

# پیک شورا

سال سی و هشتم، دی و بهمن ۱۴۰۰



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران  
بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی  
صنعت پیشران لوازم خانگی کشور

## ۳۷۵

توانمندسازی حداکثری بخش خصوصی با توسعه همکاری‌های فی‌مابین انجمن‌ها و تشکل‌ها:  
تفاهم‌نامه همکاری خانه صنعت کاران ایران و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

**انجمن و کانون، دو بال توانمند صنعت پیشران لوازم خانگی**



## PARLAR

صنایع صبح پارلار آسیا

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

طراحی و تولید سیستم‌های الکترونیکی

## طراحی نوآورانه برای آشپزخانه رویاهای شما



ISO9001 : 2015



[www.Parlar.ir](http://www.Parlar.ir)

☎ ۰۴۱-۵۱۶۱۰۰۰۰

✉ [Info@parlar.ir](mailto:Info@parlar.ir)

# PARLAR

صنایع صبح پارلار آسیا

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

طراحی و تولید سیستم های الکترونیکی



درخشش یک فناوری هوشمند







Top Quality Design And  
Durable Goods With Best  
Colors .

# لیمون

لوازم خانه و آشپزخانه

## ظروف شیشه ای سرو و نگهداری



### SERVING & STORAGE



@limonware www.limonware.com



ISO 9001  
2008



## ACRYLIC SERVING BOWL



## کاسه سرو اکرولیک

# امرسن

زیبا | پیشرو | مطمئن

امرسن تنها با  
ضمانت هیرو سرویس



[www.emersun.com](http://www.emersun.com)

1639



THERMOSTATIC  
RADIATOR VALVE

دو سال کارانتی

تاکبان

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

20%  
Energy Saving

PP به کارآیی



TRV

www.takban.com



**TAKBAN**  
CONTROL ENERGY

Website: www.takban.co E-mail: info@takban.co  
Tel: 021/46868410-15 Fax: 021/46868416





# TAKBAN

## CONTROL ENERGY



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳

۱۳۹۸

۱۳۹۹

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

تنها دارنده نشان استاندارد ملی در زمینه تولید ترموستات تنها آزمایشگاه همکار موسسه استاندارد در زمینه آزمون ترموستات اخذ تندیس و لوح تقدیر به عنوان تلاشگر نمونه کیفیت واحد نمونه صنایع در سه سال متوالی

اخذ لوح تقدیر از سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان سال ۱۳۹۵، ۱۳۹۱، ۱۳۹۰ واحد منتخب روز صنعت و معدن سال ۱۳۹۳، ۱۳۹۸، ۱۳۹۹

Website: [www.takban.co](http://www.takban.co) E-mail: [info@takban.co](mailto:info@takban.co)

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





HEALTHY  
NON-STICK  
PFOA-HEAVY METAL  
NICKEL  
FREE

MELO<sup>R</sup>IN

سرویس ۱۲ پارچه **ملورین**  
با پوشش نچسب گرانیت







ناب استیل

با ضمانت ناب سرویس

© 021-2708

📷 nabsteel

NAB  
STEEL

[www.nabsteel.ir](http://www.nabsteel.ir)

کارخانجات چرخ خیاطی ایران  
**کاجیرات**  
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 فراهانی، شماره ۲۷

kachiran.ir

تلفن: ۰۲۱ - ۴۳۶۰۴ فاکس: ۰۲۱ - ۸۸۸۴۰۶۷۶





Tehran Novin Enamel  
Engineering Co.Ltd.

# شرکت مهندسی لعاب تهران نوین

لعابکاری قطعات با دستگاه های تمام اتوماتیک

با مصرف بهترین لعاب های روز دنیا



[www.tehranenamel.com](http://www.tehranenamel.com)

وبسایت :

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۴

شماره تماس :

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۲

۰۹۳۵-۸۹۸۹۹۸۱

واحد فروش (زندی) :



# همارا®

www.homara.ir



تولیدکننده لوازم خانه و آشپزخانه

KITCHENWARE



- دارای گواهی سیستم مدیریت کیفیت از شرکت Swiss Cert
- عضو شبکه کیفیت جهانی IQ.Net
- دارای گواهینامه محصول CE اروپا



# Homara®

www.homara.ir





 **دمنده**<sup>®</sup>  
**DAMANDEH**

با دمنده نفس بکشید



[www.damandeh.com](http://www.damandeh.com)  
[sale@damandeh.com](mailto:sale@damandeh.com)

شماره تماس: ۰۲۱-۳۵۲۷۰۰





لوازم خانگی

# المانس

HOME APPLIANCES  
ELEGANCE

## اولین ماشین ظرفشویی ۱۰ نفره

با قابلیت قرارگیری به صورت توکار

(Model:WQP10)

تنها ۱۰ نفره در دنیا  
اومیزی

A+



استیل سفید سیلور

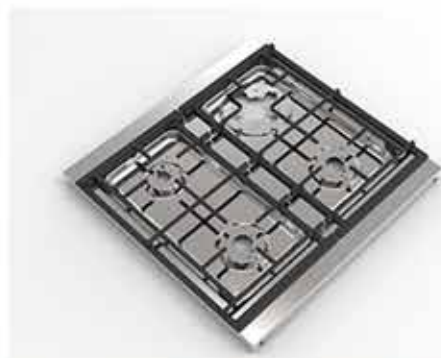


گواهینامه های استاندارد بین المللی



۵-۴۴۴۷۸۵۵۱ (۰۲۱)

مرکز سرویس و اطلاع رسانی:



# شرکت اریس سازه پارسیان (سناتور)

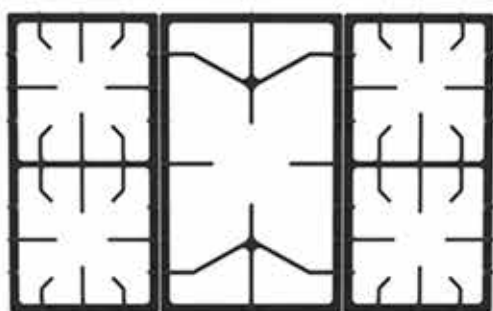
تولید کننده و صادر کننده انواع شبکه های چدنی اجاق گاز با بهترین کیفیت ساخت و لعاب







# SENATOR



 [www.senator.co.ir](http://www.senator.co.ir)

 021-77722282

 فلکه اول تهرانپارس ، خیابان امیریطائمه ، نبش کیخسروی ،  
پلاک 13 ، واحد 15




تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه  
(ملامین و پلاستیک)

یزدگل

YazdGol

Since 1992



 YazdGolco  
[www.yazdGol.com](http://www.yazdGol.com)

طرح  
رنگ  
کیفیت



یزدگل

YazdGol

Since 1992

Design  
Color  
Quality

دفتر تهران : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۸۴ ۴۴ - ۹

فکس : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۳۳ ۱۶



# Gplus



[www.gpluselectronics.com](http://www.gpluselectronics.com)



مرکز ارتباط مشتریان (۲۴ ساعته) ۰۲۱ - ۸۴۷۳۳  
بخش خدمات و پشتیبانی [www.goldiran.ir](http://www.goldiran.ir)

گلدیران  
روی خوش زندگی



- ۲ گفتگو با مهندس علیرضا محمدی دانیالی
- ۴ گفتگو با مهندس عباس هاشمی
- ۶ سخن سردبیر
- ۷ گفتگو با علیرضا عراقی
- ۹ گفتگو با سلطان حسین فتاحی
- ۱۱ اخبار انجمن - دو مانع عمده برای تصاحب بازارهای هدف صادراتی
- ۱۳ افتخارآفرینی بوتان، برفاب و سیم و کابل ابهر
- ۱۴ گفتگو با قاسم مصطفوی
- ۱۷ گفتگو با علیرضا کلاهی صمدی
- ۲۰ اخبار انجمن - نخستین همایش تجلیل از پیشکسوتان صنعت استان قزوین
- ۲۱ گفتگو با نوید ایزدپناه
- ۲۳ اخبار انجمن - صنایع الکتریکی ناسیونال ایران
- ۲۴ گفتگو با عباس ابهری
- ۲۷ اخبار انجمن - انجمن و کانون، دو بال توانمند صنعت لوازم خانگی
- ۲۹ میزگرد تخصصی الگوهای کسب و کار در صنایع لوازم خانگی کشور
- ۳۲ گفتگو با نسیم توکل
- ۳۵ نگاهی به اقدامات اس جی اس SGS
- ۳۷ مقالات فارسی - بنگاه‌های اقتصادی نگران نوسان نرخ ارز و کمبود نقدینگی
- ۴۱ اخبار انجمن - تفاهم‌نامه همکاری میان انجمن صنایع لوازم خانگی و خانه صنعت کاران
- ۴۳ گفتگو با امیرحسین الماسی
- ۴۵ گفتگو با محسن مداحی
- ۴۹ گفتگو با سهراب چینی‌فروشان
- ۵۱ مقالات انگلیسی - پکیج چگالشی چیست؟
- ۵۴ مقالات انگلیسی - تولید جدیدترین یخچال درب فرانسوی توسط برند سامسونگ
- ۵۶ مقالات انگلیسی - تولید سیستم جدید برای هوشمندسازی هودها یا آشپزخانه
- ۵۷ مقالات انگلیسی - یخچال هوشمند چیست؟
- ۶۰ مقالات انگلیسی - لوازم خانگی پرکاربرد در آشپزخانه
- ۶۱ مقالات انگلیسی - همه آنچه در یک خانه هوشمند می‌بینید
- ۶۳ گفتگو با فرشته ارقند
- ۶۵ اخبار انجمن - بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی مشهد
- ۶۷ مقالات فارسی - نمایشگاه‌ها، ویتترین تمام نمای لوازم خانگی
- ۶۹ اخبار انجمن - مهم‌ترین مطالبات تولیدکنندگان لوازم خانگی
- ۷۲ مقالات فارسی - فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود در نمایشگاه اکسپ. ۲۰۲۰
- ۷۵ مقالات فارسی - چین و روسیه به دنبال ایجاد نظام مالی جدید هستند؟
- ۷۸ نگاهی به آمار تولید لوازم خانگی
- ۸۰ نظرسنجی پیک شورا



## انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت لوازم خانگی ایران

# پیک شورا

ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سال سی‌وششم / دی و بهمن ۱۴۰۰ / شماره ۳۷۵

■ صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

■ مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

■ زیر نظر شورای سیاست‌گذاری: عباس هاشمی،

فرشاد براتی، داوود فراهانی، قاسم مصطفوی

■ سردبیر: فرشاد براتی

■ هیأت تحریریه: سوسن یحیی پور

■ امور هنری و فنی: زهرا یوسف پور

■ امور اجرایی: نرگس قیاسوند

■ توزیع: علی یوسفی

حق جرح و تعدیل مطالب دریافتی برای انجمن محفوظ است.

نشانی دفتر مجله: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، خیابان

صابونچی، کوچه مبینی، پلاک ۸

کدپستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

## رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران مطرح کرد عدم تحقق رشد اقتصادی و کاهش قدرت خرید مردم؛ ریشه‌ی همه نابسامانی‌ها

کاهش تولید و افزایش قیمت؛ نتیجه نهایی قیمت‌گذاری دستوری



فعالان اقتصادی همواره خواستار کاهش تصدی‌گری دولت در اقتصاد ایران بوده‌اند تا مسیر فعالیت بخش خصوصی واقعی در عرصه اقتصادی هموار شود و در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی اتفاق بیفتد. در ارتباط با چالش‌های فعلی صنعت لوازم خانگی و پاره‌ای دیگر از مسائل، نظر علیرضا محمدی‌دانیالی، رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، را جویا شدیم که در ادامه می‌خوانید.

**جدای از بحث مداخلات بی‌حد و حصر دولت در امور اقتصادی، چه چالش‌های دیگری در صنعت لوازم خانگی می‌بیند؟ آیا می‌توان حال و روز امروز صنعت لوازم خانگی را بیشتر متأثر از سیاست‌های کلان کشور دانست؟**

همه ما در کشتی اقتصاد ایران نشسته و حال و هوای این کشتی تأثیر مستقیمی به وضعیت و حال و روز همه فعالان اقتصادی و همه مردم ایران خواهد داشت. اگر رشد ۱۰ ساله اقتصاد ایران (دهه ۱۳۹۰-۱۴۰۰) صفر بوده است یعنی کشتی از حرکت باز ایستاده و به گل نشسته است. باید برای بیرون آوردن کشتی به گل نشسته از گل همه ۸۵ میلیون ایرانی تلاش و فعالیت کنند و خدای ناکرده از غرق شدن کشتی جلوگیری کنند. عدم تحقق رشد اقتصادی و پایین آمدن قدرت خرید مردم از بزرگترین مشکلات کشور و ریشه‌ی همه نابسامانی‌هاست و تأثیری اساسی در رشد و توسعه همه صنایع از جمله صنعت لوازم خانگی خواهد داشت.

**آیا می‌توان قاچاق را بزرگترین مانع توسعه صنعت لوازم خانگی دانست؟**

قاچاق لوازم خانگی که طبق آمار رسمی ۴۰ درصد سهم بازار را شامل می‌شود از معضلات بزرگ کشور و صنعت لوازم خانگی بوده و به ضرر اقتصاد ملی، تولید و مصرف‌کنندگان است و امیدواریم اقدامی اساسی و ملی برای رفع مشکلات قاچاق به سرعت انجام شود.

**به باور شما، افزایش مداخله دولت در اقتصاد تا چه حد سد راه فعالیت صنعتگران (به‌ویژه در بخش لوازم خانگی) بوده و در این زمینه چه راهکاری به دولت پیشنهاد می‌کنید؟**

اقتصاد ایران دولتی است و حدود ۸۰ درصد اقتصاد در اختیار دولت و یا شرکت‌های خصولتی قرار دارد و تنها ۲۰ درصد اقتصاد دست بخش خصوصی است.

تجربه بشری ثابت کرده است که به دلیل حفظ منفعت شخصی، در همه جای دنیا، دولت‌ها با گذاشتن مقررات، حمایت‌ها و آماده‌سازی زیرساخت‌ها، مسیر رشد و توسعه بخش خصوصی را هموار و از آنها حمایت کرده و در نتیجه بخش خصوصی هم با دلسوزی و رقابت از منافع خود حفاظت می‌کند و در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی اتفاق افتاده و منافع آن شامل حال همه‌ی مردم می‌شود. این سیستم در ۹۹ درصد اقتصاد جهان با موفقیت در حال اجراست و شاید بتوان مدل‌های دولتی اقتصاد را در کره شمالی، ونزوئلا و کوبا یافت.

این نکته مهمی است که باید قبل از آنکه خیلی دیر شود برای آن تصمیم‌گیری اساسی در حاکمیت به‌عمل آید و به الزامات این تصمیم‌گیری مهم دایر بر واگذاری اقتصاد به بخش خصوصی واقعی پایبند ماند.

اگر رشد ۱۰ ساله اقتصاد ایران (دهه ۱۳۹۰-۱۴۰۰) صفر بوده است یعنی کشتی از حرکت باز ایستاده و به گل نشسته است. باید برای بیرون آوردن کشتی به گل نشسته از گل همه ۸۵ میلیون ایرانی تلاش و فعالیت کنند و خدای ناکرده از غرق شدن کشتی جلوگیری کنند.



علاوه بر آن، درآمد سرانه کشورهای دنیا به دلار هم شاخص مهمی در سطح رفاه مردم هر کشوری است. درآمد سرانه ایران و سنگاپور در سال ۱۹۷۷ برابر با ۲۳۱۵ و ۲۸۴۶ دلار بوده و درآمد سرانه سال ۲۰۲۱ سنگاپور ۵۹/۸۱۹ و ایران ۲۳۱۳ دلار تنزل یافته است. همه کشورهای جهان درآمد سرانه‌شان طی ۴۰ سال گذشته افزایش یافته و شاید ایران تنها کشوری است که در این زمینه استثناء بوده، چون نه تنها درآمد سرانه‌اش افزایش نیافته بلکه کاهش هم یافته است. توجه به حل این بحران بزرگ در کشور از جمله اقدامات مهم و اساسی است که با روش‌های گذشته همان نتایج گذشته حاصل می‌گردند و نیاز به یک پارادایم کیفیت (افق‌گشایی) از نان شب واجب‌تر است.

### الزامات صادرات به کشورهای همسایه چیست؟

با توجه به کاهش قدرت خرید مردم و رشد تولید ۷۳ درصدی لوازم خانگی در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ و رشد تولید در سال ۱۴۰۰، نیاز است برای جذب این مقدار تولید در بازار داخل اقدامات اساسی به‌عمل آید.

راه صادرات به بازار منطقه نیز باید شدیداً مورد توجه و برای حل موانع تولید و مشکلات سیاسی و اقتصادی و بهبود روابط با کشورهای همسایه و حل موانع و مشکلات بانکی و تحریم‌ها اقدام تا اضافه تولید داخل به بازارهای منطقه صادر شود. اولین اقدام هم جلوگیری از قاچاق ۴۰ درصدی لوازم خانگی و حمایت از تمام اقلام لوازم خانگی جهت اعمال محدودیت واردات است.



## تا به امروز قیمت‌گذاری دستوری چه تاثیری بر فعالیت صنعتگران این حوزه داشته و راهکار پیشنهادی شما در صورت حذف قیمت‌گذاری دستوری چیست؟

قیمت‌گذاری دستوری در هیچ مدل اقتصادی جواب نداده است و در ۹۹ درصد اقتصاد آزاد دنیا چیزی به‌عنوان قیمت‌گذاری دستوری مگر در موارد کالاهای انحصاری وجود ندارد و دولت‌ها با وضع قوانین و مقررات اقدام به نظارت بر بازار و بقیه را به سازوکار بازار یعنی همان عرضه و تقاضا و رقابت در بازار واگذار می‌کنند. علم اقتصاد می‌گوید که همه افراد برای منافع خودشان نسبت به اتخاذ تصمیمات درست اقدام می‌کنند و اجماع مردم همیشه بهترین تصمیمات را را خواهند گرفت و بدیلی برای آن وجود ندارد. قیمت‌گذاری دستوری در درازمدت سبب کاهش تولید و اشتغال و کاهش عرضه و در نتیجه افزایش قیمت می‌شود.

موقعیت قیمت‌گذاری دستوری را ما در هیچ کجای دنیا سراغ نداریم و آزموده را آزمودن خطاست!

### پیش‌بینی ناپذیر بودن تحولات اقتصادی چه تاثیری بر فعالیت صنعتگران داشته است؟

بازده سرمایه‌گذاری‌های صنعتی در درازمدت بوده و در نتیجه سرمایه‌گذار باید وضعیت ثبات ثبات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و قوانین اطمینان خاطر حاصل کند. در جایی که روزانه و گاهی شبانه قوانین و مقررات عوض می‌شوند و ثبات وجود ندارد، سرمایه‌گذاری‌های جدید حتی جبران استهلاک سرمایه‌های موجود را نکرده و خالص سرمایه‌گذاری‌ها منفی شده است که باید برای حل آن فکری اساسی شود.

### بزرگترین مشکلات فعلی بخش تولید و فروش چیست؟

بزرگترین مشکلات فعلی تولید و فروش صنعت لوازم خانگی؛ قدرت خرید مردم ایران و کاهش رشد اقتصادی کشور است. با توجه به آمار رسمی رشد تولید ناخالص داخلی طی دهه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ نزدیک به صفر بوده است و اگر سالانه ۸ درصد رشد اقتصادی داشته باشیم، اندازه اقتصاد در سال ۱۴۰۶ به سال ۱۳۹۰ می‌رسد.

## دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران مطرح کرد آسیب‌پذیری فعالیت‌های اقتصادی در نبود مدیریت توانمند

تحقق توسعه پایدار در گروهی ثبات اقتصادی



جدای از اثرات و پیامدهای منفی تحریم‌ها و محدودیت‌های ایجاد شده بر صنایع مختلف، اما وضعیت کنونی صنعت لوازم خانگی را می‌توان بیشتر متأثر از یکسری موانع داخلی مثل پدیده قاچاق، قیمت‌گذاری دستوری، مسائل گمرکی، مالیات‌ستانی و ... دانست که آسیب‌های جدی به روند تولید و صادرات محصولات می‌زنند. برای جویا شدن از شرایط فعلی صنعت لوازم خانگی، گفت‌وگوی اختصاصی با عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، انجام داده‌ایم که مشروح آن در ادامه می‌آید.

پس، اول حفظ و ثبات وضعیت موجود و بعد برنامه‌ریزی برای توسعه. وگرنه، بدیهی است که مباحثی مثل دانش‌بنیان کردن و تحقیق و توسعه از موارد ضروری محسوب می‌شوند که اگر به آنها پرداخته نشود، از قافله عقب می‌مانیم، چون روند تغییرات در عصر جدید با سرعت بالایی اتفاق می‌افتد و دلیل آن هم ورود فناوری‌های جدید و محصولات دانش‌بنیان است که تحولات شگرفی را رقم زده‌اند. از این منظر این مباحث بسیار اهمیت پیدا می‌کنند، مسائلی مثل قاچاق جزء موضوعات اجرایی و جاری محسوب می‌شوند و یک تحول عمیق نیازمند بکارگیری روش‌ها، ابزارها و فناوری‌های جدید است.

### عملکرد دستگاه‌های اجرایی در مقابله با پدیده قاچاق را چطور ارزیابی می‌کنید؟

متأسفانه دستگاه‌های اجرایی جزیره‌ای عمل می‌کنند، برای مثال ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز امکانات محدودی در اختیار دارد و تنها می‌تواند بخش کوچکی را ساماندهی کند. بنابراین، تا زمانی که عزم راسخ، اراده ملی و تعهد ملی نباشد، این اشکالات وجود خواهد داشت.

### پیش‌بینی ناپذیر بودن تحولات اقتصادی چه تاثیری بر فعالیت صنعتگران داشته است؟

شاه‌بیت قضا یا همین مساله است. وقتی تحولات اقتصادی در عرصه کلان کشور اتفاق می‌افتد و نظام اقتصادی تابع آن تحولات است و تاثیر آن بی‌نهایت بالاست، قطعاً این مساله به صورت دومینوار منتقل می‌شود.

### آیا می‌توان حال و روز امروز صنعت لوازم خانگی را بیشتر متأثر از سیاست‌های کلان کشور دانست؟

تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی در وضعیت امروز صنعت لوازم خانگی موثر بوده است، ولی بیشتر گرفتار یکسری موانع داخلی هستیم که سهواً و ناخواسته به روند تولید آسیب می‌زنند. به نظر می‌رسد دچار یک روزمرگی مفرط شده‌ایم. عملکرد جزیره‌ای، قاچاق، سرکوب قیمتی، مسائل گمرکی، مالیات، موضوعات مربوط به سازمان تامین اجتماعی از جمله موانع داخلی محسوب می‌شوند. البته، یکسری از مسائل هم وابسته به ایجاد تحرک در داخل خود بنگاه‌هاست تا تولید و صادرات به نحو احسن انجام شود.

### پیشتر از پدیده قاچاق به‌عنوان بزرگترین مانع توسعه صنعت لوازم خانگی نام بردید، با اینحال عده‌ای از کارشناسان بزرگترین مانع را نبود رقابت و مسدود بودن مسیر تحقیق و توسعه می‌دانند. در این باره چه فکر می‌کنید؟

به این دلیل از پدیده قاچاق به‌عنوان بزرگترین مانع توسعه صنعت لوازم خانگی نام بردم که باید تلاش بر این باشد که وضعیت جاری حفظ شود و بعد از آن توسعه اتفاق بیفتد. وقتی نتوانیم وضعیت موجود را حفظ کنیم و فشارها به حدی باشد که ما را به عقب هل دهد، ابتدا باید به یک وضعیت باثبات دست پیدا کنیم تا در مراحل بعدی به تحقیق و توسعه، دانش‌بنیان‌سازی شرکت‌ها، بکارگیری نوآوری‌ها و فناوری‌ها و غیره، پرداخته شود.

صنعت لوازم خانگی یک صنعت اشتغال‌زاست؛ اگر حلقه‌های زنجیره مثل حمل‌ونقل، خرید مواد اولیه توسط صنایع پایین‌دستی، تولید، بسته‌بندی، شبکه توزیع، خدمات پس از فروش و غیره را بررسی کنیم، می‌بینیم که هر کدام از این بخش‌ها تا چه اندازه اشتغال ایجاد می‌کنند.





جای تولیدات ایرانی خالی است. در این زمینه باید مطالعات خوبی انجام بگیرد و به این سوال پاسخ داده شود که چرا در این بازار حضور نداریم؟

برقراری روابط سیاسی نیز بسیار مهم است و متاسفانه این مساله تمام مسائل دیگر را تحت الشعاع خود قرار داده است. فارغ از تعاملات سیاسی، موضوع روابط اقتصادی نیز مطرح می‌شود. ما باید بتوانیم در مرحله اول با کشورهای منطقه قراردادهای منطقه‌ای ببندیم و تعرفه‌ها و استانداردها را با یکدیگر معادل‌سازی کنیم تا برنامه‌ریزی میان‌مدت و درازمدت انجام شود. اینگونه نباشد که یک واحد صنعتی خودش به تنهایی وارد بازار شود و بعد شکست بخورد یا کالای غیر استاندارد به دیگر بازارها بفرستیم و در نتیجه به آبروی کشور لطمه بزنیم!

متاسفانه دستگاه‌های اجرایی جزیره‌ای عمل می‌کنند، برای مثال ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز امکانات محدودی در اختیار دارد و تنها می‌تواند بخش کوچکی را ساماندهی کند. بنابراین، تا زمانی که عزم راسخ، اراده ملی و تعهد ملی نباشد، این اشکالات وجود خواهد داشت.

این امور نیازمند مدیریت است که سازمان توسعه تجارت در این زمینه قدم برداشته است، ولی دامنه مانور این سازمان هم ضعیف است، چراکه در اینجا هم نیازمند برقراری تعاملات سازنده هستیم.

معاونت اقتصادی در وزارت امور خارجه ایجاد شده و رایزن‌های بازرگانی و صنعتی با پیشنهاد سازمان توسعه تجارت و هماهنگی با معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه به دیگر کشورها می‌روند که لازم است نقش خود را پررنگ سازند، روی بازارها مطالعات وسیعی داشته باشند و صرفاً به یکسری گزارش‌های اداری اکتفا نکنند.

در این ارتباط، پیشنهاد ما این بود که اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، رایزن‌های بازرگانی از بخش خصوصی معرفی کند و حقوق آنها را متقبل شود، اما در ساختار سفارتخانه‌ها هنوز مطالعه‌ای در این زمینه صورت نگرفته تا امکان‌سنجی شود.

متاسفانه نبود یک مدیریت توانمند و واحد در کشور باعث آسیب‌پذیر شدن فعالیت‌های اقتصادی شده است؛ به‌ویژه به دلیل اعمال تحریم‌ها، درآمدهای نفتی محدود شده، صادرات تحت تاثیر قرار گرفته است و طرف مقابل به هر شکلی قصد آسیب زدن به اقتصاد کشورمان را دارد. درواقع، هزینه حضور فیزیکی و نظامی قدرت‌ها به لحاظ مالی، اجتماعی و سیاسی در دنیا بالاست و در نتیجه موثرترین و کوتاه‌ترین راه، همین اعمال فشارهای اقتصادی است. بنابراین، اینها مزید بر علت شده و گرفتار محدودیت‌های مختلفی شده‌ایم و قطعاً تمام فعالیت‌های اقتصادی بنگاه‌های تولیدی و واحدهای کوچک را تحت تاثیر قرار داده است. تا زمانی که ثبات وجود نداشته باشد، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت جهت تحقق توسعه پایدار وجود نخواهد داشت.

### وضعیت صادرات لوازم خانگی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

برای بقای اقتصادی، تعامل جهت انجام صادرات یک امر حیاتی است. هرچقدر صادرات با ارزش افزوده بالاتری انجام بگیرد، به نفع کشور خواهد بود، چون کار و ارزش افزوده ارزآوری بیشتری به همراه دارد. صنعت لوازم خانگی ظرفیت خوبی به‌ویژه در منطقه (با توجه به وضعیت اقتصادی کشورهای همسایه) دارد و امکان صادرات لوازم خانگی ساخته‌شده دیده می‌شود. البته در میان کشورهای همسایه، وضعیت کشور ترکیه متفاوت است، چون به لحاظ تعاملات بین‌المللی وضعیت مساعدی دارد و در نتیجه ما در بخش صادرات قطعاً به ترکیه موفق بوده‌ایم، اما در صادرات محصول به سایر کشورها می‌توانیم موفق‌تر عمل کنیم.

### الزامات و شروط توسعه صادرات چیست؟

در ابتدا باید تاکید کنم که صادرات باید «پایدار» باشد و این شرط نباید نادیده گرفته شود. یکی از بازارهای خوب که می‌تواند مقصد صادراتی محصولات ما باشد، بازار دبی است. در حال حاضر محصولات ترکیه یا استرالیا در فروشگاه‌های این کشور به چشم می‌خورد اما



## سخن سرویس

### چشم‌انداز تعامل با کشورهای مقصد صادراتی ایران را چطور ترسیم می‌کنید؟

واقعاً هیچ موضوعی در اقتصاد ایران قابل پیش‌بینی نیست؛ متأسفانه اکثر برنامه‌ها کوتاه‌مدت هستند و وضعیت روزمرگی را شاهد هستیم. همچنین، رفتارهای ما در درازمدت قابل پیش‌بینی نیستند، چون به نظر می‌رسد تمرکزی وجود ندارد. آنچه مهم است این است که متولیان امر به این نتیجه برسند که اقتصاد باید در اولویت باشد. اگر این اولویت‌بندی انجام شود و تعاملات خارجی افزایش یابد، کشور ایران یک کشور بزرگ است که بدون اغراق امکان ایجاد تعامل پایدار در زمینه‌های مختلف در آن وجود دارد.

### شما قبلاً از مشتری‌مداری به‌عنوان شاه‌بیت بازار نام بردید؛ عملکرد شرکت‌های لوازم خانگی در این بخش را چطور ارزیابی پیشنهاد می‌کنید؟

عملکرد شرکت‌های لوازم‌خانگی در بخش مشتری‌مداری رو به پیشرفت بوده است. چون مشتری‌ولی نعمت است و خود شرکت‌های لوازم خانگی هم بر این موضوع واقف هستند. به هر حال در بازار رقابت وجود دارد و خود تولیدکنندگان در این مسیر یعنی جلب رضایت مشتریان گام برداشته‌اند. وضعیت خدمات پس از فروش هم نسبت به سال‌های قبل تفاوت زیادی کرده، اما باید تلاش‌های بیشتری صورت گیرد تا وضعیت بهتر شود.

### وضعیت اشتغال‌زایی در صنعت لوازم خانگی چگونه است و برای رونق بیشتر آن چه توصیه‌ای دارید؟

صنعت لوازم خانگی یک صنعت اشتغال‌زاست؛ اگر حلقه‌های زنجیره مثل حمل‌ونقل، خرید مواد اولیه توسط صنایع پایین‌دستی، تولید، بسته‌بندی، شبکه توزیع، خدمات پس از فروش و غیره را بررسی کنیم، می‌بینیم که هر کدام از این بخش‌ها تا چه اندازه اشتغال ایجاد می‌کنند. سهم این صنعت در اشتغال کل کشور بالاست و اهمیت زیادی دارد، در نتیجه، برای رونق اشتغال باید به آن بها داده شود. بسیار ضروری است که موانع بانکی زوده و راه هموار شود.

### فرشاد براتی

معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی  
انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

بی‌شک مشارکت و نظرخواهی از فعالان بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان اقتصادی و صنعتی می‌تواند به افزایش و بهبود کیفیت سیاستگذاری‌ها و نتیجتاً پیشرفت اقتصاد ملی منجر گردیده و از طرف دیگر نیز بهره‌گیری از وجود اندیشه و خرد خبرگان و بدنه کارشناسی در تشکلهای تخصصی نیز می‌تواند در شناسایی مشکلات اعضا، و انتقال مطالبات و ارائه راهکارهای منطقی به تصمیم‌سازان نقش مؤثری ایفا نماید. این مهم میسر نیست مگر اینکه بازیگران این عرصه، مکمل و مقوم یکدیگر بوده و بهره‌برداری از نقطه نظرات تخصصی فعالان صنعتی در جریان تصمیم‌سازی‌ها و سیاستگذاری‌های متولیان و مسئولان دستگاه‌های دولتی در عمل مورد اهتمام جدی‌تری واقع شود.

تلاش انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در کسوت بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی تخصصی صنعت پیرایه لوازم خانگی کشور نیز بر همین رویکرد استوار بوده و حصول جایگاه مشورتی در فرآیندهای تصمیم‌سازی دستگاه‌های مختلف ذی‌ربط دولتی و اتاق‌های بازرگانی من‌جمله کارگروه نوپای لوازم خانگی ذیل کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران و تدوین سند راهبردی توسعه صنعت لوازم خانگی که همینک در وزارت صمت در حال طی مراحل مربوطه است نیز مؤید راهبرد پیش‌برنده و نافع این تشکل ملی است.

امید هست متولیان امر با ایجاد فضایی شایسته‌تر، زمینه نقش‌آفرینی فعالان بخش خصوصی در جریان چرخه خطیر تولید کشور را در مسیر بالندگی همه‌جانبه ایران عزیز بیش از پیش محقق و هموارتر نمایند.



## نایب‌رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تاکید کرد نقش تعیین‌کننده وزارت امور خارجه در اقتصاد ایران بهره بانکی؛ بزرگترین معضل قطعه‌سازان و تولیدکنندگان لوازم خانگی



با وجود توان تولید رقابتی قطعات لوازم خانگی در کشور و سرمایه‌گذاری‌های بسیار اما حجم بالای واردات قطعات ارزان‌قیمت چینی از مبادی رسمی و غیر رسمی (قاچاق) باعث خراج شدن تولیدکنندگان از زنجیره تولید و عدم توجه‌پذیری اقتصادی آن می‌شود. در همین زمینه و همچنین اطلاع از روند پیشرفت صنعت لوازم خانگی، معضلات و چالش‌های تولیدکنندگان و قطعه‌سازان، دلایل گرانی قطعات داخلی و غیره، گفت‌وگویی با علیرضا عراقی، نایب‌رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و رئیس دپارتمان قطعه‌سازی انجمن لوازم خانگی ایران، انجام شده است که در ادامه می‌خوانید.

### پرهیز از تفکر جزیره‌ای و تلاش برای جهانی‌شدن تا چه اندازه حائز اهمیت است؟

متأسفانه در کشور عملکرد و تفکر جزیره‌ای داریم و جهانی فکر نمی‌کنیم. بازار داخلی محدود بوده و اشیاع بازار داخل باعث کاهش تولید خواهد شد. عدم استفاده از تمام توان و پتانسیل بالقوه در کارخانه‌های داخلی و عدم صادرات که منجر به کاهش تولید می‌شود، باعث افزایش هزینه‌های جانبی و هزینه‌های آشکار و پنهان در شرکت‌ها می‌شود و برای داشتن توجیه اقتصادی، باید قیمت محصولات را افزایش دهیم.

