان و محیط اطراف داشته و از پاشیدن جرم گیر ممانعت کنید.

پس از انجام چندباره این حرکت و جریان یافتن جرم گیر به آرامی، آب را یکباره و به فشار از میان آن عبور دهید تا رسوبات به طور ملموسی خارج شوند.

حال پس از اتمام مراحل فوق می توانید مبدل را با دقت و ضمن رعایت اصول مجدداً در جای خود بسته و محکم کنید.

دقت داشته باشید که انجام هر یک از مراحل رسوب گیری پکیج که در بالا مورد اشاره واقع شد، مستلزم اطلاع از برخی نکات جانبی بوده و انجام آن بدون تخصص فاقد توجیه است. پس پیشنهاد می کنیم اگر شناخت دقیقی از وسیله نداشته و نسبت به تمام نکات و ملاحظات جانبی آگاهی ندارید، از انجام این کار به شکل

انفرادی اجتناب کنید.

رسوب گیری پکیج به روش مدرن با استفاده از پمپ

در این روش رسوب گیری، انجام کار به مراتب ساده تر می باشد. استفاده از پمپ کمک می کند تا شما نیازی به باز کردن کامل مبدل نداشته و بتوانید بدون خارج کردن آن، عملیات را تکمیل کنید. در این روش نیز به ماده جرم گیر نیاز است اما با این تفاوت که ماده مذکور به داخل مبدل، پمپ خواهد شد. مراحل انجام رسوب گیری پکیج دیواری با این روش، به شرح زیر است:

در این روش نیز باید اتصال وسیله با انشعاب ها قطع شود.

شیر ورودی را بسته و شیر پرکن را باز کنید.

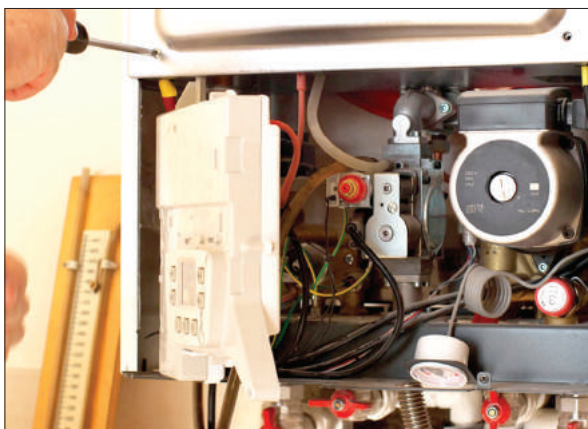
آب موجود در دستگاه را تخلیه کنید. برای این کار می توانید نزدیک ترین شیر آب گرم به پکیج را باز کنید. پمپ را درون ظرفی که حاوی محلول رقیق آب و اسید است قرار دهید.

یک طرف پمپ را به ورودی مبدل و سر دیگر آن را به خروجی متصل کنید.

پمپ را روشن کرده و به دفعات در طول ۱۵ ال ۲۰ دقیقه پمپاژ مواد را ادامه دهید.

در انتها پمپ را از مبدل جدا کرده و آن را به حالت عادی عملکرد وسیله برگردانید.

منبع: www.fannibarg.com



قرارداد مشاوره و ساختار شش گانه چیست و در عقد قرارداد چه تأثیری دارد؟

■ دکتر سهراب چینی فروشان

■ مشاور عالی کسب و کار و مارکتینگ و مدرس دانشگاه تهران



واولیه خود را طی می کند میزان آشنایی و شناخت فعالان بازار نسبت به ماهیت و نحوه کار در این زمینه بسیار جزئی است و از آن طرف برخی از مشاوران فاقد مهارتها و تجربه کاری لازم می باشند و نهایتاً در مواردی شاهد هستیم که طرفین قرارداد با نارضایتی و اختلاف مجبور به قطع همکاری و فسخ قرارداد شده اند.

مشکلات در روند کار پس از عقد قرارداد بین مشاوره دهنده و مشاوره گیرنده عمدتاً از یکسو

به دلیل عدم آگاهی از نحوه کار و مکانیسم ارائه خدمات مورد نظر جهت حل مشکل یا مشکلات مشاوره گیرنده می باشد و البته در مواردی هم مشکل درست تشخیص داده نشده است و طبیعتاً با فرض گزاره غلط، نتیجه غلط حاصل می شود و از سوی دیگر به دلیل عدم مهارت و تجربه لازم مشاور برای ورود به موضوع مورد مشاوره بوده است و یا مشاوره گیرنده تعریف دقیق و شفاف از تعهدات مورد مشاوره و نتایج توافق شده ندارد.

نکته مهم در نقطه صفر خدمات مشاوره ای راستی آزمایی ملاحظات بالا می باشد تا طرفین روی موضوع مورد مشاوره تعبیر و تفسیر درستی داشته باشند. با توجه به ذات خدمات مشاوره ای و منحصر به فرد بودن هر پروژه کاری و به عبارت دیگر هیچ دو قرارداد مشاوره ای شبیه هم نیستند، در گام بعدی داشتن یک ساختار قراردادی جامع که برای انواع موضوعات مورد مشاوره در حوزه بازاریابی و فروش کار کرد داشته باشد یک ضرورت است.

ساختار مدل قرارداد مشاوره ای که با نگاه خرد به کلان و رویکرد بازار ایران به صورت تخصصی در حوزه مشاوره بازاریابی و فروش قابل استفاده می باشد، حاصل سال ها تجربه کاری شخصی در شرکت های بزرگ و کوچک ایرانی و همچنین شعب خارجی شرکت های بین المللی فعال در بازار ایران است.

این ساختار به ۶ گروه کلی تقسیم می شود که بسته به نیاز مورد مشاوره بازاریابی و فروش، قیمت گذاری و هزینه های تحمیل شده را برای طرفین شفاف می کند تا با لحاظ کردن مزایا و معایب هر گروه

آیا در حال حاضر از میزان سودی که کسب می کنید، راضی نیستید؟ آیا به دنبال بهبود بخشی از کسب و کارتان مثل بازاریابی و فروش هستید؟ برای گرفتن یک مشاوره با ارزش، یک مشاور مستقل می تواند راه حل بسیار خوبی باشد. با این حال، گرفتن مشاوره و راهنمایی باید به صورت مستند، جزئی از قرارداد مشاوره باشد. به صورت متداول در قرارداد مشاوره که با نام قرارداد خدمات مشاوره هم شناخته می شود، با

وجود اینکه حقوق و تعهدات بین کارفرما و مشاور مشخص می شود ولی عمدتاً شاهد اختلافات و نارضایتی های طرفین هستیم. به همین دلیل، به منظور شفافیت موضوع مورد مشاوره برای طرفین و به حداقل رساندن اختلافات در آینده، تشخیص و شناسایی موضوع مورد مشاوره و همچنین انتخاب چارچوب قراردادی متناسب با آن که نحوه ارائه خدمات و تعهدات هر یک از طرفین را با جزئیات لازم تبیین کند یک تخصص لازم الاجرا می باشد که منتج به ارتقا کیفیت خدمات و همچنین بالا بردن رضایت مندی طرفین می شود. عمدتاً در صنایع و کسب و کار، قرار دادها به صورت تیپ طراحی شده و تنها در مواردی خاص اقدام به تغییرات در مفاد و بندهای قرارداد می شود. قرار دادی که یکبار طراحی و تنظیم گشته و به صورت واحد و یکسان در طول سنوات از این استفاده می شود، مشکلات خود را به دنبال خواهد داشت. طبیعتاً در صنایع مختلف با تغییرات اقتصادی و ملاحظات چرخه صنعت در هر دوره اقتصادی نیازها و روشهای بر آورده کردن این نیازها دستخوش تغییر می شود. همان طور که مشتری به لحاظ رفتار خرید در عصر دیجیتال تغییر قابل توجهی کرده است، این تغییرات در چرخه صنعت نیز از تولید و تأمین تا بازار و مصرف کننده تسری یافته است. لذا نحوه تعامل بین اعضای این چرخه نیز با تغییرات و پیچیدگی هایی مواجه شده است که با نیاز سنجی سود و زیان طرفین قراردادی تدوین بشود که ضامن منافع حداکثری دو طرف باشد.

با توجه به اینکه صنعت مشاوره در بازار ایران مراحل ابتدایی

می کند

اگر نیاز به تمدید زمان بیشتری برای تحویل پروژه باشد و زمان تحویل با تأخیر انجام شود سود کمتری نصیب شرکت می شود. در این مدل قیمت گذاری معمولاً درصدی بابت هزینه های دیده نشده و غیر قابل پیش بینی منظور می شود که مشتریان بهای آن را پرداخت می کنند. بهترین شرایط برای پیشنهاد قیمت ثابت زمانی است که خواسته مشتری مشخص و قابل فهم برای طرفین باشد و همچنین بودجه مشخصی در نظر گرفته شده باشد.

..... شرکت مشاوره مشتری

مزایا با حجم کاری بیشتر و کوتاه کردن زمان تحویل، سودآوری بیشتر می شود مشتری قیمت دقیق را می داند و بر مبنای این بودجه بندی می کند. معایب اگر نیاز به تمدید زمان بیشتری برای تحویل پروژه باشد و زمان تحویل با تأخیر انجام شود سود کمتری نصیب شرکت می شود در این مدل قیمت گذاری معمولاً درصدی بابت هزینه های دیده نشده منظور می شود که مشتری بهای این را پرداخت می کند.

منجر به انتخاب کارآمدترین گروه قراردادی از ساختار ۶ گانه شوند. با استفاده ساختار مورد نظر هر دو سر طیف از مزایای آن بهره مند خواهند شد، یک سر این طیف یعنی مشاور که قاعدتاً تجربه و دانش قابل توجهی در زمینه بازاریابی و فروش دارد به ارزیابی دقیق نقاط قوت و ضعف کسب و کار می پردازد و با انتخاب یکی از گروه های ساختار ۶ گانه قراردادی به بهبود عملکرد و برند شما کمک می کند و سر دیگر طیف یعنی مشاوره گیرنده با درک دقیق و کامل از جزئیات و نحوه ارائه خدمات مورد نظر اقدام به توشیح قرارداد می کند.

در ادامه به توضیح و تفسیر کامل این ۶ گروه قراردادی می پردازم.

۱- پیشنهاد قیمت ثابت

این روش مجموعه دامنه ای از فعالیت های کاری است که شرکت مشاوره به طور دقیق و کامل شرح خدمات را به مشتری منتقل می کند و قیمت را نیز دقیقاً اعلام می کند. با حجم کاری بیشتر و کوتاه کردن زمان تحویل، سودآوری بیشتر می شود. مشتری قیمت دقیق را می داند و بر مبنای آن بودجه بندی

مشتری	شرکت مشاوره
مشتری قیمت دقیق را می داند و بر مبنای این بودجه بندی می کند	با حجم کاری بیشتر و کوتاه کردن زمان تحویل سودآوری بیشتر می شود	مزایا
در این مدل قیمت گذاری معمولاً درصدی بابت هزینه های دیده نشده منظور می شود که مشتری بهای این را پرداخت می کند	اگر نیاز به تمدید زمان بیشتری برای تحویل پروژه باشد و زمان تحویل با تأخیر انجام شود سود کمتری نصیب شرکت می شود	معایب

..... شرکت مشاوره مشتری

مزایا شما می توانید صورتحساب مربوط به ساعات منظور شده را ثبت و ارسال کنید با این روش نگران طولانی شدن زمان اتمام پروژه نخواهید بود مشتری در صورت نیاز می تواند خواسته و تصمیم اولیه را تغییر دهد الزامی به قید کردن جزئیات و دامنه فعالیت های مشاوره در قرارداد نیست. معایب در این روش ارزش پیشنهادی تان که شامل دانش و تجربه تیم شما است در قیمت مشاوره لحاظ نمی شود مشتری برای بودجه بندی و بر آورد هزینه با چالش روبه روست.

۲- قیمت بر مبنای ساعت کارکرد

شرکت مشاوره و مشتری روی مبلغ پرداخت ساعتی به توافق می رسند. شرکت ساعت های ارائه مشاوره را ثبت کرده و صورتحساب مربوطه را برای مشتری به صورت ماهانه (بر مبنای توافق فی مابین در خصوص زمان پرداخت) ارسال می کند. بهترین شرایط برای این روش زمانی است که پروژه های مشاوره در زمینه پیاده سازی و بروز رسانی، ... است. شامل فعالیت های کوچک که تعریف آنها در مجموعه دامنه کاری مشکل است.

مشتری	شرکت مشاوره	...
مشتری در صورت نیاز می تواند خواسته و تصمیم اولیه را تغییر دهد. الزامی به قید کردن جزئیات و دامنه فعالیت های مشاوره در قرارداد نیست.	شما می توانید صورتحساب مربوط به ساعات منظور شده را ثبت و ارسال کنید با این روش نگران طولانی شدن زمان اتمام پروژه نخواهید بود.	مزایا
مشتری برای بودجه بندی و بر آورد هزینه با چالش روبه روست	در این روش ارزش پیشنهادی تان که شامل دانش و تجربه تیم شما است در قیمت مشاوره لحاظ نمی شود.	معایب



۳- پیش پرداخت

درآمد به خود اختصاص می‌دهد که برای گردش پول و رشد پایدار کسب و کار مناسب است مشتری به دلیل تضمین در خواست تعداد ساعت‌های مشخص به صورت ماهانه امکان چانه زنی دارد معایب کاهش قیمت برای گرفتن پروژه حاشیه سود را کاهش می‌دهد در هر مرحله از اجرای پروژه تأییدیه لازم برای ثبت ساعت منظور می‌شود می‌بایست از تعداد ساعت‌های تخصیص یافته در هر ماه استفاده در غیراین صورت به ماه بعد منتقل نمی‌شود و شرکت مشاوره مبلغ را کاملاً دریافت خواهد کرد.

نحوه قیمت‌گذاری این مدل نیز بر اساس ساعت کارکرد محاسبه می‌شود با این تفاوت که به واسطه درخواست میزان معین و تعداد ساعت مشاوره به صورت ماهانه، از شرکت مبلغی را به عنوان تخفیف برای مشتری در نظر می‌گیرند که تعداد ساعت‌ها در طول ماه در صورتی که استفاده نشود به ماه بعد قابل انتقال نیست.

..... شرکت مشاوره مشتری

مزایا شرکت مشاوره مبلغ ثابت و مشخصی را هر ماه به عنوان

....	شرکت مشاوره	مشتری
مزایا	شرکت مشاوره مبلغ ثابت و مشخصی را هر ماه به عنوان درآمد به خود اختصاص می‌دهد که برای گردش پول و رشد پایدار کسب و کار مناسب است	مشتری به دلیل تضمین در خواست تعداد ساعت‌های مشخص به صورت ماهانه امکان چانه زنی دارد.
معایب	کاهش قیمت برای گرفتن پروژه حاشیه سود را کاهش می‌دهد در هر مرحله از اجرای پروژه تأییدیه لازم برای ثبت ساعت منظور می‌شود.	می‌بایست از تعداد ساعت‌های تخصیص یافته در هر ماه استفاده در غیر این صورت به ماه بعد منتقل نمی‌شود و شرکت مشاوره مبلغ را کاملاً دریافت خواهد کرد.

..... شرکت مشاوره مشتری

مزایا درآمد پایدار و حجم کاری تعریف شده برای مدت زمان مشخص مشتری بابت خرید خدمات و ساعت‌های مشاوره از تخفیف برخوردار می‌شود معایب کاهش قیمت به کاهش حاشیه سود منتج می‌شود و ساعت‌های مشاوره مورد نیاز شناور است مشتری بابت ساعت‌های مورد نیاز در آینده پرداخت اولیه قابل توجهی به شرکت انجام می‌دهد.

۴- سبندی از مجموعه ساعت‌های کارکرد

مشابه مدل پیش پرداخت است با این تفاوت که ساعت‌های استفاده نشده توسط مشتری در هر ماه قابل انتقال در چارچوب بازه زمانی توافق شده می‌باشد. برای مثال مدت ۶ ماه قیمت آن در مقایسه با قیمت ساعت متعارف کمتر می‌باشد. بهترین شرایط برای این روش مشتریانی هستند که از ماهیت نیاز خود برای بهره‌گیری از نوع مشاوره شناخت نسبی ندارند اما محدودیت زمانی مدل پیش پرداخت را مانعی پیش روی اجرای پروژه می‌بینند.

...	شرکت مشاوره	مشتری
مزایا	درآمد پایدار و حجم کاری تعریف شده برای مدت زمان مشخص	مشتری بابت خرید خدمات و ساعت‌های مشاوره از تخفیف برخوردار می‌شود
معایب	کاهش قیمت به کاهش حاشیه سود منتج می‌شود و ساعت‌های مشاوره مورد نیاز شناور است.	مشتری بابت ساعت‌های مورد نیاز در آینده پرداخت اولیه قابل توجهی به شرکت انجام می‌دهد.



۵- نیروی انسانی اختصاصی

در این مدل یک یا تعدادی از نیروهای کاری شرکت مشاوره، برای مدت زمان تعیین شده و جهت انجام پروژه انتقال پیدا می‌کند. ساختار قیمت‌گذاری نیز بر مبنای سطح توانایی و مهارت نیرو می‌باشد.

این مدل برای شرایطی مناسب است که پروژه درازمدت با مجموعه دامنه کاری متنوع که در ابتدا به سختی قابل تفکیک است و همچنین برای مشتری که نیاز موقت به توسعه نیرو (منابع انسانی) دارد.

۵-۱- شرکت مشاوره مشتری

مزایا شرکت از نقدینگی و گردش پول بهره‌مند می‌شود. امکان توسعه و رشد پیدا می‌کند مشتری با در اختیار گرفتن نیروی کاری شرکت مشاوره می‌تواند زمینه انتقال دانش و مهارت به تیم خود را فراهم کند. معایب تخصیص یک نیرو برای مشتری موجب عدم فعالیت و سرویس دهی به پروژه‌های در حال انجام شرکت مشاوره می‌شود مشتری باید طی برنامه‌ریزی دقیق حجم کاری را متناسب با توان نیروی جدید انجام دهد و همچنین کمک به ایجاد ارتباط انسانی با اعضای تیم خود را فراهم کند.

مشتری	شرکت مشاوره	مزایا
مشتری با در اختیار گرفتن نیروی کاری شرکت مشاوره می‌تواند زمینه انتقال دانش و مهارت به تیم خود را فراهم کند	شرکت از نقدینگی و گردش پول بهره‌مند می‌شود. امکان توسعه و رشد پیدا می‌کند.	
مشتری باید طی برنامه‌ریزی دقیق حجم کاری را متناسب با توان نیروی جدید انجام دهد و همچنین کمک به ایجاد ارتباط انسانی با اعضای تیم خود را فراهم کند.	تخصیص یک نیرو برای مشتری موجب عدم فعالیت و سرویس دهی به پروژه‌های در حال انجام شرکت مشاوره می‌شود.	معایب

۶- شراکت

در این مدل طرفین قرارداد در سود و زیان پروژه شریک هستند. این توافق بر مبنای رشد فروش تنظیم می‌گردد. بهترین شرایط برای این مدل زمانی است که از یک طرف شرکت مشاوره اطمینان و مهارت لازم برای اندازه‌گیری ارزش پیشنهادی به مشتری را داشته و از طرف دیگر مشتری بودجه کافی برای پرداخت خدمات شرکت را در زمان شروع قرارداد ندارد.

۶-۱- شرکت مشاوره مشتری

مزایا در صورتی که به نتایج دلخواه برسید، سود قابل توجهی به دست می‌آید با آغاز پروژه مشتری مبلغ کمی را پرداخت کرده تضمین می‌کند در صورت موفقیت پروژه و رشد فروش با شرکت مشاوره در سود شریک شود. معایب با نرسیدن به هدف و نتیجه درآمدی حاصل نمی‌شود اگر به نتایج دلخواه و مطلوب برسند مشتری پول بیشتری را به شرکت مشاوره پرداخت خواهد کرد.

مشتری	شرکت مشاوره	...
با آغاز پروژه مشتری مبلغ کمی را پرداخت کرده تضمین می‌کند در صورت موفقیت پروژه و رشد فروش با شرکت مشاوره در سود شریک شود.	در صورتی که به نتایج دلخواه برسید، سود قابل توجهی به دست می‌آید.	مزایا
اگر به نتایج دلخواه و مطلوب برسند مشتری پول بیشتری را به شرکت مشاوره پرداخت خواهد کرد.	با نرسیدن به هدف و نتیجه درآمدی حاصل نمی‌شود	معایب

اقتصاد جهان قربانی «کووید ۱۹»

پساکروناپی نگاه می‌شود که دلیل اصلی آن هم کشف و تولید تعداد زیادی واکسن کرونا و آماده شدن دنیا برای واکسیناسیون جهانی است.

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) هم با ۳۷ عضو در این زمینه مطالعاتی داشته و راهکارهایی ارائه داده است. مطالعات این سازمان با بررسی میزان تولید ناخالص داخلی (GDP) در سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که کروناویروس همچنان بر اقتصاد کشورهای جهان تأثیرگذار بوده است. در این گزارش آمده است که چین اولین و تنها اقتصاد جهان است که با رشد سالانه ۵٫۵ درصدی تولید ناخالص داخلی، از زیان و ضرر اقتصادی ناشی از کرونا نجات یافته است اما سایر کشورها تنها رویای این سناریو را می‌بینند و همچنان درگیر مشکلات اقتصادی بزرگ ناشی از کرونا هستند.

اتحادیه اروپا اندر خم یک کوچه

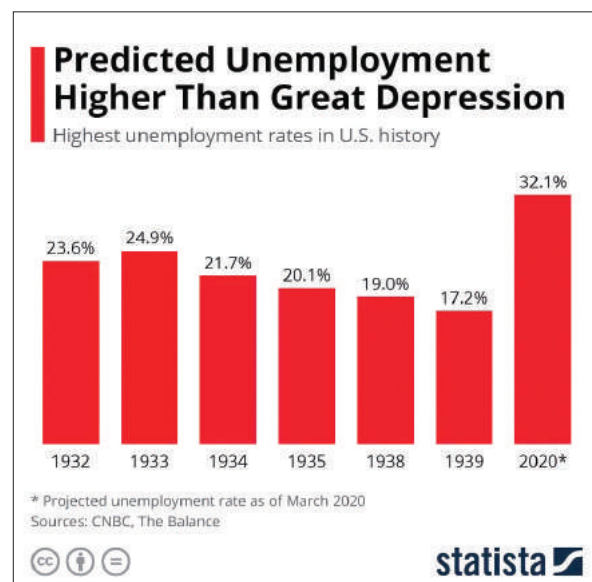
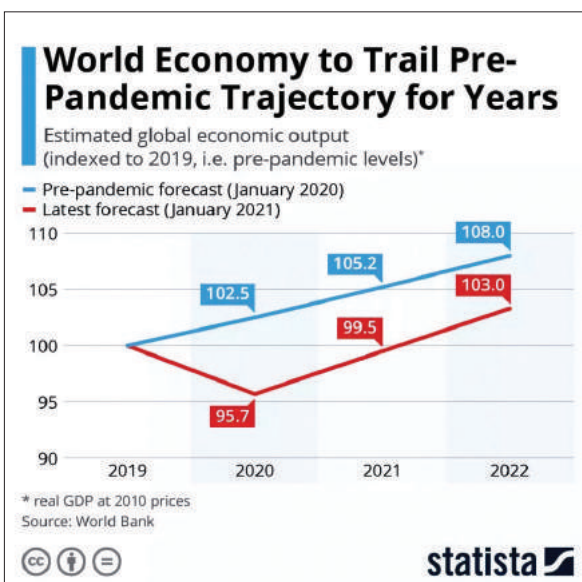
طبق این گزارش، بیشتر اقتصادهای اروپایی در پایین سال ۲۰۲۰ وارد چهارمین سه ماهه متوالی کاهش تولید

کووید ۱۹ که ابتدا به نظر نمی‌رسید چندان دوام طولانی داشته باشد حالا بیش از یک سال است که جهان را درگیر کرده و همچنان قربانی می‌گیرد. البته قربانیان این ویروس نه تنها انسان‌ها که اقتصاد کشورهای جهان نیز هستند و حالا دیگر بسیاری از کشورهای پیشرفته نیز همچون کشورهای کمتر توسعه یافته از تبعات اقتصادی ظهور این ویروس رنج می‌برند هرچند شدت ضربه اقتصادی در کشورهای فقیرتر بسیار بیشتر است.