بازار منطقه‌ای ۴۰۰ میلیون نفری در اطراف کشورمان داریم و اگر بتوانیم از تمامی ظرفیت‌های تولید داخل استفاده کنیم و سپس تفکر جهانی و اصلاحات اساسی در قوانین و مقررات از جمله بهره بانکی داشته باشیم، می‌توانیم با افزایش تیراژ محصول با کیفیت و کاهش دامنه سود فروش، ابتدا بازار منطقه را تسخیر و حضورمان را در این بازار با افزایش خدمات پس از فروش تثبیت کنیم. البته نقش وزارت امور خارجه و سیاست‌های این سازمان در بخش اقتصاد بسیار تعیین‌کننده است.

باید سودآوری را از افزایش تیراژ تولید کالاهای رقابتی و قابل صادرات به دست آوریم. اگر سود را از افزایش تیراژ تولید به دست بیاوریم؛ طبیعتاً قیمت تمام شده پایین می‌آید و تولیدات رقابتی می‌شود و می‌توانیم صادرات داشته باشیم. هیچ ساختار و نقشه راهبردی برای تنبیه و تشویق تولیدکنندگان وجود ندارد. تولیدکننده‌ای که کیفیت تولیداتش را افزایش داده، هیچ‌گونه تشویقی برایش در نظر گرفته نمی‌شود.

### به باور شما، مهم‌ترین دلیل پیشرفت قابل ملاحظه صنعت لوازم خانگی ایران طی سال‌های اخیر چه بوده است؟

صنعت لوازم خانگی ایران طی سال‌های اخیر از نظر کیفیت و دانش فنی پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشته است. مهم‌ترین دلیل آن رشد کیفی و کمی زنجیره تامین قطعات محصول نهایی تولیدی قطعه‌سازان داخلی است که با تلاش مضاعف، قطعات با کیفیت عالی و رقابتی تولید می‌کنند. این در حالی است که بعضاً قطعات چینی بی‌کیفیت به کشور وارد می‌شود که در صنعت لوازم خانگی برای کاهش هزینه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. ضرورت دارد تولیدکنندگان لوازم خانگی در این زمینه تعامل سازنده‌ای با قطعه‌سازان برقرار کنند.

### مهم‌ترین دلایل بالا بودن قیمت تمام شده کالای داخلی چیست؟

بالا بودن بهره بانکی و هزینه‌های تحمیل شده به تولید در ایران موجب این امر می‌شود. چین رقیب اصلی ما، با وجود تسخیر بازارهای جهانی، تنها ۲ درصد بهره بانکی و جایزه ۱۷ درصدی دریافت می‌کند و شرایط بسیار خوبی برای تولیدکنندگانشان فراهم کرده که رقابت را برای تولیدکنندگان ایرانی دشوار کرده است، این در حالی است که هیچ‌گونه معدنی مثل آهن، مس و انرژی نفت و گاز ندارد. به‌طور کلی بهره بانکی به‌عنوان بزرگترین معضل، امکان تولید ثروت و رقابت صادراتی پایدار را از قطعه‌سازان و تولیدکنندگان محصول نهایی سلب کرده است.

همچنین مکانیزمی برای تنبیه و بازدارندگی تولیدکننده‌ای که قطع‌تاش را به جای خرید از قطعه‌ساز داخلی، از واردات تامین کرده نیز وجود ندارد.

طی سالیان متمادی تولیدکنندگان با وجود تمام بی‌مهری‌ها و کج‌سلیقگی‌ها در خط مقدم جبهه جنگ اقتصادی تلاش کرده و افتخار آفریده‌اند و جور تحریم‌های داخلی را کشیده‌اند. اکنون زمان آن فرا رسیده است که وزارت صنعت به‌عنوان متولی صنعت چراغ عدالت و مدیریت را روشن سازد و جلوه‌گری کند و از اعمال نظرات سلیقه‌ای و جناحی و سیاسی بپرهیزد و به جای داشتن تفکر جزیره‌ای به تلاش برای جهانی شدن بیندیشد.

اکنون برخی عوامل به نام تولیدکننده لوازم خانگی با حضور غیرسازنده در محیط تولید، نظامات جاری حاکم بر این فضای تولیدی را بر هم زده‌اند و با واردات انواع قطعات غیراستاندارد با قیمت‌های نازل موجب اختلال در فرآیند زنجیره تامین شده‌اند که البته سود قابل توجهی را هم عاید خود می‌کنند زیرا ارزان‌تر از تولید داخلی تمام می‌شود. پس راهکار برون‌رفت از این معضل محدود کردن واردات قطعات با افزایش عمق ساخت داخل است.

### چرا در حال حاضر قیمت قطعات داخلی گران‌تر از قطعات خارجی تمام می‌شود؟

چون مواد اولیه‌ای که در داخل می‌خریم گران‌تر از واردات آن است. عدم ثبات اقتصادی و بحران اقتصادی و تورم کنونی باعث شده است تولیدکنندگان نتوانند بر خط‌مشی سالانه ثابت‌قدم باشند و افزایش بی‌رویه و روزانه مواد خام اولیه و نوسانات قیمت، باعث افزایش قیمت قطعات داخلی می‌شود.

اینکه چرا کالای ایرانی نمی‌تواند وارد بازارهای منطقه شود، دلیل این موضوع را باید آسیب‌شناسی کنیم. نبود یا رعایت نکردن قوانین تشویق یا تنبیه تولیدکنندگانی که از کالاهای داخلی استفاده نمی‌کنند، باعث بروز آسیب‌های بسیار زیادی بر پیکره زنجیره تامین شده است. تولیدکنندگان چرا باید برای افزایش کیفیت کالا هزینه کنند، در حالی که مشخص نیست ممنوعیت واردات لوازم خانگی تا چه زمانی ادامه دارد.

بنابراین تولیدکننده برنامه مشخصی نمی‌تواند برای افزایش کیفیت داشته باشد.

مسئله اصلی در این میان روابط مطلوب با سایر کشورهاست و تا زمانی که نتوانیم مشکلاتمان را در این خصوص رفع کنیم، قطعاً نخواهیم توانست بستر صادرات را فراهم سازیم. توسعه و پیشرفت در صنعت نیازمند تعامل مولفه‌های بسیاری است که مفقود شدن هر یک از حلقه‌های این زنجیره، خسارات جبران‌ناپذیری بر پیکره آن وارد می‌کند.

### و کلام آخر؟

با وجود تحریم‌های ظالمانه داخلی و خارجی در سال گذشته، صنعت بزرگ لوازم خانگی ایران شامل قطعه‌سازان و تولیدکنندگان محصول نهایی به لحاظ کمیت و کیفیت شاهکار بی‌بدیلی خلق کرده‌اند.

در بازدیدهایی که از قطعه‌سازان اجاق گاز داشتم پیشرفت، توسعه، تکنولوژی و تلاش را در این کارخانه‌ها مشاهده کردم که نظیر آن را در کارخانه‌های ایتالیایی نیز مشاهده نکرده بودم. سال گذشته پیشرفت و توسعه کمی و کیفی را در صنعت قطعه شاهد بودیم که حتی صادرات گسترده به ایتالیا نیز داشته‌اند که باعث خوشحالی و غرور است. اما تمام این زحمات و تلاش‌ها با ام‌المصائب یعنی بهره‌بانگی از بین رفته و خواهد رفت. بهره‌های وحشتناک بانکی بلای جان کارآفرینان و تولیدکنندگان شده است. در بحرانی‌ترین روزهای اقتصادی بعد انقلاب اسلامی که هر لحظه احتمال بروز مسائل اجتماعی - سیاسی می‌رفت، تولیدکنندگان و قطعه‌سازان با تلاشی مثال‌زدنی توانستند از کیان بخش بزرگی از اقتصاد کشور محافظت کنند و از خروج ارز جلوگیری کنند. اما انگیزه تولید و تلاش تا چه زمانی ضامن ادامه حیات خواهد بود در حالی که هیچ‌گونه نقشه راهی برای حفظ این موفقیت و توسعه ترسیم نشده است.





عضو هیات مدیره انجمن و مدیرعامل شرکت صنایع امرسان:

## سهم بالاتر مداخلات دولتی نسبت به قاچاق در سبب مشکلات تولیدکنندگان

برقراری روابط با ثبات اقتصادی و سیاسی؛ مهم‌ترین عامل توسعه صادرات



امروز تولیدکنندگان لوازم خانگی با مشکلات عدیده‌ای از جمله پیش‌بینی‌ناپذیر بودن اقتصاد، مداخلات دولتی، قاچاق، رکود تورمی و غیره؛ دست به گریبان هستند که حل و فصل آنها یک برنامه بلندمدت و در عین حال قاطعیت و عزم جدی را می‌طلبد. در همین زمینه و همچنین برای آگاهی از برنامه‌های پیش روی شرکت صنایع امرسان، گفت‌وگویی اختصاصی با سلطان حسین فتاحی، مدیرعامل و رئیس هیات مدیره این شرکت و عضو هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، انجام داده‌ایم که در ادامه می‌آید.

به عبارتی بسیاری از صنایع حتی با وجود ادامه فعالیت ضعیف‌تر شده‌اند و با ادامه این روند در سال‌های آینده در آستانه استهلاک و تعطیلی قرار می‌گیرند چون فرصتی برای جذب سرمایه نداشته‌اند.

### آیا می‌توان قاچاق را بزرگترین مانع توسعه صنعت لوازم خانگی خواند؟

در حال حاضر سهم قاچاق در بازار لوازم خانگی بیشتر از یک‌سوم بازار کشورمان و رقم بسیار بالایی است. به نظر من مشکلات ناشی از پیش‌بینی‌ناپذیر بودن اقتصاد و مداخلات دولتی سهم بیشتری از قاچاق را در سبب مشکلات تولیدکنندگان دارند، اما نکته مهم این است که همه ما می‌دانیم حل مشکلات ساختاری و کاهش دخالت دولتی نیازمند زمان و برنامه بلندمدت است اما قاچاق این طور نیست.

اینکه برخی اقلام لوازم خانگی از مبادی رسمی وارد می‌شود و به‌عنوان محصول قاچاق در بازار عرضه می‌شود جلوی چشم همه ما اتفاق می‌افتد و جلوگیری از آن هم برنامه بلندمدت نمی‌خواهد، یک عزم جدی و قاطعیت در برابر شبکه قاچاق لازم است که امیدوارم در دولت جدید محقق شود. برای بازار یک کشور زینده نیست که به این راحتی یک‌سوم بازار را در اختیار افرادی بگذارد که قوانین و ممنوعیت‌ها را دور می‌زنند و عوارض و حق گمرکی هم پرداخت نمی‌کنند.

فعالان اقتصادی همواره خواستار کاهش تصدی‌گری دولت در اقتصاد ایران بوده‌اند. به باور شما این موضوع تا چه حد راه فعالیت صنعتگران (به‌ویژه در بخش لوازم خانگی) بوده و در این زمینه چه راهکاری به دولت پیشنهاد می‌کنید؟

یک مشکل اصلی در صنعت ما این است که بخش‌هایی از زنجیره توسط دولت یا شرکت‌های دولتی مدیریت می‌شود و نهادهای دولتی در بازار محصول نهایی هم به شکل‌های مختلف مداخله می‌کنند. در صورتی که منطق بازار حکم می‌کند رقابت شکل بگیرد و قیمت‌ها هم در معادله عرضه و تقاضا تعیین شود. راهکار اصلی را بارها تحلیل‌گران اقتصادی بیان کرده‌اند و آن هم کاهش تدریجی دخالت‌های دولت در مکانیزم بازار است تا دو طرف عرضه و تقاضا خود را با شرایط واقعی و با قیمت‌های واقعی تنظیم کنند. اما اجرای این راهکار دقت و دانش زیادی می‌خواهد و امیدواریم در دستور کار دولتمردان قرار داشته باشد.

جدای از بحث مداخلات دولت در امور اقتصادی، چه چالش‌های دیگری در صنعت لوازم خانگی می‌بینید؟ آیا می‌توان حال و روز امروز صنعت لوازم خانگی را بیشتر متأثر از سیاست‌های کلان کشور دانست؟

سیاست‌های کلان و وضعیت رکود تورمی چند سال گذشته قطعاً بر همه فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی اثرگذار بوده است. ممکن است برخی کسب‌وکارها یا شرکت‌ها در همین شرایط وضعیت خوبی داشته باشند اما آنها استثناء هستند. علاوه بر رکود و

تورم، تعدد قوانین و دستورالعمل‌های خلق‌الساعه و آزمون و خطا در مدیریت صنعت و اقتصاد کشور تقریباً بر همه صنایع اثر منفی گذاشته و در نتیجه سرمایه‌گذاری در نوسازی یا توسعه صنعت کشور کاهش داشته است.

علاوه بر رکود و تورم، تعدد قوانین و دستورالعمل‌های خلق‌الساعه و آزمون و خطا در مدیریت صنعت و اقتصاد کشور تقریباً بر همه صنایع اثر منفی گذاشته و در نتیجه سرمایه‌گذاری در نوسازی یا توسعه صنعت کشور کاهش داشته است.

## پیش‌بینی ناپذیر بودن تحولات اقتصادی چه تأثیری بر فعالیت صنعتگران داشته است؟

پیش‌بینی ناپذیر بودن اقتصاد در کشور ما به علت مشخص نبودن رویکردهای کلان و بی‌جواب گذاشتن سوالات اصلی در ارتباط با صنعت و تجارت است. مثلاً ما هنوز نمی‌دانیم که ارتباطات تجاری ما با جهان چگونه خواهد بود؟ آیا می‌توان تاریخی را مشخص کرد و گفت مثلاً از سال ۱۴۰۴ تجارت آزاد جهانی در ایران امکان‌پذیر خواهد بود یا وضعیت فعلی بازار و قاچاق کالا تا آن زمان ادامه خواهد داشت؟ وقتی پاسخی برای این سوالات کلیدی نداریم، ترسیم افق و چشم‌انداز و برنامه بلندمدت هم امکان‌پذیر نیست. مهم‌ترین اثر این وضعیت این است که تقریباً عمده صنعت و تولید در کشور ما مشغول امور جاری و تامین هزینه‌های عملیاتی هستند و برنامه توسعه یا اهداف بلندمدت ندارند و در نتیجه پیشرفت چندانی هم نکرده‌ایم.

## اصلی‌ترین مشکلات فعلی بخش تولید و فروش چیست؟

یک مشکل اصلی در ارتباط با تامین نقدینگی برای سرمایه‌گذاری ثابت و سرمایه در گردش است. در کنار این مشکلات تجارت خارجی به‌ویژه نرخ ارز و تامین مواد اولیه داخلی مثل ورق‌های فولادی هم همچنان وجود دارد. اما مشکلی که می‌توان گفت در همه تولیدکنندگان لوازم خانگی مشهود است ناشی از تورم و نیاز به افزایش سرمایه در گردش است. علت اصلی هم افزایش چندین باره قیمت مواد اولیه در طول یک سال است طوری که در این سال‌ها همیشه نرخ تورم تولیدکننده بیشتر از تورم مصرف‌کننده بوده است. اگر یک خانوار با تورم ۴۰ درصدی در سبد هزینه‌ها مواجه است، این نسبت برای تولیدکننده بالای ۵۰ درصد است. این یعنی برای مثال برای اینکه در سال آینده تولید را ادامه دهیم باید ۵۰ درصد بیشتر هزینه کنیم در صورتی که قیمت محصول به این میزان افزایش نخواهد داشت.

## در بخش صادرات چه مشکلاتی وجود دارد و چگونه می‌توان تولیدکنندگان را به صادرات بیشتر تشویق کرد؟

مهم‌ترین عامل توسعه صادرات و تشویق صادرکنندگان در سطح کلان روابط خوب و باثبات اقتصادی و سیاسی با کشورهای مختلف است. در حال حاضر کشورهای همسایه مهم‌ترین بازار

در دسترس برای صنعت لوازم خانگی است. با تثبیت روابط حسنه با این کشورها خودبه‌خود صادرکنندگان برای ورود به بازار آنها دست به کار می‌شوند. تولیدکنندگان باید محصولاتی با کیفیت و متناسب با سلیقه مشتریان بازار هدف تولید کنند.

## گفته می‌شود مشتری‌مداری شاه بیت بازار است؛ عملکرد شرکت‌های لوازم خانگی در این بخش را چطور ارزیابی و برای بهبود شرایط چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

در این زمینه در صنعت لوازم خانگی رقابت بالایی وجود دارد، اما هنوز به نقطه مطلوب نرسیده‌ایم و اندازه‌گیری و ارتقای رضایت مشتریان به خوبی و با دقت انجام نمی‌شود. به همین دلیل شرکت امرسان از سال گذشته برنامه فروش مدرن و خدمات مدرن را در دستور کار قرار داده است. بر اساس برنامه‌های فروش مدرن روش‌های خرید و پرداخت قیمت محصول توسط مشتری دارای تنوع می‌شود، مانند فروش اقساطی. ضمن اینکه تلاش می‌شود با لجستیک قوی در سراسر کشور، محصول مورد نظر مشتری در سریع‌ترین زمان در دسترس او قرار بگیرد. خدمات پس از فروش مدرن هم یک رویکرد نوگرایانه و با چشم‌انداز مشتری‌مداری شکل گرفته و برنامه اجرایی آن هم در شرکت امرسان در دست اقدام است و انتظار می‌رود مشتریان از سال آینده رضایت بیشتری از گارانتی و خدمات پس از فروش داشته باشند.

## برنامه شما برای سال آتی چیست؟ چه برنامه‌ای برای ارتقای کیفی محصولات لوازم خانگی در کنار رشد کمی در نظر دارید؟

ما سبد محصولات لوازم خانگی را به طور کامل داریم. ارتقای عمق ساخت داخل و کاهش قیمت تمام شده انواع کولر گازی و لباسشویی هم در برنامه امرسان قرار دارد. ضمن اینکه محصولات پخت و پز و لوازم خانگی ریز را با برندهای گوفر و گردیگ در بازار عرضه می‌کنیم. توسعه کمی و افزایش حجم تولید هم در برنامه میان‌مدت قرار دارد. اما هدف اصلی ما تولید محصولات متنوع و با کیفیت است و در هدف‌گذاری‌ها به دنبال سهم ۲۰ درصدی صادرات از درآمد کل امرسان هستیم.



## در نشست هم‌اندیشی بخش خصوصی با رئیس کل بانک مرکزی مطرح شد دو مانع عمده برای تصاحب بازارهای هدف صادراتی



رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوآزم خانگی ایران افزود: در حقیقت، این مصوبه فشار مضاعفی بر تولیدکنندگان وارد می‌کند، هرچند اعلام شده که این درخواست باید از وزارت صمت پیگیری شود، اما به اعتقاد من فراقندی است. امیدوارم این مصوبه غیر واقعی باطل شود تا تولیدکنندگان بتوانند اضافه پرداختی‌های خود را از بانک مرکزی دریافت کنند.

محمدی دانیالی با اشاره به تورم حدود ۴۰ درصدی در اقتصاد ایران، اظهار کرد: بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای ۷۰ درصد صورت‌های حسابرسی شده تولیدکنندگان در سال قبل را ملاک تسهیلات‌دهی قرار داده است، با توجه به افزایش هزینه‌ها این میزان پاسخگوی نیاز نقدینگی واحدهای تولیدی نیست و باید با توجه به نرخ تورم، افزایش یابد. وی همچنین گفت: موضوع بعدی به اختصاص ارز و ثبت سفارش توسط وزارت صمت طبق سهمیه لحاظ‌شده مربوط می‌شود، این مساله هیچ کمکی به تولید نمی‌کند و درخواست یک مرحله‌ای شدن آن مطرح شد تا وقتی وزارت صمت تایید و ثبت سفارش می‌کند، مجدد وارد فرآیند بانکی نشود.

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوآزم خانگی ایران با اشاره به اینکه در نشست هم‌اندیشی هیات رئیسه اتاق بازرگانی ایران، تشکل‌های اقتصادی، روسای اتاق شهرستان‌ها و فعالان اقتصادی بخش خصوصی با رئیس کل بانک مرکزی؛ به چند نکته کلیدی اشاره شد، گفت: یکی از مسائلی که عنوان و بر آن تاکید شد، این بود که بدون برداشتن تحریم‌ها و تصویب FATF، امکان توسعه بازار داخلی و تصاحب بازارهای منطقه، تامین مواد اولیه و ماشین‌آلات و بکارگیری دانش فنی غیر ممکن است و هزینه‌های زیادی را به تولیدکنندگان تحمیل می‌کند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوآزم خانگی ایران، علیرضا محمدی دانیالی با اشاره به اینکه مشکل بعدی به اقدامات صرافی‌ها مربوط می‌شود، افزود: تعداد بی‌شماری از تولیدکنندگان با این مشکل مواجه هستند و پول‌های آنها در سامانه نیما مورد کلاهبرداری قرار گرفته، با این وجود اقدام جدی توسط بانک مرکزی و قوه قضائیه برای رفع این مشکل مشاهده نشده است.

وی با اشاره به مساله دریافت مابه‌التفاوت ریالی نرخ ارز نیز، گفت: این موضوع که مصوبه هیات وزیران است و بر اساس آن اگر ارزشهای خریداری‌شده در موعد مقرر بازنگردند، مشمول جریمه خواهند شد، توسط دیوان عدالت اداری باطل شده و شورای نگهبان نیز آن را غیر شرعی خوانده است، اما کماکان بانک مرکزی زیر بار آن نرفته و این مصوبه را باطل نکرده است. پیشتر، از آقای پناهی، معاون ارزی بانک مرکزی، درخواست کردیم به این مشکل رسیدگی کنند؛ اما گفتند کاری از دست‌شان برنمی‌آید و حتما لازم است این مصوبه باطل شود.



## جلوی سرکوب ارزی گرفته شود

بنابراین، حتما باید از سرکوب ارزی جلوگیری به عمل آید؛ لازمه این امر هم انجام امور اقتصادی به جای پرداختن به امور سیاسی توسط مسئولان اقتصادی است.

وی با اشاره به اینکه نتیجه این نشست تشکیل کارگروه مشترک بین بانک مرکزی، اتاق ایران، وزارت صنعت و سازمان گمرک ایران برای حل مشکلات ارزی و تجاری بخش خصوصی بود، گفت: این تصمیم یک امر مبارکی است و امیدوارم به نتایج مطلوب و مورد نظر برسد.

محمدی دانیالی در پایان ابراز امیدواری کرد که در جلسات بعدی به اعضای کمیسیون صنعت با توجه به مشکلات و چالش‌های فعالان صنعت لوازم خانگی وقت بیشتری برای بیان خواسته‌ها و ارائه راهکار اختصاص داده شود.

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با بیان اینکه سرکوب ارزی و قیمت‌گذاری دستوری پاسخگوی نیاز جامعه نیست، گفت: با توجه به نرخ تورم، سرکوب قیمتی کمکی به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نمی‌کند. وقتی نرخ تورم حدود ۴۰ درصد است؛ این امر به این معناست که نرخ ارز هم به همین نسبت باید گران شود. اگر دولت از توان کافی برخوردار است باید نرخ تورم را کاهش دهد تا هزینه تولیدکنندگان کاهش یابد، قدرت خرید مردم بالا رود و در نتیجه همگان منتفع شده و اقتصاد ملی شکوفا شود.

محمدی دانیالی تاکید کرد: سرکوب ارزی نه تنها کمکی به اقتصاد ملی نمی‌کند؛ بلکه باعث از بین رفتن منابع ارزی می‌شود. شاید این سیاست در کوتاه‌مدت پاسخگو باشد، اما در بلندمدت باعث جهش‌های ارزی شده و همه متضرر می‌شوند.





در مراسم معرفی صادرکنندگان نمونه ۱۴۰۰ رقم خورد

## افتخار آفرینی «بوتان»، «برفاب» و «سیم و کابل ابهر»

## برترین‌های صادرات ۱۴۰۰

به گزارش سایت خبری اتاق تهران، در مراسم امسال، از ۵۲ صادرکننده برتر سال ۱۴۰۰ تجلیل و تقدیر شد. از این میان، بنگاه‌های تحت مدیریت دو عضو هیات نمایندگان اتاق تهران عنوان صادرکننده نمونه ملی را کسب کردند. هاله حامدی‌فر مدیرعامل شرکت «تحقیقاتی و تولیدی سیناژن» و علیرضا کلاهی صمدی، از مدیران شرکت «سیم و کابل ابهر» به عنوان صادرکننده نمونه ملی معرفی شدند. همچنین در مراسم امسال، به دو شرکت «گروه صنعتی نجاتی آنتا» و «پاکسان»، «مدال افتخار صادرات» اهدا شد. گروه صنعتی نجاتی آنتا، از جمله شرکت‌های بزرگ تولیدی و صادراتی در صنعت شیرینی و شکلات است که علی سالک‌نژاد، مدیرعامل این بنگاه، سال ۹۸ موفق شد نشان و لوح امین‌الضرب را از اتاق بازرگانی تهران دریافت کند.

همچنین در مراسم معرفی صادرکنندگان برتر سال ۱۴۰۰، هفت شرکت و فعال اقتصادی موفق به دریافت نشان صادرکننده ممتاز شدند. بازرگانی صنایع شیر ایران، برفاب، تراکتورسازی ایران، کشت و صنعت روژین‌تاک، ایران یاسا تایر، مهتاب قدس و مپنا، هفت بنگاه بزرگ تولیدی هستند که به این نشان دست پیدا کردند.

۳۸ شرکت نیز موفق به دریافت عنوان صادرکننده نمونه ملی شدند. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن، موکت نگین مشهد، تک ماکارون، تونل و سد آریانا، گلنور، داداش برادر (آیدین)، گروه صنعتی بوتان، پلیمر آریا ساسول، سیم و کابل ابهر، بازرگانی شمس‌الهدایی، جنرال مکانیک، صنعتی دوده فام، کیمیا پلی استر قم، سیمان باقران، آلومینیوم المهدی، عمراب، کشت و صنعت طلاچین، پویا پلیمر سهند، صنایع رنگ اطلس فام سهند، صنایع سلولزی ماریناسان، نیک مهر عمرانی، نانسون دارو پژوهان پردیس، مجتمع صنایع غذایی میهن، پدیده شیمی غرب، عایق رطوبتی نقره‌ای شرق، شیمی در سلف، سهند جام تبریز، فولاد کاوه جنوب کیش، قیر هرمز پارس، دهلر ایرانیان، صنایع قهوه پارت سازان، تعاونی آبریان تجارت مطاف بندر دیر، ارس تارلا امیر، زرگزاده، مونکو، چوبکاران عصر نوین منطقه آزاد انزلی، تعاونی استهبان و توسعه صنایع نفت و گاز سرو، در این دوره عنوان صادرکننده نمونه ملی را به دست آوردند. همچنین پنج شرکت، پردیسان سیر خاوران، پیشتاز طب زمان، فناوران نانو مقیاس، ویژگان بسپار شرق و پرتو تماس نوین در سال ۱۴۰۰ شایسته تقدیر در صادرات غیرنفتی شناخته شدند.

در مراسم بیست‌وپنجمین دوره انتخاب و معرفی صادرکنندگان نمونه کشور از ۵۲ صادرکننده برتر سال ۱۴۰۰ تجلیل و تقدیر شد که در این میان شرکت «برفاب» موفق به دریافت نشان صادرکننده ممتاز و «گروه صنعتی بوتان» نیز موفق به دریافت عنوان صادرکننده نمونه ملی شدند و علیرضا کلاهی صمدی، از مدیران شرکت «سیم و کابل ابهر» عنوان صادرکننده نمونه ملی را کسب کرد.

بر اساس گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، شرکت بوتان پیش از این در سال‌های ۹۵، ۹۶ و ۹۷ نیز عنوان صادرکننده نمونه ملی و در سال‌های ۹۸ و ۹۹ عنوان صادرکننده نمونه استانی را کسب کرده است. هم‌اکنون بوتان در خانه بیش از ۱۲ میلیون ایرانی حضور دارد و محصولات این شرکت به کشورهای اروپایی نیز صادر می‌شود. بوتان تولیدکننده محصولاتی از قبیل پکیج شوفاژ دیواری، رادیاتور آلومینیومی، حوله خشک‌کن و آبگرمکن دیواری فوری است. شرکت برفاب نیز موفق به دریافت نشان صادرکننده ممتاز در مراسم بیست‌وپنجمین دوره انتخاب و معرفی صادرکنندگان نمونه ۱۴۰۰ شد؛ پیشتر موفق به کسب تندیس نقره‌ای ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در شانزدهمین همایش روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شده بود. شرکت برفاب فعالیت خود را در سال ۱۳۶۹ با تولید کولر آبی آغاز کرد و به تدریج سبد محصولات تولیدی خود را گسترش داد.

هم‌اکنون برفاب با تولید انواع کولرهای آبی، آبگرمکن‌های گازسوز و برقی، بخاری برقی، یخچال و فریزر، فریزر صندوقی، ماشین لباس‌شویی دوقلو و اجاق گاز رومیزی، سبد لوازم خانگی خود را کامل‌تر کرده است. این شرکت همچنین حجم بالایی از صادرات را در بین شرکت‌های ایرانی به خود اختصاص داده است.

مراسم معرفی صادرکنندگان نمونه کشور با حضور معاون اقتصادی رئیس‌جمهوری، وزیر صنعت، معدن و تجارت، مقامات اتاق بازرگانی و فعالان اقتصادی و صادرکنندگان برگزار شد.

در این رویداد، مقامات دولتی از برنامه‌های تحولی خود در عرصه اقتصاد و تجارت خارجی سخن گفتند و صاحبان شرکت‌های تولیدی و صادراتی نیز نشان و لوح تقدیر برترین‌های صادرات کشور را دریافت کردند.

## عضو هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران عنوان کرد نبود نقشه راه مشخص صادراتی؛ یکی از بزرگترین چالش‌های کنونی صادرکنندگان یادگیری؛ مهم‌ترین اصل در ارتقای کیفی محصولات لوازم خانگی

در مراسم بیست‌وپنجمین دوره انتخاب و معرفی صادرکنندگان نمونه کشور از ۵۲ صادرکننده برتر سال ۱۴۰۰ تجلیل و تقدیر به عمل آمد که در این میان «گروه صنعتی بوتان» موفق به دریافت عنوان صادرکننده نمونه ملی شد. برای آشنایی بیشتر با حوزه فعالیت و برنامه‌های این شرکت، چالش‌های فعلی صادرکنندگان و ... گفت‌وگویی اختصاصی با قاسم مصطفوی، عضو هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و عضو هیات مدیره شرکت بوتان انجام داده‌ایم که در ادامه می‌آید.



واقعیت این است که اگر کل اقتصاد را یک سیستم بزرگ در نظر بگیریم، صادرات بخش کوچکی از این سیستم است. در سال‌های اخیر به دلایل مختلف از جمله تحریم‌های ظالمانه، فقدان روابط بین‌المللی مناسب با کشورهای دیگر، سیاست‌های غلط اقتصادی و ... با کاهش مستمر رشد اقتصادی، کاهش قدرت پول ملی، تورم لجام‌گسیخته و مستمر، رکود، بیکاری و در نتیجه با یک اقتصاد ناکارآمد و بیمارگونه مواجه هستیم، طبیعی است که در زیربخش‌های آن نیز کارآمدی وجود نداشته باشد. به همین دلیل است که گاهی با صدور قوانین ناکارآمدی که دوره کاربری آنها صرفاً به چند هفته و یا چند روز می‌کشد روبه‌رو هستیم.

### در ابتدا برای آشنایی مخاطبان، توضیحی در خصوص نحوه فعالیت شرکت بفرمایید.

شرکت بوتان در سال ۱۳۳۲ تاسیس شده و پایه‌گذار صنعت گاز مایع در کشور است. این شرکت برای اولین بار در ایران اقدام به تولید و عرضه محصولات مختلفی از قبیل بخاری گازی، آبگرمکن ایستاده گازی، پکیج شوفاژ دیواری، اجاق گاز، پیک‌نیک گازی، مینی فر، مایکروفر، آبگرمکن دیواری فوری کرده است و اکنون که در آستانه ورود به هشتمین دهه فعالیت خود قرار دارد، یکی از شرکت‌هایی است که توانسته برای چهارمین بار طی شش سال اخیر تندیس صادرکننده نمونه ملی سال ۱۴۰۰ را از آن خود کند.

### در حال حاضر بوتان چه محصولاتی تولید می‌کند؟

پکیج شوفاژ دیواری، آبگرمکن دیواری، حوله خشک‌کن، رادیاتور آلومینیومی و رادیاتور پنبلی محصولات تولیدی بوتان هستند که تولید و صادرات آنها توسط گروه صنعتی بوتان انجام می‌شود.

### با توجه به افتخار آفرینی بوتان در مراسم معرفی صادرکنندگان نمونه، به باور شما مهم‌ترین چالش‌های فعلی صادرکنندگان چیست؟

نبود نقشه راه مشخص صادراتی، تعدد متولیان صادرات (بانک مرکزی، سازمان توسعه تجارت، وزارت صمت و...) و سیاست‌های متناقض آنها، هزینه بالای انتقال پول در جریان تجارت، ارزش‌گذاری تکلیفی و دستوری کالاها، رویه اشتباه بانک مرکزی در استفاده نابه‌جا از نرخ ارز نیمایی به جای نرخ سنا و یا نرخ بازار در محاسبه ارزش پایه صادراتی محصولات، صدور قوانین خلق‌الساعه و یک‌شبه به‌ویژه در موضوعات ارزی از مهم‌ترین چالش‌های فعلی صادرکنندگان است.



مهم‌ترین پیامد چنین سیستمی نبود اطمینان و امنیت سرمایه‌گذاری است. کما اینکه در طی سالیان اخیر نرخ سرمایه‌گذاری منفی است که اثر فاجعه‌بار آن را در سال‌های آتی خواهیم دید. لذا برای رهایی از چنین وضعی، رفع موانع و محدودیت‌های سرمایه‌گذاری، ایجاد فضای امن برای سرمایه‌گذاری است که این خود ناشی از ایجاد بسترهای مهم دیگری است که به‌صورت خلاصه به آن اشاره شد.





**بخش خصوصی در این زمینه چگونه عمل کرده و برای تسهیل امر صادرات چه گام‌های دیگری باید برداشته شود؟**

بخش خصوصی و نمایندگان بخش خصوصی شامل اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌ها و ... نهایت تلاش و همت خود را در رفع موانع صادراتی و افزایش حجم صادرات دارند. اما، باید توجه کرد در اقتصادی که بیش از ۷۰ تا ۸۰ درصد آن سهم دولت است و بخش خصوصی سهم بسیار کمی را دارد، انتظار معجزه از بخش خصوصی نمی‌توان داشت، چرا که اساساً جایگاه خاصی در بدنه تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری اقتصادی که جنبه سیاسی آن به مراتب قوی‌تر از بخش دیدگاه‌های اقتصادی است نمی‌توان برای بخش خصوصی در نظر داشت

ولیکن پیگیری اصلاح برخی از قوانین و مقررات صادراتی، اصلاح تعرفه‌های گمرکی، و ... از سوی اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های مختلف فعالیتی است مستمر که همواره مورد نظر و دغدغه مدیران این نهادهاست.