چین برنده اقتصاد جهان

کرونا را بزرگ‌ترین بحران جهانی پس از جنگ جهانی دوم می‌دانند و به همین دلیل هم در طول یک سال گذشته سازمان‌ها و نهادهای مختلفی به بررسی وضعیت اقتصادی جهان پرداخته‌اند که از آنها می‌توان به مجمع جهانی اقتصاد، بانک جهانی و... اشاره کرد. البته باید یادآور شد از زمان آغاز شیوع کرونا تاکنون، این نخستین بار است که با دید مثبت‌تری به جهان

چین اولین و تنها اقتصاد جهان است که با رشد سالانه ۵٫۵ درصدی تولید ناخالص داخلی، از زیان و ضرر اقتصادی ناشی از کرونا نجات یافته است اما سایر کشورها تنها رویای این سناریو را می‌بینند و همچنان درگیر مشکلات اقتصادی بزرگ ناشی از کرونا هستند



The vaccine challenge facing emerging markets



Many developed markets have ordered enough Covid-19 vaccines to immunise their populations several times over

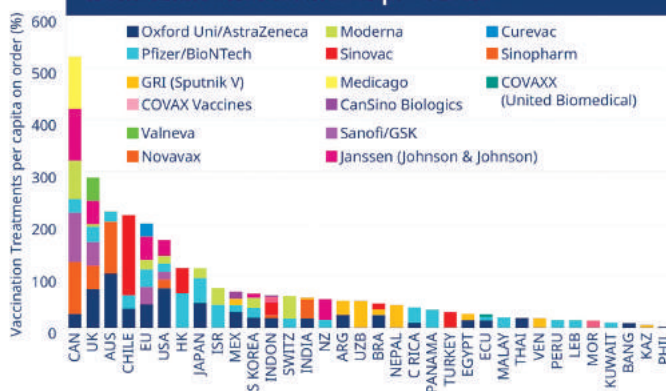


Coverage is much lower in emerging markets



Only Chile has enough vaccines on order to inoculate its whole population

EM countries have fewer vaccines on order from a narrower basket of producers



Source: Duke University, IMF, Schroders Economics Group, 15 December 2020.



درازی تا بهبود دارد و از سال ۱۹۴۶ تاکنون بیشترین افت اقتصادی را در دوران کرونا تجربه کرده است. به همین دلیل هم جو بایدن، رئیس‌جمهور منتخب ایالات متحده آمریکا یک طرح کمک اضطراری ۱٫۹ تریلیون دلاری ارائه داد تا بتواند با پیامدهای اقتصادی ناشی از شیوع کرونا مقابله کند. در این طرح، ۴۰۰ میلیارد دلار به تأمین هزینه‌های مبارزه با شیوع کرونا، انجام تست‌های بیشتر و تولید واکسن، همچنین بازگشایی ایمن مدارس اختصاص داده شده است و بیش از ۱ تریلیون دلار هم صرف کمک مستقیم به خانواده‌ها و ارائه مشوق‌های مالی از جمله از مسیر افزایش مزایای بیمه بیکاری می‌شود. همچنین بیش از ۴۴۰ میلیارد دلار برای کمک به مشاغل و جوامع کوچکی اختصاص خواهد یافت که «بیشترین آسیب» را از شیوع کرونا دیده‌اند.

واکسیناسیون موفق پاشنه آشیل اقتصاد جهان

ظهور واکسن کرونا سبب شده است تا برای نخستین بار از زمان آغاز شیوع و پاندمی کرونا تاکنون، درباره امید به آینده اقتصادی جهان بحث شود. طبق گزارش دویچه وله، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) در تازه‌ترین گزارش اقتصادی خود یادآور شده است با توجه به موفقیت واکسن‌های کرونا در جهان و آغاز واکسیناسیون، احتمالاً اقتصاد جهان تا پایان ۲۰۲۱ به وضعیت عادی باز خواهد گشت.

ناخالص داخلی شدند و قرنطینه ناشی از موج‌های بعدی کرونا که همچنان بر برخی کشورهای این اتحادیه سایه افکنده، نشان می‌دهد که این اتحادیه در ماه‌های ابتدایی ۲۰۲۱ نمی‌تواند به اقتصاد خود سروسامان بدهد و بی‌شک همچنان با مشکلات کوچک و بزرگ دست به گریبان خواهد بود.

از کشورهای اروپایی که اقتصاد آنها بیشترین تأثیر را از کرونا گرفته می‌توان به ایتالیا و فرانسه اشاره کرد به گونه‌ای که رشد تولید ناخالص داخلی ایتالیا در سه ماهه چهارم ۲۰۲۰ با کاهش سالانه ۶٫۶ درصدی مواجه شده و رشدی منفی را نشان می‌دهد. این نمودار نشان می‌دهد که بعد از ایتالیا هم میزان رشد تولید ناخالص داخلی فرانسه باعث شده تا به عنوان یکی دیگر از کشورهای اروپایی با بدترین رشد اقتصادی شناخته شود. رشد تولید ناخالص داخلی فرانسه حدود منفی ۵٫۵ درصد است که باعث دردسر زیادی برای این کشورها شده است. البته در این گزارش به سایر کشورهای جهان هم اشاره شده است به عنوان مثال در این نمودار شاهد مکزیک هستیم که رشد تولید ناخالص داخلی منفی ۲٫۲ درصدی را در سه ماهه چهارم ۲۰۲۰ تجربه کرده و اقتصاد آن از کرونا ضربه بسیاری خورده است. آلمان، کانادا و ایالات متحده آمریکا نیز به ترتیب با رشد تولید ناخالص داخلی منفی ۳٫۹ درصد، منفی ۳٫۵ درصد و منفی ۲٫۵ درصد وضعیت مناسبی از نظر اقتصاد در سال ۲۰۲۰ نداشته‌اند و احتمالاً در ۲۰۲۱ هم به این زودی‌ها نمی‌توانند همچون چین با رشد اقتصادی مثبت ۵٫۵ درصد قد راست کنند.

بدترین رکود اقتصادی آمریکا

مجمع جهانی اقتصادی هم در گزارشی به وضعیت اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰ و سال ۲۰۲۱ پرداخته است. این مجمع که به دنبال راه‌حلی برای برون رفت از بحران کروناست در گزارش ژانویه ۲۰۲۱ خود، درنموداری به بررسی وضعیت اقتصاد جهان از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲ پرداخته و نشان داده است که اقتصاد کلی جهان تا چه حد از انتظارات پیشین این مجمع فاصله گرفته است.

در این گزارش طی نموداری میزان بیکاری در آمریکا و جهان به تصویر کشیده شده و نشان داده است که آمریکا از سال ۱۹۳۲ تاکنون با بدترین و بیشترین نرخ بیکاری دست و پنجه نرم می‌کند. طبق این نمودار، در سال ۲۰۲۰ میزان بیکاری در این کشور به ۳۲٫۱ درصد رسیده است.

درواقع می‌توان گفت که اقتصاد آمریکا هنوز راه

۲۰۱۹ رشدی ۲،۷ درصدی داشته در سال ۲۰۲۰ به رشد منفی ۴،۲ درصدی رسیده است.

البته OECD یادآور شده است میزان بهبود وضعیت اقتصادی در همه کشورهای جهان یکسان نیست و کشورهایی با تعداد تست کرونا بیشتر، سیستم ردیابی بیمار بهتر و انجام سریع تر واکسیناسیون، بی شک عملکرد اقتصادی بهتری دارند و زودتر از سایرین از مخمصه اقتصادی کرونا خلاص می شوند. اما آنچه مسلم است این که به هر حال وضعیت اقتصاد در بسیاری از کشورها در سال ۲۰۲۲ همچنان ۵ درصد کمتر از انتظارات در دوران پیش از کرونا خواهد بود.

شیلی موفق در خرید واکسن

همچنین در این گزارش در قالب نموداری، کشورها به تفکیک مورد بررسی قرار گرفته اند که کدام یک بیشترین واکنش مثبت را به واکسن کرونا داشته اند و در هر کشور به چه میزانی واکسن های شرکت های مختلف داروسازی از کشورهای مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. در این نمودار کشورهایی همچون مکزیک، شیلی، اندونزی، کره جنوبی، آمریکا، مصر، فیلیپین و... و حتی اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار گرفته و عنوان شده است که بسیاری از کشورهای پیشرفته به میزان مناسبی واکسن کرونا سفارش داده اند تا مردم خود را واکسینه کرده و آنها را در برابر کووید ۱۹ ایمن کنند اما این میزان پوشش در بازارهای نوظهور و کشورهای فقیرتر پایین تر است و تنها شیلی است که برای بیشتر جمعیت این کشور واکسن کرونا پیش خرید کرده است.

مجمع جهانی اقتصاد هم در گزارشی درباره واکسناسیون می گوید که رقابت برای واکسیناسیون هیچ برنده ای ندارد چراکه هر کشوری در جهان از این قافله عقب بماند می تواند زحمات کشورهایی که در این زمینه به خوبی عمل کرده اند را نیز نقش بر آب کند. بنابراین جهان نیاز به یک همبستگی و اتحاد جدی برای واکسیناسیون علیه کرونا دارد تا اقتصاد خود را از این وضعیت نجات بخشد.

ظهور شغل های جدید

نرخ بیکاری در کشورهای OECD بین فوریه و آوریل ۲۰۲۰ با افزایشی ۳،۶ درصدی به ۸،۸ درصد رسید که بالاترین نرخ بیکاری در یک دهه اخیر محسوب می شود اما مجمع جهانی اقتصاد انتظار دارد این نرخ تا پایان ۲۰۲۲ به رقم قبل از بحران کرونا بازگردد. البته این مجمع همچنین اعلام کرده است با این که طی کرونا شغل های زیادی از بین رفتند اما انتظار می رود در دوران پساکرونا شاهد شکل گیری گروه های شغلی جدیدی

Latest World Economic Outlook Growth Projections

(real GDP, annual percent change)	PROJECTIONS		
	2019	2020	2021
World Output	2.9	-4.9	5.4
Advanced Economies	1.7	-8.0	4.8
United States	2.3	-8.0	4.5
Euro Area	1.3	-10.2	6.0
Germany	0.6	-7.8	5.4
France	1.5	-12.5	7.3
Italy	0.3	-12.8	6.3
Spain	2.0	-12.8	6.3
Japan	0.7	-5.8	2.4
United Kingdom	1.4	-10.2	6.3
Canada	1.7	-8.4	4.9
Other Advanced Economies	1.7	-4.8	4.2
Emerging Markets and Developing Economies	3.7	-3.0	5.9
Emerging and Developing Asia	5.5	-0.8	7.4
China	6.1	1.0	8.2
India	4.2	-4.5	6.0
ASEAN-5	4.9	-2.0	6.2
Emerging and Developing Europe	2.1	-5.8	4.3
Russia	1.3	-6.6	4.1
Latin America and the Caribbean	0.1	-9.4	3.7
Brazil	1.1	-9.1	3.6
Mexico	-0.3	-10.5	3.3
Middle East and Central Asia	1.0	-4.7	3.3
Saudi Arabia	0.3	-6.8	3.1
Sub-Saharan Africa	3.1	-3.2	3.4
Nigeria	2.2	-5.4	2.6
South Africa	0.2	-8.0	3.5
Low-Income Developing Countries	5.2	-1.0	5.2

Source: IMF, World Economic Outlook Update, June 2020

Note: For India, data and forecasts are presented on a fiscal year basis, with FY2020/2021 starting in April 2020. India's growth is -4.9 percent in 2020 based on the calendar year.

INTERNATIONAL MONETARY FUND

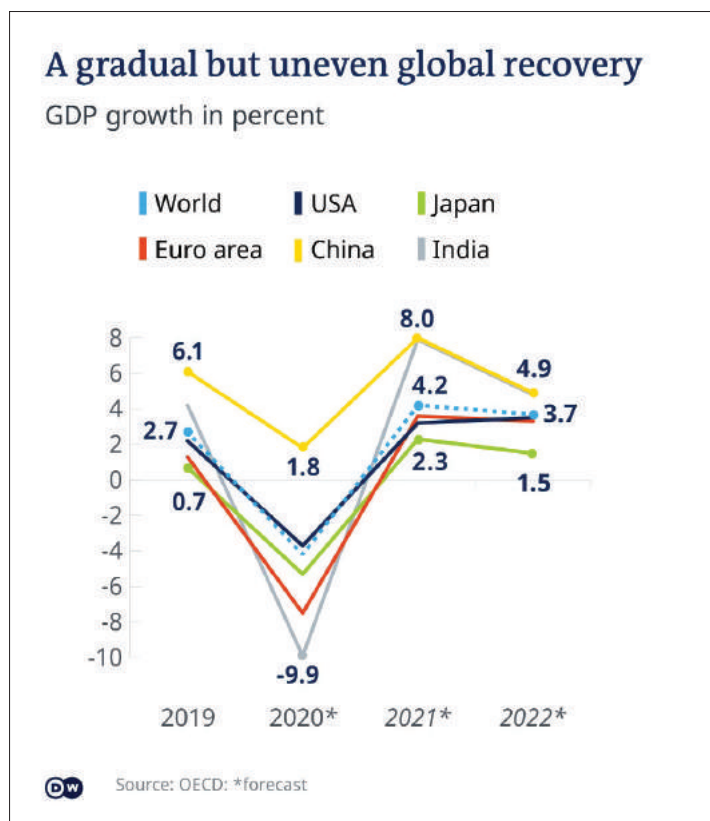
IMF.org

اما تا آن زمان، این پاندمی روزهایی سخت و دردناکی برای بسیاری از مردم کشورهای مختلف جهان رقم زده و خواهد زد.