**برای تشویق تولیدکنندگان به صادرات بیشتر چه روش‌هایی باید در پیش گرفته شود؟ کشورهای موفق در این زمینه از چه الگویی پیروی کرده‌اند؟**

عوامل موثر بر افزایش حجم و ارزش صادرات را در دو سطح کلان (ملی) و خرد (بنگاهی) می‌توان دسته‌بندی کرد. تصور این است که در بخش خرد و بنگاهی، تعیین و انتخاب استراتژی مناسب صادراتی و بازارهای هدف صادراتی در وهله اول از مهم‌ترین عوامل کلیدی موفقیت است. توجه به خصوصیات بازارهای صادراتی، مطالعه دقیق بازارها قبل از ورود به بازار، ایجاد و به‌روزرسانی شبکه‌های فروش و خدمات مشتریان در این بازارها، نحوه قیمت‌گذاری و تعاملات مالی و... از دیگر وجوه عوامل موفقیت می‌تواند محسوب شوند.

اما در سطح کلان که عموماً به سیاست‌گذاری و ریل‌گذاری بخش دولت برمی‌گردد، تلاش در جهت رفع تحریم‌ها، ایجاد تفاهم نرخ‌های ترجیحی با کشورهای هدف صادراتی، داشتن برنامه کلان صادراتی بر اساس مزیت‌های نسبی و نهایتاً ارائه انواع حمایت‌های اطلاعاتی و کمک‌های مالی را شامل می‌شود.

**رقبای اصلی شما چه کشورهایی هستند؟ چگونه می‌توان از آنها پیشی گرفت؟**

رقبای اصلی محصولات صادراتی را عموماً می‌توان به کشورهایی که دانش تکنولوژی بالا دارند و یا کشورهایی که با قیمت تمام شده بسیار پایین محصول را تولید و به فروش می‌رسانند دسته‌بندی کرد. محصولات صنعتی صادراتی این شرکت که عموماً خاستگاه تکنولوژی اروپایی دارند با رقبایی از کشورهای اروپایی و در زمینه قیمت تمام شده به‌ویژه با شرکت‌های چینی در حال رقابت هستند.

**برای ارتقای جایگاه شرکت در بخش صادرات چه برنامه‌هایی در نظر دارید؟**

ارتقای تکنولوژی، استفاده از دانش فنی شرکت‌های موفق جهانی در امر صادرات، توسعه و بازاریابی در بازارهای جدید از جمله برنامه‌های شرکت برای ارتقا جایگاه صادرات شرکت است. انتخاب بوتان به‌عنوان صادرکننده نمونه ملی در شش سال اخیر گواهی بر روند رو به رشد شرکت و توجه ویژه این شرکت به صادرات محصولات خود است.

به نظر بنده کمیسیون‌های تخصصی انجمن چند کارکرد می‌توانند داشته باشند. تبادل تجربیات بین مدیران شرکت‌های مختلف در حوزه‌هایی که تضاد منافع بین اعضا ایجاد نکند، یکی از مهم‌ترین کارکردهای چنین کمیسیون‌هایی است. داشتن هدف و برنامه برای هر کمیسیون یک اصل اساسی در موفقیت این کمیسیون‌هاست.

## رشد ۳۸ درصدی صادرات در ۱۰ ماه

رئیس کل گمرک جمهوری اسلامی ایران گفت: در ۱۰ ماه امسال ۳۸ میلیارد و ۷۶۳ میلیون دلار صادرات انجام شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد ۳۸ درصدی را نشان می‌دهد.

علیرضا مقدسی در نشست خبری به مناسبت روز گمرک با بیان اینکه آمار واردات و صادرات کشور نویدبخش بهبود تجارت خارجی است، اظهار کرد: در ۱۰ ماهه امسال ۵۴۰ اظهارنامه گمرکی برای صادرات انجام شده که بر اساس آن ۱۰۰ میلیون تن کالا از مرزهای کشور خارج شد که نشان‌دهنده رشد هفت درصدی در وزن است.

وی تصریح کرد: در این مدت ۲۳۴ هزار اظهارنامه وارداتی انجام شده و ۳۳ میلیون تن کالا به ارزش ۴۱ میلیارد و ۴۷۳ میلیون دلار وارد کشور شده است که در وزن ۱۷ درصد و در ارزش ۳۴ درصد رشد نشان می‌دهد.

مقدسی خاطر نشان کرد: عمده مقاصد صادراتی چین، عراق و ترکیه بود و مبدا وارداتی کشور از امارات، چین، ترکیه، آلمان و سوئیس است.

مقدسی در خصوص کشفیات قاچاق کالا در ۱۰ ماهه امسال نیز گفت: در این مدت ۲ هزار و ۳۲ پرونده به ارزش ۲ هزار ۸۰۰ میلیارد تومان تشکیل شده که یک هزار و ۱۶۱ کیلوگرم متعلق به انواع مخدر در بسته‌های ارسالی بوده است.

رئیس کل گمرک افزود: واردات کالاهای اساسی در وزن ۲۶ درصد و در ارزش ۵۶ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد داشته که نشان‌دهنده توجه به تامین نیاز کشور است.

## برای افزایش اثربخشی حداکثری کمیسیون‌های تخصصی انجمن از جمله کمیسیون صادرات، چه پیشنهادی دارید؟

به نظر بنده کمیسیون‌های تخصصی انجمن چند کارکرد می‌توانند داشته باشند. تبادل تجربیات بین مدیران شرکت‌های مختلف در حوزه‌هایی که تضاد منافع بین اعضا ایجاد نکند، یکی از مهم‌ترین کارکردهای چنین کمیسیون‌هایی است. داشتن هدف و برنامه برای هر کمیسیون یک اصل اساسی در موفقیت این کمیسیون‌هاست. به عبارت دیگر، کمیسیون‌های تخصصی نقش اتاق فکر انجمن را برای ادامه مسیر، تعریف اهداف، اصلاح قوانین، رفع موانع حقوقی و قانونی شرکت‌ها و ... می‌توانند بر عهده داشته باشند.

## چه برنامه‌ای برای ارتقا کیفی محصولات لوازم خانگی در کنار رشد کمی آنها در نظر دارید؟

تنها عبارتی که می‌توان در این خصوص گفت: یادگیری، یادگیری و یادگیری است! ارتباط منسجم و موثر و مستمر با مشتریان و شبکه سرویس و فروش و اخذ نظرات ایشان در بهبود کیفی کالا از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. مهم‌تر از اخذ نظرات گروه‌های ذینفع، تعریف پروژه‌ها و اقدامات اصلاحی فنی و کیفی است که به نظرم باید مورد حمایت مدیران ارشد سازمانی باشند چرا که در غیر این صورت از اولویت‌های شرکت بنا به دلایل مختلف مانند لزوم صرف هزینه، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و ... خصوصا در شرایط اقتصادی سال‌های اخیر خارج می‌شود.

شرکت بوتان همواره تلاش کرده است که از تجربیات و بازخوردهای شبکه خدمات مشتریان که بزرگترین شبکه سرویس در کشور هستند، شبکه فروش محصول، بازخورد مشتریان نهایی خود نهایت استفاده را ببرد.

در کنار موارد فوق، مطالعه و الگو برداری از تکنولوژی‌های روز دنیا همواره یکی از سیاست‌های این شرکت هستند.

همواره تلاش شده است که در هر دوره زمانی چند ساله، محصول جدیدی به سبد محصولات شرکت اضافه شود.



## رئیس هیات مدیره شرکت کابل ابهر تاکید کرد مشکلات ساختاری اقتصاد؛ منشا دست‌اندازهای صادراتی تحقق صادرات پایدار با تاسیس پایگاه‌های محلی



در مراسم بیست‌وپنجمین دوره انتخاب و معرفی صادرکنندگان نمونه کشور از ۵۲ صادرکننده برتر سال ۱۴۰۰ تجلیل و تقدیر شد که در این میان علیرضا کلاهی صمدی، از مدیران شرکت «سیم و کابل ابهر» عنوان صادرکننده نمونه ملی را کسب کرد. به همین منظور، گفت و گوی اختصاصی با وی به‌عنوان رئیس هیات مدیره شرکت کابل ابهر انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

در حال حاضر دریافت پول با اشکالات فراوانی همراه است و در اکثر مواقع پول‌مان را با صرف هزینه و زمان زیادی آزاد می‌کنیم. برای مثال، در یک پروژه‌ای برای اکسچنج بین نرخ دولتی و نرخ بازار به میزان ۹ درصد متحمل ضرر شدیم که نتیجه چالش‌های بیرونی و فضای تحریم است. اقتصاد منابع‌محور از جمله چالش‌های فضای داخلی کشور است. به‌عبارتی، فقط زمینه برای رشد و توسعه شرکت‌های منابع‌محور، صنایع بالادستی، تولیدکنندگان فلزات و مواد شیمیایی و پتروشیمی خیلی هموار شده و عمده صادرات کشور شامل همین کالاها می‌شود. وقتی محصول صنعتی یا محصول نهایی صادر می‌شود، شرایط فرق می‌کند؛ چراکه به حضور پایدار، برندسازی و تامین مالی نیاز است. به‌علاوه، مزیت نسبی در ایران وجود ندارد و هزینه مبادلات بسیار بالاست و اینها رقابت را دشوار ساخته است.

متأسفانه نرخ تامین مالی یکی از اصلی‌ترین چالش‌های ما در بازارهای صادراتی تلقی می‌شود. تمام اینها دست‌اندازهای اصلی توسعه صادرات محسوب می‌شوند و خروجی چنین وضعیتی این بوده که تمام آمارهای صادراتی مربوط به صنایع منابع‌محور و مواد اولیه یا خام است و صادرات صنعتی کشور عدد قابل توجهی را به خود اختصاص نمی‌دهد.

**منشا این مشکلات کجاست و برای رفع آنها، وزارت صمت چه اموری را باید در دستور کار خود قرار دهد؟**

مشکلات ساختاری اقتصاد ایران، منشا این معضلات است و امروز ما شاهد نرخ بالای تامین مالی، هزینه زیاد مبادلات، ضعف رقابت‌پذیری و غیره هستیم.

**شرکت کابل ابهر در چه حوزه‌های فعالیت می‌کند؟**  
حوزه فعالیت شرکت تولید انواع کابل‌های تخصصی است. ما دارای ۲۶ هزار کد محصول از کابل‌های فوق فشار قوی ۴۰۰ کیلو ولت هستیم. به‌عنوان مثال، شرکت ما در شهر تهران بیش از ۴۰۰ تا ۵۰۰ کیلومتر کابل ۲۳۰ کیلو ولت وصل کرده است. تمامی خطوط هوایی که قبلاً در بزرگراه صدر راه‌اندازی شده بودند، توسط شرکت ما جایگزین و به زیرزمین انتقال پیدا کردند.

تولید کابل‌های تخصصی ضدآتش دیگر حوزه فعالیت شرکت محسوب می‌شود که در اماکن عمومی مثل متروها، تونل‌های ترافیکی، فرودگاه و غیره به کار می‌روند. ما تامین‌کننده عمده نیازهای کابلی هم کابل‌های قدرت و هم کابل‌های ابزار دقیق در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی هستیم. همچنین، پروژه‌های کابلی را به صورت کلید در دست برای مشتریان انجام می‌دهیم و در همه‌ی این حوزه‌ها سابقه صادرات داریم.

شرکت کابل ابهر از هلدینگ نورین موفق به دریافت جایزه صادرکننده نمونه ملی شد. ما برای سومین بار و دومین بار متوالی به‌عنوان صادرکننده نمونه ملی انتخاب شدیم.

جای بسی خوشحالی است که به‌رغم نامناسب بودن فضای عمومی ایران برای صادرات به‌ویژه صادرات محصولات صنعتی، موفق شده‌ایم به نتایج خوبی برسیم و برای سومین بار این جایزه را دریافت کنیم.

**امروز صادرکنندگان با چه چالش‌هایی مواجه هستند؟**

مساله تحریم بسیار جدی است و دست ما را از بازارهای زیادی کوتاه کرده و در برخی دیگر از بازارها هزینه‌های مضاعفی به صادرکنندگان تحمیل شده است.

## بخش خصوصی در این زمینه چگونه عمل کرده و برای تسهیل امر صادرات چه گام‌های دیگری باید برداشته شود؟

به نظر من، نقش اتاق بازرگانی و تشکل‌ها تا حدودی مغفول مانده است. لازم است برای تولید محتوا، کارهای تحقیقاتی، آموزش و توانمندی اعضا جهت انجام صادرات برنامه جدی‌تری در نظر گرفته شود تا آنها در این مسیر قرار بگیرند. باید مشکلات را احصاء و تحلیل کرد و ضمن ارائه راهکارهای عملیاتی از دولت درخواست کرد که این راهکارها را برای توسعه صادرات صنعتی کشور اجرا کند.

## کشورهای موفق برای تشویق صادرکنندگان خود از چه الگویی پیروی می‌کنند؟ پیشنهاد شما در این زمینه چیست؟

تقریباً تمامی کشورها دارای مشوق‌های صادراتی هستند. برای نمونه، امروز کشور ترکیه یکی از صادرکنندگان موفق دنیاست و جوایز صادراتی خوب و مشوق‌های گسترده‌ای برای صادرکنندگان خود در نظر گرفته است. متأسفانه، ما در کشورمان حتی جایزه صادراتی خشک و خالی هم نداریم و واقعیت امر این است که همین جایزه صادراتی هم رفع جبران بخشی از هزینه‌های گزافی است که ساختار ناکارآمدی اقتصاد کشور به تولیدکنندگان تحمیل می‌کند.

یکی از پیشنهادات ما این است که از صادرات مواد اولیه مالیات گرفته شود، چون الان مشمول معافیت کامل مالیاتی هستند. اگر فقط مالیات عملکرد و مالیات بر ارزش افزوده پرداخت شود، عدالت مالیاتی برقرار خواهد شد. متأسفانه یکسری از بزرگترین بنگاه‌های اقتصادی کشور مالیات حقه خودشان را پرداخت نمی‌کنند و این در حالیست که اگر اینها مالیات بپردازند، یک منبع نزدیک به ده میلیارد دلار برای دولت ایجاد می‌شود که حتی اگر بخشی از آن هم صرف سیاست‌های تشویق توسعه صنعتی کشور و مشوق‌های صادراتی شود، یعنی جایزه صادراتی متناسب با ارزش افزوده آن کالا داده شود، می‌توانیم یک جهش صادراتی را متصور باشیم.

بازار ما یک بازار منطقه‌ای است و در ضمن صنعت ما بین‌المللی نیست تا در همه نقاط دنیا حضور داشته باشیم. همچنین هزینه‌های حمل‌ونقل و رقابت محلی این کار را دشوار می‌کنند.

مجمع جهانی اقتصاد هر ساله گزارشی منتشر می‌کند که در آن شاخص‌های رقابت‌پذیری ایران و برخی کشورهای جهان مورد مقایسه و ارزیابی قرار می‌گیرد، متأسفانه ما رتبه مطلوبی نداریم و تقریباً از همه رقبای منطقه‌ای در این حوزه عقب مانده‌ایم.

اصلاح سیستم بانکی یک ضرورت است و وزارت صمت باید ببیند که چه مزیت نسبی می‌تواند برای صنعت ایران ایجاد کند. فعلاً تنها مزیت نسبی ما؛ منابع طبیعی یعنی مواد اولیه هستند، صنایع ساخت‌محور و محصولات نهایی انرژی‌بر نیستند که از یارانه انرژی بهره‌برداری کنند. به همین دلیل نظام تامین مواد اولیه که با یارانه چندین ده میلیارد دلاری از جیب همه‌ی ما تولید می‌شود، باید به گونه‌ای باشد که یک مزیت نسبی برای سایر اجزای زنجیره صنعتی کشور ایجاد کند و حداقل بخشی از یارانه کلانی که به بازیگران پله اول صنعت در حوزه فلزات و پتروشیمی داده می‌شود به بازیگران پله‌های بعدی انتقال داده شود.

در ضمن، ما در حوزه صادرات به یک دیپلماسی فعال و قدرتمند نیاز داریم و لازم است خطوط تامین مالی صادراتی با قیمت‌های جذاب برای مشتریان ایجاد شود. به‌واقع سرمایه صندوق ضمانت صادرات ایران و بانک توسعه صادرات کفاف چنین اموری را نمی‌دهد. به‌عنوان مثال، چندین سال است که ما پیشنهاد تاسیس یک بانک مشترک توسعه‌ای با کشور عراق را مطرح کرده‌ایم که به نظر می‌رسد خیلی جدی گرفته نشده است.

اقتصاد منابع‌محور از جمله چالش‌های فضای داخلی کشور است. به‌عبارتی، فقط زمینه برای رشد و توسعه شرکت‌های منابع‌محور، صنایع بالادستی، تولیدکنندگان فلزات و مواد شیمیایی و پتروشیمی خیلی هموار شده و عمده صادرات کشور شامل همین کالاها می‌شود.



## کاهش تولید تلویزیون / قاچاق سالانه ۸۰۰ هزار دستگاه تلویزیون به کشور

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به کاهش تولید تلویزیون، گفت: کل نیاز بازار ایران به تلویزیون ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه است که از این میزان، ۸۰۰ هزار دستگاه به صورت قاچاق وارد کشور می‌شود.

به گزارش مهر، بررسی وضعیت تولید محصولات صنعتی طی ۸ ماه ابتدایی سال جاری نشان می‌دهد که به‌رغم رشد تولید اغلب محصولات لوازم خانگی، تولید تلویزیون با کاهش مواجه شده است.

بر این اساس، تولید یخچال و فریزر ۷/۸ درصد و تولید ماشین لباسشویی ۲۶/۸ درصد در این بازه زمانی افزایش یافته با این حال تولید انواع تلویزیون کاهش ۴/۹ درصدی داشته است؛ به گونه‌ای که در ۸ ماه امسال حدود ۷۶۲ هزار انواع تلویزیون تولید شد در حالی که این رقم در مدت مشابه پارسال ۸۰۲ هزار دستگاه بود.

در این زمینه، عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، اظهار کرد: بالا بودن میزان تلویزیون‌های قاچاق در بازار، وضعیت تولید را تحت‌الشعاع قرار داده است؛ چراکه با توجه به ذائقه مصرف‌کنندگان، تمایل به خرید کالای خارجی بین مردم زیاد است.

وی افزود: طبق آماري که ارائه شده، سالانه حدود ۸۰۰ هزار دستگاه تلویزیون به صورت قاچاق وارد کشور می‌شود؛ این در حالیست که کل نیاز بازار ایران به تلویزیون ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه است. هاشمی ادامه داد: در واقع از ۲/۲ میلیون دستگاهی که مورد نیاز است ۸۰۰ هزار دستگاه یعنی معادل ۳۵ درصد نیاز کشور، از طریق قاچاق تأمین می‌شود.

## رقبای اصلی شما چه کشورهایی هستند و راه پیشی گرفتن از آنها کدام است؟

عربستان و ترکیه رقبای اصلی ما در منطقه خاورمیانه هستند و در درجه دوم کشورهای عمان و امارات قرار دارند. اینکه چگونه می‌توانیم از اینها پیشی بگیریم، باید بگویم نمی‌توانیم ساختار اقتصادی کشور را یک شبه اصلاح کنیم. دولت باید یک برنامه جدی برای صادرات داشته باشد تا هزینه‌هایی که به تولید تحمیل می‌شود، جبران کند.

یکی از پیشنهادات ما این است که از صادرات مواد اولیه مالیات گرفته شود، چون الان مشمول معافیت کامل مالیاتی هستند. اگر فقط مالیات عملکرد و مالیات بر ارزش افزوده پرداخت شود، عدالت مالیاتی برقرار خواهد شد. متأسفانه یکسری از بزرگترین بنگاه‌های اقتصادی کشور مالیات حقه خودشان را پرداخت نمی‌کنند.

## برنامه شما برای ارتقای جایگاه شرکت در بخش صادرات چیست؟

به این منظور، نگاه ما به بازارهای جدید است و به دنبال حضور محلی در یکی - دو بازار هستیم. به نظر من، تاسیس پایگاه‌های محلی یکی از الزامات صادرات پایدار است. این پایگاه‌ها به حضور جدی‌تر و موثرتر در سایر بازارها کمک می‌کنند و اثرات تحریم‌ها را خنثی می‌سازند.

با محوریت ارتباط میان دانشگاه و صنعت برگزار شد

## نخستین همایش تجلیل از پیشکسوتان صنعت استان قزوین



نخستین همایش تجلیل از پیشکسوتان صنعت استان قزوین با محوریت ارتباط دانشگاه و صنعت با تجلیل از ۱۵ شرکت منتخب توسط خانه صنعتکاران ایران صبح چهارشنبه (۲۴ آذرماه) در محل دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) برگزار شد.

بر اساس گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، صنایع گل‌دیران به‌عنوان نماینده انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در این همایش موفق به کسب تندیس شد و از جناب آقای ایزدپناه، بنیانگذار شرکت صنایع هفت الماس تقدیر به عمل آمد.



سرکار خانم زهرا یکه‌فلاح، مدیرکل خرید صنایع گل‌دیران و جناب آقای محسن رفیعی، مدیر کارخانه کاسپین گل‌دیران، در این مراسم حضور داشتند و تندیس را دریافت کردند.



بر اساس این گزارش؛ دکتر ابوالحسن نائینی، رئیس دانشگاه بین‌المللی امام خمینی؛ دکتر علیرضا بنی‌هاشمی، رئیس خانه صنعتکاران ایران؛ سعید عمرانی، معاون دادستان کل کشور؛ آیت‌ا... حاج شیخ عبدالکریم عابدینی، امام جمعه و نماینده ولی فقیه در استان قزوین؛ سرهنگ حمزه برین، معاون اجرایی سپاه صاحب‌الامر (عج)؛ لطف‌ا... سیاهکلی مرادی، نماینده مجلس استان قزوین؛ محمد مهدی اعلائی، استاندار استان قزوین از جمله دعوت‌شدگان به نخستین همایش تجلیل از پیشکسوتان صنعت استان قزوین بودند.



در این همایش، برای نخستین بار شناسنامه ملی و بین‌المللی کالا و خدمات به پیشکسوتان صنعت استان قزوین به صورت رایگان ارائه شد. گفتنی است؛ برگزاری نمایشگاه جانبی و پنل تخصصی از دیگر برنامه‌های همایش تجلیل از پیشکسوتان صنعت استان قزوین بود.





مدیرعامل شرکت استیل البرز مطرح کرد

## نقش دانشگاه در داخلی سازی محصولات لوازم خانگی تکنولوژی محور

کاهش تنش، رفع تحریم‌ها و گشایش کانال ارتباط بین بانکی بین‌المللی؛ مهم‌ترین خواسته صنعتگران



نخستین همایش تجلیل از پیشکسوتان صنعت استان قزوین با محوریت ارتباط دانشگاه و صنعت با تجلیل از ۱۵ شرکت منتخب توسط خانه صنعتگران ایران در تاریخ (۲۴ آذرماه) در محل دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) برگزار شد که در این همایش، از بنیانگذار شرکت صنایع هفت الماس تقدیر به عمل آمد. در همین ارتباط و برای آشنایی با عملکرد، دستاوردها، محصولات و خدمات گروه صنایع استیل البرز و هفت‌الماس؛ گفت‌وگویی با با نوید ایزدپناه، مدیرعامل شرکت استیل البرز و عضو هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

### در ابتدا، برای آشنایی بیشتر مخاطبان، توضیحی در خصوص نحوه فعالیت شرکت بفرمایید.

گروه صنایع استیل البرز و هفت‌الماس از چند شرکت تشکیل شده که بزرگترین آنها دو شرکت تولیدی-صنعتی استیل البرز و هفت‌الماس است. شرکت صنایع استیل البرز فعالیت خود را از سال ۱۳۷۱ در زمینه‌ی صنعت آشپزخانه آغاز کرد و پس از سال‌ها تجربه، تولیدات خود را که شامل انواع سینک آشپزخانه، اجاق گازهای صفحه‌ای، هود و فر توکار، مایکروویو و شیر آشپزخانه است، به بیش از ۱,۵۰۰,۰۰۰ قطعه محصول در سال افزایش داد.

### شرکت شما تاکنون چه دستاوردهایی کسب کرده است؟

شرکت استیل البرز با چشم‌انداز طراحی، تولید و عرضه قابل دسترس تجهیزات آشپزخانه با ایجاد ارزش حداکثری و قیمت مناسب برای جامعه توانسته در ۶ گروه محصول رضایت مشتریان را طی ۳۰ سال گذشته همواره فراهم کند. با توجه به نوسانات نرخ ارز و چالش‌های وارداتی ناشی از تحریم، محصولات وارداتی لوازم خانگی دچار افزایش قیمت قابل توجهی شدند. این موضوع یک فضای تنفس و فعالیت برای شرکت‌های ایرانی سازنده لوازم خانگی ایجاد کرد. با این حال، سیر پیشرفت شرکت‌های تولیدی کشور در این صنعت نشان می‌دهد این شرکت‌ها به خوبی توانسته‌اند تهدید را به فرصت تبدیل کرده و علاوه بر تامین نیاز بازار داخلی در مدت اخیر، پیشران اقتصاد غیرنفتی باشند. گروه صنعتی استیل البرز، به‌عنوان یکی از بزرگترین تولیدکنندگان لوازم آشپزخانه توکار کشور، از جمله شرکت‌هایی است که در این

دوره و با تمام چالش‌های موجود، نه تنها موفق به سرپا نگه داشتن شرکت شده، بلکه توسعه قابل ملاحظه‌ای در فعالیت‌های خود ایجاد کرده و توانسته بخش قابل ملاحظه‌ای از فرآیند تولید را که پیشتر وابسته به قطعات خارجی بود، بومی‌سازی کند. افزایش تولید که منجر به ارتقاء اشتغال‌زایی شد از دیگر دستاوردهای دیگر شرکت استیل البرز در سال‌های اخیر است.

### چه محصولات و خدمات جدیدی را در سال ۱۴۰۰ روانه بازار کردید؟ چه برنامه‌ای برای ارتقای کیفی محصولات در کنار رشد کمی در نظر دارید؟

همزمان با تغییرات تکنولوژی، همکاران بازاریابی و فروش با استفاده از متدهای به روز همواره سعی در به روزرسانی شناخت و دریافت نیاز مشتریان و بازار دارند و بر همین اساس در سال جاری با کمک تیم طراحی و مهندسی، محصولات جدیدی در هر ۶ گروه محصول به سبد محصولات استیل البرز اضافه شده است. این دیدگاه موجب شده تا محصولاتی نظیر هودهای مخفی، فرهای برقی و برقی گازی، اجاق گازهای ایتالیایی با به‌روزترین لوازم گازسوز ایتالیایی و سینک‌هایی با R کمتر از ۱۵ که همگی با تکیه بر رقابتی بودن و با رعایت اصل توجه به مصرف‌کننده به سبد محصولات اضافه شده‌اند.

با توجه به اصل رعایت اصول کیفیت به‌منظور افزایش تعداد خریداران وفادار به برند، بهبود کیفی محصولات که درخور نام استیل البرز است به‌عنوان فعالیتی عجیب با فرهنگ همکاران سازمان به شکل پایدار دنبال کرده‌ایم که آمار و اعداد نیز مدرکی بر این مدعاست. استفاده از دستگاه‌های به روز و همت همگی همکاران، امیدواری خوشبینانه‌ای برای ترسیم اهدافی همچون رسیدن به استانداردهای بین‌المللی را قابل دسترس می‌کند.

## چه تدابیری برای جلب رضایت مشتریان اندیشیده‌اید؟

ارتقای کمی و کیفی سطح دسترسی مصرف‌کنندگان به اطلاعات، محصول و تمامی جزئیات مورد نیاز که موجب ایجاد یک ارتباط دو سویه و قابل بهبود طراحی و اجرا شده است.

همچنین رویکرد مشتری‌مدارانه همکاران خدمات پس از فروش در نحوه پاسخ‌گویی، مراجعه و حل مشکل مصرف‌کنندگان همواره ارتباطی محکم و پایدار با مصرف‌کنندگان را پدید آورده است. رایگان بودن خدمات نصب محصولات فروخته شده از دیگر اقدامات شرکت در این راستا است.

## امروز صنعتگران در بخش لوازم خانگی با چه چالش‌هایی روبه‌رو هستند؟

مواردی همچون تأمین قطعات وارداتی و همچنین تأمین قطعات با کیفیت داخلی با توجه به تحریم‌ها و تبعات آن در ورود مواد خام و اولیه، محدودیت‌های اعمال قیمت مصرف‌کننده با توجه به افزایش چشمگیر قطعات، کاهش توان خرید مصرف‌کنندگان به خاطر تورم و کاهش درآمد سرانه و در نتیجه کوچک شدن اندازه بازارها از جمله چالش‌های صنعتگران محسوب می‌شوند.

## پیشنهاد شما به متولیان این صنعت برای رفع مشکلات و چالش‌ها چیست؟

کاهش تنش با کشورهای دنیا و برطرف کردن تحریم‌ها و همچنین گشایش کانال ارتباط بین بانکی بین‌المللی.

## برقراری ارتباط میان دانشگاه و صنعت برای بهبود وضعیت صنعت لوازم خانگی تا چه اندازه اهمیت دارد؟ شرکت شما در این ارتباط چگونه عمل کرده است؟

بخش عمده‌ای از محصولات صنایع لوازم خانگی کشور محصولات تکنولوژی‌محور هستند که در حال حاضر قسمت زیادی از این تکنولوژی‌ها داخلی نیستند و توسعه لوازم خانگی به آنها وابسته است. دانشگاه می‌تواند نقش کلیدی در داخلی‌سازی و توسعه این تکنولوژی‌ها ایفا کند. برای این منظور همکاری نزدیک دانشگاه و صنعت بسیار تعیین‌کننده است.

## چند درصد از نیاز بازار داخلی توسط مجموعه شما تامین می‌شود؟ برای افزایش سهم خودتان از بازار لوازم خانگی ایران چه برنامه‌ای در دستور کار دارید؟

یکی از اهداف اصلی هر بنگاه اقتصادی به دست آوردن سهم حداکثری در بازار رقابتی جهت به نمایش گذاشتن توانمندی‌های خود است. خوشبختانه با زحمات مجموعه سهم بازار قابل قبولی کسب شده است که البته در گروه محصولات مختلف میزان متفاوتی دارد. اما سال‌هاست استیل‌برز به‌عنوان یکی از رهبران این صنعت در بین مصرف‌کنندگان و فروشندگان شناخته شده است.

داخلی‌سازی محصولات به روز دنیا با تکیه بر دانش مجموعه، تمرکز بر تأمین قطعات به شکل داخلی و مرغوب، بهره‌گیری از تجهیزات و دستگاه‌های تولیدی از واردی است که در آن سرمایه‌گذاری‌هایی انجام شده است.

## مزیت رقابتی شما نسبت به سایر برندها چیست؟

تأمین بخشی از قطعات اولیه و تغذیه از مجموعه هفت الماس به‌عنوان هلدینگ، به روز بودن دانش فنی طراحی مهندسی در کنار قدمت و تجربه در این بخش و همچنین مدیریت عملیات سازمان به‌عنوان یک زنجیره پویا. داشتن زنجیره تأمین توانمند و همچنین ساختار فروش و بازاریابی قوی و گسترده از جمله دیگر توانمندی‌های کلیدی مجموعه است.

## برای تصاحب بازارهای منطقه‌ای و جهانی چه برنامه‌ای دارید؟ در این بخش چه موانعی می‌بینید؟

برای ورود به بازارهای جهانی مجموعه دو رویکرد موازی را دنبال می‌کند. یک صادرات محصولات شرکت با برند استیل‌برز به بازارهای هدف صادراتی و دیگری تلاش برای ایجاد اتحاد استراتژیک با برندهای جهانی برای مشارکت در تولید محصولات که در ایران مزیت رقابتی برای تولیدشان وجود دارد.

مواردی همچون تأمین قطعات وارداتی و همچنین تأمین قطعات با کیفیت داخلی با توجه به تحریم‌ها و تبعات آن در ورود مواد خام و اولیه، محدودیت‌های اعمال قیمت مصرف‌کننده با توجه به افزایش چشمگیر قطعات، کاهش توان خرید مصرف‌کنندگان به خاطر تورم و کاهش درآمد سرانه و در نتیجه کوچک شدن اندازه بازارها

## صنایع الکتریکی ناسیونال ایران؛ شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری مداری

ایجاد کرده و تخفیفات مالیاتی نیز با حمایت دستگاه قضا و مجلس اخذ کنیم.

### معیار انتخاب چیست؟

همچنین، دبیر اجرایی دومین جشنواره سراسری یکصد واحد مشتری مدار، گفت: در دومین تجربه برگزاری این جشنواره، موضوع حمایت از شرکت‌هایی که بالاترین ضریب موفقیت در حوزه مشتری‌مداری را ملاک عمل خود قرار دادند، معیار انتخاب قرار دادیم.

مازیار زارع تصریح کرد: در این جشنواره شرکت‌هایی که توانستند در شرایط تحریمی، چرخه تولیدی و اقتصادی کشور را زنده نگه دارند، انتخاب کردیم و با توجه به طرح‌های حمایتی که برای تولیدکنندگان در مجلس مطرح شده، از مقامات کشوری درخواست کردیم حامی ما در این جشنواره باشند.

وی خاطر نشان کرد: سال گذشته سامانه ارزیابی راه‌اندازی شد و با همکاری ۱۴ نفر از مقامات دانشگاهی و هیات علمی، ۴۰۰ مجموعه از کل کشور در سامانه ارزیابی بارگذاری و بر حسب امتیاز به‌دست آورده، در نهایت رتبه‌بندی و برگزیده شدند.

### کار را به مردم واگذار کنیم

نماینده مردم گرگان و آق‌قلا در مجلس شورای اسلامی هم در این جشنواره، گفت: ما ایرانی‌ها معروف به اخلاق‌مداری هستیم؛ مشتری‌مداری یعنی جذب مردم و طبق سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی باید کار را به مردم واگذار کنیم.

رمضانعلی سنگدوینی افزود: ما نیروهای کار با استعدادی در کشور داریم که به خاطر بی‌توجهی، از کشور خارج می‌شوند. معیشت و اشتغال از جمله مسائل مهم کشورند که با کمک کارآفرینان قابل حل هستند. شرایط کشور ایجاب می‌کند سرمایه‌گذاران وارد شوند تا کشور نجات یابد.

وی ادامه داد: چرا مسیر کارآفرینان را سخت می‌کنیم که ادامه ندهند؟ کارآفرینانی در خارج از کشور داریم که در صورت تسهیل و برداشتن موانع حاضرند در مسیر اشتغال‌زایی حرکت کنند. دولت باید از ظرفیت خیران و سرمایه‌گذارها در استان‌ها بهره برده و مسیر را هموارتر کنند تا کشور آباد شود.

شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در دومین جشنواره یکصد واحد مشتری مدار به‌عنوان یکی از صد شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری‌مداری انتخاب شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، دومین جشنواره یکصد واحد مشتری‌مدار با حضور برترین شرکت‌های مشتری‌مدار با تمرکز بر نیروی انسانی، با هدف تولید انبوه کالا و خدمات و برای جذب و اعتماد مشتری در سالن همایش‌های صداوسیما برگزار شد.

گفتنی است؛ از شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران برای دومین بار به‌عنوان یکی از صد شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری‌مداری تقدیر به‌عمل آمد.

مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در این باره، گفت: به‌عنوان یکی از شرکت‌های پیشرو و تولیدکننده لوازم خانگی کوچک و لوازم آشپزخانه با قدمتی بیش از نیم قرن سابقه در کشور فعالیت داریم.

عباس ابهری ادامه داد: این دومین بار است که به‌عنوان یکی از صد شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری‌مداری انتخاب شدیم و خوشحالیم که برای بار دوم این مقام را کسب کردیم.

وی درباره دغدغه مجموعه ناسیونال ایران، اظهار کرد: بعد از تولید؛ حمایت و توجه به مشتری پس از خرید کالا مهم‌ترین دغدغه مجموعه ما است. شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران با ایجاد یک شبکه گسترده خدمات پس از فروش در سراسر کشور توانسته پاسخگوی نیازهای مشتریان در بحث خدمات پس از فروش بعد از خرید محصول باشد.

### معرفی ۱۰۰ مجموعه از میان ۴۰۰ شرکت

به گزارش برنا، دبیر علمی دومین جشنواره یکصد واحد مشتری‌مدار نیز، گفت: در این جشنواره که با همکاری علمی سازمان متخصصان و مدیران ایران برگزار شد، از بین ۴۰۰ شرکت در حوزه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در کل کشور، پس از ارزیابی دقیق هیات داوران؛ یکصد مجموعه به‌عنوان واحد مشتری‌مدار معرفی و از آنان تقدیر به‌عمل آمد.

ایمان مصدري افزود: امیدواریم بتوانیم در حوزه صادرات، برای این شرکت‌ها تسهیلات صادراتی



## مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران مطرح کرد نبود یک استراتژی مشخص؛ بزرگترین نقیصه صنعت پیشران لوازم خانگی فروپاشی صنعت در صورت استقبال نکردن مشتری به بازار

در مدت بیش از نیم قرن فعالیت، شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران عناوین و موفقیت‌های مختلف در سطح استانی، ملی و حتی بین‌المللی را کسب کرده است. در سال‌های اخیر نیز با توجه به اتخاذ سیاست‌های متناسب با توسعه فعالیت، شرکت مفتخر به کسب دو دوره عنوان کارآفرین مشتری‌مدار از سوی مجمع مدیران کشور شده است. در همین زمینه، گفت‌وگوی اختصاصی با عباس ابهری، مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران، انجام داده‌ایم که در ادامه می‌آید.



**در زمینه جلب رضایت مشتری چه اقداماتی را به انجام رسانیده و در نظر دارید چه برنامه‌هایی را در کوتاه‌مدت و بلندمدت دنبال کنید؟**

تمامی تلاش‌های شرکت تماماً در راستای تولید مطلوب و با استاندارد است که حس سود و انتفاع در نزد مشتری را در پی خواهد داشت. با این رویکرد، هر زمان که مشتریان ما نسبت به خرید هر یک از محصولات شرکت اقدام می‌کنند، بر این باورند که خریدی منصفانه جهت کالایی با کیفیت ایرانی انجام داده‌اند و از این جهت رضایتمندی حداکثری نزد ایشان ایجاد می‌شود. در کنار این سیاست، حمایت از مشتری بعد از خرید کالا در شبکه خدمات پس از فروش گسترده شرکت به مشتریان ما این اطمینان خاطر را می‌دهد که در هر زمان می‌توانند مشکلات یا ایرادات پیش آمده برای دستگاه‌های خود را از طریق این شبکه حرفه‌ای مرتفع کنند. گسترش شبکه فروش خرده‌فروشی، حضور در شبکه‌های آنلاین فروش و توسعه بیشتر شبکه خدمات پس از فروش متناسب با افزایش تولیدات، می‌تواند این اطمینان خاطر را برای مشتریان و مخاطبان محصولات ما ایجاد کند که شرکت ناسیونال ایران حامی خانواده ایرانی بوده و خواهد بود.

**جایگاه مشتری در بازار لوازم خانگی در کجا قرار دارد؟**

مشتری در صنعت لوازم خانگی و هر صنعت دیگر، نقش تعیین‌کننده و ویژه‌ای دارد. چرا که عدم استقبال مشتری به بازار تولیدات داخلی منجر به نقصان در زنجیره تامین این صنعت و فروپاشی آن خواهد شد. لذا از نظر اینجانب محوریت اصلی رشد و بالندگی این صنعت رضایت مشتری از تولیدات انجام شده است.

**در ابتدا، برای آشنایی بیشتر مخاطبان، بفرمایید شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در چه سالی تاسیس و در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کند؟**

شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در سال ۱۳۴۴ فعالیت‌اش را در کارخانه خود واقع در ۱۰ کیلومتر ۱۰ جاده اصفهان-تهران استارت زده و در سال ۱۳۵۱ با عقد قرارداد با شرکت ماتسوشیتا الکتریک ژاپن به‌عنوان تنها شریک خارجی این شرکت معظم تولیدکننده لوازم خانگی در دنیا، فصل جدیدی از فعالیت‌های تولیدی خود را آغاز کرد. از ابتدا این شرکت در زمینه تهیه، تولید و فروش لوازم خانگی و آشپزخانه کوچک فعالیت می‌کرده و تا کنون نیز این روند را ادامه داده است.

**شرکت شما تاکنون چه دستاوردهایی کسب کرده است؟**

در مدت بیش از نیم قرن فعالیت به همت فعالیت مستمر همکاران و سیاست‌های اتخاذ شده در هیات مدیره، صنایع الکتریکی ناسیونال ایران عناوین و موفقیت‌های مختلف در سطح استانی، ملی و حتی بین‌المللی را داشته است. به‌طور مثال در سنوات مختلف به‌عنوان واحد تولیدکننده کیفی و استاندارد، واحد نمونه تولیدی، واحد حامی مصرف‌کننده و دستیابی به رکورد تولید برای محصولات نظیر پلویز که از طرف شریک خارجی در سطح بین‌الملل مورد تقدیر و تشویق قرار گرفت را می‌توان به عنوان دستاوردهای این شرکت نام برد. در سال‌های اخیر نیز با توجه به اتخاذ سیاست‌های متناسب با توسعه فعالیت، شرکت مفتخر به کسب دو دوره عنوان کارآفرین مشتری‌مدار از سوی مجمع مدیران کشور شده است. این مهم در دو سال متوالی و از میان بیش از چند صد شرکت معتبر که در این ارزیابی شرکت کرده بودند، از سوی هیات داوران به شرکت اعطا شده است.



شرکت به‌عنوان یکی از دو بازیگر اصلی در بخش لوازم خانگی کوچک کشور بوده و سهم دو رقمی و قابل توجهی از مصارف بازار را در این بخش تامین کرده است.

### چه محصولات و خدماتی را در سال جاری روانه بازار کردید؟ چه برنامه‌ای برای ارتقای کیفی محصولات لوازم خانگی در کنار رشد کمی در نظر دارید؟

در سال ۱۴۰۰ عرضه محصولات جدید گروه برند تولیپس پلاس همچون مخلوط‌کن جدید، پلوپز و مولتی کوک‌ر جدید شرکت و همچنین آب مرکبات‌گیری، خردکن، اتسوی بخار و تلویزیون و چند محصول دیگر در حوزه لوازم خانگی کوچک، به بازار معرفی شده و یا در حال ورود به بازار ایران هستند. امیدواریم با برنامه‌ریزی‌های انجام شده، در سال آتی محصولاتی نظیر کولرگازی، چرخ گوشت، آبمیوه‌گیری، مولتی کوک‌رهای جدید، همزن‌های دستی و تعدادی دیگر محصول که در حال بررسی‌های فنی و تحقیق بازار هستند توسط این شرکت روانه بازار شود. در راستای این افزایش سبد، خط قرمز این شرکت، حفظ کیفیت و رعایت استانداردهای اجباری تدوین شده از سوی سازمان استاندارد است که قطع به یقین در سنوات آتی نیز همواره مد نظر بوده و رعایت خواهد شد.

### در زمینه صادرات چه فعالیتی دارید؟

تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفته و تفاهم‌نامه‌هایی هم انجام گرفته است. در تلاشیم با رساندن محصولات خود به استانداردهای کشور مقصد و آماده‌سازی این محصولات مطابق سفارشات طرف‌های خارجی، هر چه زودتر این مهم انجام شود. بزرگترین چالش ما در این زمینه بازگشایی L/C از طرف خارجی برای ما است که با شرایط تحریم فعلاً در حال انتخاب روش جایگزین و با ریسک بالاتر هستیم. از طرفی با تغییرات و افزایش قیمت‌های مواد اولیه کمی معادلات اقتصادی شرکت را در بخش صادرات به چالش کشانده است که انشا... با حمایت‌های دولت و وزارت صمت این موضوع هر چه سریع‌تر مرتفع خواهد شد.

### برای جلب رضایت مشتری با چه مشکلاتی مواجه هستید؟ در این زمینه چه انتظاری از متولیان اصلی صنعت لوازم خانگی دارید؟

عدم آگاهی مشتریان از توانمندی ایجاد شده در صنعت لوازم خانگی در سالیان اخیر و همچنین باور غلط نزد عامه مردم مبنی بر جنس خارجی بهتر از جنس ایرانی است، جلب رضایت مشتری در مباحث کیفی و عملکردی محصولات، منتج به چالش‌های خاص شده است. مهم‌ترین نقش دولت و ارکان موثر، حمایت از تولید داخل و ترویج خرید کالای ساخت ایران با کیفیت خواهد بود. جلوگیری از توسعه معلولی به نام قاچاق و همچنین تغییر فرهنگ غلط و نادرست «بی‌کیفیت بودن کالای ایران» می‌تواند بزرگترین حمایت از تولید کننده داخلی باشد.

### در مقابل، شما به‌عنوان یک تولیدکننده چه انتظاری از مصرف‌کنندگان دارید؟

بالاترین لطفی که هر فرد ایرانی می‌تواند در راستای سربلندی و عزت ایران و تولیدات ایرانی داشته باشد، خرید کالای ایرانی در مقابل کالای خارجی با همان کیفیت است. از طرفی انتظار داریم مصرف‌کنندگان محترم با آگاهی بیشتر نسبت به خرید در بازار اقدام کرده و به صحبت‌ها و تبلیغات اغواکننده برخی کالاها و شرکت‌های کاغذی توجه نکنند. تداوم خرید کالای خارجی با علم به اینکه چندسالی است واردات لوازم خانگی خارجی ساخته شده ممنوع است، به منزله تقویت شبکه واردات غیرقانونی و قاچاق در کشور است.

### سهم شما از بازار لوازم خانگی ایران چقدر است؟ آیا برنامه‌ای برای افزایش سهم خود دارید؟

با توجه به نداشتن آمار واقعی تولید از سوی تمامی تولیدکنندگان، امکان تعیین سهم بازار فروش برای محصولات امکان‌پذیر نیست. از طرفی بخش قابل توجهی از سهم بازار لوازم خانگی کوچک در سیطره قاچاق بوده و این مساله آنالیز سهم بازار را تحت‌الشعاع خود قرار داده است ولی بر طبق بررسی‌های انجام شده از آمار و اطلاعات استخراج شده از برخی سایت‌های معتبر فروش کالا و آنالیز بازار، عملاً این

مشتری در صنعت لوازم خانگی و هر صنعت دیگر، نقش تعیین‌کننده و ویژه‌ای دارد. چرا که عدم استقبال مشتری به بازار تولیدات داخلی منجر به نقصان در زنجیره تامین این صنعت و فروپاشی آن خواهد شد.

## شما تا چه اندازه از خلاقیت و مهارت تحصیل کردگان دانشگاهی بهره می‌برید؟

وقتی استراتژی مدون نداشته باشیم، صحبت از برنامه کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت هم، بی‌معنی خواهد بود. دفعات متعدد وزارت صمت به دنبال تهیه نقشه راه برای این صنعت بود ولی همواره صحبت از برنامه‌هایی به میان آمد که هنوز سازوکار و شرایط ایجاد زیرساخت‌های لازم برای رسیدن به گام اول این نقشه راه امکان‌پذیر نبوده است. به عبارتی این موارد بیشتر در نوشتار و طرح زیبا، فاخر و عالی بودند ولی از نظر اجرایی، حداقل‌ها و بایدهای مورد نیاز رسیدن به گام اول را هم تامین نمی‌کرد. با این حال همین تولیدکنندگان داخلی در دوران تحریم؛ به‌رغم تمام بی‌مهری‌ها و نبود حمایت‌های واقعی از تولیدکننده، با تمام توان نسبت به تامین نیاز بازار داخل اقدام کرده و بیش از توان و بضاعت خود به افزایش تولید و توسعه سبد محصول دست یافته‌اند. امیدوارم دولت به‌جای نقش مداخله‌گرانه خود، نسبت به تسهیل امور و نظارت بر اجرای روان تولید و رفع موانع پیش‌روی تولیدکنندگان و صادرکنندگان اقدام کند

در حال حاضر کلیه نفرات تیم تامین و مهندسی شرکت همگی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های معتبر داخلی و با سابقه و تجربه قابل توجه در این صنعت هستند و تمامی امور مربوط به تعمیق ساخت داخل و مهندسی محصول و تولید شرکت به اتکای این مهندسان جوان در حال انجام است. از طرفی توافقاتی با دو دانشگاه بزرگ کشور در حال انجام است که امیدواریم هرچه سریع‌تر این توافقات تبدیل به تفاهم‌نامه برای گسترش روابط بین واحدهای دانشگاهی با این شرکت شود.

**در نگاهی وسیع‌تر، وضعیت امروز صنعت لوازم خانگی را چطور ارزیابی می‌کنید؟ در زمینه تولید، فروش و صادرات (هر سه بخش) چه مشکلاتی وجود دارد و چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟**

از نظر اینجانب به‌عنوان یک فعال صنعتی با سابقه بیش از ۲۰ سال کار تولیدی و صنعتی، نبود یک استراتژی مشخص و عملیاتی که مورد تایید صنعتگران و تولیدکنندگان این صنعت هم باشد و با تغییر دولت‌ها یا طیف‌های متولی صنعتی، دچار تغییر نشود؛ بزرگترین نقیصه در این صنعت پیشران است.



مهم‌ترین نقش دولت و ارکان موثر، حمایت از تولید داخل و ترویج خرید کالای ساخت ایران با کیفیت خواهد بود. جلوگیری از توسعه معلولی به نام قاچاق و همچنین تغییر فرهنگ غلط و نادرست «بی‌کیفیت بودن کالای ایران» می‌تواند بزرگترین حمایت از تولید کننده داخلی باشد.



## انجمن و کانون؛ دو بال توانمند صنعت لوازم خانگی

پارک‌های علم و فناوری، شتاب‌دهنده‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، صندوق‌های پژوهش و فناوری و همچنین نهادهای سیاست‌گذاری مانند معاونت علمی و فناوری و ... هر کدام نقشی را ایفا می‌کنند.

محمدحسین بهشتی با اشاره به اینکه مباحث دانش‌بنیان‌سازی نه تنها در کشور ما بلکه در دنیا نیز جزء مباحث جدید محسوب می‌شود، افزود: اگر برای مثال، حدود دو سال قبل از شتاب‌دهنده‌ها صحبتی به میان می‌آمد، این سوال ایجاد می‌شد که شتاب‌دهنده چیست و چه کاربردی دارد؟ با اینحال، اگر در این زیست‌بوم جدید، هر کس نقش خود را به درستی ایفا کند؛ زیست‌بوم هم کارش را پیش می‌برد.

به گفته وی؛ باید به این مهم توجه داشته باشیم که قانونگذار تعریف مشخصی از یک محصول دانش‌بنیان ارائه کرده است؛ با این وجود ممکن است هر شخصی تعریف خاصی از یک محصول دانش‌بنیان در ذهن خود داشته باشد. با اینحال، اگر یک محصول به‌عنوان یک محصول دانش‌بنیان پذیرفته نشود؛ باید بپذیریم که چارچوب، مقررات، تعاریف و ضوابط خاصی تعریف شده است و این به معنای بی‌ارزش بودن تولیدات یک شرکت لوازم خانگی نیست.

سرپرست معاونت نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: شرکت‌هایی که قصد دارند محصول خود را به نام محصول دانش‌بنیان ثبت کنند، باید بپذیرند که یک تیم کارشناسی با تخصص و مهارت کافی محصول را مورد بررسی قرار داده و اگر کالای آنها رد شد، باید به دنبال پیاده‌سازی ویژگی‌های مورد نظر و تعریف‌شده برای یک محصول دانش‌بنیان باشند.

وی، در پایان ابراز خوشحالی کرد که در صنعت لوازم خانگی نیز بتوان از فواید و مزایای دانش‌بنیان شدن بهره برد و از حصار خواست تا سوالات یا مسائل مورد نظر خود را با معاونت در میان بگذارند.

جلسه «بررسی روند دانش‌بنیان‌سازی اعضا و فعالان صنعت لوازم خانگی» با حضور تعدادی از شرکت‌های فعال عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و برخی مقامات معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در محل این معاونت برگزار شد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در این جلسه دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و نماینده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی با بیان اینکه با تشویق و حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به‌عنوان بزرگترین و قدیمی‌ترین شکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور و عضو اتاق بازرگانی ایران بر آن شد تا کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی را تشکیل دهد، گفت: خوشبختانه تا به امروز، جلسات کانون به صورت مستمر و هر دو هفته یک بار برگزار می‌شود.

عباس هاشمی با تاکید بر اینکه این جلسه به‌منظور آشنایی شرکت‌های عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با فرآیند دانش‌بنیان شدن برگزار شده است، افزود: شرکت‌های لوازم خانگی اطلاع دقیقی از فرآیند دانش‌بنیان شدن ندارند، بنابراین این جلسه برگزار شد تا ضمن آشنایی شرکت‌ها با این فرآیند، با حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نقش کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی پر رنگ شود.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در پایان سخنانش دو بال توانمند صنعت لوازم خانگی کشور را انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی خواند و ابراز امیدواری کرد تا با حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری مسیر دانش‌بنیان شدن شرکت‌های لوازم خانگی هموارتر شود.

## ارائه چارچوب خاص برای محصول دانش‌بنیان

همچنین، سرپرست معاونت نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این جلسه، گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری طی چند سال گذشته تلاش کرده تا یک زیست‌بوم یا پلتفرم در حوزه‌های علم، فناوری و نوآوری ایجاد کند، در این زیست‌بوم مراکز نوآوری و پژوهشی،

## دانش‌بنیان‌سازی با هدف توسعه صادرات

اعضای انجمن و کانون پیش از بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی برگزار شد. در این نشست، طرح مساله صورت گرفت و به این مهم رسیدیم که برای حصول به نتیجه مطلوب لازم است جلسات متعددی برگزار شود. مهندس عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، نیز خواستار باز شدن یک خط ویژه برای بررسی تقاضای دانش‌بنیان شدن شرکت‌ها شدند که اهمیت ویژه‌ای دارد و باید به نتیجه برسد.

### دانش‌بنیان شدن؛ اتفاقی مبارک برای صنعت

مهدی قنادان، عضو هیات مدیره کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی، نیز با اشاره به جلسه ششم آذر ماه کانون با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت: تعداد شرکت‌های لوازم خانگی که می‌توانند امور مرتبط با دانش‌بنیان شدن را انجام دهند، به‌ویژه طی سه سال اخیر که داخلی‌سازی افزایش یافته، بیشتر شده است.

وی ادامه داد: با اینحال، این شرکت‌های لوازم خانگی اطلاع دقیقی از مزایا و فرآیند دانش‌بنیان شدن ندارند و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این مسیر می‌تواند کمک‌رسانی کند. اگر اعضای معاونت بتوانند این پروسه را اجرا کنند، اتفاق مبارکی برای صنعت لوازم خانگی رقم خواهد خورد.

بر اساس این گزارش، در این جلسه نماینده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای دانش‌بنیان شدن شرکت‌های حاضر به ارائه توضیحاتی در خصوص تعریف شرکت دانش‌بنیان، برنامه‌های حمایتی، فرآیند دانش‌بنیان شدن و منافع و فواید این امر پرداخت.

گفتنی است؛ همتا صنعت ویرا، ناب استیل، بوتان، سام الکترونیک، رادمان صنعت دیبا، گل‌دیران، رهشاد الکترونیک، سامیار صنعت زاگرس، فرادید افزار گستر، بکر اندیشان پرهون، انرژی، سپیدپیچ، سدنا، کارآمدان همپا، تکبان کنترل انرژی، تامین صنعت آسیا، گروه صنعتی پنج، هیمالیا، گروه صنعتی ارج، نوآور ارتباط صنعت، نیکسان صنعت ساوه، دما اتحاد، شرکت لوازم خانگی کن از جمله شرکت‌های حاضر در این جلسه بودند.

مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با اشاره به دو اقدام بسیار خوبی که پیگیری و به انجام رسیده است، گفت: اولین اقدام به حضور کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی در بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی بازمی‌گردد. غرفه ۴۳ در نمایشگاه به کانون اختصاص داده شد و اتفاقات خوبی رقم خورد.

عبدالرضا مجدالدین با اشاره به برگزاری یک رویداد به همت پارک علم و فناوری قزوین و پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس، اضافه کرد: در این رویداد، بعضی از نیازهای صنعت لوازم خانگی ارائه شد. در ضمن، تعدادی از شرکت‌های دانش‌بنیان در نمایشگاه حضور داشتند و برنامه‌های مختلفی را به مدت چهار روز برگزار کردند.

وی با اشاره به حضور برخی از اعضای معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به‌ویژه دکتر سورنا ستاری، به‌عنوان معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، گفت: در این رویداد ملی، هیات مدیره کانون خواستار حضور دکتر ستاری در غرفه ۴۳ شدند و بدین ترتیب ایشان بازدید از این غرفه به عمل آورند.

مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ابزار امیدواری کرد که این اقدام کانون گام موثری در مسیر دانش‌بنیان شدن شرکت‌های لوازم خانگی باشد. هرچند به گفته وی، بعضی از شرکت‌ها این مسیر را طی کرده‌اند.

مجدالدین، با اشاره بازدید رضا اسدی‌فرد، سرپرست مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری، به همراه دکتر ستاری از سالن ۶ نمایشگاه لوازم خانگی، اظهار کرد: وظیفه ما در معاونت علمی و فناوری این است که بستر لازم جهت دانش‌بنیان شدن شرکت‌ها را فراهم کنیم تا آنها ضمن بهره‌مندی از مزایای این مهم، بتوانند به جامعه و توسعه صادرات کمک برسانند. وی ادامه داد: در همین ارتباط، مقرر شد تا نشست با حضور اعضای معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی برگزار شود تا خدمت‌مدیران یا نمایندگان شرکت‌ها باشیم و ضمن روشن کردن مسیر، به سوالات پاسخ بدهیم.

مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به اقدام دوم، گفت: اقدام دوم هم به برگزاری نشستی در اتاق بازرگانی مربوط می‌شود که با حضور

## توسط موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت صمت؛ میزگرد تخصصی «الگوهای کسب‌وکار در صنایع لوازم خانگی کشور: فرصت‌ها و تهدیدها» برگزار شد

در حال حاضر در کشور بالغ بر ۲۵۰۰ کارگاه بزرگ صنعتی (بیش از ۱۰۰ نفر کارکن) وجود دارد. طی یک دهه اخیر تعدادی بنگاه جدید شروع به فعالیت کرده است و در عین حال تعدادی نیز ورشکسته شده و از صحنه کسب‌وکار کشور خارج شده‌اند. نکته قابل توجه اینک تعدادی از کارگاه‌های صنعتی کشور به‌رغم مواجهه با چالش‌های محیطی اعم از اقتصادی و نهادی نه تنها پیشرفت‌هایی داشته‌اند، بلکه توانسته‌اند بنگاه‌های بزرگ و رقابتی ایجاد کنند. حال سوال اینجاست که الگوی توسعه چنین کسب‌وکارهایی چگونه بوده است و در فضای سرمایه‌گذاری و محیط کسب‌وکار ایران چه عواملی در توسعه بنگاه‌ها موثرند؟ موسسه مطالعات در همین راستا مطالعاتی را از چند سال پیش آغاز کرده است که نتایج بخشی از این مطالعات برای کسب نظر از خبرگان حوزه در این نشست به اشتراک گذاشته می‌شود.

### مهم‌ترین چالش‌های محیط کسب‌وکار

در ادامه، فخرالسادات فاطمی، پژوهشگر حوزه فناوری و همکار این پژوهش، با اشاره به مهم‌ترین چالش‌های محیط کسب‌وکار بنگاه‌های ایرانی از جمله پیوند محدود با اقتصاد جهانی، رابطه ناهمگون دولت با بخش خصوصی، ویژگی‌های فرهنگی، رویکرد جایگزینی واردات، دسترسی به منابع ارزان، قوانین پیچیده و دست و پا گیر و نبود نهادهای تسهیل‌گر، رویکردهای اصلی در رشد و توسعه بنگاه‌ها را منبع‌محور، موقعیت‌یابی و تکاملی مبتنی بر تجربه اقتصادهای دیرصنعتی شده عنوان کرد و گفت: در رویکرد منبع‌محور، تمرکز بنگاه بر قابلیت‌های درونی به عنوان صلاحیت‌محوری در تعامل با محیط رقابتی برشمرده می‌شود. در رویکرد موقعیت‌یابی تمرکز بنگاه بر محیط کسب و کار و انتخاب راهبرد مناسب برای بهره‌برداری بهینه از منابع با توجه به موقعیت خود در برابر رقابت. رویکرد تکاملی نیز مبتنی بر تجربه اقتصادهای دیرصنعتی است.

فاطمی، تولید، بازاریابی و توزیع، قابلیت‌های فناورانه و توانمندی‌های سازمانی را چهار رکن اصلی این مطالعه میدانی عنوان کرد و افزود: ارتباط با تامین‌کنندگان، طراحی، مهندسی، تولید و ساخت و فناوری تولید و بسته‌بندی از جمله محورهای تولید و تبلیغات و فروش، کانال‌های توزیع، تحقیقات بازار، لجستیک و خدمات پس از فروش از جمله

میزگرد تخصصی با عنوان «الگوهای کسب‌وکار در صنایع لوازم خانگی کشور: فرصت‌ها و تهدیدها» توسط موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال مزین به شعار «تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها» و با حضور اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و عضو کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی، به صورت مجازی برگزار شد. ارزیابی الگوی کسب‌وکار بنگاه در زمینه تولید، بازاریابی، توانمندی‌های سازمانی و قابلیت‌های فناورانه؛ رشد و توسعه توانمندی‌های درونی بنگاه به‌عنوان شرط لازم برای رشد و توسعه؛ نقش توسعه فناوری و یادگیری در سازمان‌ها به‌عنوان پیشران اصلی رشد و توسعه در فضای جدید جهانی؛ نقش پیوند و شبکه‌سازی با سایر بنگاه‌های فعال در صنعت و بنگاه‌های صاحب فناوری در فضای بین المللی صنعتی و ارزیابی نقش آن در سرعت رشد و توسعه بنگاه از جمله محورهای میزگرد تخصصی اعلام شد.

### افزایش بهره‌وری؛ عامل توسعه صنعت لوازم خانگی

در این میزگرد، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، با تأکید بر اهمیت صنعت لوازم خانگی به‌عنوان یکی از صنایع پیشران توسعه صنعتی، بهبود فضای کلان اقتصادی در جهت راهبری نظام‌مند فعالیت‌های صنعتی؛ ایجاد زیرساخت و توسعه تجارت، سازماندهی رقابت در میان بنگاه‌های صنعتی و ارتقای همکاری‌های بین‌بنگاهی، تسهیل یادگیری در سطح بنگاهی، انتشار فناوری و پیشبرد نوآوری در صنعت و تحول قانونی، ساختاری و نهادی محیط صنعت را در ارتقای صنعت لوازم خانگی موثر دانست و بر برنامه‌ریزی استراتژیک، افزایش بهره‌وری و ارتقای توان تولید، ایجاد سرمایه انسانی و افزایش توانمندی‌های سازمانی، تعمیق یادگیری، ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نوآوری و افزایش توان ارتباطی و تعاملی بنگاه در این راستا تأکید کرد.

به گزارش روابط عمومی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، مسعود کمالی اردکانی بر لزوم شناسایی الگوی توسعه بومی کسب‌وکار بنگاه‌های فعال ایرانی با توجه به وجود بنگاه‌های موفق ایرانی در عرصه‌های مختلف تولیدی اشاره کرد و اظهار داشت:



محورهای توزیع و بازاریابی است.

این پژوهشگر، نظام توسعه منابع انسانی، یادگیری، ایجاد پیوند و شبکه‌سازی، تحولات ساختار سازمانی، نقش مدیران، اهرم‌سازی منابع و توسعه مالکیت را در توانمندسازی سازمانی بنگاه‌ها، موثر دانست و ادامه داد: توسعه فناوری و سرمایه‌گذاری خارجی و تحقیق و توسعه از جمله قابلیت‌های فناورانه در رشد و توسعه بنگاه‌هاست.

فاطمی ادامه داد: در محور توانمندی‌های سازمانی اساساً رویکرد بنگاه‌های ایرانی سنتی و با فاصله زیاد از تحولات حوزه کسب و کار است. حذف معیار یادگیری از الگوی ایرانی و اهمیت پایین معیار اهرم‌سازی منابع و برقراری پیوند و شبکه‌سازی نشان می‌دهد که بنگاه‌های ایرانی در پی حرکت منفرد بوده و چندان برای رشد و توسعه خود نمی‌کوشند تا با بهره‌گیری از امکانات و قابلیت‌های موجود مسیر متفاوتی را به سمت افق‌های بلندمدت ببینند.

این پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه بنگاه‌های ایرانی از نظر ایجاد بنگاه و ایجاد سلسله مراتب اداری و تحولات مالکیتی تا حدی در مسیر الگوی کشورهای صنعتی و دیر صنعتی حرکت کرده‌اند ولی عدم ایجاد و توسعه سایر معیارهای موجود در این توانمندی سبب شده که همچنان فاصله بنگاه‌های موفق ایرانی با متوسط صنعت قابل توجه باشد. فضای بسته کسب‌وکار، تمرکز بر بازار داخل و تلاش بنگاه‌ها برای کسب رانت‌ها و کمک‌های اقتصادی به جای تمرکز بر بهبود تولید را می‌توان از دیگر دلایل قابل توجه در این زمینه برشمرد.

وی یادگیری در حین کار، یادگیری تعاملی و تجمعی را در رشد و توسعه بنگاه‌ها در فضای کسب‌وکار جهانی موثر دانست و گفت: برقراری شبکه‌های همکاری با تأمین‌کنندگان و مجموعه بنگاه‌های همکار، برقراری شبکه‌های همکاری با رقبا؛ ایجاد شبکه‌های فراگیر از همه بنگاه‌ها و نهادهای فعال در صنعت و برقراری ارتباط با شرکت‌های خارجی و توسعه شبکه همکاری در شبکه‌سازی بنگاه‌ها نقش بسیار موثری دارند.

### رشد تولید در گروه مبارزه با قاچاق و فساد

در ادامه این وبینار، ابوطالب بدری، مدیرکل دفتر توسعه صادرات محصولات صنعتی و معدنی سازمان توسعه تجارت ایران، با بیان اینکه در سال ۱۳۹۹، ۳۰۸ میلیون دلار لوازم خانگی صادر شده که نسبت به سال قبل ۴ درصد رشد داشته و در نه ماه امسال ۲۱۲ میلیون دلار لوازم خانگی صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۹ رشد مشابهی داشته است.

وی مبارزه با فساد و قاچاق را در رشد و پیشرفت تولید کشور موثر دانست و افزود: وابستگی شدید مواد اولیه لوازم خانگی به نهادهای وارداتی، تعداد زیاد واحدهای تولیدی لوازم خانگی و بومی‌سازی فناوری این صنعت از جمله مشکلات صنایع لوازم خانگی است.

فاطمی در ادامه اعلام کرد در محور تولید الگوی ایرانی بنگاه‌های صنعت لوازم خانگی، معیار بسته‌بندی دارای امتیاز بالاتری است ولی در مجموع مولفه‌های محور تولید در حدود ۲۵ درصد الگوی مورد تأکید کشورهای صنعتی و دیر صنعتی هستند. در محور تولید ارتباط با تأمین‌کنندگان در حد محدودی توسعه یافته و بیشتر ناظر بر تأمین مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز با کیفیت استاندارد است و عملاً برنامه برای توسعه این رابطه و تبدیل آن به رابطه‌ای دو سویه، ایجاد کانال‌های ارتباطی منسجم و پایدار و همچنین شکل‌گیری سرمایه‌گذاری‌های مشترک دیده نمی‌شود. در معیار طراحی، مهندسی، تولید و ساخت، برنامه ریزی‌ها عموماً معطوف به بهره‌برداری حداکثر از امکانات و تجهیزات موجود بوده است و کمتر برای تغییر ظرفیت تولید، طراحی خطوط جدید، تغییر رویکرد تولید به سمت مشتری‌مداری، ایجاد فرآیندهای تعاملی در بخش‌های مختلف و در نهایت بهره‌گیری از هم‌افزایی و تعامل بین بخشی برای ایجاد سطح بالاتری از ظرفیت تولید بهره گرفته می‌شود.

وی، توجه اصلی در صنعت لوازم خانگی را بازار داخلی دانست و افزود: نبود برنامه‌ریزی بلند مدت برای حضور در بازارهای جهانی سبب شده که تمرکز بسیار کمی برای طراحی محصولات جدید و توسعه فناوری تولید و فرآیندها ایجاد شود و به جزء در شرکت‌های دارای شریک خارجی در سایر بنگاه‌های ایرانی این ضعف به شدت قابل توجه است.

وی اظهار کرد: در محور بازاریابی و توزیع خدمات پس از فروش بیشترین اهمیت (حدود ۵۰ درصد) و تحقیقات بازار کمترین اهمیت (حدود ۱۵ درصد) را داراست. در این محور توجه اصلی بنگاه‌های ایرانی در صنعت لوازم خانگی بر کسب رضایت مشتریان از طریق آگاهی‌بخشی، مدیریت توزیع، تحویل و نصب کالا، ارائه خدمات پس از فروش و گارانتی متمرکز است و استراتژی بازاریابی، تحقیقات بازار، صادرات و شیوه‌های مدرن انبارداری کالا چندان محور برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها قرار نگرفته است.

وی بر رفع مشکلات حاکمیت با بخش تولید، سرمایه‌گذاری در بخش‌های کوچک و بزرگ در این صنعت و توجه تولیدکنندگان لوازم خانگی داخلی بر بخش مهندسی و نوآوری تاکید کرد و گفت: بزرگترین چالش این صنعت همسان نبود نقطه نظرات حاکمیت با تولیدکنندگان و نبود زیرساخت‌های لازم برای صادرات لوازم خانگی است.

وی بر تدوین استراتژی و پتانسیل‌های فنی، علمی و مهندسی برای ورود به بازارهای جهانی لوازم خانگی تاکید کرد.

### بی‌ثباتی در فضای کسب‌وکار مانع سرمایه‌گذاری

محمود قیاسی، مدیر بازاریابی و فروش شرکت امرسان، در ادامه این میزگرد به استفاده از الگوهای کشورهای شرق آسیا در توسعه صنعت لوازم خانگی در کشور اشاره و عمده‌ترین مشکلات این صنعت را نبود تیراژ اقتصادی در کشور، به صرفه نبودن نوآوری در سطح کلان، نبود نیروهای انسانی متخصص و ماهر، عدم ثبات در فضای کسب‌وکار که مانع سرمایه‌گذاری می‌شود و به صرفه نبودن تحقیقات بازار، ذکر کرد.