طبق این گزارش، پس از افت سریع و شیب تند ۴،۲ درصدی اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰، احتمالاً تا پایان ۲۰۲۱ میزان رشد اقتصاد جهان به دوران قبل از کرونا بازخواهد گشت. ۳۷ عضو OECD هدفگذاری کرده اند که به دلیل واکسیناسیون و اتخاذ سیاست های مالی ویژه در جهان، اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۱ رشدی ۴،۲ درصدی داشته باشد و در سال ۲۰۲۲ هم شاهد رشد ۳،۷ درصدی دیگری باشیم. البته این رقم برای چین متفاوت ارائه شده و انتظار می رود میزان رشد اقتصادی این کشور تا پایان سال به ۸ درصد برسد و همچنان صدرنشین باقی بماند. اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰ پس از جنگ جهانی دوم بدترین رکود را تجربه کرده است چراکه کرونا و پیروس بیش از نیمی از جمعیت جهان را مجبور به خانه نشینی و قرنطینه کرد و بیشتر سفرها و تجارت ها کنسل شده یا به فضای آنلاین منتقل شدند.

OECD در قالب یک نمودار، تغییرات وضعیت اقتصادی برخی کشورهای جهان در سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ را ترسیم کرده است. طبق این نمودار، اقتصاد جهان که در سال

نامناسب فعلی جهان یادآور شده است که رکود اقتصادی ۲۰۲۰ به راحتی جبران نخواهد شد. در این گزارش آمده است همان طور که با استفاده از واکنش های کرونا وارد مرحله بهبودی طولانی می شویم، باید تقویت سرمایه گذاری های طولانی مدت را شروع کنیم که مسیر بهبودی مقاوم تر را ترسیم می کند و این موضوع باید همراه با یک موضع مالی باشد که از ریاضت اقتصادی زودرس جلوگیری کند. سازمان ملل همچنین میزان ضرر اقتصادی جهان ناشی از کرونا را از مرز یک تریلیون دلار هم بیشتر تخمین زده است. در این میان کشورهای فقیرتر که بیشتر اقتصاد آنها به فروش مواد اولیه وابسته است و در جریان کرونا و قرنطینه و بسته شدن مرزها و کارخانه ها و... عملاً میزان معاملات با این کشورها به حداقل رسیده، وضعیت اقتصاد بسیار فجیع تری دارند.



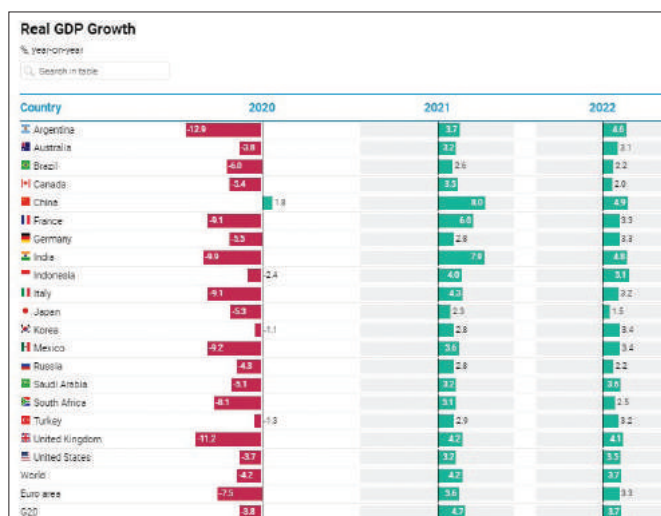
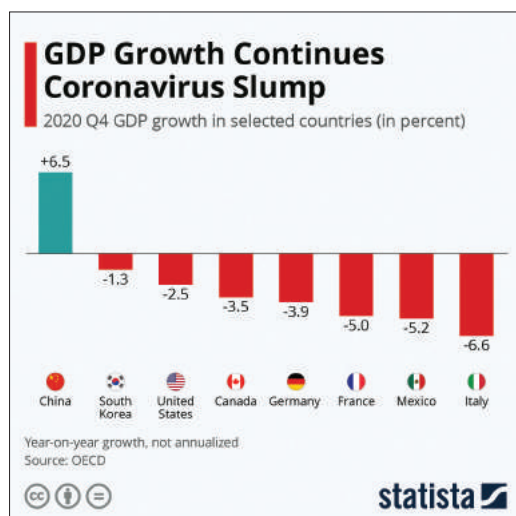
باشیم که با نیازهای روز جامعه مطابقت داشته باشد که بیشتر آنها با هوش مصنوعی (AI)، علم دیتا و داده و انرژی های سبز در تمام بخش های صنایع مرتبط خواهند بود. همچنین در این گزارش آمده است که تخمین زده می شود تا سال ۲۰۲۵ حدود نیمی از کارگران شاغل امروزی باید با توجه به تغییرات بازار کار جهان، مهارت های جدید بیاموزند.

در این گزارش همچنین اشاره شده است که افزایش نرخ بیکاری برای همه مردم جهان یکسان نبوده و زنان، جوانان، رنگین پوست ها و کارگرانی با درآمدهای کمتر بیشترین ضربه را از کرونا خورده اند. هیچ زمانی برای هدر دادن وجود ندارد و هم بخش دولتی و هم بخش خصوصی باید برای بازسازی اقتصاد و نیروی کار در کشورها قدم پیش بگذارند تا عدالت اجتماعی و شغلی برقرار شود در جهان.

در این گزارش آمده است تاکنون بهبود وضعیت اقتصادی جهان تنها در نتیجه تزریق تریلیون ها دلار توسط بانک های مرکزی و دولت ها بوده است و دولت ها همچنان باید در بخش سلامت سرمایه گذاری کنند تا شیوع کروناویروس و بیکاری فزاینده ناشی از آن کاهش یابد. همچنین در این گزارش به این موضوع اشاره شده است که شرکت ها و کارخانه های کوچک تر بیشترین ضربه را خورده و می خورند. طبق آمار بانک جهانی تخمین زده می شود که این پاندمی بین ۸۸ تا ۱۵ میلیون نفر را به فقر گسترده می کشاند به گونه ای که افراد در سال ۲۰۲۰ روزانه با کمتر از ۱٫۹۰ دلار زندگی کرده اند.

کرونا از نگاه سازمان ملل

سازمان ملل اما رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۱ را ۴٫۷ درصد پیش بینی کرده و البته با اشاره به وضعیت



در دیدار هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران مطرح شد:

فعالان صنعت لوازم خانگی، مظلوم‌ترین و بی‌ادع‌ترین سکانداران تولید و اشتغال کشور

لوازم خانگی با وجود شیوع کرونا با شعار «درخشش تولید در کشاکش تحریم» اشاره کرد و ادامه داد: به اذعان شرکت سهامی نمایشگاه‌ها، این بزرگترین نمایشگاهی بود که در سال ۹۹ برگزار شده است و بازدیدکنندگان از معاونت ریاست جمهوری، صمت، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و... در آن حضور یافتند.

در ادامه این نشست سید سعید رضوانی دبیر هیات مدیره انجمن با تأکید بر این که باید تعارفات را کنار بگذاریم افزود: گلایه ما از بخش دولتی و وزارت صمت این است که با این که سهم ما در بازار به مراتب بیشتر است اما در تصمیماتی که گرفته می‌شود انجمن ما مورد مشورت قرار نمی‌گیرد. وی افزود: پشت درهای بسته تصمیم می‌گیرند ولی اثرات سوء آن برای ماست و چالش‌هایی بزرگ را بر ایمان ایجاد می‌کند. رضوانی با بیان مثالی افزود: سهم مواد اولیه داخلی و میانگین واردات در سال‌های ۹۷ و ۹۸ مبنای محاسبه سهمیه واحدهای تولیدی قرار گرفته است، درحالی که این فضای ایجاد شده و طرح‌های ارائه شده، به نفع تولیدکنندگان نیست.

در ادامه این نشست، علیرضا عراقی هم با ابراز ناامیدی نسبت به وضعیت سال آینده گفت: برخی مدیران کارخانه را از فرزندان بیشتر دوست دارند و نگران این هستند که پس از مرگشان آینده کارخانه چه می‌شود ولی نسل آینده چنین نگاهی نخواهد داشت و قطعاً ما باید از این فاجعه جلوگیری کنیم.

رئیس دپارتمان قطعه‌سازی انجمن همچنین یادآور شد که نگاهی به نمایشگاه لوازم خانگی نشان می‌دهد این صنعت اکنون تازه دارد جان می‌گیرد و در ابتدای مسیر است به همین دلیل هم ما بسیار نگران آینده هستیم. اقتصاد ما بدون موتور محرکه حرکت می‌کند و مقصدش را هم نمی‌داند کجاست. آیا چین هم که قطب صنعت عالم هستی شده مشکلات ما از جمله بهره‌های بالای تسهیلات و امضاهای طلایی و... دارند؟

نوید ایزدپناه عضو هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران نیز در این نشست بزرگترین چالش را قیمت‌گذاری دستوری عنوان کرد و گفت: بسیار خوشحالم که با حمایت دوستان موفق شدیم آن را حذف کنیم اما البته باید گفت که هنوز هم لایه‌های مختلفی از ساختار قیمت‌گذاری دستوری وجود دارد و شاهد گارانتی دستوری، الزام یکسری خدمات یا به نوعی تثبیت قیمت هستیم. درواقع به زور می‌خواهند خدمات خاصی را به کالا اضافه کنند که این موضوع مشکلاتی ایجاد می‌کند و درواقع کنترل بازار برای دوستان هنوز هم وجود دارد.

وی افزود: درواقع عده‌ای با ایجاد محدودیت به دنبال امضای طلایی می‌گردند. با چنین اقداماتی، می‌توان گفت که در دو سال گذشته در ساختار

نشست صمیمانه هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، جناب آقایان علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیئت مدیره، عباس هاشمی دبیر کل، علیرضا عراقی نایب رئیس، سید سعید رضوانی دبیر و نوید ایزدپناه عضو هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و دکتر محمدزاده مدیرعامل شرکت الکترو استیل با غلامحسین شافعی ریاست محترم اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران و مظفر علیخانی معاون امور تشکلهای اتاق ایران روز سه شنبه ۱۴ بهمن ماه ۱۳۹۹ در طبقه دهم این نهاد بزرگ بخش خصوصی برگزار شد.

در آغاز این نشست علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیئت مدیره با اشاره به قدمت ۳۸ ساله انجمن صنایع لوازم خانگی ضمن یادآور نمودن این که انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با بیش از ۲۵۰ عضو صنعتی فعال در سراسر کشور اخیراً تحولاتی را در جهت بهبود و ارتقاء این تشکل در پیش گرفته است، بر لزوم شفاف‌سازی تشکلهای تأکید نمود.

وی همچنین اظهار داشت: ما تنها انجمن عضو اتاق بازرگانی هستیم اما متأسفانه انجمن‌های موازی به عنوان انجمن صنفی در وزارت کار ثبت شده‌اند که این موضوع تداخل‌هایی ایجاد کرده است و ما انتظار داریم که این موضوع توسط اتاق بازرگانی ایران بدرستی و به سرعت مدیریت شود و طبق ماده ۵ قانون تسهیل و حفاظت از کسب و کارها تنها اتاق بازرگانی بتواند رسیدگی به این گونه امور را در دست داشته باشد.

عباس هاشمی دبیر کل انجمن نیز با ارائه گزارشی از اهداف و چشم‌انداز انجمن چنین اظهار داشت: انجمن صنایع لوازم خانگی ۲۵۰ عضو دارد که از این تعداد ۴۰ تا ۵۰ واحد صنعتی به عنوان قطعه ساز در این مجموعه حضور دارند و مابقی هم تولیدکننده محصول نهایی هستند.