بدری با اشاره به پتانسیل تجاری کشورهای اوراسیا، گفت: صادرکنندگان و تولیدکنندگان باید از توافقات صورت گرفته کشورمان با این کشورها استفاده کنند.

### هدف از تاسیس کانون چیست؟

عباس سقایی، عضو و دبیر هیات مدیره کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار صنعت لوازم خانگی، نیز در این میزگرد ضمن معرفی این کانون، اظهار کرد: این کانون با هدف ایجاد نقشه راه برای توسعه فناوری و نوآوری در صنعت لوازم خانگی ایجاد شده است.

وی نبود شناخت کافی از بازار و نیاز مشتری، استفاده از پلتفرم‌های متفاوت برای یک محصول، ضعف بودن کیفیت تامین‌کنندگان لوازم خانگی کشور، وجود برندهای کوچک متعدد لوازم خانگی، ضعف زنجیره تامین و آشنا نبودن این صنعت با سیستم نوآوری را از جمله چالش‌های اصلی این صنعت عنوان کرد.

### همسان‌سازی نظرات جهت توسعه صادرات

عباس ابهری، مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران، هم با اشاره به اینکه سرعت علم نسبت به سرعت تولید افزایش یافته است، اظهار کرد: عمر تکنولوژی در جهان به کمتر از یکسال رسیده است به طوری که در این مدت چند مدل محصول جدید با فناوری جدید تولید می‌شود.

## مؤتمر مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

### وبینار تخصصی

### الکترهای کسب‌وکار در صنایع لوازم خانگی کشور

### فرصت‌ها و تهدیدها

(ورود به سمینار برای عموم آزاد است)

**انضامی پهل**

آقای محمود کمائی از دکانی  
مشاور هیات علمی، موسس مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (رئیس میزبان)

آقای دکتر ابوطالب بدری  
مدیر عامل دگر اویس، مدیران محصولات تخصصی و صنعتی سازندگان لوازم خانگی ایران

آقای دکتر عباس سقایی  
مشاور هیات مدیره گروه کارشناسان دانش، صنعت و بازار صنعت لوازم خانگی

آقای مهندس عباس ابهری  
نایب مدیر عامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران

آقای مهندس محمود قیاسی  
مدیر بازاریابی و فروش شرکت امرسان

خانم دکتر فخر السادات فاطمی  
پژوهشگر حوزه نوآوری

**مخبرهای میزگرد**

- ارزیابی آگهی کسب و کار بنگاه بر رصحه تولید، بازاریابی، نوآوری‌های سازمانی و قابلیت‌های فناورانه
- رشد و توسعه توانمندی‌های درونی بنگاه به عنوان شرط لازم برای رشد و توسعه
- نقش توسعه فناوری و بازاریابی در سازمان‌ها به عنوان بهترین امکان رشد و توسعه فرصت‌های جدید جهانی
- نقش پیوند و شبکه سازی با دیگر بنگاه‌های فعال در صنعت و بنگاه‌های صاحب فناوری در فضای بین‌المللی
- صنایع و ارزیابی نقش آن در سرعت رشد و توسعه بنگاه

آدرس سایت لینک ورود به نشست <http://vc.mimt.gov.ir>

زمان: یکشنبه ۱۴۰۰/۱۰/۲۶ ساعت ۱۱:۰۰ تا ۱۳:۰۰

شماره ورود به اتاق وبینار: ۸۰۹۲

تلفن هماهنگی: ۰۲۱ ۶۱۰۶۲۳۶۵

## عضو هیأت مدیره کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی مطرح کرد نبود رقابت و مسدود بودن مسیر تحقیق و توسعه؛ بزرگترین مانع رشد صنعت لوازم خانگی رانتهزایی و ورشکستگی صنایع با تداوم قیمت‌گذاری دستوری



نبود رقابت و مسدود بودن مسیر تحقیق و توسعه معضلی جدی در صنعت لوازم خانگی محسوب می‌شود که نسیم توکل، عضو هیأت مدیره کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی و عضو اتاق بازرگانی تهران، از آن به‌عنوان بزرگترین مانع توسعه این صنعت نام می‌برد. در ادامه، گفت‌وگوی اختصاصی روابط عمومی انجمن را با این عضو کانون می‌خوانید.

**جدای از بحث مداخلات بی‌حد و حصر دولت در امور اقتصادی، چه چالش‌های دیگری در صنعت لوازم خانگی می‌بیند؟ آیا می‌توان حال و روز امروز صنعت لوازم خانگی را بیشتر متأثر از سیاست‌های کلان کشور دانست؟**

آنگونه که اشاره کردم تصدی‌گری بالای دولت در اقتصاد سبب افزایش مداخله‌گری می‌شود. به عبارت دیگر، دولت در همه جا حضور دارد و رد پای تصمیم‌گیری و دخالت‌های آن در همه امور قابل رویت است. صنعت لوازم خانگی ایران همچون دیگر صنایع کشور متأثر از همین شرایط است و موقعیت کنونی که به آن وارد شد بر اثر یک تصمیم‌ساختاری بود. فکر می‌کنم بسیاری از گروه‌های تولیدی هنوز آماده ورود به شرایط در اختیار گرفتن کامل بازار کشور نبودند و طبیعتاً زمانی که محل رقابت از بین می‌رود دغدغه‌ای برای تولید با کیفیت و رشد هر روزه باقی نمی‌ماند. به نظر من یکی از بزرگترین معضلات فعلی صنعت لوازم خانگی ایران نبود رقابت در این بازار است که بدون شک هزینه‌های فراوانی را بر دوش مصرف‌کننده تحمیل می‌کند. به‌ویژه اینکه بانک‌ها تسهیلاتی را برای خرید آسان لوازم خانگی فراهم کرده‌اند که مصرف‌کننده را در شرایط تحمیلی و بدون حق انتخاب قرار می‌دهد.

با این حال، از نظر فنی مساله گروه‌های تولیدی طراحی، تحقیق و توسعه و دسترسی به قطعات با کیفیت است. نباید برند ملی لوازم خانگی ایرانی را که سال‌ها برای آن زحمت کشیده شده را در مدتی کوتاه بی‌اعتبار کرد و باید نسبت به کیفیت محصول نهایی و طول عمر آن حداکثر دقت و اطمینان را داشت.

**فعالان اقتصادی همواره خواستار کاهش تصدی‌گری دولت در اقتصاد ایران بوده‌اند. به باور شما، این موضوع تا چه حد راه فعالیت صنعتگران (به‌ویژه در بخش لوازم خانگی) بوده و در این زمینه چه راهکاری به دولت پیشنهاد می‌کنید؟**

موضوع تصدی‌گری دولت در اقتصاد و اصطلاحاً فربه بودن آن مساله‌ای است که برای مدت‌های طولانی اقتصاد ایران را با دشواری‌های بی‌شماری روبه‌رو ساخته است. بزرگ بودن بدنه دولت به این معناست که کارفرمای اصلی دولت و شرکت‌های دولتی هستند و نقش بخش خصوصی به‌عنوان عامل حاشیه‌ای دیده می‌شود. به عبارت دیگر، دخالت دولت در مسائل اساسی همچون قیمت‌گذاری، واردات، صادرات، زنجیره تأمین، نظارت، بازرسی و ... سبب شده تا نتواند وظیفه اصلی خود که همانا آماده‌سازی بستر مناسب برای تجارت، تسهیل روابط بازرگانی و فراهم کردن محیط امن کسب‌وکار و ... هست را به جای آورد. این عوامل و دیگر علل فضای فعلی را در بخش‌های صنعت و تولید کشور به وجود آورده‌اند و صنعتگران نمی‌توانند آزادانه به فعالیت مولد و رشد اقتصادی بپردازند چرا که از هر سویی حرکت کنند به دولت، آئین‌نامه‌ها، قواعد و مقررات دست و پا گیر آن بر می‌خورند. حل این مساله در گرو یک راهکار ساده است و آن رها کردن اقتصاد و واگذار کردن امور به متخصص آن است. من فکر می‌کنم نیازی نیست وزارت اقتصاد در هر موضوعی ورود کند و برای آن قاعده بچیند. خود فعالان اقتصادی و صنعتگر به خوبی می‌دانند و می‌توانند اصول منظم و مشخصی بر کار خود حاکم سازند که این موضوع بدون شک سبب هم‌راستایی تولید و تجارت در کشور خواهد شد.

زمانی که دولت دست اصلی در اقتصاد را در اختیار نداشته باشد همه با هم برابر خواهند بود و فرصت بیشتر در اختیار گروه یا گروه‌هایی است که منافع افزون‌تری برای کشور ایجاد می‌کنند.





یکی از بزرگترین معضلات فعلی صنعت لوازم خانگی ایران نبود رقابت در این بازار است که بدون شک هزینه‌های فراوانی را بر دوش مصرف‌کننده تحمیل می‌کند. به‌ویژه اینکه بانک‌ها تسهیلاتی را برای خرید آسان لوازم خانگی فراهم کرده‌اند که مصرف‌کننده را در شرایط تحمیلی و بدون حق انتخاب قرار می‌دهد.

زمانی که تولید نکند قیمت محصول در بازار به دلیل کاهش عرضه بالا می‌رود و دوباره تولیدکننده به فضای تولید وارد می‌شود. زمانی که قیمت بیش از اندازه بالا برود تولیدکننده‌های بیشتری به آن حوزه کاری وارد می‌شوند تا زمانی که حاشیه سود کاهش یابد و قیمت متعادل شود. این ساختار یک بازار کارآمد و سالم است.

### پیش‌بینی‌ناپذیر بودن تحولات اقتصادی چه تاثیری بر فعالیت صنعتگران داشته است؟

قابل پیش‌بینی نبودن عدم قطعیت را افزایش می‌دهد و تغییرات اقتصادی را مشکل می‌کند. به طور کلی ثبات سیاسی امنیت اقتصادی ایجاد می‌کند و زمانی که هر کدام از این عوامل وجود نداشته باشند ریسک افزایش می‌یابد و طبیعتاً صنعتگران با احتیاط بیشتری به فعالیت خود ادامه می‌دهند. پر واضح است که وقتی متغیرهای اصلی اقتصاد از ثبات کافی برخوردار نباشند قابل پیش‌بینی نخواهند بود و شاخص تولید و صنعت به مرور رو به کاهش می‌گذارند. مطمئناً تا برون‌رفت از این معضلات نمی‌توان امید به تحول و بهبود صنعت داشت.

### عامل برای دستیابی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی تا چه حد حائز اهمیت است؟

این موضوع اصلی‌ترین عامل در رسیدن به بازارهای جهانی است. اقتصاد ما در وضعیت کنونی بیش از آنکه به تصمیم‌های داخلی بستگی داشته باشد به تصمیمات و روابط خارجی وابسته است. دستیابی به بازارهای بین‌المللی تولید را پایدار می‌کند. عواملی همچون عدم پیش‌بینی پذیری، نبود ثبات و ناپایداری نرخ ارز را تعدیل می‌سازد. ورود به بازارهای جهانی یعنی توسعه صادرات و این نقش پیش‌ران رشد اقتصادی است.

قیمت‌گذاری دستوری آثار زیان باری بر صنعت و به طور کلی اقتصاد ایران داشته است و یکی از بیماری‌های اقتصاد ایران که اتفاقاً به خاطر دخالت دولت ایجاد شده است. خروجی این ناکارآمدی ایجاد رانت‌ها برای دلان و واسطه‌ها و زیان برای سهامداران شرکت‌ها و صاحبان صنایع بوده است. قیمت‌گذاری دستوری در نهایت صنایع را به ورشکستگی می‌رساند



### با اینحال، عده‌ای از صاحب نظران و اهل فن، از قاچاق به‌عنوان بزرگترین مانع توسعه صنعت لوازم خانگی نام می‌برند.

موضوع قاچاق مساله‌ای است که در حوصله این بحث نمی‌گنجد و اینکه چرا از بین نمی‌رود یا به طور کامل با آن مقابله نمی‌شود موضوعی است که باید افراد متخصص و صاحب نظر همان حوزه درباره‌اش اظهار نظر کنند اما آنطور که پیشتر هم آوردم بزرگترین مانع صنعت لوازم خانگی نبود رقابت و مسدود بودن مسیر تحقیق و توسعه است.

### تا به امروز قیمت‌گذاری دستوری چه تاثیری بر فعالیت صنعتگران این حوزه داشته و راهکار پیشنهادی شما در صورت حذف قیمت‌گذاری دستوری چیست؟

قیمت‌گذاری دستوری آثار زیان باری بر صنعت و به طور کلی اقتصاد ایران داشته است و یکی از بیماری‌های اقتصاد ایران که اتفاقاً به خاطر دخالت دولت ایجاد شده است. خروجی این ناکارآمدی ایجاد رانت‌ها برای دلان و واسطه‌ها و زیان برای سهامداران شرکت‌ها و صاحبان صنایع بوده است. قیمت‌گذاری دستوری در نهایت صنایع را به ورشکستگی می‌رساند و اجازه رشد را از گروه‌های بازرگانی تجاری هم می‌گیرد. یکی دیگر از آثار این معضل کاهش کیفیت محصول نهایی و صادرات است. تولیدکننده مجبور است قیمت را در محدوده دستور داده شده نگاه دارد بنابراین به منظور کاهش هزینه‌های سربار تولید سراغ کم کردن از کیفیت مواد اولیه می‌رود. به صنعت خودرو نگاه کنید که قیمت‌گذاری دستوری چه مشکلات ریشه‌ای در آن ایجاد کرده است و سبب به وجود آمدن سوءمدیریت، عدم کنترل هزینه شرکت‌ها، حذف کامل رقابت، زیان‌ده شدن تولید و ... شده و عملکرد آنها را مختل کرده است.

در این مساله راهکار بسیار ساده است. قوانین اقتصاد سر راست و مشخص هستند بنابراین کشف قیمت بر اساس عرضه و تقاضا صورت می‌گیرد. یعنی قیمت فروش یک محصول در بازار به اندازه‌ای است که خریدار حاضر به پرداخت آن هست. اگر برای تولیدکننده صرفه اقتصادی داشته باشد، تولید می‌کند؛ اگر هم نداشته باشد تولید نمی‌کند.

## برای رشد اشتغالزایی در صنعت لوازم خانگی چه تدبیری از سوی دولت و مقامات وزارت صمت باید اندیشیده شود؟

### اقتصاد ایران چقدر رشد می‌کند؟

اتفاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی وضعیت رشد اقتصادی جهان و ایران در دو سال پیش رو پرداخته که نشان از افت نسبی شاخص‌ها، پس از رشد سال ۲۰۲۱ دارد.

بر اساس بررسی‌های انجام شده از سوی این اتاق، نرخ رشد جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۱ به ۵/۹ درصد رسیده که پس از افت جدی شاخص‌ها در سال ۲۰۲۰ و تحت تاثیر کرونا، افزایش قابل توجهی به شمار می‌رود.

پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که رشد اقتصادی در سال جاری میلادی به ۴/۴ درصد کاهش خواهد یافت و این عدد در سال ۲۰۲۳ نیز ۳/۸ درصد پیش‌بینی شده است.

در ایالات متحده آمریکا، رشد اقتصادی سال قبل ۵/۶ درصد ثبت شده است اما این عدد در سال ۲۰۲۲ به حدود چهار درصد می‌رسد و در سال ۲۰۲۳ نیز این کشور ۲/۶ درصد رشد خواهد کرد که پایین‌تر از میانگین رشد جهانی است.

در منطقه یورو، رشد اقتصادی سال ۲۰۲۱، ۵/۲ درصد بوده اما این عدد در سال جاری به ۳/۹ و در سال ۲۰۲۳ به ۲/۵ درصد می‌رسد و به این ترتیب رشد اقتصادی این منطقه نیز پایین‌تر از میانگین جهانی خواهد بود.

اما در کشورهای آسیایی در حال توسعه، رشد سال گذشته ۷/۲ درصد ثبت شده و این عدد در سال جاری به ۵/۹ و در سال آینده به ۵/۸ درصد خواهد رسید. به این ترتیب این کشورها در هر سه سال، رشد اقتصادی بالاتر از میانگین را به ثبت خواهند رساند.

ببینید اشتغالزایی با تزریق پول و حمایت مداوم صورت نمی‌گیرد. وقتی دولت تصدی‌گری خود را کاهش دهد و بازار را از قوانین مخمل و دست و پا گیر خالی کند، سودآوری به تولید باز می‌گردد. با این روش صنعت می‌تواند به مرور راه خود را پیدا کند. بنابراین وزارت صمت و دولت باید به جایگاه اصلی خود که بسترسازی و آماده کردن اقتصاد برای انجام فعالیت مداوم هست، باز گردند.

همچنین دولت با توجه به وابستگی بالای اقتصاد ایران به عوامل خارجی باید ضمن مغتنم شمردن پنجره باز دیپلماسی با بهبود روابط تجاری، تنوع‌بخشی، افزایش شرکای تجاری به رشد درآمد بنگاه‌های تولیدی و واحدهای صنعتی یاری رساند. به علاوه، اصلاح بازارها به‌ویژه حل مشکل تورم مزمن که چالشی اساسی برای اقتصاد ایران است از گزاره‌های حیاتی هست که دولت باید در پی آن باشد و عدم تعادل و ناکارآمدی‌ها را مرتفع کند.

### چه محصولات و خدماتی را در سال جاری روانه بازار کردید؟ برنامه شما برای سال آتی چیست؟ چه برنامه‌ای برای ارتقای کیفی محصولات لوازم خانگی در کنار رشد کمی در نظر دارید؟

ما در حوزه خدمات به موضوع غربالگری قطعات الکترونیک وارد شدیم. بیشتر به این علت که در واردات قطعات الکترونیک به کشور وجود قطعات تقلبی بسیار زیاد شده بود و این معضل علاوه بر آسیب به برند ملی، بر کیفیت محصول تمام شده نیز اثر می‌گذاشت. از این رو، مرکز آزمون قطعاتی را با گواهینامه‌ها و استانداردهای معتبر در همکاری با دانشگاه شیان جیائوتونگ چین راه‌اندازی کردیم و در آن بخش غربالگری قطعات الکترونیک را پیش می‌بریم. گروه زیادی از تولیدکنندگان به‌ویژه فعالان صنعت لوازم خانگی از این مرکز به‌عنوان آزمایشگاه مرجع استفاده می‌کنند.

در زمینه محصولات هم در عرش گستر طراحی، مهندسی معکوس و تحقیق و توسعه ساب سیستم‌های الکترونیک لوازم خانگی انجام شد و به‌عنوان بازوی اجرای تولیدکنندگان به آنها یاری می‌رسانیم.



## نگاهی به اقدامات اس جی اس

ترکیب پوشش جهانی با دانش محلی و تجربه و تخصص بی نظیرمان تقریباً در تمام صنایع، SGS را قادر به پشتیبانی از کل زنجیره تأمین ساخته که این امر منجر به کاهش خطرات و افزایش بهره‌وری می‌شود.

### خدمات اس جی اس

- خدمات ممیزی، صدور گواهینامه، برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره فنی
- خدمات بازرسی و آزمون محصولات دارویی، محصولات آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی، خدمات مطالعاتی محصولات کشاورزی (شامل علوم کاشت، داشت و برداشت)
- خدمات بازرسی مواد معدنی، بازرسی کالاهای کشاورزی، بازرسی نفت، گاز و مواد شیمیایی و تست‌های آزمایشگاهی
- خدمات بازرسی کالاهای مصرفی (از جمله لوازم خانگی، قطعات و تجهیزات)، خدمات بازرسی صنایع حمل‌ونقل و خدمات تسهیل تجارت (خدمات بازرسی پیش از حمل و صدور انحصاری گواهی تطابق کالا برای کشورهای آفریقایی حوزه GIS شامل کنیا، اوگاندا، سودان، ساحل عاج، زنگبار و ...)
- خدمات بازرسی کالاهای صنعتی، خدمات بالادستی نفت و گاز، خدمات اندازه‌گیری و کالیبراسیون، خدمات بازرسی آسانسور و پله برقی، خدمات تأمین نیروی انسانی متخصص و خدمات معیار سنجی سازمان‌های مردم‌نهاد

### شعب اس جی اس در ایران

تهران، بندرعباس، بندر بوشهر، بندر ماهشهر، خارک، انزلی (بنادر انزلی، کاسپین، آستارا)، ساری (بنادر امیرآباد، نکا، فریدونکنار و نوشهر)، کرج، اصفهان، زنجان، مشهد، تبریز، عسلویه، قم، یزد، چابهار، شیراز و خواف دارد. همچنین ارائه خدمات در سایر شهرها و بنادری مانند سرخس، اینچه برون، جلفا، بم، کرمانشاه و غیره از طریق دفاتر اشاره شده در بالا انجام می‌شود.

شبکه بین‌المللی اس جی اس با بیش از ۱۴۰ سال سابقه، اولین شرکت بازرسی در زمینه‌های گوناگون، تایید انطباق کالا، آزمون و صدور گواهینامه‌های بین‌المللی و به‌عنوان الگوی کیفیت و امانت‌داری با بیش از ۹۳ هزار نفر نیروی انسانی در شبکه‌ای متشکل از ۲۶۰۰ دفتر و آزمایشگاه در سراسر جهان شناخته شده است.

اس جی اس ایران لیمیتد عضوی از گروه اس جی اس است که از سال ۱۹۷۶ تحت قوانین ایران در کشور فعالیت کرده و خدمات مختلف بازرسی و صدور گواهینامه‌های بین‌المللی را ارائه می‌دهد.

اس جی اس ایران توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (CBI) و سازمان ملی استاندارد ایران (INSO) مورد تایید قرار گرفته و مجاز به ارائه خدمات بازرسی، ممیزی و صدور گواهینامه است.

• بازرسی: گستره وسیع خدمات بازرسی و صدور گواهینامه در جهان در کنترل کیفیت، کمیت کالاهای تجاری و خسارت‌های احتمالی در هنگام جابه‌جایی و حمل کالا کمک می‌کند و می‌تواند تمامی الزامات قانونی مربوطه را در مناطق و بازارهای مختلف برآورده کند.

• آزمون: شبکه جهانی SGS متشکل از افراد مجرب و مطلع، مشتریان را قادر می‌سازد تا ریسک‌ها را کاهش داده و زمان رسیدن به بازار و تست کیفیت، ایمنی و کارایی محصولات را بر اساس استانداردهای مطرح در زمینه بهداشت، ایمنی و نظارت کوتاه‌تر می‌کند.

• انطباق: SGS تطابق کیفیت و کمیت کالاهای معامله شده را با استانداردهای ملی و بین‌المللی در زمینه آزمون و صدور گواهینامه، مورد بررسی قرار می‌دهد و این خدمات از مرحله بازرسی کارخانه در حین تولید تا بازرسی تصادفی از محصول نهایی انبار شده و از آزمایشگاه تا بازرسی در محل را شامل می‌شود.

• تأیید: خدمات تاییدیه در برابر استانداردهای مختلف فنی، ایمنی و نظارتی به مقامات محلی و مشتریان این اطمینان را می‌دهد که محصولات و خدمات، با استانداردهای جهانی، مقررات محلی و الزامات خاص آنها مطابقت دارند.



WHEN YOU NEED TO BE SURE

**SGS**



**Enabling a Better, Safer and**

More Interconnected World

**Making Business Faster,**

Simpler and More Efficient



[www.SGS-Iran.com](http://www.SGS-Iran.com)  
[www.SGS.com](http://www.SGS.com)



[Go.info@sgs.com](mailto:Go.info@sgs.com)



021-88542400  
021-88736074



No. 47, Ahmad Ghasir St,  
Arjantina Sq, Tehran-Iran

شامخ کل اقتصاد به ۵۰/۹۷ واحد رسید

## بنگاه‌های اقتصادی نگران نوسان نرخ ارز و کمبود نقدینگی

از سوی دیگر، به عقیده اکثر فعالان اقتصادی به دنبال نابسامانی شدید در ثبات قیمت ارز و سایر هزینه‌های تولید، امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای ماه‌های آینده وجود ندارد و نمی‌تواند هیچ افق برنامه‌ریزی برای ادامه فعالیت‌ها طی ماه‌های آینده متصور باشند.

### شامخ کل اقتصاد

طبق نظرسنجی انجام شده از بنگاه‌های اقتصادی کشور، شاخص مدیران خرید (تعدیل فصلی نشده) برای کل اقتصاد ایران در آذر ۵۰/۹۷ به‌دست‌آمده است و رشد شاخص کل به کمترین نرخ ۴ ماه اخیر رسیده است. در این ماه به‌جز شاخص مقدار تولید محصولات و سرعت انجام و تحویل سفارش، سایر مؤلفه‌های اصلی زیر ۵۰ ثبت شده‌اند. دلیل اصلی کاهش شاخص کل در آذر ناشی از رکود در بخش‌های ساختمان، خدمات و کشاورزی بوده است.

در تازه‌ترین گزارش شامخ که از سوی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران منتشر شده، فعالان اقتصادی از نوسان و رشد قیمت ارز و کمبود شدید نقدینگی در حوزه تولید گلایه کرده‌اند. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران گزارش بیست و هفتمین دوره طرح شاخص مدیران خرید (PMI) کل اقتصاد در آذرماه ۱۴۰۰ و سی و نهمین دوره طرح این شاخص برای بخش صنعت را منتشر کرد.

در آذرماه ۱۴۰۰، شاخص مدیران خرید که در ایران با عنوان شامخ منتشر می‌شود، برای کل اقتصاد به ۵۰/۹۷ واحد رسیده که نسبت ماه قبل ۰/۱ واحد کاهش نشان می‌دهد و کمترین نرخ در ۴ ماه اخیر راست. همچنین شامخ بخش صنعت در این ماه ۵۶/۵۳ واحد محاسبه شده که ۰/۵۸ واحد پایین‌تر از ماه قبل است.

نظرسنجی‌های انجام شده از فعالان اقتصادی حاکی از این است که ادامه رکود و نابسامانی قیمت‌های بازار ارز و کاهش قدرت خرید بر روی انتظارات مثبت فعالان اقتصادی اثر منفی گذاشته و شرکت‌ها به دلیل پایین آمدن قدرت خرید مشتریان، با کمبود نقدینگی و کاهش سفارشات مواجه شده‌اند.

جدول ۱: شامخ کل اقتصاد - شاخص مدیران خرید (PMI) آذر ۱۴۰۰

شاخص	مهر ۱۴۰۰	آبان ۱۴۰۰	آذر ۱۴۰۰
شامخ کل اقتصاد	۵۴/۷۶	۵۱/۰۷	۵۰/۹۷
میزان فعالیت‌های کسب و کار	۵۶/۱۶	۵۳/۸۶	۵۳/۱۳
میزان سفارشات جدید مشتریان	۵۵/۱۶	۴۷/۳۸	۴۸/۰۰
سرعت انجام و تحویل سفارش	۶۴/۰۷	۵۴/۶۰	۵۹/۲۳
موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۴۹/۹۸	۴۴/۶۲	۴۶/۴۹
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۴۷/۸۴	۵۳/۷۲	۴۸/۷۴
قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۸۳/۵۲	۸۳/۱۳	۸۲/۰۱
موجودی محصول در انبار یا کارهای معوق	۵۳/۰۴	۴۸/۶۰	۴۹/۷۲
میزان صادرات کالا یا خدمات	۴۵/۳۷	۴۸/۳۸	۴۷/۷۷
قیمت محصولات تولیدشده یا خدمات ارائه‌شده	۶۳/۵۵	۶۳/۱۴	۵۵/۳۹
مصرف حامل‌های انرژی	۵۷/۶۶	۶۴/۳۶	۶۷/۸۸
میزان فروش کالاها یا خدمات	۵۴/۵۳	۵۴/۷۴	۵۴/۰۳
انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده	۶۶/۳۷	۵۹/۷۴	۵۶/۰۳







شاخص قیمت محصولات تولید شده (۵۵/۰۲) در آذرماه به کمترین مقدار ۶ ماهه خود رسیده و با توجه به اینکه شاخص در آبان افزایشی بوده، در آذر به دنبال کمتر شدن سفارشات و پایین بودن قدرت خرید، متناسب با هزینه‌های تولید افزایش نیافته است.

شاخص میزان مصرف حامل‌های انرژی (۶۴/۵۱) به دلیل سرد شدن هوا از یکسو و افزایش تولید از سوی دیگر، به‌رغم بالا رفتن قیمت سوخت همچنان در مقادیر بالای خود قرار دارد. اکثر فعالان اقتصادی از تأثیر بالا رفتن قیمت سوخت در هزینه‌های تولید با توجه به محدودیت‌هایی که برای افزایش قیمت محصول دارند، شکایت دارند.

به‌طور کلی در آذرماه، اکثر صنایع با رشد کمتری نسبت به آبان روبه‌رو بوده‌اند و افزایش قیمت هزینه‌های تولید مانند قیمت انرژی و مواد اولیه که منجر به افزایش قیمت محصولات طی ماه گذشته شده بود با توجه به کاهش قدرت خرید مشتریان بر کاهش سطح تقاضا اثر گذاشته است.

### برخی از مشکلات اصلی از دید فعالان اقتصادی در آذرماه ۱۴۰۰

- دست‌ورالعمل الزام ثبت محصولات در سامانه جامع تجارت و دریافت کد نقش (شناسه کالا) توسط تولیدکنندگان و خریداران، فرآیند عرضه و تقاضای محصول را زمان‌بر می‌کند. بهتر است برای شفاف‌سازی و استعلام شناسه کالا، مکانیسم ساده‌تری طراحی شود. (صنایع شیمیایی)

- کاهش تقاضا، رکود شدید و افزایش قیمت‌ها، باعث کاهش نقدینگی و کمبود مواد اولیه شده و شرکت‌ها ناچار به تولید در سطوح پایین ظرفیت تولیدی خود هستند (صنایع کانی غیرفلزی)

- شرکت‌های خودروسازی همچنان تعهدات و بدهی‌های خود را به قطعه‌سازان پرداخت نمی‌کنند. در نتیجه صنایع وابسته مانند شرکت‌های قطعه‌ساز و لاستیک‌سازی با کمبود شدید نقدینگی روبه‌رو هستند. (صنایع وسایل نقلیه و قطعات وابسته، لاستیک پلاستیک)

به‌طور کلی بر اساس نظرسنجی انجام شده از فعالان اقتصادی در آذر، ادامه رکود و نابسامانی قیمت‌های بازار ارز و کاهش قدرت خرید بر روی انتظارات مثبت فعالان اقتصادی اثر منفی گذارده و شرکت‌ها به دلیل پایین آمدن قدرت خرید مشتریان، با کمبود نقدینگی و کاهش سفارشات مواجه شده‌اند. از آنجا که تأمین مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز اکثر شرکت‌ها، به‌شدت به نرخ ارز وابسته است، تا ثبات در بازار ارز صورت نگیرد فعالیت‌های اقتصادی همچنان با رکود و مشکلات مرتبط روبه‌رو خواهند بود.

### شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت در آذرماه عدد ۵۶/۵۳ به‌دست‌آمده است. به اعتقاد اکثر فعالان بخش صنعت، نرخ رشد فعالیت‌ها اندکی کمتر از ماه قبل است. در آذرماه همه زیرشاخص‌های اصلی شاخص صنعت، عدد بالای ۵۰ را به ثبت رسانده‌اند و شاخص کل صنعت در اکثر رشته فعالیت‌ها به‌جز صنایع فرآورده‌های نفت و گاز، صنایع پوشاک و چرم، بالای ۵۰ بوده و همچنین در صنایع لاستیک و پلاستیک و صنایع غذایی نیز عدد شاخص ۵۰ بوده است.

شاخص مقدار تولید محصولات در آذرماه (۵۸/۸۴) نسبت به آبان رشد کمتری داشته است که دلیل اصلی آن کاهش رشد تقاضای مشتریان و کمبود نقدینگی است.

شاخص موجودی مواد اولیه در آذرماه (۵۲/۶۰) برای اولین بار طی ۷ ماه گذشته از اردیبهشت‌ماه افزایش داشته است. با این حال همچنان شرکت‌ها با مشکل افزایش شدید قیمت مواد اولیه و نرخ ارز و نقدینگی پایین برای تأمین مواد موردنیاز مواجه هستند و صنایع پوشاک و چرم، شیمیایی، فلزی و فرآورده‌های نفت و گاز با کمبود مواد اولیه روبه‌رو بوده‌اند.

شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی در آذرماه (۵۳/۷۸) نسبت به دو ماه اخیر کمتر شده است. افزایش مستمر هزینه‌های تولید از قبیل قیمت مواد اولیه و قیمت انرژی می‌تواند بر کاهش میزان استخدام تأثیرگذار باشد.

شاخص موجودی محصول نهایی در انبار (۵۲/۸۲) نسبت به ماه قبل افزایش داشته است، به نظر می‌رسد با کمتر شدن سطح تقاضا و کاهش شاخص فروش، موجودی کالاها در انبارها افزایش یافته است.

## رونق ملایم صنعت همراه با رکود دو بخش کشاورزی و معدن

بررسی روند فصلی تغییرات شاخص مقدار تولید در سه بخش صنعت ساخت، معدن و کشاورزی از تابستان ۱۳۹۸ الی تابستان ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که رشد نقطه به نقطه مقدار تولید بخش صنعت ساخت از تابستان سال ۱۳۹۹ به بعد همواره مثبت بوده؛ اگرچه در تابستان ۱۴۰۰ از سرعت رشد آن کاسته شده است. در مقابل، دو بخش معدن و کشاورزی دچار رکود و افت تولیدات هستند.

به گزارش معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران، به‌استثنای بخش کشاورزی، سطح تولیدات در دو بخش صنعت ساخت و معدن در تابستان ۱۴۰۰ در مقایسه با ارقام سال پایه یعنی  $100 = 1390$ ، همچنان کمتر بوده که به معنی عدم تحول معنادار در ارتقای سطح تولیدات طی دهه اخیر است.

روند تغییرات شاخص بهای تولیدکننده برای هر سه بخش طی بازه زمانی مورد بررسی، افزایشی بوده که بخشی از آن را می‌توان به افزایش سطح قیمت‌های مربوط به هزینه نهاده‌های تولید در سطح جهانی و داخلی و بخشی هم به کاهش عرضه به دلیل قطعی برق در برخی صنایع و افت موجودی مواد اولیه، نسبت داد.

شاخص فصلی مقدار تولید در بخش صنعت ساخت پس از تجربه رشد منفی در بهار ۱۳۹۹ و سپس رشد مثبت طی سه فصل متوالی، در زمستان ۱۳۹۹ به بالاترین حد خود رسید. از فصل بهار ۱۴۰۰ روند نزولی این شاخص آغاز و تا تابستان ادامه یافت. رقم تعدیل شده فصلی شاخص مقدار تولید بخش صنعت ساخت در تابستان ۱۴۰۰، حدود  $91/7$  بوده است.

- عدم شفافیت تولیدکنندگان عمده محصولات پتروشیمی و تعلق در تأمین به‌موقع مواد اولیه برای بازار داخلی با توجه به انحصاری بودن این محصولات و گستردگی صنایع مصرف‌کننده پایین‌دستی آن، حوزه صنایع نساجی، لاستیک و پلاستیک و سایر صنایع پایین‌دستی در تأمین مواد اولیه را با مشکل جدی روبه‌رو می‌کند. (صنایع نساجی، لاستیک و پلاستیک)

به عقیده اکثر فعالان اقتصادی به دنبال نابسامانی شدید در ثبات قیمت ارز و سایر هزینه‌های تولید، امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای ماه‌های آینده وجود ندارد و نمی‌توانند هیچ افق برنامه‌ریزی برای ادامه فعالیت‌ها طی ماه‌های آینده متصور باشند.