وی تأکید کرد: ما در راستای تحقق سیاست‌های دولت محترم و وزارت صمت و به منظور تعمیق تولید داخل در انجمن یک دپارتمان قطعه‌سازی راه اندازی نموده‌ایم چراکه اعتقاد داریم با توسعه قطعه‌سازی، می‌توانیم به توسعه پایدار صنعتی در کشور دست یابیم. دبیر کل انجمن در ادامه، یادآور شد: درحال حاضر اعضای انجمن حدود ۸۵ درصد سهم لوازم خانگی را در بازار کشور دارند یعنی اگر سهم لوازم خانگی کشور ۵ تا ۵۰۰ میلیارد دلار باشد ۸۵ درصد آن توسط اعضای انجمن تأمین می‌شود.

وی در ادامه افزود: تمام جلساتی که پژوهشکده شورای نگهبان، مرکز پژوهش‌های مجلس، بازرسی کل کشور یا مرکز تحقیقات استراتژیک ریاست جمهوری، مجمع تشخیص مصلحت نظام برگزار می‌کند ما دعوت می‌شویم که نشان از حقانیت ما به عنوان بازوی قدرتمند مشورتی دارد.

وی همچنین در این نشست به برگزاری بیستمین نمایشگاه بین‌المللی



خدمت عزیزان در این حوزه هستیم.

نگاه ریشه‌ای به صنعت و اقتصاد در کشور وجود ندارد

در ادامه دکتر غلامحسین شافعی رئیس اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی اتاق ایران با بیان اینکه ما هم اکنون در اقتصاد کشور سیستم نداریم و اقتصاد وصله پینه‌ای قاعده‌ای شده که مشکلات منوط به لحظه‌ها حل گردد و نگاه ریشه‌ای به مسائل وجود ندارد. وی یادآور شد در جلسه‌ای که با دکتر قالیباف رئیس مجلس داشته به این نکته اشاره نموده است که اقتصاد ما همانند دیوار فرسوده‌ای است که در حال ریختن است در حالیکه ما مرتب روی آن را رنگ می‌کنیم.

این مقام بخش خصوصی با ابراز تأسف از اینکه در حال حاضر دولت‌مان نیز خودش با یک دست گلولی خود را گرفته و فشار می‌دهد و از طرفی فریاد می‌زند که به دادم برسید خفه شدم، افزود: در این میان بخش خصوصی مظلوم‌ترین و بی‌ادعاترین بخش فعال در کشور توانسته تنها در بخش تولید در همین سال‌های سخت ۸۵ تا ۹۵، درصد اشتغال کشور را از ۷۷ درصد به ۸۴٫۵ درصد برساند. در حالیکه در همین سال‌ها روز به روز از نظر اعتنای حاکمیت به بخش خصوصی روز به روز به نزول هستیم.

شافعی افزود: در این شرایط تحریم تمام سرداران جبهه جنگ اقتصادی که همانا تولیدکنندگان این کشور هستند در مقابل دشمن سینه سپر کرده‌اند این در حالیست که متأسفانه از پشت تیر می‌خورند آن هم از خودی.

شافعی در عین حال افزود: جناب آقای رزم حسینی وزیر محترم صمت در خصوص قیمت‌گذاری دستوری بسیار در تلاش هستند تا به این مسئله سامان دهند اما مقاومت هم در برابر آن زیاد است.

وی در پایان با اشاره به اینکه اتاق ایران بالاترین سطح حمایت را در سال ۱۴۰۰ خواهیم داشت، بیان کرد: در این راستا یکی از برنامه‌های ما حمایت ویژه از انجمن فاختری همچون انجمن صنایع لوازم خانگی ایران خواهد بود و حضور اعضای انجمن در مجامع رسمی و شوراهای گفت‌وگو که دستور جلسه در خصوص صنعت لوازم خانگی است به‌عنوان بازوی مشورتی بسیار راهگشا خواهد بود.

در مورد آموزش خبر خوشی داریم و آن اینکه دانشگاه صنایع به اتاق بازرگانی واگذار شد و در این راستا دانشگاه امیرکبیر حمایت‌های ویژه‌ای را قرار است انجام دهد. که آموزش ما تحت عنوان آموزش مدیر شروع به کار کند چرا که اکنون بزرگترین درد کشور ما اینست که ۹۰ درصد تصمیم‌گیران ما اقلیت حرفه‌ای در کنار خود ندارند.

اقتصادی کشور از نظر نظام اقتصاد آزاد عقبگرد داشته‌ایم.

ایزدپناه همچنین نسبت به عدم حضور یک نماینده دائم در جلسه مواد پتروشیمی گلایه کرد و گفت: ما به عنوان کسی که مواد اولیه را می‌گیریم و تبدیل به محصول می‌کنیم، در این جلسات یک نماینده دائم نداریم و حتی رأی هم نداریم. این موضوع در همه پروسه‌های تخصصی دیده می‌شود در حالی که سازمان‌های نظارتی و دولتی حضور دارند.

مظفر علیخانی در این نشست با اشاره به این که انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از تشکلهای مورد توجه و عنایت اتاق بازرگانی بوده است، اظهار داشت: خوشبختانه هیئت مدیره وزین و پرتوانی در این انجمن شکل گرفته و مهندس هاشمی از مدیران موفق و خوشنام وزارت صمت به جمع همکاران در حوزه فعالیت‌های تشکلی پیوسته‌اند. وی ادامه داد: مشکلاتی که دوستان در بحث ارز، تأمین مواد اولیه، قیمت‌گذاری، امضاهای طلایی، و... عنوان کردند، نکات درست و کارشناسی شده است ولی منحصر به این انجمن هم نیست و در کل کشور جاری است و به نگاه انقباضی وزارت صمت به بازار ارز، قیمتگذاری دستوری... مرتبط است.

رئیس امور تشکلهای اتاق بازرگانی ایران ادامه داد: با هماهنگی که با آقای قبادی انجام داده‌ایم هر کدام از نمایندگان تشکلهای ما که دستور جلسه به آنها ارتباط داشته باشد و خودشان هم علاقه‌مند باشند می‌توانند در جلسه شرکت کنند چون کرسی برایشان وجود دارد و می‌توانند حرف‌هایشان را بزنند و به نقطه نظرات آنها نیز خوشبختانه توجه می‌شود.

وی همچنین یادآور شد: در کمیته فرعی پتروشیمی هم ما نماینده داریم. تا امروز ۱۲ تشکل مرتبط با ما مکاتبه داشته‌اند و جلسه گذاشته‌اند و این آمادگی را داریم که هم در آن کمیته و هم صحن تأمین بازار یا کمیسیون ماده یک که نمایندگان تشکلهای ما حضور دارند در خدمت شما دوستان هم باشیم. وی به موضوع آموزش هم اشاره کرد و گفت: در ارتباط با آموزش، بخش قابل توجهی از کمک‌هایی که جناب شافعی به حوزه فعالیت‌های تشکلی ما اختصاص دادند صرف بحث آموزش شده است اما کماکان هم در اتاق‌ها و هم تشکلهای درخواست بیشتری برای این موضوع داریم. خواهش من این است که با وجود محدودیت‌های بودجه‌ای، برای بودجه آینده در این قضیه عنایت بیشتری شود. وی افزود: هیئت رئیسه با رهبری آقای شافعی مصوبه‌ای را اصلاح کرده‌اند. به این ترتیب هم برای تشکلهایی که می‌خواهند ساختمان بخرند و هم برای تشکلهایی که می‌خواهند دفتر کار اجاره کنند منابعی پیش‌بینی شده و بخشنامه‌هایش را ابلاغ کرده‌ایم و در

در جلسه هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با رئیس اتاق بازرگانی تهران بررسی شد

ضرورت صدای واحد برای ارتقای صنعت لوازم خانگی

انجمن در راستای اهداف سیاست توسعه صنعتی کشور و سیاست‌های اتاق بازرگانی ایران و تهران حرکت می‌کند و همکاری‌های نزدیکی را به عنوان یک تشکل ملی با دستگاه‌های مربوطه کشور دارد و مورد مشورت اتاق و نهادهای مربوطه به عنوان یک تشکل ملی است.

وی با اشاره به اینکه این انجمن مورد مشورت نهادهایی همچون سازمان بازرسی کل کشور، مرکز پژوهش‌های مجلس، پژوهشکده شورای نگهبان، سازمان حمایت، وزارت صمت، سازمان توسعه تجارت ایران و... است، گفت: انجمن‌هایی تحت عنوان انجمن صنفی کارفرمایی یا کارگری با محدوده فعالیت اندک و اعضای محدود در حال حاضر فعالیت دارند که به دلیل تشابهات اسمی باعث اشتباهاتی در این زمینه برای برخی ارگان‌ها و رسانه‌ها شده‌اند و ضروری است در این زمینه شفافیت لازم از سوی اتاق بازرگانی صورت بگیرد و تاکید شود انجمن صنایع لوازم خانگی به عنوان یک تشکل ملی و عضو اتاق ملاک مشورت و اعمال نظر در زمینه مسائل مربوط به این صنعت است.

هاشمی با اشاره به برگزاری بیستمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی از سوی انجمن صنایع لوازم خانگی به دستاوردهای این نمایشگاه برای تعامل بیشتر بین تولیدکننده‌ها و قطعه‌سازها و ارتقای صنعت اشاره کرد.

هم‌افزایی در جهت ارتقای صنعت لوازم خانگی

علیرضا محمدی دانیالی، رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران نیز در این دیدار با اشاره به تعامل و همکاری این انجمن با اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تهران، خواستار تقویت این همکاری و تعامل با کمیسیون‌های مختلف صنعت، اقتصاد و... اتاق و شرکت در دوره‌های آموزشی برای اعضای انجمن در جهت هم‌افزایی و ارتقای صنعت کشور شد. دانیالی در ادامه با اشاره به دو تغییر اساسی ایجاد شده در اساسنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افزود: انجمن در راستای ارتقای و هم‌افزایی در این صنعت و همچنین تعامل بیشتر و استفاده از پتانسیل‌های مختلف مصوب کرده است که هر فردی نهایتاً دو دوره اجازه کاندیدا شدن برای ریاست انجمن را دارد و از هر هلدینگ یک نفر اجازه حضور دارد.

پتانسیل صنعت لوازم خانگی برای افزایش صادرات

علیرضا عراقی، نایب رئیس انجمن صنایع لوازم خانگی ایران نیز با اشاره به ایجاد دپارتمان قطعه‌سازی در انجمن گفت: در حال حاضر انسجام و نگاه واحد و ملی‌گرا در انجمن حاکم است و این انجمن شرایطی را فراهم کرده که سبد کالایی لوازم خانگی واحدهای تولیدی کامل است.

جلسه هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران و غلامرضا ملکی، مدیر امور تشکلهای اتاق بازرگانی تهران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در این دیدار صمیمانه که با حضور علیرضا محمدی دانیالی، رئیس هیئت مدیره، عباس هاشمی، دبیر کل، علیرضا عراقی، نایب رئیس و نوید ایزدپناه عضو هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد، بر تعامل دو طرفه منسجم‌تر و حمایت پارلمان بخش خصوصی از انجمن به عنوان بزرگ‌ترین تشکل کسب و کاری عضو اتاق بازرگانی در این صنعت تاکید شد.

در ابتدای این دیدار عباس هاشمی، دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی با اشاره به گردش مالی ۵,۵ میلیارد دلاری صنعت لوازم خانگی در کشور و اهمیت این صنعت برای کشور گفت: میزان اشتغالزایی مستقیم صنعت لوازم خانگی در کشور ۳۰۰-۲۵۰ هزار نفر و اشتغالزایی غیرمستقیم این صنعت بیش از یک میلیون نفر است.

وی با اشاره به اینکه این آمارها بیانگر اهمیت این صنعت برای ارتقای اقتصاد غیرنفتی کشور است، افزود: میزان نیاز ارزی سالانه صنعت لوازم خانگی با احتساب کل صنعت، ۱,۴-۱,۲ میلیارد دلار است.