- به دلیل نابسامانی اوضاع به‌خصوص عدم ثبات در نرخ ارز، افزایش قیمت مواد اولیه، کاهش نقدینگی و قدرت خرید، هیچ افقی برای پیش‌بینی آینده حتی برای چند ماه بعد، برای فعالان اقتصادی وجود ندارد. (صنایع لاستیک و پلاستیک، غذایی، شیمیایی، فلزی و...).



با هدف هم‌افزایی و مشارکت بخش خصوصی در تحقق اهداف کشور؛

## تفاهم‌نامه همکاری میان انجمن صنایع لوازم خانگی و خانه صنعتکاران امضا شد

تعداد حداقل ۵۰ عضو از قطعه‌سازان بزرگ هستند. عباس هاشمی با اشاره به انعقاد قرارداد با شرکت‌های بازرسی و کیفیت استاندارد با هدف ممیزی و رتبه‌بندی قطعه‌سازان، ادامه داد: اعتقاد راسخ ما این است که بدون توسعه قطعه‌سازی، امکان توسعه پایدار کل صنعت وجود ندارد.

### مشتری‌مداری؛ شاه‌بیت بازار است

وی با اشاره به افزایش سهم تولیدکنندگان لوازم خانگی از بازار داخل، افزود: همواره بر این اصل تاکید کرده‌ام که مشتری‌مداری شاه‌بیت بازار است و باید به سلیقه و خواست مشتری احترام گذاشته شود. افزون بر این، ضرورت دارد که بخش شبکه خدمات پس از فروش شرکت‌های لوازم خانگی توسعه یابد و خوشبختانه در این مسیر گام‌های خوبی برداشته شده و رقابت سازنده‌ای میان واحدهای صنعتی با هدف افزایش سهم‌شان از بازار داخلی شکل گرفته است.

### سیاست‌های اشتباه بانکی کنار گذاشته شود

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به حجم بالای گردش مالی و میزان اشتغالزایی به صورت مستقیم و غیر مستقیم در صنعت لوازم خانگی، ادامه داد: فراموش نکنیم که صنعت لوازم خانگی، یک صنعت حساس محسوب می‌شود و جامعه بلافاصله نسبت به افزایش قیمت و کمبود کالا در بازار عکس‌العمل نشان می‌دهند. بنابراین، دولت و حاکمیت باید توجه بیشتری به این صنعت مهم داشته باشند و در این راستا شبکه بانکی نیز باید سیاست‌های انقباضی خود را که برای واحدهای تولیدی مشکل‌زاست، کنار بگذارد.

### نقش NGOها در دستیابی به توسعه واقعی

هاشمی با تاکید بر اینکه می‌توان در بخش صادرات از ظرفیت خانه صنعتکاران بهره برد، ادامه داد: ما به‌عنوان NGO (سازمان مردم‌نهاد) باید درخواست‌ها، مطالبات و نیازها را هم‌پوشانی کنیم و در مورد حقوق بخش خصوصی مطالبه‌گر باشیم. با توسعه NGOها، پایه‌های توسعه واقعی گذاشته می‌شود.

وی با تاکید بر دوری گزیدن دولت از مداخله‌گری در صنعت لوازم خانگی و اقتصاد کشور، گفت: اگر دولت دخالت‌های خود را کاهش دهد و

به‌منظور هم‌افزایی و مشارکت حداکثری فعالان بخش خصوصی در راستای ارتقاء و التزام به اهداف متعالی کشور در راستای توسعه پایدار صنعتی و نیز آموزش و پژوهش‌های کاربردی و رفع مشکلات صنعتگران و واحدهای تولیدی خاصه صنعتگران صنعت پیشران لوازم خانگی، تفاهم‌نامه‌ای میان انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نمایندگی عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و خانه صنعتکاران ایران به نمایندگی علیرضا بنی‌هاشمی، رئیس خانه صنعتکاران ایران، منعقد شد.

به گزارش روابط‌عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، هم‌افزایی دو سویه جهت رفع موانع و ارائه راهکارهای کاربردی حل مشکلات واحدهای عضو انجمن از طریق دستگاه‌های مختلف دولتی و ذی‌ربط با صنعت پیشران لوازم خانگی، تسهیلگری و بهره‌برداری از پتانسیل‌های طرفین در فرآیندهای دریافت تسهیلات یا جذب سرمایه‌گذار تخفیفات مالیاتی و کمک به کاهش جرایم مالیاتی و دیرکرد پرداخت تسهیلات بانکی از جمله موضوعات تفاهم‌نامه میان خانه صنعتکاران ایران و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران است.

همچنین، توانمندسازی بدنه کارشناسی و مدیریتی صنعت لوازم خانگی با ارائه خدمات مشاوره مدیریت و برگزاری دوره‌های آموزش کاربردی کوتاه‌مدت و میان‌مدت عمومی و تخصصی، همکاری در اجرای طرح‌های تحقیقاتی و پژوهش‌های کاربردی مشترک برابری نیاز صنعت، اعتبار افزایشی ظرفیت‌های طرفین با بهره‌برداری از تعاملات رسانه‌ای همچون مصاحبه‌ها، حضور در بخش‌های خبری رسانه ملی و دیگر خبرگزاری‌های رسمی و... از دیگر موضوعات این تفاهم‌نامه اعلام شد.

### پیشرفت چشمگیر صنعت لوازم خانگی

در ابتدای این جلسه، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با بیان اینکه بدون تعارف صنعت لوازم خانگی ایران طی چند سال اخیر، پیشرفت‌های خوبی داشته است، گفت: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به‌عنوان بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی، متشکل از دو طیف محصول‌سازان و قطعه‌سازان بالغ بر ۲۷۲ عضو است که از این



به نظارت پردازد، قطعا صنعت راه خودش را به درستی طی خواهد کرد. با وجود مداخله‌گری‌های بی‌حد و حصر، قطعا هم‌افزایی میان انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و خانه صنعتکاران به نفع کل صنعت خواهد بود و موانع برداشته می‌شود.

### اصلاح ساختارهای اقتصادی توسط بخش خصوصی

در ادامه، رئیس خانه صنعتکاران ایران نیز با تاکید بر اینکه در مقطع کنونی یکی از نیازهای جدی کشور، اصلاح ساختارهای اقتصادی است، گفت: بخش خصوصی به‌عنوان یک اکسیر می‌تواند این امر را به نحو احسن انجام دهد. بنابراین، لازم است که بخش خصوصی در بدنه اقتصاد کشور حضور پر رنگی داشته باشد تا با ایجاد هم‌افزایی میان تشکلهای بخش خصوصی این رسالت به درستی انجام شود.

علیرضا بنی‌هاشمی با بیان اینکه مفتخریم امروز میزبان انجمن صنایع لوازم خانگی ایران باشیم، افزود: کلیت کار به معنای هم‌افزایی مبارک بین دو مجموعه خصوصی در راستای توسعه اقتصادی کشور به‌ویژه در حوزه صنعت لوازم خانگی است. وی ادامه داد: با توجه به سرعت داخلی‌سازی در صنعت لوازم خانگی و روحیه‌ی خوبی که بعد از حمایت‌های مقام معظم رهبری (مد ظله‌العالی) از این صنعت ایجاد شد، نیاز به حمایت‌های هدفمند است تا به خروجی‌های مطلوب برسیم.



### سطوح حمایتی از صنعت توسط خانه صنعتکاران

رئیس خانه صنعتکاران ایران با اشاره به اینکه حمایت هدفمند از تولیدات لوازم خانگی در دو سطح توسط خانه صنعتکاران ایران دنبال می‌شود، گفت: سطح اول مربوط به مانع‌زدایی‌هاست که لازم است احصاء شوند و سه قوه به این قضیه ورود پیدا کنند تا در نهایت موانع برداشته شوند.

بنی‌هاشمی با اشاره به سطح دوم یعنی پشتیبانی‌ها، اضافه کرد: این پشتیبانی در سطوح مختلف از صنعت لوازم خانگی انجام می‌گیرد و شامل بحث‌های درون‌صنعتی، کمک‌ها و آموزش‌های حرفه‌ای برای صاحبان صنایع می‌شود تا داخلی‌سازی در راستای ارتقای کیفیت اتفاق بیفتد.

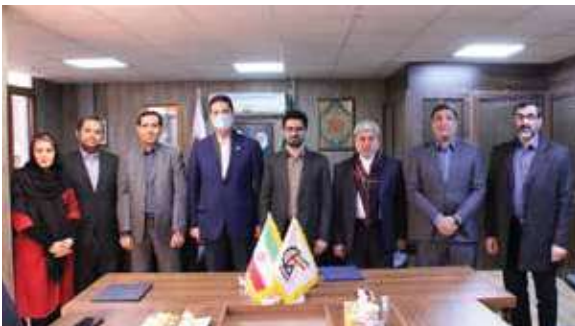
وی ادامه داد: بخش عمده پشتیبانی‌ها؛ بازاریابی و بازاریابی برای محصولات لوازم خانگی است. خوشبختانه با بازدیدهایی که به عمل آمد به کیفیت و تحول در این صنعت که به کمک توانمندی متخصصان نمود پیدا کرده، پی بردیم.

رئیس خانه صنعتکاران ایران ابراز امیدواری کرد که خانه صنعتکاران بتواند به رشد بازاریابی و بازاریابی هم در سطح داخلی و هم در سطح خارجی سرعت ببخشد، گفت: بازار یک مقوله بسیار مهم در اقتصاد تولیدی است. امیدوارم بتوانیم حرکت ارزشمندی در این مسیر انجام دهیم و سهم خودمان را از بازارهای جهانی بالا ببریم.

بنی‌هاشمی با تاکید بر حضور بخش خصوصی در میدان اجرایی کشور، اظهار کرد: برای تحقق این مهم، هم‌افزایی میان انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و خانه صنعتکاران ایران ضروری است تا موانع شناسایی شوند.

### ضرورت رفع مشکل نقدینگی واحدهای صنعتی

وی با اشاره به وجود مشکلات از جمله تامین نقدینگی برای واحدهای صنعتی، خاطرنشان کرد: در این زمینه، با تعدادی از بانک‌ها مذاکراتی صورت گرفته تا سقف اعتباری افزایش یابد؛ این امر هم به نفع تولیدکننده و هم به نفع مصرف‌کنندگان است. بنی‌هاشمی با تاکید بر فرهنگ‌سازی به‌منظور افزایش مصرف کالای ایرانی، گفت: در این ارتباط، نقش رسانه‌ها بسیار مهم است تا مصرف‌کنندگان رغبت بیشتری به خرید کالای باکیفیت ایرانی نشان دهند و بدین ترتیب روح تازه‌ای در صنعت دمیده شود.



## مسیر توسعه صنعت لوازم خانگی از صادرات گذر می‌کند



صنعت لوازم خانگی در ایران از سابقه قابل توجهی برخوردار بوده و توانسته در شرایط بسیار سخت همچون دوران دفاع مقدس و جنگ تحمیلی نیز به استقلال لازم برسد. پیشرفت این صنعت در حالی رخ داده که ایران در سخت‌ترین شرایط خود از نظر مشکلات داخلی و خارجی قرار داشته است.

در دهه اخیر شرایط تحمیلی بر ایران باعث شده سرعت رشد صنعت لوازم خانگی نسبت به سایر کالاهای وارداتی کند شود. از این رو سران دولت، برنامه‌ها و تکنیک‌های مختلفی را برای مرتفع کردن چنین مشکلاتی در نظر می‌گیرند. پیش از ارائه و بهره‌مندی از این نوع تکنیک‌ها و برنامه‌ها، ابتدا باید بدانیم چرا در سال‌های اخیر صنعت لوازم خانگی به جای پیشرفت و ترقی با رکود و اشکال مواجه شده است.

امیر حسین الماسی

دکترای مدیریت سیاست‌گذاری بازرگانی

مشاور مدیریت استراتژی بازاریابی

توجهی از بازار داخلی و خارجی خود را از دست داد. در چنین شرایطی، برندهای معروف، معتبر و قدیمی در عرصه این تولیدات از بین رفتند و برندهای جدیدی وارد بازار شدند.

این برندها تولیدکننده‌های خوبی برای محصولات بودند و توانستند بخش قابل توجهی از بازار را در اختیار بگیرند. همچنین توانستند صادرات گسترده‌ای نیز در سطح جهانی به وجود آورند. این موضوع نشان می‌دهد که صنعت لوازم خانگی هنوز فعال و پویاست و می‌تواند به شکل مستمر به فعالیت خود ادامه دهد. برای اینکه بتوانید به پیشرفت قابل توجهی در تولید لوازم منزل برسیم، باید صادرات پویا داشته باشیم. برای به دست آوردن صادرات پویا نیز رسیدن به بازار مطمئن برای فروش محصولات، عدم تکیه به اقتصاد نفت، بهبود وضعیت تولید کالاهای داخلی، تکیه بر اقتصاد قابل رقابت و پایدار در بازار جهانی و ... اهمیت دارد.

### توسعه لوازم خانگی با صادرات هدفمند

صادرات می‌تواند نجات‌بخش صنعت لوازم خانگی باشد. به شرطی که حمایت و سیاست‌های لازم دولت در زمینه توسعه صادرات انجام شود. یکی از مسائل مهم در به وجود آمدن مشکلات صادرات و واردات، افزایش هزینه ارز است. این مساله، نوسانات اقتصادی بازار ایران را افزایش می‌دهد و سهم بازار جهانی را برای عرضه و فروش کالای ایرانی متزلزل می‌کند.

برای پیشرفت در صادرات، بخشی از اقدامات باید توسط سران دولت و وزیران اقتصاد انجام شود. البته بهبود کیفیت

### وضعیت نابه‌سامان اقتصاد در ایران

متأسفانه ایران به دلیل موقعیت منطقه‌ای و استراتژیک امنیتی خود با تحریم‌های مختلفی مواجه شده است. مساله تحریم، مشکلات بسیاری همچون تهیه مواد اولیه مورد نیاز برای تولید، عدم تنوع و خلاقیت در محصولات، عدم امکان سرمایه‌گذاری برای گسترش و توسعه محصولات، افزایش قیمت تولید محصول، بالا رفتن نرخ ارز، نامطمئن بودن از آینده محصولات و رکود اقتصادی برای صادرات لوازم خانگی را به همراه داشته است. در واقع ایران اکنون به‌عنوان کشوری در سطح منطقه و جهان فعالیت می‌کند که آینده اقتصادی مبهمی دارد و همین مساله روند تولید لوازم منزل و صادرات آن را نامطمئن کرده است.

### صادرات؛ حلال مشکلات صنعت لوازم خانگی

اگرچه بسیاری از کارشناسان اقتصاد و سران دولت، صادرات و فعالیت در سطح منطقه و وسعت جهانی را کلید حل مشکلات تولید لوازم خانگی می‌دانند اما این موضوع نیاز به بررسی و تحلیل موشکافانه دارد. صنعت لوازم خانگی ایران توانست به شکل مقطعی همزمان با سایر رقبا در تولید این محصولات پیش برود و تکنولوژی خود را ارتقاء بخشد اما بعد از گذشت مدتی، از سایر رقبای لوازم خانگی عقب افتاد. ضمن اینکه بخش قابل

مساله تحریم، مشکلات بسیاری همچون تهیه مواد اولیه مورد نیاز برای تولید، عدم تنوع و خلاقیت در محصولات، عدم امکان سرمایه‌گذاری برای گسترش و توسعه محصولات، افزایش قیمت تولید محصول، بالا رفتن نرخ ارز، نامطمئن بودن از آینده محصولات و رکود اقتصادی برای صادرات لوازم خانگی را به همراه داشته است

بازار مناسب، باید ممنوعیت‌ها علیه ایران تعدیل شوند. همچنین باید تولیدکنندگان ایران بازارهای محصولات خود را بشناسند و روابط خود را با آنها گسترش دهند. عراق یکی از مهم‌ترین بازارها برای ارائه محصولات مختلف ایرانی به‌ویژه لوازم منزل است.

بهبتر است برای عرضه محصولات به عراق از تکنیک‌های جدید و تحلیل‌های بازار کمک بگیریم. در این صورت سود بیشتری از صادرات لوازم خانگی به دست می‌آوریم. یکی از تکنیک‌های مهم برای صدور کالا به عراق می‌تواند راه‌اندازی شرکت‌های لیزینگ برای فروش و عرضه کالاهای ایرانی باشد. این موضوع در راستای تولید محصولات منزل نیز حائز اهمیت است.



### جمع‌بندی

کشور ایران با چالش‌های اقتصادی بسیار مواجه بوده و این موضوع بر روند صادرات و واردات کشور تاثیر بسیاری دارد. لوازم خانگی ایران توانسته‌اند در مقطع زمانی خاص، رشد مناسبی داشته باشند. برای تثبیت موقعیت صادرات این لوازم در بازار جهانی، باید تدابیر مختلفی همچون افزایش کیفیت محصولات، تامین مواد اولیه، از بین بردن محدودیت‌های تجاری و... را در نظر داشت. در واقع انتخاب الگوی مناسب برای توسعه و گسترش تولید محصولات می‌تواند وضعیت صادرات را به وضعیت پایدار و بهینه برساند و سوددهی لازم را به همراه داشته باشد.

کالاهای داخلی نیز در افزایش صادرات لوازم تاثیر قابل توجهی دارد. برای اینکه بتوانیم کالاهای متناسب با سطح رقابت جهانی تولید کنیم، باید از کارشناسان متخصص و باتجربه بهره‌مند شویم. کارشناسان وظیفه‌شناس می‌توانند محصولات با کیفیت و بهینه را به بازار جهانی عرضه کنند.

خوشبختانه کشور ایران در زمینه تولید انبوه لوازم منزل جایگاه مناسبی دارد اما این لوازم هنوز از نظر کیفیت نیاز به ارتقاء دارند. از مشکلات دیگری که سد راه صادرات ایران شده باید به عدم بهره‌مندی از مواد اولیه ارزان اشاره کرد. برای حل این مشکل، ایران باید از کشورهای مجاز برای وارد کردن مواد اولیه کمک بگیرد.

### ارزش صادرات لوازم خانگی

در حال حاضر ارزش صادرات در صنعت لوازم خانگی به حدود ۳۰۰ میلیون دلار می‌رسد. کشور ایران در سال‌های گذشته بخش قابل توجهی از لوازم منزل را به کشورهای اتحادیه اروپا به‌ویژه ایتالیا، افغانستان، عراق، شمال آفریقا و CIS صادر کرده اما حدود ۶۰ درصد این صادرات به کشور عراق بوده است. نهادینه کردن شبکه خدمات بعد از فروش در بازارهای داخلی و خارجی، بهبود کیفیت تولید و رقابتی کردن قیمت‌ها می‌تواند بازارهای مختلفی را برای عرضه و فروش لوازم منزل فراهم آورد.

در چنین شرایطی برای حفظ موقعیت تولیدات در بازار داخلی و خارجی، باید از قاچاق، پایین آمدن کیفیت محصولات و تولید، عدم توجه به بازارهای صادراتی و سلب امتیاز از رقابت‌پذیری جلوگیری کرد. این عوامل می‌توانند تاثیر نامطلوبی بر روی جریان صادرات داشته باشند.

### ممنوعیت‌ها را کنار بگذارید

ممنوعیت‌ها تاثیر قابل توجهی بر روی روند صادرات دارند. نبود قطعات، تکنولوژی ضعیف و نوآوری، رقابت با سایر کشورها برای تولید لوازم خانگی اهمیت بسیاری دارد. بسیاری از این قطعات در بازار داخلی کشور یافت نمی‌شوند. ضمن اینکه تولید آنها نیاز به صرف هزینه و زمان بسیاری دارد. از این رو خرید این قطعات مقرون به صرفه‌تر از تولید آنهاست. برای توسعه صنعت لوازم خانگی و پیدا کردن

صادرات می‌تواند نجات‌بخش صنعت لوازم خانگی باشد. به شرطی که حمایت و سیاست‌های لازم دولت در زمینه توسعه صادرات انجام شود. یکی از مسائل مهم در به وجود آمدن مشکلات صادرات و واردات، افزایش هزینه ارز است.



## مدیرعامل مجتمع آزمایشگاهی آموزشی آروین آزمای سرمد مطرح کرد عدم تناسب هزینه و درآمد و فروش کالای غیر استاندارد؛ بزرگترین دغدغه مراکز آزمایشگاهی آموزشی همکاری متقابل با NGOها؛ مهم‌ترین برنامه پیش‌روی آروین آزمای سرمد



با توسعه صنعت لوازم خانگی، گسترش فضای مجازی و افزایش سطح آگاهی و انتظارات مصرف‌کنندگان داخلی، اهمیت تولید محصولات با کیفیت، مطابق سلیقه روز و رقابتی، بیش از پیش پررنگ شده است. لذا به تناسب این گستردگی وجود مراکز آزمایشگاهی آموزشی مستقل با امکانات و دانش روز در کنار واحدهای تولیدی بیش از گذشته اهمیت می‌یابد. در نتیجه، سیاست‌گذاری سازمان ملی استاندارد، ارگان‌ها و انجمن‌های مرتبط در تقویت و رشد چنین مجموعه‌هایی بسیار تعیین‌کننده است. در همین ارتباط، گفت‌وگوی اختصاصی با محسن مداحی، مدیرعامل مجتمع آزمایشگاهی آموزشی آروین آزمای سرمد، انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

تلاش و تجربه اساتید و مدرسین میسر شده است. اجرای پروژه‌های مشترک با سازمان بهره‌وری انرژی (سابا)، پژوهشگاه سازمان ملی استاندارد و شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی کشور نیز از دیگر تجارب ارزنده این شرکت است.

**مجموعه شما در سه بخش آزمون، آموزش و مشاوره در تهیه و ساخت تجهیزات آزمایشگاهی به واحدهای تولیدی، شرکت‌های بازرسی فنی، واردکنندگان کالا و سایر متقاضیان فعالیت می‌کند. به اهم اقدامات در هر کدام از این ۳ بخش اشاره بفرمایید.**

در بخش ارائه خدمات آزمایشگاهی، علاوه بر انجام آزمون‌ها براساس استانداردهای ملی و بین‌المللی مربوطه، مطابق با درخواست مشتریان آزمون‌های تکی یا اختصاصی تعریف شده و به اجرا درمی‌آید. خوشبختانه همکاری متقابل و اعتمادی که طی سال‌های گذشته در این زمینه بین واحدهای تولیدی و این آزمایشگاه ایجاد شده است سبب شده است تا بسیاری از تولیدکنندگان لوازم خانگی جهت ارزیابی پیمانکاران و آزمایشگاه‌های خود از این ظرفیت استفاده می‌کنند.

در بخش آموزش علاوه بر برگزاری دوره‌های کارآموزی تئوری و کارگاهی ویژه مدیران کنترل کیفیت واحدهای تولیدی، تلاش بر این است تا آخرین تغییرات استانداردها در قالب برگزاری دوره‌های تخصصی آموزشی، برای پیمانکاران واحدهای تولیدی (مانند تولیدکنندگان المنت، بوردهای الکترونیکی، فن ست موتور و ...) و همچنین برای تیم‌های تحقیق و توسعه، طراحی مهندسی و کنترل کیفیت ارائه شود.

**مجتمع آزمایشگاهی آموزشی آروین آزمای سرمد فعالیت خود را از چه سالی و در چه زمینه‌ای آغاز کرده است؟**

شرکت آروین آزمای سرمد پس از ابلاغ اصل ۴۴ قانون اساسی با موضوع سیاست‌های کلی توسعه بخش‌های غیر دولتی از طریق واگذاری فعالیت‌ها و بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی، از سال ۱۳۸۵ فعالیت خود را به‌عنوان آزمایشگاه و مرکز آموزشی همکار سازمان ملی استاندارد ایران آغاز کرده است. این شرکت ابتدا مجوز فعالیت آزمایشگاهی خود را از اداره کل استاندارد تهران و سپس گواهی ISO/IEC ۱۷۰۲۵ را از مرکز ملی تایید صلاحیت ایران دریافت کرد. زمینه فعالیت این شرکت در حوزه برق، الکترونیک و مکانیک بوده و با تمرکز بر آزمون‌های ایمنی، عملکرد و مصرف انرژی، طیف وسیعی از لوازم الکتریکی خانگی و تجاری را در دامنه کاری خود قرار داده است. تجربه ۱۰ سال حضور اینجانب در آزمایشگاه‌های کنترل کیفیت و تحقیق و توسعه واحدهای تولیدی معتبر و همراهی جمعی از فارغ‌التحصیلان نخبه و جوان از دانشگاه‌های معتبر کشور، گرانبهاترین سرمایه بدو تاسیس این شرکت است.

**تا به امروز موفق به کسب چه جوایز و دستاوردهایی شده‌اید؟**

به لطف خدا و تلاش تیمی کارشناسان این مجموعه، از سال ۱۳۸۵ تاکنون آزمایشگاه این شرکت ۴ مرتبه به‌عنوان آزمایشگاه نمونه استاندارد استان تهران برگزیده شده و در سال جاری نیز مرکز آموزشی این شرکت به‌عنوان مرکز آموزشی نمونه انتخاب شده است که بدون شک این مهم در سایه

در حال حاضر مهم‌ترین دغدغه چنین مراکزی عدم تناسب هزینه‌ها و درآمدهاست. سرمایه‌گذاری به‌ویژه در آزمایشگاه‌های تخصصی ایمنی، عملکرد و مصرف انرژی لوازم خانگی با توجه به هزینه‌های هنگفت تجهیزات تخصصی، هیچ‌گونه توجیه اقتصادی نداشته و در صورت ادامه این روند به‌زودی شاهد برچیده شدن بسیاری از آزمایشگاه‌های تخصصی و مستقل خواهیم بود

طبعاً اطلاع از چنین مواردی سبب صرفه‌جویی در زمان و حذف هزینه‌های دوباره‌کاری در اصلاح یا تغییر قالب یا قطعات خواهد بود. همچنین انعطاف لازم در دوره‌های آموزشی با برگزاری آنها به‌صورت عمومی یا اختصاصی چه در محل این شرکت و چه در محل واحد تولیدی سبب شده است تا استقبال بیشتری از آن صورت بگیرد. در سال‌های اخیر موضوعات آموزش نیز تخصصی‌تر شده و مسائلی فراتر از استاندارد نیز به موضوعات دوره‌ها اضافه شده است. به‌عنوان مثال، در سال جاری این شرکت دوره‌هایی با موضوعاتی مانند اصول تیرید و طراحی سیکل یخچال فریزرهای خانگی، الزامات طراحی و تست بردهای الکترونیکی، الزامات مربوط به موتورهای مورد استفاده در لوازم خانگی و ... را برگزار کرده است که مورد استقبال قطعه‌سازان لوازم خانگی نیز قرار گرفت.

در بخش مشاوره در تهیه و ساخت تجهیزات آزمایشگاهی نیز با توجه به نیاز مشهود واحدهای تولیدی و آزمایشگاه‌های همکار، تیم نرم‌افزاری و سخت‌افزاری بسیار باتجربه و قدرتمندی این شرکت را پشتیبانی کرده و تاکنون افتخار تجهیز آزمایشگاه‌ها و ایستگاه‌های کنترل و آزمون حین فرآیند تولید بسیاری از واحدهای لوازم خانگی کشور را داشته‌ایم.

### در حوزه کاری شما چه مشکلاتی وجود دارد؟ چه راهکارهایی جهت حل و فصل آنها پیشنهاد می‌کنید؟

در حال حاضر مهم‌ترین دغدغه چنین مراکزی عدم تناسب هزینه‌ها و درآمدهاست. سرمایه‌گذاری به‌ویژه در آزمایشگاه‌های تخصصی ایمنی، عملکرد و مصرف انرژی لوازم خانگی با توجه به هزینه‌های هنگفت تجهیزات تخصصی، هیچ‌گونه توجیه اقتصادی نداشته و در صورت ادامه این روند به‌زودی شاهد برچیده شدن بسیاری از آزمایشگاه‌های تخصصی و مستقل خواهیم بود.

بدیهی است که حذف آزمایشگاه‌های مستقل و وجود تنها چند آزمایشگاه وابسته به برندهای تولیدی مطرح در آینده نزدیک مشکلاتی را برای بسیاری از واحدهای تولیدی به‌وجود خواهد آورد. لذا تعریف و اجرای پروژه‌های مشترکی همچون بهینه‌سازی عملکرد و مصرف انرژی لوازم خانگی، تشریح

الزامات استانداردهای ملی و بین‌المللی برای کارشناسان و مدیران واحدهای تولیدی و استفاده از ظرفیت موجود در آزمایشگاه‌ها به‌ویژه در بخش خدمات آزمایشگاهی و آموزش یکی از بهترین موارد استفاده از این ظرفیت بوده و منجر به ثبات و رشد چنین مراکزی می‌شود.

موضوع دیگر توزیع و فروش کالای غیر استاندارد در بازار و عدم نظارت و کنترل آنها در بازار لوازم خانگی است. توزیع چنین محصولاتی با استفاده از قطعات بی‌کیفیت یا تقلبی و با قیمت تمام‌شده پایین‌تر، رقابت برای محصولات دارای نشان استاندارد را سخت کرده و باعث شده تا هم آزمایشگاه‌های همکار استاندارد در ترغیب واحدهای تولیدی دارای استاندارد به ارتقا کیفیت و رعایت الزامات با چالش مواجه و هم واحدهای تولیدی استاندارد که نظام کنترل کیفیت را مستقر کرده‌اند دلسرد شوند. بدون شک در این راستا جهت کنترل و نظارت بر بازار لوازم خانگی و جلوگیری از فروش و توزیع محصولات غیر استاندارد، انجمن لوازم خانگی ایران و ادارات کل استاندارد استان‌ها می‌توانند نقش قابل توجهی را ایفا کنند.

### چه طرح‌ها و برنامه‌هایی برای بهبود وضعیت شرکت در نظر گرفته‌اید؟

همکاری متقابل با NGOها، از جمله مهم‌ترین برنامه‌های پیش روی این شرکت است. به‌عنوان مثال انجمن لوازم خانگی ایران می‌تواند با همکاری واحدهای تولیدی عضو خود و استفاده از ظرفیت‌های آزمایشگاهی و آموزشی چنین مراکزی، اقدام به رصد بازار لوازم خانگی کند. پس از نمونه‌برداری از محصولات غیر استاندارد و بی‌کیفیت در سطح بازار می‌توان مستندات نتایج آزمون و سایر مدارک را به ادارات کل استاندارد ارجاع داد تا مطابق با قانون تولید چنین محصولاتی را متوقف کرده و با این واحدهای تولیدی الزام به دریافت نشان استاندارد کرد.

از دیگر طرح‌های در دست اقدام، مشارکت با چند واحد بزرگ تولیدی در راه‌اندازی آزمایشگاه‌های عملکرد و مصرف انرژی لباسشویی، ظرفشویی، کولر گازی و لوازم صوتی تصویری است.



ARVIN  
AZMA SARMAD

- مشاوره در تهیه و تجهیز آزمایشگاه‌های واحدهای تولیدی و دستگاه‌های مخصوص تست‌های کنترل مواد اولیه ورودی، حین خط تولید و تست نهایی پیش از بسته‌بندی برای واحدهای تولیدی عضو انجمن.

- مشارکت با انجمن و واحدهای تولیدی عضو آن در زمینه تدوین استانداردهای ملی، کمیته‌های فنی مرتبط با استانداردهای بین‌المللی IEC و اجرای پروژه‌های مشترک در زمینه بهبود عملکرد و کاهش مصرف انرژی در صنعت لوازم خانگی.

**جایگاه استانداردسازی فنی در محصولات و نیز فرآیندها و زیرفرآیندهای چرخه تولید محصولات مختلف لوازم خانگی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

تغییر کیفیت محصولات تولیدی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران واحدهای تولیدی است. لذا استانداردسازی فرآیندها، کارکنان و محصولات تولیدی مهم‌ترین راهکار برای جلوگیری از بروز این رخداد است. از سوی دیگر باید به این نکته توجه داشت که استاندارد یک زبان مشترک جهانی است. بنابراین اگر تولیدکنندگان ما خود را با این زبان مشترک همراه نکنند فرصت‌های ورود به بازارهای منطقه‌ای و جهانی را از دست می‌دهند. همچنین با توجه به رونق فضای تولید در شرایط تحریمی فعلی و به‌وجود آمدن فضای رقابتی در بازار و البته بالاتر رفتن سطح آگاهی مصرف‌کنندگان راهی جز پیاده‌سازی سیستم‌های کیفیت و استقرار فرآیند استاندارد از مرحله خرید و انتخاب مواد اولیه، کنترل حین فرآیند و در نهایت کنترل محصول نهایی وجود ندارد. نکته مهم دیگر آنکه عدم توجه به استاندارد و استانداردسازی فرآیندها منجر به تحمیل هزینه‌های سرسام‌آور خدمات پس از فروش و خدشه‌دار شدن اعتبار یک برند تجاری و نارضایتی مشتریان در بازار کنونی خواهد شد.

همچنین چند سالیست که با مهندسی معکوس تجهیزات تست ایمنی عملکردی انتهای خط تولید اروپایی، اقدام به ساخت و فروش این تجهیزات کرده‌ایم. خوشبختانه استقبال خوبی از این سری دستگاه‌ها به جهت کیفیت و قیمت مناسب آنها به‌عمل آمده است و درصدد افزایش تیراژ تولید و تنوع بیشتر در طراحی چنین محصولاتی هستیم.

**خدمات و ظرفیت‌های قابل ارائه شرکت به اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به‌عنوان بزرگترین و قدیمی‌ترین شکل ملی این صنعت چیست؟**

رئوس خدمات قابل ارائه به اعضای محترم انجمن لوازم خانگی ایران به شرح زیر است:

- ارائه خدمات آزمون براساس استانداردهای ملی و بین‌المللی مرتبط با لوازم خانگی

• در صادرات لوازم خانگی، با توجه به گواهی ISO/IEC ۱۷۰۲۵ این شرکت، نتایج آزمون صادره برای شرکت‌های بازرسی قابل استناد است.

• بررسی وضعیت اولیه محصول طراحی شده به لحاظ انطباق با الزامات استاندارد قبل از تولید با تیراژ بالا

• بررسی و ارزیابی قطعات مهم مورد استفاده در لوازم خانگی پیش از خرید و استفاده در محصول

• بررسی دوره‌ای محصولات تولیدی به‌خصوص مواردی که آزمایشگاه واحد تولیدی فاقد امکانات آزمون است.

- ارائه خدمات آموزشی حضوری و مجازی شامل برگزاری دوره‌های آموزشی مورد درخواست انجمن یا واحدهای تولیدی معرفی شده توسط انجمن در محل آزمایشگاه، محل انجمن یا واحد تولیدی متقاضی و در نهایت صدور گواهی مورد تایید سازمان ملی استاندارد ایران.

لازم به توضیح است که مرکز آموزشی آزمایشگاه دارای مجوز تاییدیه آموزشی به شماره ۲۷۰۴۶۷ برای آموزش حضوری و شماره ۶۶/۲۸۹۴۴۶/۰۰/۲/E برای آموزش الکترونیکی و مجازی صادره از سازمان ملی استاندارد ایران است.