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به اینکه این انجمن بزرگ‌ترین تشکل کسب و کاری در این صنعت است و تنها NGO ای است که عضو اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران است، گفت: وظایف تشکلهایی که عضو اتاق هستند، به صورت ملی تعریف شده است و این تشکل‌ها در چارچوب قوانین مربوطه فعالیت می‌کنند. هاشمی ادامه داد: حدود ۲۵۰ واحد صنعتی در تشکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران عضویت دارند که حدود ۴۰-۴۵ مورد از این واحدها، واحدهای قطعه‌ساز هستند که در جهت توسعه پایدار صنعت فعالیت دارند. هاشمی با اشاره به تاسیس دپارتمان قطعه‌سازی در انجمن صنایع لوازم خانگی کشور در جهت تعمیق ساخت داخل به تعامل سازنده بین واحدهای قطعه‌ساز و تولید لوازم خانگی اشاره کرد و گفت: علاوه بر ایجاد دپارتمان قطعه‌سازی، کمیسیون‌های مختلفی در انجمن فعالیت دارند که شامل کمیسیون آموزش، صادرات، صنعت، استاندارد می‌شود و دوره‌های آموزشی کاربردی از سوی انجمن برگزار می‌شود.

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به سهم بازار ۲۵۰ واحد صنعتی زیرمجموعه انجمن صنایع لوازم خانگی گفت: حدود ۸۵ درصد سهم بازار لوازم خانگی کشور در اختیار اعضای انجمن است. هاشمی با اشاره به اهداف انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گفت: این



تشکیل‌هاست، ادامه داد: هر چه قدر تشکلهای و NGOها در کشور توسعه پیدا کند، در جهت ارتقای دموکراسی و توسعه اقتصادی پیش رفته‌ایم. وی با بیان اینکه شالوده کشور دموکرات در انجمن‌ها و تشکلهای پایهریزی می‌شود، گفت: با توسعه و حمایت از تشکلهای، به کشور، دولت و ملت کمک کرده‌ایم و اتاق تهران در این راستا همواره حمایت‌های لازم را از تشکلهای داشته و دارد.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با اشاره به اینکه ارتباط اتاق و تشکلهای باید دو طرفه باشد، افزود: تشکلهای نیز باید خواستار و مشتاق این همکاری و ارتباط باشند.

وی با بیان اینکه پتانسیل‌های خوبی در اتاق تهران در بخش آموزش و پژوهش وجود دارد که انجمن‌ها می‌توانند استفاده کنند، افزود: کمیسیون‌های فعال زیادی در اتاق تهران فعالیت دارد که تشکلهای و انجمن‌ها می‌توانند با این کمیسیون‌ها ارتباط بگیرند و تعامل داشته باشند و از حضور انجمن در کمیسیون‌های مربوطه استقبال می‌کنیم. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و بازرگانی تهران با تأکید بر تلاش انجمن در جهت ارتقای رتبه در رتبه‌بندی صورت گرفته از سوی اتاق ایران، بر بهره‌گیری اعضای انجمن از اطلاعات منتشرشده در پورتال و شبکه‌های اجتماعی اتاق تهران تأکید کرد.

وی با اشاره به راه‌اندازی مدرسه کسب و کار از سوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران ادامه داد: مدرسه کسب و کار اتاق با همکاری دانشگاه امیرکبیر راه‌اندازی شده و با بهره‌گیری از پتانسیل اساتید برجسته که از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های بزرگ دنیا هستند، دوره‌های متعددی برگزار می‌شود. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در ادامه با اشاره آمارهای تورمی کشور گفت: در ۴۰ سال اخیر به غیر از ۴ سال ما همواره تورم دورقمی داشته‌ایم. این در حالی است که از ۱۸۶ کشور دنیا تنها ۹ کشور تورم دورقمی دارند. خوانساری با اشاره به اینکه اصلی‌ترین دلیل عدم ثبات اقتصادی کشور به تورم مربوط است و تورم به کسری بودجه برمی‌گردد، گفت: هزینه و درآمد دولت تراز نیست و این باعث کسری بودجه شده است.

غلامرضا ملکی، مدیر امور تشکلهای اتاق بازرگانی تهران نیز با تأکید بر ایجاد تعامل هدفمند با تشکلهای اقتصادی بخش خصوصی با اشاره به فعالیت کمیسیون‌های تخصصی اتاق بازرگانی تهران به اهمیت تعامل دوطرفه و حضور تشکلهای در کمیسیون‌های مربوطه اشاره کرد.

عراقی با بیان اینکه اگرچه از صنعت لوازم خانگی به عنوان صنعت دوم کشور یاد می‌شود اما این صنعت پتانسیل‌های بالایی دارد که تبدیل به صنعت اول کشور شود.

وی با اشاره به آمار صادرات این صنعت گفت: هدف آینده این صنعت دستیابی به سهم بالاتر صادرات از بازار ۴۰۰ میلیونی کشورهای همسایه مطابق با فرمایشات مقام معظم رهبری است.

عراقی در ادامه با اشاره به فعالیت‌های انجمن در راستای ارتقای صنعت لوازم خانگی کشور، خواستار حمایت‌های بیشتر از سوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در جهت آموزش رایگان و شفاف‌سازی در زمینه فعالیت تشکلهای موازی شد.

حضور پررنگ تولیدکنندگان مختلف در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

در ادامه نوید ایزدپناه، عضو هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با تأکید بر ایجاد انسجام در همکاری و تعامل بیشتر انجمن با اتاق بازرگانی تهران، گفت: در حال حاضر انسجام خوبی در انجمن صنایع لوازم شکل گرفته است و نماینده‌های صنف‌های مربوطه و تولیدکننده‌های مختلف از تولیدکننده یخچال و لوازم بزرگ خانگی گرفته تا ظروف آشپزخانه و لوازم کوچک خانگی در انجمن عضویت دارد. وی ادامه داد: از آنجایی که ما به عنوان تشکل زیرمجموعه اتاق در چارچوب سیاست‌ها و قوانین اتاق بازرگانی فعالیت می‌کنیم، انتظار داریم در کمیسیون‌ها و جلسات تصمیم‌گیری مربوطه در سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف این انجمن به عنوان نماینده اتاق و بخش خصوصی حضور داشته باشد و این موضوع نیازمند حمایت بیشتر از انجمن از سوی اتاق بازرگانی ایران و تهران است.

ارتقای صنعت لوازم خانگی در دوره تحریم

در ادامه مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با اشاره به تحریم و ممنوعیت واردات لوازم خانگی به کشور گفت: اگرچه تحریم آسیب‌های فراوانی را به اقتصاد کشور وارد کرده است اما از طرف دیگر باعث رشد این صنعت و تولید داخلی شد. وی با اشاره به قاچاق لوازم خانگی گفت: قاچاق و واردات غیرقانونی همچنان معضل کشور و معضل این صنعت است اما تولیدکننده‌های داخلی می‌توانند از فضای به وجود آمده در جهت ارتقای این صنعت استفاده کنند. خوانساری با تأکید بر اینکه امید ما در بخش خصوصی به

با حضور تعداد کثیری از خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌ها و خبرگزاری صدا و سیما، اصحاب مطبوعات و...

کنفرانس مطبوعاتی دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد

هاشمی یادآور شد: تفاهم‌نامه‌ای برای ایجاد کانون «دانش، صنعت و بازار» با معاونت یاد شده امضا، تا ارتباط صنعت و دانشگاه را بوسیله شرکت‌های دانش‌بنیان و بازار تقویت کنیم.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اضافه کرد: براساس برنامه نوین‌سازی سیستم توزیع در آینده بسیار نزدیک، عرضه متمرکز لوازم خانگی و برندهای مطرح داخلی در فروشگاه‌های بزرگ و مراکز عرضه‌ای که تمرکز بر حضور پررنگ برندهای ایرانی دارند، در دستور کار قرار خواهد گرفت.

برندسازی

وی گفت: وزارت صنعت و این انجمن برای ایجاد سه تا چهار برند ملی در صنعت لوازم خانگی تا افق ۱۴۰۴ تلاش می‌کنند و تحقق این مهم با توجه به اینکه برای ساماندهی بازارهای صادراتی و صیانت از اعتبار کشور نیاز به مدیریت و ساماندهی داشته و باید از حضور برندهای ناشناخته و بدون شناسنامه، پرهیز شود.

هاشمی افزود: حاکمیت باید با رفع موانع تولید، تسهیل امور واحدهای تولیدی، تأمین مواد اولیه و غیره به بسترسازی بپردازد، اما انجام این کار باید از سوی بخش خصوصی انجام شود.

تأمین ورق فولادی در رینگ فرعی بورس

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران توضیح داد: امروز با وجود همه محدودیت‌های ارزی کشور، با توجه به مطرح بودن لوازم خانگی به عنوان یک صنعت پیشرو و در تعامل با وزارت صنعت و بانک مرکزی، اجزا و قطعات و همچنین مواد اولیه مورد نیاز این صنعت در شمار اولویت‌های تخصیص ارز قرار گرفت.

به گفته وی، اکنون در موضوع تأمین مواد اولیه داخلی این صنعت که مهمترین آنها ورق‌های فولادی، مواد پتروشیمی، مقاطع مسی و آلومینیومی است، بیشترین حساسیت روی فولاد قرار گرفته و وزارت صنعت هم بر شفاف‌سازی و عرضه آن در بورس تأکید دارد. هاشمی گفت: صنعت لوازم خانگی به انواع خاصی از ورق‌های فولادی نیاز دارد و در سال‌های گذشته این ورق‌ها بوسیله روش مچینگ عرضه می‌شد، اما امسال براساس توافق با وزارت صنعت مقرر شد، معرفی شدگان بوسیله سیستم بهین‌یاب بتوانند در رینگ

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گفت: قابلیت جهش ۲۰۰ درصدی در تولید انواع لوازم خانگی در کشور با توجه به ظرفیت‌های نصب شده وجود دارد.

«عباس هاشمی» امروز (یکشنبه) در نشست خبری با اشاره به آمارهای ۱۰ ماهه تولید لوازم خانگی در کشور، افزود: تولید در سه قلم کالای اصلی یخچال و فریزر با رشد ۳۰ درصدی به یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه رسید، ماشین لباسشویی با رشد ۵۳ درصدی رقم ۸۸۰ هزار دستگاه را ثبت کرد و تلویزیون با افزایش ۴۴ درصدی به میزان ۹۹۵ هزار دستگاه تولید شد.

وی با بیان اینکه ظرفیت‌های موجود نیاز داخل را بطور کامل تأمین می‌کند، تأکید کرد: این صنعت قابلیت تبدیل شدن به مرکز (هاب) تولیدی و صادراتی در منطقه با جمعیت بیش از ۴۰۰ میلیون نفری را داراست.

هاشمی خاطرنشان کرد: این مهم با برنامه‌ریزی درست از سوی مسئولان و بسترسازی لازم برای ایجاد تعاملات منطقه‌ای، ایجاد تعرفه‌های ترجیحی، توسعه روابط اقتصادی و کمک به نقل و انتقال پول دست‌یافتنی است.

به گفته وی، این انجمن در چارچوب سیاست‌های داخلی برای تعمیق ساخت داخل و توسعه پایدار صنعتی کشور، نخستین بار دپارتمان قطعه‌سازی را در این صنعت راه‌اندازی کرده که تاکنون دستاوردهای خوبی داشته است.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تأکید کرد: اکنون در صنعت لوازم خانگی با توجه به گستردگی مواد اولیه، اجزا و قطعات، باید شبکه تأمین مواد اولیه داشته باشیم که این مهم می‌تواند صنعت کشور را در مقابل وابستگی‌های ارزی و تنش‌های خارجی محافظت کند.

وی توضیح داد: برای دستیابی به توسعه پایدار، این صنعت باید بتواند به شکل سیستماتیک به شبکه جهانی متصل باشد و براساس تفاهم‌نامه‌ای با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای اتصال قطعه‌سازان و شرکت‌های دانش‌بنیان به یکدیگر، امیدواری در این صنعت تقویت شده است.



قراردادهای صادراتی امضا کنند.

گفتنی است خبرنگاران خبرگزاری صدا و سیما، واحد مرکزی خبر، شبکه تلویزیونی ایران کالا، خبرگزاری‌های ایرنا، ایسنا، مهر، فارس، دنیای لوازم خانگی، روزنامه همشهری، روزنامه صمت، روزنامه اطلاعات، روزنامه دنیای اقتصاد، روزنامه کسب و کار، دنیای سرمایه‌گذاری، کانال خبری تیترا ۲۰، پایگاه خبری ال کا ایران، اتصال، خبرایران، سه راه و... در این نشست حضور یافته و سوالات خود را از ایشان پرسیدند.

هوشمندانه و مشروط برای حضور خارجی‌ها در بازار ایران برنامه‌ریزی کنیم

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در پاسخ به پرسش خبرنگار ایرنا درخصوص به باز شدن فضای سیاسی بین‌المللی و احتمال لغو تدریجی تحریم‌ها، تصریح کرد: شرکت‌های خارجی علاقه‌مند به بازگشت و حضور مجدد در بازار بزرگ ایران هستند، اما این بار باید هوشمندانه و مشروط با آنها به صحبت بپردازیم، به طوری که عمق همکاری‌ها افزایش یابد.

هاشمی افزود: در سال‌های گذشته خروج برندهای مطرح خارجی از کشورمان به اجبار و تحت فشار آمریکایی‌ها اتفاق افتاد، این در حالی است که اکثر آنها خواهان استمرار حضور در بازار ایران بودند. وی گفت: همین خروج اما برکاتی با خود به دنبال داشت که از جمله آنها صنعت داخلی به خودش آمد و توانست راه توسعه خود را پیدا کند.

به گفته هاشمی، امروز رشد بسیار خوبی در تعمیق ساخت داخل انواع لوازم خانگی در کشور اتفاق افتاده و بسیاری اقلام که در گذشته باید معطل تخصیص ارز آنها از سوی بانک مرکزی می‌بودیم، به همت و تلاش متخصصان و مهندسان داخلی ساخته می‌شود.

فرعی بورس این ماده اولیه را تهیه، که دستاورد بزرگی محسوب می‌شود.

وی با اشاره به برخی مزیت‌های عرضه اختصاصی مواد اولیه فولادی در تالار فرعی بورس، خاطرنشان کرد: وقتی مواد در تالار اصلی بورس عرضه شوند، رقابت برای خرید آنها بالاست و در نتیجه قیمت پایه اعلامی با توجه به محدودیت‌های عرضه و حاشیه رقابت ایجاد شده، بالا خواهد رفت.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تأکید کرد: عرضه اختصاصی مواد اولیه در رینگ فرعی بورس کمک می‌کند تا شرکت‌ها با تقاضای کاذب روبرو نشود و قیمت‌ها به شکل عادلانه به دست تولیدکنندگان برسد.

وی، استمرار تأمین مواد اولیه را دیگر مزیت عرضه در بورس برشمرد که شرکت‌ها می‌توانند با توجه به نیازهایشان اقدام به سفارش‌گذاری کرده و عرضه‌کنندگان ورق‌های فولادی می‌توانند تسهیلاتی مانند فروش‌های اعتباری بوسیله ال. سی برای واحدها قائل شوند، در مقابل واحدهای تولیدی نیز معطل تأمین مواد اولیه با ابعاد و کیفیت مورد نظرشان یا تأمین از بازار آزاد با قیمت‌های گزاف نخواهند شد.

وی گفت: اکنون بیشترین مشکل در تأمین مواد پتروشیمی است که از جمله آنها ABS مورد نیاز تولیدکنندگان یخچال و فریزر و برخی صنایع لوازم خانگی کوچک قابل اشاره است.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اضافه کرد: تولیدکنندگان محدودی در کشور حضور دارند و باید برای تأمین این مواد هماهنگی‌های بیشتری انجام شود، همچنان که برخی تولیدکنندگان داخلی توانمندی بالایی برای صادرات داشتند، اما به دلیل اطمینان نداشتن از استمرار برخی مواد اولیه، نتوانستند



افزایش قیمت‌ها و در مقابل صحبت وزیر صمت از صادرات لوازم خانگی، خاطرنشان کرد: در دوران جنگ تحمیلی و پس از آن شعار خودکفایی به دفعات داده می‌شد که اقتضای همان زمان بوده است اما امروز و در اقتصاد باز جهان دستیابی به خودکفایی الزامی نیست، یا نیاز نیست صفر تا ۱۰۰ درصد یک محصول را خودمان تولید کنیم یا اشباع بازار داخلی را ابتدا به انجام برسانیم.

وی بیان داشت: این حرف البته برای مواد اولیه همچون مس، فولاد، آلومینیوم، مواد پتروشیمی و غیره مصداق دارد و باید ابتدا تمرکزمان را بر تأمین بازار داخل بگذاریم.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تأکید کرد: حتی اگر مواد اولیه‌ای به هر دلیلی در حال صادر شدن است، باید حواسمان باشد که به کجا صادر می‌شود و نکند به کشورهای رقیبمان صادر کنیم.

وی اظهار داشت: در صنعت لوازم خانگی از نظر کیفی و تیراژ از توان لازم برخورداریم و به شخصه موافق ممنوعیت واردات این کالاها برای ابدالدهر نیستیم، زیرا جلوی پویایی تولیدی را می‌گیرد و علاوه بر آن مصرف‌کنندگان ما حق انتخاب دارند.

به گفته هاشمی، باید موضوع صادرات یا توجه به بازار داخل در اختیار بخش خصوصی باشد تا انتفاع خود را انتخاب کند.

لزوم توجه به مقیاس اقتصادی طرح‌ها

وی در پاسخ به پرسش خبرنگاری تیتراژ ۲۰ درخصوص تعریف مراجع فرادستی از ساخت داخل، گفت: در اینکه عمق‌سازی تولید قطعات به نفع کشور و توسعه پایدار صنعتی و اقتصادی کشور است هیچ شکی وجود ندارد، اما این مسئله متناسب با ماهیت کالاها با یکدیگر فرق دارد.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افزود: یکی از الزامات که در تولید قطعات در داخل و بومی‌سازی آنها می‌تواند نقش‌آفرین

وی یادآور شد: با این حال، تهیه و تأمین برخی اقلام در داخل به‌صرفه نیست و همچنان نیازمند واردات است.

تولید ۲۵ میلیون دستگاه لوازم خانگی در افق ۱۴۰۴

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ادامه از برنامه‌ریزی وزارت صمت برای تولید ۲۵ میلیون دستگاه لوازم خانگی در کشور در افق ۱۴۰۴ خبر داد و افزود: این هدف با توجه به بازار بزرگ ۴۰۰ میلیونی کشورهای منطقه و همسایگان و گردش مالی ۲۷ میلیارد دلاری آنها در تأمین لوازم خانگی در نظر گرفته شده است.

هاشمی خاطرنشان کرد: صنعت لوازم خانگی در سال ۹۹ جهش خوبی در تولید تجربه کرد، به‌طوری که با آمار ۹ سال اخیر قابل قیاس نیست.

وی دلایل این مهم را کافی و رو به توسعه بودن ظرفیت‌های منصوبه تولید، همچنین کسب سهم بیشتری از بازار با توجه به عدم حضور برندهای خارجی عنوان کرد.

دلیل تفاوت‌های آماری انجمن و وزارت صمت

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در پاسخ خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما به تناقضات آماری انجمن و آمارهای وزارت صمت، به طور معمول هر واحد تولیدی آماری برای تأمین مواد اولیه مورد نیاز خود در سایت بهین یاب قرار می‌دهد که باید مورد حسابرسی قرار گیرد تا تایید شود، اما برخی اوقات واحدها در زمان مقرر نسبت به ورود آمار و داده‌ها اقدام نمی‌کنند.

وی یادآوری کرد: اختلاف آمارها از قبل هم وجود داشته و این آماری که امروز در جلسه از تولیدات چند قلم لوازم خانگی مطرح شد، در حقیقت آخرین آمار ۱۰ ماهه وزارت صمت و کارشناسی شده است که ما هم از آنها استفاده کردیم.

ممنوعیت واردات جلوی پویایی تولید را می‌گیرد

هاشمی در پاسخ به پرسش خبرنگار شبکه ایران کالا درخصوص

دولت نباید رقیب بخش خصوصی در تولید شود

وی یادآور شد: اخیراً خبر رسیده که یکی از نهادهای به دنبال تولید لوازم خانگی است، این در حالی است که بخش خصوصی ما باهوش بوده، چابک عمل کرده، به موقع هزینه و حرکت می‌کند و دولت نباید به رقیب بخش خصوصی تبدیل شود.

بدون موافقت سازمان حمایت امکان افزایش قیمت محال است

هاشمی در پاسخ به خبرنگار خبرگزاری مهر در خصوص علت گرانی‌های لوازم خانگی و اینکه آیا به تازگی درخواستی برای افزایش قیمت‌ها بوده یا خیر؟ توضیح داد: قیمت لوازم خانگی متأثر از برخی پارامترها است و در تولید این محصولات سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نظارت مستقیم دارد.

وی گفت: با وجود اینکه لوازم خانگی مشمول قیمت‌گذاری تکلیفی نیست، اما مواد اولیه آن همچون مس، آلومینیوم، برنج، پتروشیمی و فولاد همگی مشمول قیمت‌گذاری جهانی هستند؛ یعنی به طور مثال در ورق‌های فولادی قیمت‌ها از متال بولتن گرفته شده، در نرخ روز ارز و همچنین حاشیه رقابتی که در بورس اتفاق می‌افتد ضرب شده و به دست می‌آید.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران بیان داشت: خوشبختانه آن است که مواد اولیه به اندازه کافی در بورس عرضه شود، این در حالی است که ایامی را به یاد می‌آوریم که مواد اولیه در بورس تا ۴۰ درصد بالای قیمت پایه معامله شده یا تولیدکننده به ناچار با چند برابر قیمت از بازار آزاد خریداری کرده است؛ بر این اساس نهادهای تولید متناسب با قیمت و متناسب با میزان مصرف شان در قیمت تمام شده لوازم خانگی تأثیرگذار هستند و بدون موافقت سازمان حمایت امکان افزایش قیمت از سوی واحدهای تولیدی محال است.

وی افزود: در این زمینه یا باید تابع قوانین اقتصاد آزاد باشیم، یعنی هزینه‌های تولید با سود عادلانه‌ای جمع شده و به قیمت تمام‌شده برسیم که در این صورت واحدها نمی‌توانند به دلخواه خود قیمت‌ها را افزایش دهند.

هاشمی اضافه کرد: در حالت دوم، اگر دولت و حاکمیت دغدغه مردم را دارد باید مکانیسمی تعریف تا تعادل در قیمت‌ها حاکم شود، نه اینکه قیمت مواد اولیه جهانی بوده اما قیمت کالای نهایی به صورت دستوری تعیین شود.

۲ میلیارد دلار، ارزش لوازم خانگی قاچاق

وی همچنین در ادامه در پاسخ به پرسش خبرنگار روزنامه همشهری گفت: واردات لوازم خانگی به صورت رسمی تقریباً به صفر رسیده است و فقط کالاهایی که مجوز قبلی داشته و در گمرکات باقی مانده‌اند در حال طی کردن مرحله ورود خود به کشور هستند.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افزود: در سال‌های اخیر سهم تولیدکنندگان داخلی در بازار به مراتب افزایش یافته است و اکنون می‌توان گفت به طور قانونی ۹۵ درصد سهم بازار را کالاهای

باشد، موضوع مقیاس اقتصادی آن است، بطور مثال کمپرسور برودتی یخچال از ابتدا وارداتی بوده و حدود ۲۰ سال پیش دو کارخانه کمپرسورسازی در قزوین و شیراز با ظرفیت اسمی ۱،۲ میلیون دستگاه در سال به وجود آمدند، اما از ابتدا هدف‌گذاری‌شان اشتباه بود.

وی بیان داشت: امروز کمترین ظرفیت تولید کمپرسورها در جهان کمتر از ۱۰ میلیون دستگاه در سال نیست و علاوه بر آن، واحدهای موجود به دنبال ادغام با یکدیگر به منظور تولید رقابتی هستند. هاشمی ادامه داد: موضوع دیگری که باید مد نظر قرار بگیرد سرعت تغییرات فناوری در صنعت است و در صورتی که این سرعت خیلی بالا باشد، حتماً باید بتوانیم مشارکت‌کننده خارجی جذب کنیم.

وی، تولید تلفن همراه را مثال زد که به منظور داخلی‌سازی حقوق ورودی آن را به ناگاه از ۴ به ۶۰ درصد افزایش دادند که در نهایت هیچ دستاوردی برای کشور نیز نداشت.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران یادآور شد: به تازگی برخی از داخلی‌سازی تولید مازول تلویزیون در کشور سخن به میان می‌آورند، در حالی که این قطعه ۶۰ درصد ارزش CBU تلویزیون را تشکیل می‌دهد و باید گفت این مهم نیازمند دست کم ۱۰۰ میلیون یورو سرمایه‌گذاری است، این در حالی است که کل نیاز تلویزیون این کشور به مازول سالیانه ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه است و بر این اساس باید دقت کنیم کجا می‌خواهیم سرمایه‌گذاری کنیم.