همکاری متقابل با NGOها، از جمله مهم‌ترین برنامه‌های پیش روی این شرکت است. به‌عنوان مثال انجمن لوازم خانگی ایران می‌تواند با همکاری واحدهای تولیدی عضو خود و استفاده از ظرفیت‌های آزمایشگاهی و آموزشی چنین مراکزی، اقدام به رصد بازار لوازم خانگی کند.



## چشم‌انداز کسب و کار خود را چگونه ترسیم می‌کنید؟

آگاهی و انتظارات مصرف‌کنندگان داخلی، اهمیت تولید محصولات با کیفیت، مطابق سلیقه روز و رقابتی، بیش از پیش پررنگ شده است. لذا به تناسب این گستردگی وجود مراکز آزمایشگاهی آموزشی مستقل با امکانات و دانش روز در کنار واحدهای تولیدی بیش از گذشته اهمیت می‌یابد. در نتیجه، سیاست‌گذاری سازمان ملی استاندارد، ارگان‌ها و انجمن‌های مرتبط در تقویت و رشد چنین مجموعه‌هایی بسیار تعیین‌کننده است.

وجود مراکز تخصصی آزمایشگاهی و آموزشی مستقل در کنار صنایع لوازم خانگی این اطمینان خاطر را به تولیدکنندگان می‌دهد که همواره تیمی مجرب از کارشناسان فنی در کنار آنها قرار داشته و جهت استقرار سیستم‌های کیفی و آزمایشگاهی مطابق با استانداردهای ملی و بین‌المللی به‌روز می‌توان از آنها استفاده کرد. با توسعه صنعت لوازم خانگی، گسترش فضای مجازی و افزایش سطح



### خبر کوتاه

#### پیشرفت فیزیکی ۸۶ درصد طرح‌ها زیر ۲۰ درصد!

جدیدترین آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که تا پایان آبان امسال بیش از ۸۶ درصد کل طرح‌های در دست اجرا کمتر از ۲۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته و فقط ۲/۵ درصد آنها بیش از ۸۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته‌اند.

به گزارش ایسنا، بر اساس این آمار از بین ۵۲ هزار و ۳۲۶ طرح در دست اجرا تا پایان آبان امسال، حدود ۴۵ هزار و ۸۳ طرح معادل ۸۶ درصد کل طرح‌ها کمتر از ۲۰ درصد پیشرفت فیزیکی، ۵۹۰۶ طرح معادل ۱۱.۳ درصد بین ۲۰ تا ۸۰ درصد و ۳۷۸۰ طرح معادل ۲/۵ درصد کل طرح‌ها بیش از ۸۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته‌اند.

اخیرا مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، مسائل مربوط به تحریم و تامین نقدینگی را در بالا بودن تعداد طرح‌های با پیشرفت فیزیکی کمتر از ۲۰ درصد موثر دانسته و گفته بود که برخی هم اهلیت نداشتند و فقط می‌خواستند زمین را نگه دارند تا گران شود که در این زمینه سختگیری‌ها و مشوق‌هایی در نظر گرفته شده است.

همچنین بیشترین طرح‌های در دست اجرا، طرح‌هایی با اشتغال ۱۰ تا ۵۰ نفر کارکن است که ۳۲ هزار و ۷۱۵ طرح معادل بیشتر از نیمی از کل طرح‌ها را شامل می‌شود. ۱۴ هزار و ۷۲۶ طرح در دست اجرا نیز کمتر از ۱۰ نفر کارکن دارند و تعداد طرح‌های با ۵۰ تا ۱۰۰ نفر کارکن و بیش از ۱۰۰ نفر کارکن نیز به ترتیب ۲۹۷۵ طرح و ۱۹۱۰ طرح بوده است.

مجموع اشتغال پیش‌بینی شده در طرح‌های در دست اجرا نیز بیش از یک میلیون و ۴۳۳ هزار نفر است.



## انتخاب سخت در دو راهی صنعت لوازم خانگی، برندسازی یا تولید و تولید...



صنعت لوازم خانگی بعد از خودروسازی دومین صنعت پرگردش در کشور است که برای تامین و تهیه مواد اولیه وابستگی مستقیم به صنایع بالادستی دارد، هرچند چند سالی است در این زمینه هم کشور به استقلال رسیده است. طی این سالها شاهد فراز و فرود زیادی بودیم؛ همینطور در تلاش و تکاپو برای جایگاهسازی در کشور و همچنین در کشورهای همسایه. با شروع مجدد تحریمها در سال ۱۳۹۷، افت قابل توجه ۲۶ درصد در تولید نسبت به سال ۱۳۹۶ رقم خورد، اما از سال ۱۳۹۸ افزایش تولید با محدودیتها و داخلی سازی اتفاق افتاد که از منظر کیفیت هم نسبت به سابق بهبود یافت و با وجود مشکلات زیاد مثل بی ثباتی اقتصادی، قیمت ارز، مشکلات تامین مواد اولیه، تکنولوژی قدیمی، نبود ساختار سازی مناسب و... باز هم تلاش کردند تا تولیدات لوازم خانگی کوچک و بزرگ داخلی را طی دو سال گذشته به لحاظ کیفی و کمی ارتقا دهند.

### سهراب چینی فروشان

#### متخصص و مشاور مارکتینگ و مدیرعامل گروه مشاوران آریا

این معماری جدید زمانی موفق است که بر اساس ایجاد سود برای تمام ذینفعان ساخته شود و مهم ترین ذینفع، مشتری است. پس یکبار مدل کسب و کار را از انتهای بازار یعنی مشتری معماری کنید و خلق ارزش و سود و ایجاد احساس خوب برای مشتری حلقه های طلایی ایمن معماری جدید است، با همین رویکرد انتها به ابتدا، رضایت مشتری، سود برای خرده فروشی دیجیتال و فیزیکی، تامین حاشیه سود فروشندگان در فضای دیجیتال و فیزیکی، سودمندی بنکداران، شبکه توزیع و تامین و تولید اجزای اکوسیستم ذینفعان این صنعت است.

اگر قرار است تصمیم کلیدی و اساسی در صنعت بگیریم یعنی بین دو نگرش تولیدکننده صرف بودن و یا نگرش برندسازی و خلق برند انتخاب درست را انجام دهیم باید به سوالات کلیدی زیر پاسخ دهیم.

#### آیا قرار است در کوتاه مدت حاشیه سود بالاتر از متوسط اقتصاد کسب کنیم؟

طبیعتا با این دید صرفا تولید و کسب حاشیه سود مقطعی منطقی است، اما هیچ تضمینی برای ماندگاری و حفظ تقاضا وجود ندارد. نوسان گیری از اقتصاد با شرایط حاکم مثل ممنوعیتها و تحریمها، به این معنی است که فقط واحد تولیدی و کارخانه تولیدی ریسک خود را به تعویق می اندازد، چون سرمایه درگیر و تجهیزات و ماشین آلات با تورم عمومی رشد نمی کنند. متاسفانه، مثال های زیادی از واحدهایی که به ناچار از صنعت خارج شدند و با چک و شرایط فروش به دنبال مشتری برای فروش ماشین آلات و... هستند موجود است.

با نگاهی به ساختار صنعت لوازم خانگی در ایران که بیش از ۷۰ درصد از تولیدکنندگان با کمتر از ۵۰ نفر نیرو به فعالیت می پردازند سوال اینجاست که با وجود افزایش قابل توجه تولید و عرضه لوازم خانگی چرا شاهد کاهش قیمت و یا تعدیل آن نبوده ایم؟

اگرچه تولیدات ما به لحاظ کمیت و کیفیت رشد قابل توجهی داشته اما با تورم لجام گسیخته سطح عمومی قیمت ها و تورم مصرف کننده انتخاب در نقطه فروش و تصمیم به خرید به نام کالای ایرانی است یا به کام کالای خارجی قاچاق؟ این در حالی است که شاهد عرضه کالای قاچاق کره ای و غیره در بازاری هستیم که با وجود بعد مسافت ۶۵۰۰ کیلومتری با قیمت تولید داخل برابری می کند، در این میان که علم و هنر بازاریابی دم از قدرت انتخاب مصرف کننده می زند، یعنی مشتری باید بین تولید داخل و قاچاق بدون گارانتی محصول خود را انتخاب کند. یادمان باشد همه راه ها به رم ختم می شوند؛ یعنی مختصات بازار امروز مشتری محور است.

راه حل در این شرایط چرخش «استراتژی قیمت گذاری» بر مدار مشتری است چرا که با تحلیل رگرسونی مارکت برای درک صحیح از قیمت گذاری که امروز تبدیل به پاشنه آشیل آمیخته بازاریابی در صنعت شده است (آمیخته بازاریابی شامل: محصول، توزیع، ترویج و قیمت) می بایستی معماری مجدد از دو سمت ابتدای بازار و انتهای بازار انجام شود.



## آیا به دنبال جایگاه‌سازی و ماندگاری در صنعت هستیم؟

بودجه‌های قابل توجه واحد تحقیق و توسعه این صنعت صرف خلق چه نوع مزایا و ویژگی‌هایی می‌شود؟

برای رسیدن به راه‌حل، ابتدا باید به یک سوال بنیادی پاسخ داد؛ اینکه ما صرفاً تولیدکننده هستیم یا قدم در مسیر پر چالش اما پاسخگوی نیاز امروز یعنی برندسازی و برندینگ خواهیم گذاشت؟  
تنها با جلب رضایت و خلق سود دینفعان است که ماندگاری و جایگاه‌سازی محقق می‌شود که مهم‌ترین گروه دینفعان مشتریان هستند.  
به قول استادام هر که نامش نیک نانش بیشتر.

فراموش نکنیم که رشد و ارتقای کیفیت در اقتصاد آزاد و دور از انحصار رقم می‌خورد. در روزی که کالای خوب و باکیفیت ایرانی در کنار کالای مجاز خارجی مقایسه شود مهم‌ترین فاکتور قیاس یعنی قیمت تعیین‌کننده خواهد بود. از همین لحظه برای این مقایسه برنامه‌ریزی و اجرا کنید.



انتهای نردبان موفقیت خالیست!

این نگرش بدون برندسازی محقق نمی‌شود که البته زمان‌بر است، یعنی به طور میانگین ۲ سال، حال ما که در هیچ برهه‌ای در شرایط و مختصات اقتصادی قطعییت را تجربه نکرده‌ایم و همیشه با موج‌های مختلف روبه‌رو بوده‌ایم، چرا به ثبات ممنوعیت واردات دلخوش باشیم؟  
فراموش نکنیم که رشد و ارتقای کیفیت در اقتصاد آزاد و دور از انحصار رقم می‌خورد. در روزی که کالای خوب و باکیفیت ایرانی در کنار کالای مجاز خارجی مقایسه شود مهم‌ترین فاکتور قیاس یعنی قیمت تعیین‌کننده خواهد بود. از همین لحظه برای این مقایسه برنامه‌ریزی و اجرا کنید.

مورد دیگری که بسیار مغفول واقع شده است، با مرور یک تجربه و سفر کاری در سمت مشاور بازاریابی و فروش مطرح می‌کنم. حدود ۱۰ سال پیش با مدیران و بنیانگذار یک کارخانه خوش‌نام تولید لوازم خانگی برای خرید خط تولید و انتقال تکنولوژی لوازم بزرگ خانگی به یک شرکت اروپایی و آسیایی رفتیم، آن شرکت اروپایی و آسیایی بعد از گذشت یک دهه، فناوری تولید را ۲ نسل ارتقا داده و ما همچنان با وفاداری کامل و با تمام توان افزایش تیراژ تولید را با همان تکنولوژی قدیمی در دستور کار داریم!

چرا مقوله بومی‌سازی در طراحی محصول برای ما ناشناخته و غیر عملیاتی است، کپی از محصولات خارجی هیچ مزیت رقابتی برای ما ایجاد نکرده و نخواهد کرد. برای مثال، در فرهنگ ما انواع خورشید با بوی سیر و سبزیجات کبابی و... متداول است، اما ایجاد ویژگی بوگیر تقویت شده و محفظه‌ای خاص در یخچال متناسب با نوع طبخ و خوراک ایرانی نه‌تنها به مرحله طراحی و اجرا نرسیده، بلکه اصلاً در این باره فکری نشده است.

قطعییت را تجربه نکرده‌ایم و همیشه با موج‌های مختلف روبه‌رو بوده‌ایم، چرا به ثبات ممنوعیت واردات دلخوش باشیم؟





## پکیج چگالشی چیست؟ چگونه کار می‌کند و ایرادهای احتمالی که برای آن پیش می‌آید کدام‌اند؟

کارشناسان بر این باورند که در پکیج‌های حرارتی از جمله پکیج‌های چگالشی، صرفه‌جویی انرژی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر طول عمر دستگاه داشته باشد. در کاربردهای خانگی از پکیج‌های چگالشی میزان صرفه‌جویی در مصرف انرژی و هزینه‌های وابسته به آن در طول سال چیزی در حدود ۴۰ تا ۱۰۰ دلار خواهد بود. البته این میزان صرفه‌جویی بسته به مصرف آب گرم، منطقه‌ای که در آن از دستگاه استفاده می‌شود و همچنین نوع گازی که برای تولید انرژی در پکیج استفاده می‌شود، متفاوت است. اما به طور متوسط برای یک خانوار با جمعیت ۴ نفر صرفه‌جویی در مصرف انرژی و هزینه مربوط به آن چیزی در حدود ۶۰ دلار در سال خواهد بود. طبق آمارهای منتشر شده با این میزان صرفه‌جویی انرژی طول عمر مفید دستگاه در این خانه‌ها چیزی در حدود ۱۰ تا ۱۵ سال است.

### تفاوت‌های عمده و اساسی میان پکیج‌های معمولی و پکیج‌های چگالشی

قطعاتی که در پکیج‌های معمولی و پکیج‌های چگالشی استفاده می‌شود به جز یک مورد مشابه است. یعنی همان‌طور که در پکیج‌های معمولی از یک مشعل برای ایجاد گرما استفاده می‌شود، در پکیج چگالشی نیز همین قطعه برای تولید گرما وجود دارد. اما در پکیج‌های چگالشی یک مبدل حرارتی ثانویه و اضافی نسبت به پکیج‌های معمولی وجود دارد که کار آن تقطیر بخار است. در بخش قبلی نیز به این موضوع اشاره کردیم بخار آب یکی از فرآورده‌هایی است که از فرآیند احتراق ایجاد شده در دستگاه ایجاد می‌شود.

کاهش دمای گاز در پکیج چگالشی منجر به تبدیل شدن بخار به قطرات آب می‌شود. آبی که از این عملیات ایجاد می‌شود به شدت اسیدی است به نحوی که PH آن چیزی بین ۳ تا ۴ است. برای حل مشکل اسیدی بودن این آب در پکیج‌های چگالشی از یک کیت استفاده می‌شود که وظیفه اصلی آن خنثی کردن حالت اسیدی آب است. در واقع این کیت باعث می‌شود تا PH آب به چیزی در حدود ۷ برسد. اما اسیدی بودن آب باعث خوردگی محیط داخل پکیج و لوله‌هایی که آب در آن جریان دارد می‌شود که این مشکل

پکیج چگالشی نوعی از پکیج‌های گرمایشی هستند که در آنها از گاز، جریان آب و فناوری چگالشی به منظور ایجاد گرما و حرارت استفاده می‌شود. هدف اصلی استفاده از این سه مورد در کنار هم، افزایش کارایی دستگاه برای گرم کردن محیط و همچنین کاهش میزان انرژی مصرفی توسط آن است.

در پکیج‌های معمولی احتراق سوخت دستگاه باعث می‌شود تا گازهای گرم تولید شود و انرژی گرمای تولید شده توسط مبدل‌های حرارتی که در دستگاه تعبیه شده است به آبی که داخل لوله‌های پکیج جریان دارد، منتقل می‌شود. در پکیج‌های معمولی از احتراق سوخت، بخار آب نیز تولید می‌شود. به عبارت دیگر بخار آب نیز در پکیج‌های گرمایشی نوعی از گازهای حرارتی هستند که تولید می‌شود اما چون این بخار آب ترکیب هیدروژن و اکسیژن است، در دمای بالا از دودکش خارج می‌رود. به عبارت دیگر بخشی از این انرژی تولید شده که کاربرد زیادی نیز دارد، به هدر می‌رود.

اما در پکیج‌های چگالشی، گرمای بخار آب برای گرم کردن آب قبل از ورود به پکیج استفاده می‌شود. پیش گرمایش آب ورودی به داخل پکیج باعث می‌شود تا دمای گازهای تولید شده در پکیج تا ۶۰ درجه کاهش یابد. این کاهش دما که سبب تبدیل بخار به مایع می‌شود، کندانس نام دارد. بر اساس بررسی‌های انجام شده، صرفه‌جویی انرژی در پکیج‌های گرمایشی چیزی در حدود ۸ تا ۱۵ درصد نسبت به پکیج‌های نوع دیگر افزایش یافته است. پکیج‌هایی که در آنها از قانون کندانس استفاده می‌شود به پکیج‌های چگالشی شناخته می‌شوند. در پکیج‌های چگالشی عمدتاً از یک مبدل حرارتی ثانویه استفاده می‌شود که در کنار مبدل گرمایی اولیه کار می‌کنند. این مبدل گرمایشی در همه آبگرم‌کن‌ها یا پکیج‌هایی که در آنها از جریان پیوسته آب برای تولید گرما استفاده می‌شود، وجود دارد. وظیفه اصلی مبدل حرارتی ثانویه در پکیج‌های چگالشی، استخراج گرمای بیشتر از گازی است که به سمت دودکش دستگاه حرکت می‌کند.

مزیت عمده و اساسی استفاده از پکیج‌های گرانشی، صرفه‌جویی انرژی و در عین حال افزایش و بهبود عملکرد دستگاه در تولید گرما است.



## باز گذاشتن پنجره هر چند وقت یکبار

یکی از راه‌هایی که می‌توانید برای خرج رطوبت ایجاد شده توسط پکیج گرمایشی استفاده کنید و بسیار ساده و راحت است، این است که برای خروج رطوبت از فضای داخل اتاق یک راه خروج ایجاد کنید. می‌توانید هر چند وقت یکبار، برای مدت ۱۰ دقیقه یکی از پنجره‌های اتاق را باز کنید تا رطوبت ایجاد شده در فضای داخل آن خارج شود. خوشبختانه در خانه‌های ما پنجره و در ورودی وجود دارد که با باز کردن آن برای مدت چند دقیقه می‌توانید رطوبت اضافی فضای داخلی اتاق را خارج کنید.

## استفاده از هواکش برای خروج هوا از داخل اتاق یا فضایی که رادیاتور پکیج در آن قرار دارد

یکی دیگر از روش‌های تخلیه رطوبت هوای ایجاد شده توسط پکیج‌های چگالشی، استفاده از هواکش برای تخلیه رطوبت موجود در هواسط. همان‌طور که هواکش و یا حتی هود آشپزخانه می‌تواند دود و گرمای اضافی تولید شده از طریق پخت و پز را از محیط خارج کند، می‌توان رطوبت ناشی از پکیج‌های چگالشی را نیز از محیط به سمت بیرون هدایت کند.

## ایجاد راه خروج هوا در مکان‌هایی که رطوبت ایجاد شده از پکیج چگالشی زیاد است

در خانه‌های امروزی به منظور ایجاد گرما در محیط‌هایی مثل حمام از یک رادیاتور استفاده می‌شود. در خانه‌هایی که از پکیج چگالشی برای گرم کردن محیط‌هایی مثل حمام استفاده می‌شود و پکیج آنها نیز از نوع چگالشی است، به دلیل استفاده از آب در داخل حمام هنگام دوش گرفتن و شست‌وشو رطوبتی که ایجاد می‌شود می‌تواند تا سه برابر بیشتر از فضاهای دیگر باشد. به همین دلیل ایجاد راه خروج هوا در فضای داخل حمام از اهمیت زیادی برخوردار است. برای این کار یا می‌توانید در داخل حمام از هواکش‌های قوی استفاده کنید یا در صورت وجود پنجره به بیرون بعد از اتمام شست‌وشو در داخل حمام هنگام خروج پنجره را باز کنید تا رطوبت ایجاد شده از فضای داخلی خارج شود.

نیز به واسطه استفاده از جنس فولاد برای ساخت مبدل حرارتی به ضد زنگ یا آلیاژهای آلومینیومی که در برابر خوردگی مقاوم هستند، برطرف می‌شود. علاوه بر همه این موارد تفاوت دیگری که در پکیج‌های چگالشی نسبت به پکیج‌های معمولی وجود دارد این است که جنس بدنه دودکش نیز باید به نحوی انتخاب شود که در برابر خوردگی کاملاً مقاوم باشد.

## مشکلاتی که ممکن است یک پکیج چگالشی برای کاربران ایجاد کند

اگرچه پکیج‌های چگالشی یکی از بهترین انواع پکیج‌های گرمایشی با میزان مصرف انرژی بهینه شده هستند اما به هر حال این تجهیزات نیز مانند بسیاری از انواع تجهیزات گرمایشی معایب خود را دارند و ممکن است استفاده از آنها مشکلاتی برای کاربران ایجاد نماید. البته خوشبختانه مشکلاتی که در استفاده از این نوع پکیج‌ها ممکن است برای کاربران ایجاد شود، قابل برطرف شدن و حل شدن هستند.

ایجاد رطوبت در هوا یکی از معضلاتی است که کاربران پکیج‌های گرمایشی با آن مواجه می‌شوند. این رطوبت باعث می‌شود تا نه تنها پرده‌ها و شیشه‌های پنجره نمناک و رطوبتی باشند بلکه گاهی اوقات شدت رطوبت ایجاد شده در هوا توسط این پکیج‌ها به قدری زیاد است که باعث می‌شود دیوارهای خانه نیز نمناک و در برخی از مواقع دچار کپک‌زدگی شوند. حتی در برخی از موارد مشاهده شده است که دیوارهایی که روی آنها پوششی از کاغذ دیواری وجود دارد در مجاورت معضل مهم دیگری که برخی از کاربران پکیج‌های چگالشی بسته به ناحیه و جغرافیایی که در آن زندگی می‌کنند، با آن مواجه هستند، تغییر رنگ دیوارها بعد از گذشت چند سال است. در واقع رطوبت حاصل از این پکیج‌های گرمایشی باعث تغییر رنگ دیوارهای خانه به مرور زمان می‌شوند. اگرچه این مشکلات در نگاه اول بسیار بزرگ به نظر می‌رسند و باعث می‌شود تا بسیاری از کاربران عطای استفاده از این پکیج‌های گرمایشی را به لقای آن ببخشند اما با رعایت چند نکته می‌توانید از بروز چنین مشکلاتی در حین استفاده از پکیج‌های گرمایشی جلوگیری کنید. این موارد را در ادامه معرفی و بررسی می‌کنیم.

مزیت عمده و اساسی استفاده از پکیج‌های گرانشی، صرفه‌جویی انرژی و در عین حال افزایش و بهبود عملکرد دستگاه در تولید گرما است. کارشناسان بر این باورند که در پکیج‌های حرارتی از جمله پکیج‌های چگالشی، صرفه‌جویی انرژی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر طول عمر دستگاه داشته باشد.



## خشک نکردن لباس‌ها در فضای داخلی خانه

از کارهایی که در هنگام پخت و پز در آشپزخانه به خصوص اگر از پکیج چگالشی استفاده می‌کنید باید حتماً انجام دهید این است که درب قابلمه‌ای که در آن پخت و پز را انجام می‌دهید و غذا در حال پختن است را ببندید. با انجام این کار نه تنها انرژی مصرفی برای پخت غذا کمتر می‌شود چون غذا زودتر پخته می‌شود بلکه رطوبت کمتر در فضا منتشر خواهد شد.

### تست راه‌های خروجی از خانه

اگر کاربر پکیج چگالشی باشید و در صورتی که همه موارد جلوگیری از ایجاد رطوبت در فضای داخلی خانه را رعایت کنید و به آنها توجه داشته باشید، باید به راه‌های خروج هوا از داخل خانه نیز توجه کنید. برای این کار حتماً به این موضوع توجه کنید که راه‌های خروج هوا از داخل خانه مثل هواکش‌ها، دودکش و یا پنجره‌ها مسدود نباشند.

در صورتی که همه مواردی که در بالا به آن‌ها اشاره شد را در هنگام استفاده از پکیج چگالشی مورد توجه قرار دهید، و مد نظر داشته باشید، مطمئناً در استفاده از این دستگاه‌ها دچار مشکلاتی مثل افزایش رطوبت در فضای داخلی خانه و مواردی از این دست نخواهید شد.

### منابع:

<https://rinnai.co.nz/blog/water-heating/what-is-a-condensing-water-heater>

<https://www.designerradiatorsdirect.co.uk/blog/condensation-considerations-top-tips-for-beating-condensation-in-your-home/>

<https://www.behler-young.com/tech-tips/water-heater-tips/differentiate-between-condensation-and-leakage-in-water-heaters>

در خانه‌هایی که از پکیج چگالشی برای گرمایش خانه استفاده می‌شود، یکی از راه‌های جلوگیری از ایجاد رطوبت اضافی در فضای داخلی، نباید لباس‌ها را در فضای داخلی خشک کردن. چون خشک شدن لباس‌ها در محیط اتاق باعث می‌شود که رطوبت فضای داخلی بیشتر شود. اگر راهی به جز خشک کردن لباس‌ها در فضای داخلی ندارید، بهتر است پنجره‌ها را باز کنید تا رطوبت هوا از فضای داخلی خارج شود.

### قرار ندادن مبلمان یا هر وسیله دیگر در مقابل پنجره و راه‌های خروج هوا از اتاق

یکی از روش‌های بسیار کاربردی و در عین حال ساده برای جلوگیری از تجمع رطوبت در فضایی که در آن از پکیج چگالشی استفاده می‌شود، این است که هنگام چیدمان وسایل خانه از جمله مبلمان و هر آنچه که در فضای اتاق قرار می‌گیرد، هیچ وسیله‌ای را در جلو راه خروج هوا از فضای داخلی قرار ندهید. در واقع چیدمان اتاق را به نوعی انجام دهید که بین پنجره و وسایل داخل اتاق حتماً یک فضای مناسب برای خروجی هوا از داخل وجود داشته باشد. در صورتی که راه خروجی هوا مناسب نباشد، احتمال تجمع بیش از حد رطوبت در فضای داخلی زیاد است و همین رطوبت باعث می‌شود تا مبلمان به خصوص آن دسته از وسایلی که از چوب ساخته شده‌اند، دچار کپک‌زدگی شوند.

### ثابت نگه داشتن دمای اتاق

ثابت نگه داشتن دما اتاق نیز یکی از راه‌های کاربردی برای جلوگیری از ایجاد رطوبت اضافی در فضای داخلی اتاق است. در فضاهایی که در آنها از پکیج چگالشی استفاده می‌شود، معمولاً دمای اتاق تا حدی دچار نوسان می‌شود. این نوسان دما باعث افزایش رطوبت هوا می‌شود در نتیجه به منظور جلوگیری از ایجاد رطوبت در فضای داخلی اتاق بهتر است تا حد امکان دمای فضای داخلی را ثابت نگه دارید.

### جلوگیری از انتشار بخار ایجادشده در هنگام پخت و پز

شاید نامربوط به نظر برسد اما زمانی که شما در حال پخت و پز هستید، بخار آبی که از پخت غذا ایجاد می‌شود در فضا به خصوص فضای آشپزخانه منتشر می‌شود و همین امر باعث افزایش رطوبت هوا در فضا خواهد شد. به همین دلیل یکی





## تولید جدیدترین یخچال درب فرانسوی سری Bespoke توسط برند سامسونگ

به گفته او، برند سامسونگ بر این باور است که مشتریان شخصی سازی تجهیزات و لوازم خانگی خود بر اساس سبک زندگی و مکانی که در آن زندگی می کنند، دسترسی داشته باشند. او در ادامه به این نکته اشاره کرده است که تولید لوازم خانگی سری Bespoke و گسترش خط تولید آنها به مشتریان این برند این توانایی و امکان را می دهد که سلیقه، آنچه در رویای خود برای داشتن لوازم خانگی مدرن و پیشرفته باب مثل و سلیقه خود می پروراند و هر آن چیزی که از یک وسیله خانگی انتظار دارند را با استفاده از آخرین و به روزترین تکنولوژی هایی که برند سامسونگ در تولید محصولات خود از آنها استفاده می کند، به واقعیت تبدیل کنند.

محصولات سری Bespoke برند سامسونگ در ۱۲ رنگ و در دو جنس شیشه و استیل تولید می شوند. همچنین مشتریان می توانند از رنگ های ترکیبی بر اساس سلیقه خود برای محصولاتی مثل یخچال و فریزرهای درب فرانسوی استفاده کنند. البته انتخاب رنگ محصول بسته به جنس بدنه آنها می تواند متفاوت باشد. برای مثال محصولاتی که از جنس شیشه در ساخت بدنه آنها استفاده می شود، می توانند به رنگ های سفید، خاکستری، صورتی، ذغالی، آبی کمرنگ، زرد و نارنجی تولید شوند. اما محصولاتی که در ساخت بدنه آنها از جنس استیل استفاده می شود به رنگ های آبی توسیکانی، مشکی مات، آبی دریایی، سبز زمردی و رنگ استیل تولید می شوند. نکته ای که در خصوص این نمونه از محصولات برند سامسونگ وجود دارد این است که بدنه همه محصولات استیل ضد زنگ و ضد خش هستند.

مشتریان و کاربران محصولات برند سامسونگ که تمایل به سفارش این محصولات دارند می توانند محصولات سری Bespoke از جمله یخچال و فریزرهای درب فرانسوی این برند را در رنگ ها و ابعاد مختلف بسته به اندازه مکانی که قرار است این دستگاه ها در آن قرار گیرند انتخاب کرده و سفارش دهند. بر اساس آمار منتشر شده از طراحی انتخابی مشتریان برند سامسونگ برای این یخچال و فریزرهای درب فرانسوی، پر طرفدارترین نوع طراحی یخچال هایی با درب صاف و بدون انحنای است.

برند سامسونگ از اولین یخچال درب فرانسوی خود که از سری لوازم خانگی Bespoke این شرکت است در نمایشگاه CES سال ۲۰۲۲ میلادی رونمایی کرد.

برند سامسونگ در نمایشگاه CES سال ۲۰۲۲ میلادی که اخیراً برگزار شد رونمایی کرده است. این یخچال اولین سری از یخچال های درب فرانسوی سری Bespoke برند سامسونگ است.

لوازم خانگی سری Bespoke برند سامسونگ از جمله محصولات مازولار برند سامسونگ هستند که قابلیت شخصی سازی با توجه به سلیقه کاربر و مصرف کننده را دارند. محصولات این سری شال یخچال های درب فرانسوی، فر برقی، دستگاه تصفیه هوا و جاروبرقی های رباتی بیسیم می شود. در حال حاضر برند سامسونگ اولین سری از یخچال های درب فرانسوی این سری را در نمایشگاه CES سال ۲۰۲۲ ارائه کرده است.

یخچال درب فرانسوی که برند سامسونگ در نمایشگاه CES سال ۲۰۲۲ از آن رونمایی کرده است، در سه نسخه ۳ درب، ۴ درب و نوع فامیلی هاب یا Family Hub تولید می شود. بر اساس آنچه برند سامسونگ در خصوص این یخچال ها گفته است، این است که محصولات این خط تولید از جمله بهترین محصولات این برند به حساب می آیند و طراحی آنها قابلیت شخصی سازی را دارد. علاوه بر این نه تنها در تولید این محصولات از آخرین تکنولوژی های روز دنیا استفاده شده است بلکه مجهز به پیشرفته ترین امکانات و قابلیت ها هستند که به کاربران آن تجربه جدیدی در خصوص استفاده از آخرین تکنولوژی های روز دنیا که روی یک یخچال و فریزر می تواند ارائه شود، می دهد.

از آنجایی که یخچال و فریزر یکی از اصلی ترین لوازم خانگی هستند که همه ما در آشپزخانه های خود استفاده می کنیم، شخصی سازی ظاهر آن و حتی قابلیت هایی که می توانید از طریق این دستگاه ها به آن دسترسی داشته باشید، می توانید سبک شخصی خود را در طراحی آشپزخانه با توجه به مکان قرارگیری درها، کابینت ها، سینک و سایر تجهیزات ثابت آشپزخانه طراحی و ایجاد کنید.

به گفته لی، معاون بخش اجرایی و رئیس بخش فروش تجهیزات و لوازم خانگی الکترونیک برند سامسونگ، مفهوم Bespoke فقط به طراحی محصولات این سری مربوط نمی شود.

## وزیر اقتصاد مطرح کرد استمرار کاهش شتاب تورم

وزیر امور اقتصادی و دارایی با بیان اینکه دولت سیزدهم در حال تلاش برای کم کردن فاصله طبقاتی، مبارزه با فرار مالیاتی و افزایش پرداخت وام‌های قرض‌الحسنه است، افزود: شتاب تورم نسبت به ماه‌های گذشته کاهش یافت و کاهش تورم در ماه‌های آتی نیز استمرار خواهد داشت.

به گزارش ایرنا، احسان خاندوزی افزود: تورم کنونی بالا و نامطلوب است اما در صورت استمرار سیاست دولت تورم به رقم قابل قبول توجهی کاهش خواهد یافت. نباید توجه‌گر وضع موجود باشیم و با تلاش مسئولان شاخص‌ها در حال بهبود است اما وضعیت راضی‌کننده نیست.

وی به عدالت مالیاتی هم اشاره کرد و گفت: در کشور ما بار مالیاتی بر دوش صنایع تولیدی و بخش‌های شفاف مثل مردم حقوق‌بگیر است. دسترسی به هر کس راحت‌تر بوده مالیات از او گرفته شده است و کسانی که باید مالیات دهند اما مالیات‌ستانی از آنها نیازمند فرآیند پیچیده بوده رها شده‌اند. در حالی که برخی اشخاص از سوداگری و سفته‌بازی درآمد بسیاری دارند.

خاندوزی گفت: جهت‌گیری اصلی دولت کاهش مالیات بر صنایع تولیدی است، باید بار مالیاتی صنایع از تولید کاهش یابد. برای اولین بار در کشور ۵ درصد مالیات بر تولید را کاهش دادیم تا شاهد شکوفایی مولد باشیم.

وی گفت: مبارزه با فرار مالیاتی در دستور کار است و در ۵ ماه اخیر چند هزار مؤدی جدید با ۱۰۰ درصد فرار مالیاتی شناسایی شد.

در حال حاضر یخچال‌های درب فرانسوی برند سامسونگ در انواع ۴ درب با عنوان Bespoke Door Flex-۴، نوع دو درب که فریزر دستگاه در بخش پایینی آن قرار می‌گیرد، با عنوان Bespoke Door Bottom Freezer ۲۰ و نوع یک درب با عنوان Door Column-۱ Bespoke تولید و در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. تنوع این محصولات نشان می‌دهد که همه خانواده‌ها با هر تعداد عضوی که باشند می‌توانند از میان یخچال‌های سری Bespoke برند سامسونگ، محصول مورد نظر خود را خریداری نمایند.

نکته مهمی که در خصوص یخچال‌ها و به طور کلی محصولات سری Bespoke برند سامسونگ وجود دارد این است که همه این محصولات هوشمند هستند و بسته به انتخاب مشتری قابلیت‌هایی که روی لوازم خانگی هوشمند ارائه می‌شوند مثل قابلیت اتصال به وای‌فای، تعبیه صفحه نمایش لمسی و از این دست روی آنها ارائه می‌شود. به عبارت دیگر نه تنها ظاهر این لوازم خانگی بلکه قابلیت‌های آن‌ها نیز بسته به نیاز مشتری قابل تغییر است.