انجمن کار اقتصادی انجام نمی‌دهد

وی همچنین در پاسخ به اینکه آیا انجمن صنایع لوازم خانگی کشور به دنبال راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای و محلی برای توزیع محصولات اعضای این انجمن است؟ گفت: انجمن کار اقتصادی انجام نمی‌دهد اما خود را موظف می‌داند که در راستای سیاست‌های اعضا و مصالح کشور حرکت کند.

هاشمی موضوع برندسازی را یادآور شد و افزود: در این زمینه بارها اعلام کرده‌ایم که دولت باید به بسترسازی بپردازد و انجمن به عنوان یک ان‌جی‌او و بخش کاملاً خصوصی باید به ارائه نظر و ایده پرداخته و بخش خصوصی را تشویق کند تا توانمندی‌هایشان را بروز داده و تولیدکنندگان با هم تعامل کنند.

وی گفت: امروز در همه نقاط جهان برخلاف گذشته سیستم های عرضه مویرگی جایگاه خوبی ندارند و افراد و خانواده‌ها ترجیح می‌دهند به جای رفتن به منطقه‌ای همچون «امین حضور» با آلودگی و سر و صدای زیاد، در فروشگاه‌هایی همچون «ایران مال» حضور یابند.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ادامه داد: امروز در جهان فروشگاه‌های عرضه متمرکز بسیار موفق هستند، زیرا علاوه بر برخورداری از آرامش و امکاناتی همچون پارکینگ، مراکز بسیار تمیز بوده و حتی خانواده‌ها می‌توانند در آنها به تفریح بپردازند.

داخلی تشکیل می‌دهند.

وی تاکید کرد: انجمن صنایع لوازم خانگی صدای واحد این صنعت در راستای سیاست‌های کلی کشور است و ارتقای این صنعت و تقویت جایگاه بخش خصوصی در تدوین قوانین و مقررات را دنبال می‌کند.

هاشمی بیان داشت: یکی از موارد مورد تاکید این انجمن، ثبات قوانین و سیاست‌گذاری‌های مدنظر است؛ به طور مثال اینکه برای مدت ۵ سال ممنوعیت واردات این کالاها تداوم داشته باشد، حتی اگر دوباره به بگرام بازگردیم یا پول‌های بلوکه شده کشور پس داده شود.

وی تاکید کرد: ما نیز همچون تولیدکنندگان داخلی نگرانیم که در صورت گشایش‌های سیاسی و اقتصادی اتفاقات نامبارک گذشته و انجام واردات بی‌رویه تکرار شود.

دولت باید برنامه درازمدت برای صادرات داشته باشد

وی در پایان در پاسخ به خبرنگار روزنامه صمت گفت: صادرات باید به صورت سیستماتیک انجام شده و دولت برنامه دراز مدت برای صادرات تعیین کرده و به آن پایبند باشد؛ در این راستا ثبات قوانین و مقررات لازم است.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تاکید کرد: توان صنعت لوازم خانگی ایران از نظر تیراژ قابل قبول است، اما وقتی قرار است وارد مسابقه‌ای شویم که در حقیقت ماراتن جهانی است، مشخصات و مختصات داخلی به تنهایی جواب نمی‌دهد و باید مسائل را جهانی دید؛ در این راستا سازمان توسعه تجارت باید ببیند که بازارهای هدفش را کجاها باید تعریف کند و این مهم باید با مطالعه را به صورت دراز مدت اتفاق بیفتد.

وی در خاتمه با اشاره به کلامی از رهبر معظم انقلاب که «باید از تولیدات داخلی حمایت شود؛ ابراز امیدواری کرد با ظرفیت‌های موجود و توانمندی‌هایی که در چند سال اخیر ایجاد شده، حاکمیت نیز قدر این مسئله را بداند.

وی بیان داشت: در برخی اقلام مانند اسپلیت یونیت، ماکروویو، سشوار، اتو و ظرفشویی، تولید داخلی تکافوی نیازها را نمی‌دهد و سرمایه‌گذاری کمتری در سال‌های گذشته انجام شده بود، اما امروز سرمایه‌گذاران به آن توجه داشته‌اند و شاید در یکی دو سال آینده بیش از ۸۰ درصد این کالاها را نیز بر در داخل تأمین کنیم.

هاشمی اظهار داشت: در موضوع قاچاق کالاها، قابلیت قاچاق‌پذیری، فاصله بین عرضه و تقاضا از آن کالای خاص و همچنین سلیقه مصرف‌کننده باید در نظر گرفته شود.

وی یادآور شد: هر چند سهم کالای لوازم خانگی قاچاق از بازار باید با استناد به مدارک و مستندات ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز باشد، اما این ستاد به طور عمومی ارزش لوازم خانگی قاچاق را دو میلیارد دلار تخمین می‌زند، این در حالی است که ۶،۵ تا ۷ میلیارد دلار گردش مالی این صنعت در داخل است.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تاکید کرد: هیچ ممنوعیتی در رابطه با واردات اجزا و قطعات لوازم خانگی به کشور وجود ندارد مگر این که در سایت توان ایران مطابق لیست اقلامی که ساخت داخل آنها مورد توجه قرار گرفته، تصمیم گرفته شود که به یک قطعه مجوز ورود ندهند.

وی گفت: در بسیاری از اقلام لوازم خانگی حداقل ۴۰ درصد بومی‌سازی انجام شده است و با قیمت امروز دلار وارد کردن یک محصول هیچ صرفه‌ای ندارد.

نگران واردات بی‌رویه در صورت لغو تحریم‌ها هستیم

هاشمی در ادامه در پاسخ به پرسش خبرنگار بانک اطلاعات لوازم خانگی گفت: متأسفانه هنوز برخی در جامعه با جایگاه انجمن صنایع لوازم خانگی کشور به درستی آشنا نیستند که این انجمن با مشورت دستگاهی اجرایی و حاکمیتی قرار گرفته و از آن نظر خواهی می‌شود.





جلسات هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

- بررسی در مورد شبکه اطلاع رسانی انجمن و اقدام آن
- استماع گزارش جلسات برگزار شده طی روزهای گذشته از جمله جلسه با رئیس اتاق ایران و جلسه تدوین استراتژی و نقشه راه لوازم خانگی و...
- برنامه ریزی دبیرکل در خصوص بهبود وضعیت گزارش دهی و اطلاع رسانی فعالیتها و تلاشهای انجمن
- جمع بندی اقدامات صورت گرفته در خصوص انتخاب معاون اجرایی
- گریذ بندی تأمین کنندگان و مشتریان داخلی و خارجی
- جمع بندی فعالیت های صورت گرفته در خصوص تعیین استراتژی و نقشه راه لوازم خانگی
- اعلام نتیجه تیم نمایشگاه در خصوص حضور و یا انصراف شرکتها در بیستمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی
- بحث و بررسی پیرامون نتایج جلسات با روسای اتاق بازرگانی تهران و ایران جناب آقایان شافعی و خوانساری
- بحث و بررسی پیرامون نشست هم اندیشی اعضای انجمن با مدیران وزارت صمت در خصوص زنجیره ارزش تولید و چشم انداز ۱۴۰۴
- بحث و بررسی در خصوص همدلی و جذب بیشتر قطعه سازان از طریق دپارتمان قطعه سازان
- ایجاد منافع مشترک بین قطعه سازان و تولید کنندگان کالا و پیدا کردن راه حل برای حفظ منافع هر دو تیم به گونه ای که به جای بخش دولتی، انجمن لوازم خانگی یک ساختار منفعتی را برقرار نماید زیرا استقلال این دو گروه و دعوی آنها در وزارت صمت به نفع صنعت کشور نیست.
- بازسازی انجمن نیز به تصویب هیئت مدیره رسید.
- مقرر گردید ایجاد فضای مناسبی در انجمن و پیدا کردن یک راه حل در جهت همکاری این دو گروه و یکپارچگی دو تیم توسط آقای مهندس هاشمی در دستور کار قرار گیرد و همچنین در اولین جلسه هیئت مدیره دو نفر از لیدرهای قطعه ساز به جهت تعامل بیشتر در جلسه هیئت مدیره دعوت شوند.

جلسات هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در تاریخ های ۳۰ دی ماه، ۱۹ بهمن ماه و ۳ اسفند ماه ۹۹ با محوریت بررسی تدوین سند راهبردی صنعت لوازم خانگی در جلسات با وزارت صمت و دکتر آقا محمدی عضو محترم مجمع تشخیص مصلحت نظام، و نشست هم اندیشی با اعضای محترم و مدیران وزارت صمت جناب آقایان مهدی نیازی رئیس ستاد رفع موانع تولید و کیوان گردان مدیرکل دفتر صنایع فلزی وزارت صمت، بحث و بررسی پیرامون استراتژی انجمن برای رشد و توسعه لوازم خانگی و جهش صادرات اعضای محترم در جلسات متعدد با مدیران طرح و برنامه وزارت صمت در خصوص رفع مشکلات و تمرکز بر تولید ۲۰۰ برابری تولید، نحوه اقدام انجمن برای دفاع از منافع جمعی اعضاء با موضوع مسائل مربوط به انجمن های موازی و بالاخره بررسی برای تشکیل یک پلتفرم نمایشگاهی فروشگاهی برای اعضای محترم با هدف تقویت همه برندها در کنار یکدیگر همچنین برنامه ریزی برای تقویت دپارتمان قطعه سازان و تعامل دوسویه با تولید کنندگان محصول نهایی و بالاخره بحث و بررسی در خصوص راه اندازی کانون صنعت دانش و بازار با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با محوریت انجمن در تاریخ های مذکور برگزار شد.
اهم موارد مطرح شده از سوی هیئت مدیره در این جلسات را در ذیل می خوانید:

- بررسی روی مدل های کشورهای مختلف از جمله کره جنوبی و ترکیه حکایت از آن دارد که اگر قرار است مدلی در کشور اجرا شود باید تماماً از A تا Z پایه گذاری شود و هدف جمع بندی نظرات و اعلام به وزارت صمت است.
- تأکید بر همدلی و همکاری برای داشتن تریبون واحد برای رفع مشکلات واحدهای صنعتی.
- پیشنهاد تشکیل یک تیم دانشگاهی برای نوشتن استراتژی یا راهبرد از افرادی مانند دکتر مشایخی یا شاگردان ایشان

تابلو اعلانات

■ درج آمار ده ماهه تولید محصولات تولیدکنندگان لوازم خانگی کوچک در سامانه بهین یاب بخشنامه شماره ۹۹/۸۹۰/ش مورخ ۹۹/۱۱/۱۵

■ مکاتبه با سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان در خصوص تایید لیست قیمت مدل های جدید برخی واحدهای صنعتی عضو انجمن طی نامه های مختلف

■ دعوتنامه نشست هم اندیشی صاحبان صنعت لوازم خانگی با مدیران وزارت صمت پیرامون تدوین استراتژی و نقشه راه صنعت لوازم خانگی، افق ۱۴۰۴ طی نامه شماره ۹۹/۸۷۴/ب ی مورخ ۹۹/۱۱/۰۸

■ مکاتبه با اتاق ایران و اعلام راهکارها و نظرات انجمن جهت طرح قانون جدید اتاق بازرگانی طی نامه شماره ۹۹/۸۸۱/د مورخ ۹۹/۱۱/۱۲

■ مکاتبه با سازمان توسعه تجارت ایران و ارسال فهرست کالاهای اولیت دار صادراتی جهت مذاکره در موافقتنامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا طی نامه شماره ۹۹/۸۹۳/ش مورخ ۹۹/۱۱/۱۹

■ مکاتبه با وزیر صنعت، معدن تجارت نسبت به اعلان مغایرت وزنی کالاهای با بیش از ۳۰ درصد اختلاف تولیدکنندگان طی نامه شماره ۹۹/۹۱۰/د مورخ ۹۹/۱۲/۰۲

■ رسیدگی به مشکلات برون مرزی فعالان اقتصادی توسط اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران بخشنامه شماره ۹۹/۹۲۱/ش مورخ ۹۹/۱۲/۰۵

سازنومبر

EMERSUN

EMERSUN

EMERSUN

INVERTER TECHNOLOGY

امران

www.emersun.com

021-35711

زیا | پیٹرو | مطمئن

آبسالکو

اونیورسٹل سابق (تاسیس ۱۳۳۵)

همه سال با آبسال



فروش مرکزی:

۷۷۴۵۵۰۹۵ – ۷۷۴۵۱۰۹۴

www.Aabsalco.com