منبع:

<https://www.homeappliancesworld.com/۱۱/۰۱/۲۰۲۲/the-new-samsung-bespoke-french-door-refrigerator/>



## تولید سیستم جدید برای هوشمندسازی هودهای آشپزخانه

علاوه بر این موتورهای پیشرفته، از مکنده‌های هوای بسیار عالی و همچنین فیلترهای هوای پیشرفته روی این هودهای آشپزخانه استفاده شده است. با توجه به این تجهیزات می‌توان انتظار داشت که هودهای جدید طراحی شده توسط برند Best به عنوان بهترین هودهای موجود در بازار شناخته خواهند شد.

برایان ولنیتز، مدیر ارشد بخش تولید محصول برند Best بر این باور است که فناوری استفاده شده در طراحی و تولید سیستم هوشمند IQ Blower این برند باعث می‌شود تا هودهای آشپزخانه مجهز به آن نه تنها عملکرد بسیار خوبی برای مکش هوا و دود از آشپزخانه داشته باشند بلکه به دلیل نوع طراحی خاص این سیستم، این هودها صدای بسیار کمی در هنگام مکش هوا تولید خواهند کرد. به گفته او این سیستم می‌تواند نیازهای همه مشتریان چه آن دسته از مشتریانی که می‌خواهند از هودها در آشپزخانه‌ای معمولی و خانگی استفاده کنند و ه آن دسته از کاربران‌هایی که می‌خواهند از این دستگاه‌ها در مصارف صنعتی و یا آشپزخانه‌ها صنعتی استفاده کنند، برطرف خواهد کرد.

اگرچه در حال حاضر هودهای مجهز به سیستم هوشمند IQ Blower به عنوان جدیدترین و پیشرفته‌ترین هودهای آشپزخانه معرفی شده‌اند اما طراحان و مهندسان در این برند ایتالیایی همچنان به دنبال تولید محصولات جدیدترین با کیفیت و کارایی بالاتری هستند.

منبع:

<https://www.homeappliancesworld.com/۲۶/۱۰/۲۰۲۱/with-the-best-iq-blower-system-the-hood-is-more-intelligent/>

برند Best یکی از برندهای طراحی و تولید کننده هودهای بسیار لوکس و خاص آشپزخانه سیستم هوشمندی را ابداع کرده است که برای هوشمندسازی هرچه بیشتر هودهای آشپزخانه استفاده می‌شود. سیستم هوشمندساز هود آشپزخانه که توسط این برند طراحی شده است، IQ Blower نام دارد و وظیفه آن این است که در زمانی که هود آشپزخانه در حال مکش حجم زیادی از دود است، عملکرد هود را به بهترین نحو ممکن تنظیم کند. در صورتی که هود آشپزخانه مجهز به سیستم هوشمند و مبتکرانه برند Best باشد، این قابلیت را خواهد داشت تا هرگونه انسداد و گرفتگی در داکت هواکش و هود آشپزخانه را تشخیص دهد. هودهای مجهز به این سیستم هوشمند مجهز به یک چراغ ال ای دی هستند که در صورت بروز مشکل و ایجاد اختلال در مسیر خروج هوا از طریق هود مجرای هود آشپزخانه این چراغ شروع به چشمک زدن می‌کند. به عبارت دیگر چشمک زدن این چراغ نشان‌دهنده این است که مسیر خروج هوا از طریق هود آشپزخانه نیاز به بررسی توسط کارشناس دارد. به عقیده برند Best که این سیستم هوشمند را طراحی کرده است، این اطلاع رسانی می‌تواند رضایت مشتریان در استفاده از هودهای آشپزخانه این برند را افزایش دهد و مشتریان زیادتری برای خرید این هودها اقدام کنند.

شرکت Best همچنین در معرفی سیستم هوشمند جدید خود به این نکته مهم اشاره کرده است که سیستم هوشمند IQ Blower نسبت به هودهای آشپزخانه‌ای که عملکرد آنها برای مکش دود و گرد و غبار از آشپزخانه تا حد قابل توجهی ارتقا یافته است نه تنها تا دو برابر بی‌صداتر است بلکه عملکرد آن نسبت به هودهای رده بالا تا ۳۰ درصد بهبود یافته و سرعت بیشتری پیدا کرده است. از طرفی مصرف انرژی در این هودها نسبت به بهترین هودهای موجود در بازار لوازم و تجهیزات آشپزخانه تا ۲۲ برابر کاهش یافته است. این برند در ادامه گفته است که طراحی این سیستم و هودهای آشپزخانه مجهز به آن همگی به هدف پاسخ به نیازهای مشتریان انجام شده است.

موتوری که روی هودهای آشپزخانه مجهز به سیستم IQ Blower برند Best تعبیه شده است از نوع موتورهای دیجیتالی با سطح عملکرد بسیار بالاست.



## یخچال هوشمند چیست و چه توانایی‌هایی دارد؟

البته نکته‌ای که در این رابطه وجود دارد این است که قابلیت‌های یخچال‌های هوشمند، بسته به اینکه کدام برند این محصولات را تولید کرده است متفاوت است اما برخی از قابلیت‌ها روی همه انواع این دستگاه‌ها مشترک هستند.

اگر بخواهیم در خصوص قابلیت‌های مشترکی که روی همه انواع یخچال‌های هوشمند در اختیار کاربران قرار گرفته است صحبت کنیم باید به مواردی مثل وجود صفحه‌نمایش لمسی، قابلیت اتصال به اینترنت از طریق وای فای، امکان تهیه لیست و فهرست خرید، امکان استفاده از مرورگر و گشت‌وگذار در دنیای اینترنت، استفاده از دستورهای پخت مواد غذایی، سرگرمی و اتصال به سایر لوازم خانگی هوشمند موجود در آشپزخانه و خانه اشاره کرد. در ادامه برخی از این قابلیت‌ها به اختصار توضیح خواهیم داد.

### وجود صفحه‌نمایش لمسی

روی بدنه یخچال‌های هوشمند، یک صفحه‌نمایش لمسی تعبیه می‌شود که ابعاد آن در مدل‌های امروزی و جدیدتر این یخچال‌ها بزرگ‌تر از مدل‌های قبلی است. در این نوع یخچال‌ها قدرت پردازشی فرامین می‌تواند به اندازه قدرت پردازش یک لپ‌تاپ معمولی خانگی باشد. این صفحه‌نمایش‌ها شامل یکسری دکمه لمسی نیز هستند. بری از این صفحه‌نمایش‌ها دارای اسپیکرهای داخلی نیز هستند که عملکرد فوق‌العاده‌ای در پخش صدا دارند. البته نه به اندازه اسپیکرهایی که در سالن سینما یا تئاتر از آنها استفاده می‌شود.

### قابلیت اتصال به وای فای

قابلیت اتصال به وای فای و اتصال به اینترنت این امکان را به کاربران می‌دهد تا بتوانند بین گوشی تلفن همراه هوشمند خود و همچنین یخچال ارتباط برقرار کنند. با استفاده از این قابلیت شما می‌توانید کنترل یخچال خود را مثل تنظیم دما و یا روشن و خاموش کردن دستگاه با استفاده از دستگاه‌های هوشمند دیگر از جمله تبلت و گوشی تلفن همراه در اختیار داشته باشید.

آشپزخانه‌های مدرن امروزی، بیشتر از هر زمان دیگر با تعداد زیادی از لوازم خانگی و پخت‌وپز که هم از نظر زیبایی و هم از نظر قابلیت‌ها و امکانات در سطح بالایی قرار دارند، پر شده است. هرچند برخی از لوازم خانگی هوشمند مختص آشپزخانه‌های خاص و بسیار مجهز و تخصصی هستند، برخی دیگر از محصولات هوشمند در اکثر آشپزخانه‌های امروزی که در خانه‌های هوشمند قرار دارند، در دسترس هستند. یکی از این محصولات، یخچال‌های هوشمند هستند که در این مقاله کوتاه قصد داریم تا شما را با آن و قابلیت‌هایش آشنا کنیم.

اصلی‌ترین قابلیت در تولید یخچال‌های هوشمند مانند بسیاری از انواع گجت‌ها و لوازم خانگی هوشمندی که تا به حال به بازار عرضه شده‌اند، ساده‌تر شدن برخی از کارهای روزانه برای کاربران بوده است. به طور کلی یکی از قابلیت‌های مشترک در همه یخچال‌های هوشمند، قابلیت اتصال به اینترنت است. اولین یخچال هوشمند در سال ۲۰۰۰ میلادی توسط برند ال جی به بازار عرضه شد که توانایی اسکن بارکد را داشت. این قابلیت به کاربر این امکان را می‌داد تا میزان مواد غذایی که هر خانواده در طول روز مصرف می‌کند را محاسبه کند. یخچال هوشمند، نوعی از یخچال‌های امروزی هستند که برای آنها یک صفحه‌نمایش لمسی در نظر گرفته شده است. توانایی اتصال به وای فای در این دستگاه‌ها باعث می‌شود تا قابلیت‌های آنها افزایش یابد. برای مثال این قابلیت به شما این امکان را می‌دهد تا بتوانید با استفاده از گوشی‌های تلفن همراه هوشمند خود کنترل این دستگاه‌ها را در اختیار داشته باشید. همچنین برخی از یخچال‌های هوشمند امروزی این قابلیت را دارند که با سایر دستگاه‌های هوشمندی که در خانه وجود دارند از جمله تلویزیون هوشمند و یا حتی دستگاه‌های پخت و پز هوشمند مثل ماکروویو ارتباط برقرار کنند.

در فضای داخلی یخچال‌ها، دوربین‌هایی تعبیه شده است که برای نمایش فضای داخلی یخچال بدون باز کردن درب آن به کار می‌روند. قابلیت‌های سرمایه‌گذاری در این نوع یخچال‌ها به نحوی طراحی شده است که کاربر می‌تواند کنترل بیشتری نسبت به یخچال‌های غیر هوشمند داشته باشد.



## تهیه فهرست خرید

کامپیوترهای رومیزی دارد، شما می‌توانید روی این صفحه‌نمایش‌ها حتی فیلم و سریال یا تصاویر مورد علاقه خود را مشاهده نمایید. به این ترتیب زمانی که در حال صرف غذا هستید یا آشپزخانه‌تان تمیز می‌کنید، می‌توانید فیلم یا سریال مورد نظر خود را از روی صفحه‌نمایش یخچال ببینید.

### منابع:

<https://www.google.com/url?sa=t&rc=t&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiM1av567n1AhWnsaQKHTT9CX0QFnoECCEQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.lifewire.com%2Fsmart-refrigerator%2F&usg=AOvVaw0xx7KTIb3YYJJaysrkbGgV>

<https://www.howards.com/blogsmart-fridge-features-that-make-life-easier>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiM1av567n1AhWnsaQKHTT9CX0QFnoECDkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.bestproducts.com%2F/appliances%2F&usg=AOvVaw1JBmArZoNxpzw0YsixWMa>

شما با استفاده از صفحه‌نمایش لمسی یخچال‌های هوشمند و یا ارسال پیام‌های صوتی برای آن دسته از یخچال‌هایی که قابلیت پردازش پیام صوتی را دارند، می‌توانید یک فهرست از مواد غذایی که باید خریداری کنید تهیه کنید و این فهرست را با فهرست خرد گوشی تلفن همراه خود همسان‌سازی کنید.

امکان گشت‌وگذار در دنیای اینترنت از طریق صفحه‌نمایش تعبیه شده روی در یخچال هوشمند شما وجود دارد. به این ترتیب زمانی که در آشپزخانه هستید، نیازی به همراه داشتن گوشی تلفن همراه یا تبلت خود برای گشت‌وگذار در اینترنت نخواهید داشت.

## امکان استفاده از دستور غذایی

یکی از امکانات جالب یخچال‌های هوشمند خواندن دستور تهیه غذا به صورت گام به گام برای کاربر با استفاده از دسترسی به دستورهای غذایی که در دیتابیس یخچال ذخیره شده، است. در واقع زمانی که کاربر می‌خواهد غذایی را تهیه کند، می‌تواند از یخچال خود بخواهد تا دستور غذایی را که در حال تهیه کردن آن است، به صورت مرحله به مرحله بخواند.

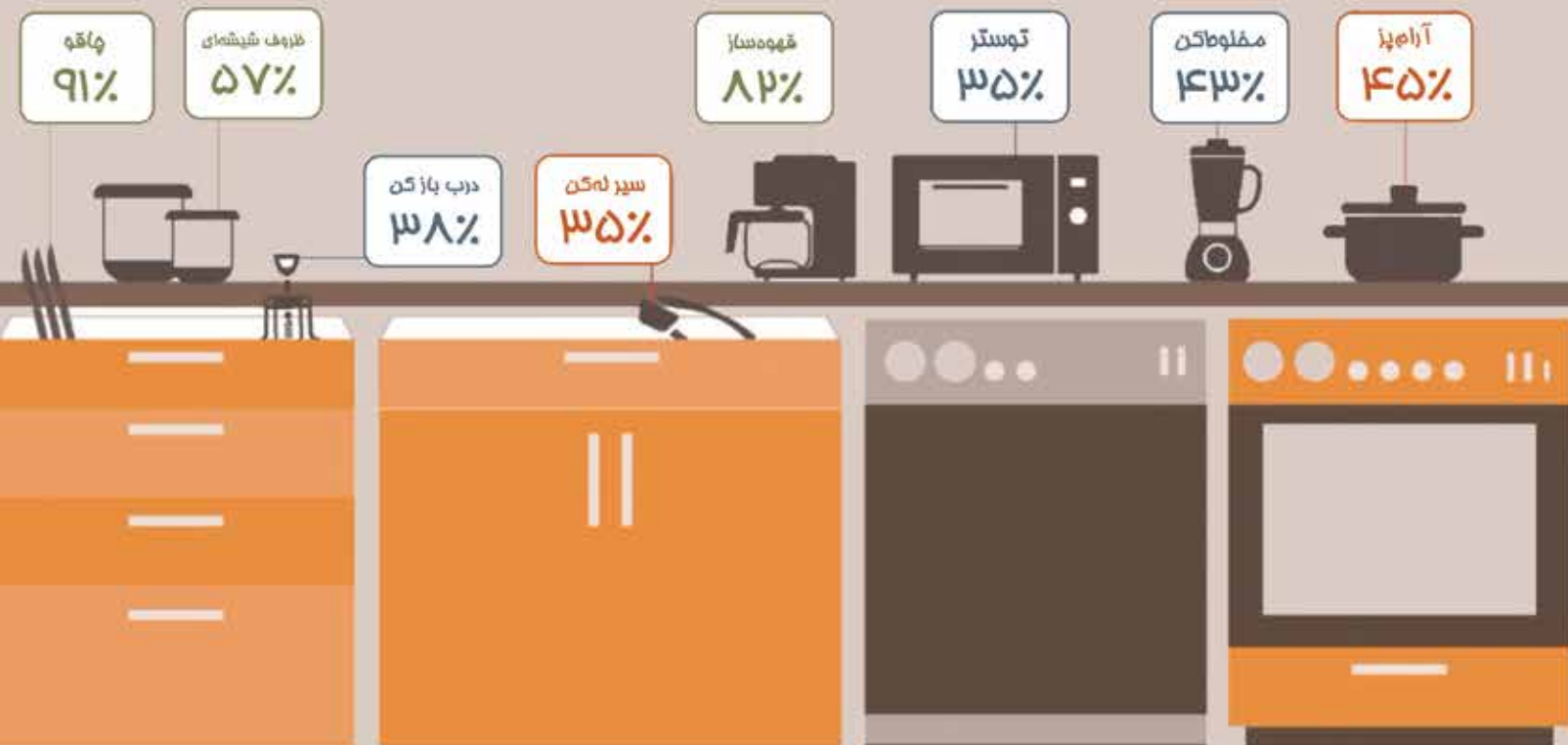
## امکان مشاهده فیلم یا تصویر روی صفحه‌نمایش

از آنجایی که صفحه‌نمایش تعبیه شده روی یخچال‌های هوشمند، عملکردی مشابه به صفحه‌نمایش‌های مورد استفاده در لپ‌تاپ‌ها یا



# لوازم خانگی پر کاربرد در آشپزخانه

کدام یک از لوازم خانگی بیشترین کاربرد را در زندگی روزمره ما دارند و کدام یک استفاده کمتری دارند؟



بدون استفاده ● روزانه ● هفتگی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور



## لوازم خانگی پر کاربرد در آشپزخانه

کدام یک از لوازم خانگی بیشترین کاربرد را در زندگی روزمره ما دارند و کدام یک استفاده کمتری دارند؟

دستگاه آرام‌پز در ۴۳ درصد موارد اصلاً استفاده نمی‌شوند.  
دستگاه‌هایی که به‌عنوان لوازم خانگی پر کاربرد روزانه به حساب می‌آیند.  
چاقو بیش از ۹۱ درصد مواقع در خانه‌های ما به صورت روزانه برای انجام کارهای مربوط به پخت و پز استفاده می‌شود.  
ظروف شیشه‌ای در بیش از ۵۷ درصد مواقع به صورت روزانه کاربرد دارند.  
درب بطری باز کن نیز در بیش از ۳۸ درصد مواقع به صورت روزانه کاربرد دارد.  
کاربرد دستگاه سیر له کن به صورت روزانه چیزی در حدود ۳۵ درصد است.  
دستگاه قهوه‌ساز از جمله لوازم خانگی پر کاربردی است که در ۸۲ درصد مواقع به صورت روزانه مورد استفاده قرار می‌گیرد.  
کاربرد دستگاه توستر در طول روز در خانه‌های امروزی چیزی در حدود ۳۵ درصد است.  
کاربرد دستگاه مخلوط‌کن به صورت هفتگی چیزی در حدود ۴۳ درصد است.

### منابع:

<http://fna.ir/f14>

<http://fna.ir/f15>

دستگاه‌هایی که در خانه‌های امروزی ما کاربرد چندانی ندارند.  
در خانه‌های امروزی، دستگاه‌های مخلوط‌کن ایستاده بیش از ۷۵ درصد مواقع در سال استفاده نمی‌شوند.  
در خانه‌های ما دستگاه‌های فاندو، که در اصل یک قابلمه به همراه گرم‌کن در زیر آن است بیش از ۷۶ درصد مواقع هیچ کاربردی ندارد.  
دستگاه پخت نان از جمله لوازم خانگی است که در خانه‌های امروزی بیش از ۸۸ درصد مواقع هیچ استفاده و کاربرد خاصی ندارد.  
دستگاه‌های سرخ‌کن بر خلاف باور عموم از جمله دستگاه‌های کم‌مصرف در خانه‌های امروزی ما هستند و در ۸۲ درصد مواقع به هیچ‌عنوان از آن‌ها استفاده نمی‌شود.  
دستگاه پاک‌وین‌ساز در بیش از ۷۶ درصد مواقع کاربردی در مصرف روزانه کاربران و صاحبان این دستگاه‌ها ندارد.  
دستگاه غذاساز نسبت به دستگاه‌هایی که در بالا از آن‌ها نام برده شد پر مصرف‌تر است چون تنها در ۴۳ درصد مواقع کاربردی ندارد.  
دستگاه اسنک‌ساز از جمله دستگاه‌های پر کاربرد در خانه‌های امروزی است. تنها در ۳۱ درصد مواقع از آن استفاده نمی‌شود.  
دستگاه مخلوط‌کن برقی دستی یا همان گوشت‌کوب برقی در بیش از ۶۰ درصد مواقع کاربردی ندارد. این میزان بر خلاف تصور عموم از کاربرد این دستگاه در خانه‌های امروزی است.



## همه آنچه در یک خانه هوشمند می بینید



خانه هوشمند استفاده می‌شوند، با کنترلرها یا هاب‌ها به صورت بی‌سیم و در برخی از موارد به صورت اتصال سیم‌دار در تماس هستند. این اتصالات می‌تواند از طریق زیگ بی یا ZigBee، وای فای یا همان WiFi، Z-Wave و از این دست برقرار شود.

نحوه عملکرد کنترلرها به این صورت است که در ابتدا، فرمان ورودی کاربر فرمان کاربر را دریافت می‌کند و سپس فرمان را به سمت سنسورهای تعیین شده روی لوازم خانگی هوشمند نصب شده در خانه منتقل می‌کند. این کنترلر که هاب نیز نامیده می‌شود در اصل یک دستگاه واسط میان کاربر و سنسور تعبیه شده روی لوازم خانگی از جمله یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی و تجهیزاتی از این دست به حساب می‌آید. اتصال میان این اجزا از طریق شبکه ایجاد شده در خانه هوشمند برقرار می‌شود.

سیاری از هاب‌ها و کنترلرهایی که در حال حاضر در خانه‌های هوشمند مورد استفاده قرار می‌گیرند، از پروتکل ZigBee Ha ۱,۲ برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند. در این حالت کنترلر یک اتصال بی‌سیم از نوع شبکه ZigBee را در محدوده‌های خاص ایجاد می‌کند و همه سنسورهایی که در این محدوده پیکر بندی شده‌اند با یکدیگر در ارتباط هماهنگی و قوی قرار خواهند گرفت.

اتصال از طریق وای فای و Z-Wave نیز مشابه با اتصال از طریق ZigBee خواهد بود. در هر دو این موارد شبکه، سنسورها و کنترلر بر اساس پروتکل‌های خاص آن اتصال پیکربندی می‌شوند و با یکدیگر مرتبط خواهند شد. به منظور ایجاد سازگاری بهینه میان دستگاه‌های مختلف در خانه‌های هوشمند، از پروتکل‌های مختلفی برای ایجاد ارتباط میان دستگاه‌ها و لوازم خانگی استفاده می‌شود. همه پروتکل‌هایی که در بالا به آن‌ها اشاره شد، از جمله پروتکل‌های استاندارد در خانه‌های هوشمند هستند و همه شرکت‌های تولید کننده لوازم خانگی هوشمند و همچنین شرکت‌های طراح و تولید کننده کنترلرها ترجیح می‌دهند در تولید لوازم خانگی و تجهیزات خود از همین پروتکل‌ها پشتیبانی نمایند.

با ظهور مفهومی به نام خانه هوشمند، فضای خانه‌های امروزی ما، بیشتر منطبق بر نیازهای افراد و ساکنان آن‌ها شده است. هوشمندسازی خانه و به تبع آن خودکار شدن بسیاری از فرآیندها و استفاده از تجهیزات مختلف در خانه‌های هوشمند نه تنها باعث شده که مدیریت و همگام‌سازی تجهیزات الکترونیک قابل استفاده در خانه‌های ما آسان‌تر شود بلکه استفاده از تجهیزات با سبک زندگی هر کدام از اعضای خانه بیشتر از قبل هماهنگ و به نوعی شخصی‌سازی شده است.

همان‌طور که میدانید هوشمندسازی در یک خانه هوشمند طیف وسیعی از تجهیزات قابل استفاده در خانه از جمله لامپ‌ها، تجهیزات لوازم خانگی درشت مثل انواع یخچال و فریزر و ماشین لباسشویی و ظرفشویی و لوازم خانگی کوچک مثل پلوپز، دستگاه‌های پخت‌وپز را تحت سلطه و نفوذ خود قرار داده است. نکته جالب در خصوص هوشمندسازی خانه این است که شما فقط با یک اشاره و از طریق یک سنسور می‌توانید کنترل تجهیزات و لوازم خانگی خود را در اختیار داشته باشید.

مثلاً اگر در طول روز میزان کافی باران و برف در شهر شما باریده باشد، حسگرهایی که روی آبپاش‌های باغچه شما تعبیه شده‌اند، قادر به تشخیص رطوبت خاک خواهند بود و در نتیجه فعالیت خود را مبنی بر آبیاری روی سطح خاک باغچه را متوقف می‌کنند و تا زمانی که خاک خشک نشده است، دیگر عملیات آبیاری را انجام نخواهند داد. این تنها مثال بسیار کوچکی از نحوه کنترل تجهیزات و لوازم مورد استفاده در یک خانه هوشمند است. برای آشنایی بیشتر شما خواننده گرامی با روند کار تجهیزات در خانه‌های هوشمند عملکرد انواع مختلفی از تجهیزاتی که در یک خانه هوشمند مورد استفاده قرار می‌گیرد را بررسی خواهیم کرد.

### انواع مختلف کنترلرهایی که در یک خانه هوشمند مورد استفاده قرار می‌گیرد

در خانه‌های هوشمند، کنترلرها یا هاب‌ها به عنوان قلب خانه هوشمند شناخته می‌شوند. همه سنسورهایی که روی تجهیزات مورد استفاده در



## نحوه عملکرد برخی از انواع لوازم خانگی که در یک خانه هوشمند مورد استفاده قرار می‌گیرد

در این بخش به منظور آشنایی هرچه بیشتر و تخصصی‌تر شما خواننده محترم قصد داریم تا در خصوص دو نمونه از لوازم خانگی پر کاربرد که در خانه‌های هوشمند مورد استفاده قرار می‌گیرند صحبت کنیم. در واقع در این بخش قصد داریم تا تجهیزات مشترکی که در همه انواع یخچال و فریزرهای هوشمند مورد استفاده قرار می‌گیرند به همراه همه تجهیزات مشترکی که در انواع لباسشویی‌های هوشمند استفاده می‌شوند، صحبت کنیم.

## قابلیت و کاربردهای سنسورهایی که روی یخچال و فریزرهای هوشمند تعبیه می‌شوند

همان‌طور که میدانید در همه انواع یخچال و فریزرها چه هوشمند باشند و چه غیر هوشمند تجهیزاتاتی مثل کمپرسور، کندانسور، بخش سردخانه، دماسنج و کنترل کننده دما، بخش تیخیر، بخش تیخیر هستند. اما در یخچال‌های هوشمند چند قطعه دیگر وجود دارد که باعث می‌شود این تجهیزات هوشمند باشند. این تجهیزات می‌توانند شامل انواع مختلف سنسورها، بارکد خوان و RFID و برد کنترلر باشد. این قطعات فقط روی یخچال‌های هوشمند قرار ندارند بلکه بسته به نوع لوازم خانگی مثل این که ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی و یا از این دست باشد، این قطعات می‌توانند با عملکرد منحصر به فرد برای آن دستگاه، وجود داشته باشند.

سنسورهایی که روی یخچال و فریزرهای هوشمند تعبیه می‌شوند می‌توانند در انواع مختلفی باشند و بسته به تنوع آن‌ها قابلیت‌ها و توانایی یخچال نیز می‌تواند متفاوت باشد. مثلاً روی یک یخچال هوشمند می‌تواند سنسورهایی وجود دارد باشد که به شما بگوید در طول روز چند بار در یخچال خود را باز کرده‌اید و به محتوای داخل آن دسترسی پیدا کرده‌اید. در حالت پیشرفته‌تر سنسورهای تعبیه شده روی یک یخچال هوشمند می‌توانند به شما بگویند که بسته به سبک و رژیم غذایی شما چه مواد غذایی را باید خریداری کنید و چه مواد غذایی را نباید خریداری کنید. حتی در برخی از مدل‌های یخچال‌های هوشمند دارای یکسری صفحه نمایش هستند که قابلیت اتصال به تلویزیون و پخش فیلم و سریالی که در تلویزیون پخش می‌شود را دارند. به هر حال یخچال‌های هوشمند می‌توانند یا همه این قابلیت‌ها را داشته باشند یا برخی از آن‌ها را. اما چیزی که مهم است

این است که روی همه آن‌ها یکسری سنسور وجود دارد که قادرند با هاب‌ها و یا همان کنترلرها در تماس باشند و فرمان‌های صادر شده از سوی هاب را دریافت، پردازش و اجرا نمایند. در برخی از انواع یخچال‌های هوشمند در واقع اکثر آن یخچال‌هایی که مجهز به صفحه نمایش هستند، کلیه اطلاعاتی که باید در اختیار کاربر قرار گیرند، از طریق صفحه نمایش نشان داده می‌شود اما در آن دسته از دستگاه‌هایی که چینی صفحه نمایشی را ندارند اطلاعات یا از طریق هاب و یا از طریق اپلیکیشن نصب شده روی تلفن هوشمند کاربر و یا اپ‌تاپ و کامپیوتر کاربر به سمت کاربر ارسال شود.

## قابلیت‌ها و کاربردهای سنسورهایی که روی ماشین‌های ظرفشویی هوشمند تعبیه می‌شوند

همان‌طور که در بخش قبلی نیز به آن اشاره شد، ماشین‌های ظرفشویی از نظر تنوع سنسور و عملکرد آن‌ها با یخچال‌های هوشمند در برخی از موارد مشابه هستند. یکی از دلایل این موضوع این است که دستگاه‌ها همگی اکثر یک شرکت تولید می‌شوند. مثلاً برند ال‌جی انواع مختلفی از لوازم خانگی هوشمند را تولید و به بازار عرضه می‌کند. معمولاً سنسورهایی که روی یک ماشین ظرفشویی هوشمند تعبیه می‌شوند قادر به برقراری ارتباط با هاب‌ها، کنترلرها و اپلیکیشن‌های نصب شده روی تلفن‌های هوشمند هستند که می‌توانند فرامین صادر شده از سوی کاربر را دریافت و اجرا کنند. از طرفی می‌توانند اطلاعاتی در خصوص برنامه شستشو، وضعیت شستشو و از این دست را از کاربر گرفته و آن‌ها را اجرا کنند و اطلاعات مربوط به روند شستشو و خاتمه آن را برای کاربر اعلام نمایند. نکته‌ای که وجود دارد این است که عملکرد همه دستگاه‌های هوشمند به خصوص لوازم خانگی مثل یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی، مایکروفر، اجاق گاز هوشمند از نظر هوشمندی یکسان است. یعنی ارتباط برقرار کردن با هاب یا کنترلر، اجرای فرامین صادر شده از سوی آن، ارسال اطلاعات به کاربر از طریق اپلیکیشن یا صفحه نمایش یا حتی هاب در همه آن‌ها وجود دارد. تفاوت عمده در نوع خدمتی است که برای کاربر ارائه می‌دهند.

<https://smartify.in/knowledgebase/extended-list-of-home-automation-devices/>

<https://www.otelco.com/resources/smart-home-guide/>





## افزایش راندمان تولید با حفظ کیفیت؛ استراتژی سناتور



شرکت سناتور از چهار بخش تولیدی تشکیل شده است؛ بخش ریخته‌گری، بخش سنگ‌زنی و ماشین‌کاری، بخش پوشش‌دهی لعاب و بخش بسته‌بندی. سناتور دارای خط‌های ویژه‌ی ریخته‌گری شبکه‌های چدنی است که به واسطه‌ی آن تنوع و کیفیت مناسب تولید شبکه‌های چدنی وجود دارد؛ به گونه‌ای که در یک زمان واحد در خط تولید ریخته‌گری قابلیت تولید حداقل ۱۴ نوع شبکه‌ی چدنی مختلف را داریم. ضمن اینکه قابلیت خط تولید به گونه‌ای است که تعویض و تغییر قالب در کوتاه‌ترین زمان ممکن امکان‌پذیر است.

### فرشته ارقند

#### مدیر کارخانه سناتور

تا ایشان از تحت کنترل بودن فرآیندها و ثبات تولید ما اطمینان حاصل کنند. در سناتور رسیدن به محصول با کیفیت مطلوب و یکنواختی و تداوم در کیفیت، با گذشت زمان و صرف وقت و آموزش و هزینه و گذشتن از فیلترها و ذره‌بین شرکت‌های مطرح لوازم خانگی داخلی و خارجی میسر شده است.

جهت رسیدن به این هدف ما در سناتور در بخش‌های مختلف تولید، اپراتورها و مسئولان کنترل کیفی مجزا داریم و هر محصول در هر بخش به صورت ۱۰۰ درصد توسط واحد کنترل کیفیت کنترل ظاهری شده و در صورت تایید واحد کنترل کیفیت در چیدمان‌های مشخص وارد بخش تولید بعدی می‌شود.

بر طبق این سیاست تقریباً به‌زای هر ۱۰ نفر اپراتور تولید ما یک نفر اپراتور کنترل کیفیت در خط تولید داریم. علاوه بر آن در کلیه روندها و بخش‌های تولید، کنترل‌ها و نمونه‌گیری‌های رندمی در کوتاه‌ترین بازه، توسط واحد آزمایشگاه و کنترل کیفیت تعریف شده و انجام می‌شود.

این کنترل‌ها شامل کنترل مواد اولیه مصرفی و تست‌های آزمایشگاهی ما سه خط تولید ریخته‌گری، کنترل آنالیز مذاب و تحت کنترل بودن آنالیز مذاب قبل از بارریزی است. بررسی ریزساختار میکروسکوپی (متالوگرافی) و آنالیز محصول ریخته‌گری شده و کنترل‌ها در فرایند ساخت و آماده‌سازی لعاب، تست‌های سنجش میزان چسبندگی و مقاومت به ضربه و مقاومت به زنگ‌زدگی و تست‌های شوک حرارتی لعاب شبکه‌های چدنی و همچنین کنترل و سنجش یکنواختی لعاب از نظر طیف رنگ و براقیت، جهت دستیابی به یکنواختی و ثبات در رنگ لعاب محصول نهایی.

این قابلیت در تولید سناتور، سبب شده مشتریان سناتور بتوانند با آسایش خیال، سفارشات خود را از کمترین تا بیشترین مقدار برنامه‌ریزی کنند. در واحد ماشین‌کاری نهایت دقت در پلیسه‌گیری‌ها و سنگ‌زنی یکنواخت انجام می‌شود و در بخش پوشش‌دهی لعاب، با همکاری نزدیکی که بین شرکت‌های خارجی تولیدکننده‌ی لعاب و واحد R&D سناتور وجود دارد لعاب تخصصی، ویژه و مناسب برای آنالیز چدن‌های تولیدی سناتور تهیه می‌شود که از نظر چسبندگی و مقاومت به زنگ‌زدگی و طیف رنگ کاملاً انحصاری است. وجود لعاب انحصاری و تنوع کوره‌های پخت لعاب در سناتور امکان تولید قطعات متنوع و باکیفیت را افزایش می‌دهد.

### کیفیت محصولات و صادرات در سناتور

در سناتور از سال‌های اولیه‌ی شروع به کار، رسیدن به کیفیت مطلوب و حفظ و ارتقای کیفیت مدنظر بوده است و در این سال‌ها تلاش‌های زیادی برای استقرار سیستم کیفیت مناسب و کارآمد و حفظ نگهداری و بهبود آن انجام شده است. تلاش ما در سناتور افزایش روش‌های کنترل فرآیندهای تولیدی است.

در سال‌های اولیه‌ی شروع فعالیت سناتور با شرکت‌های بزرگ خارجی (جهت صادرات) و ارسال نمونه اولیه برای ایشان، این شرکت‌ها تنها بر روی نمونه دریافتی نظر خود را اعلام نمی‌کردند و عنوان می‌کردند که یکنواختی تولید و ثبات در فرآیندهای تولید و تحت کنترل بودن آن از اهمیت زیادی برخوردار است، لذا در سال‌های اولیه شروع صادرات، بازدیدهای سرزده و بدون اطلاع قبلی بسیاری توسط شرکت‌های برنده ترکیه‌ای داشتیم

واحد بازرگانی سناتور در حال رایزنی برای همکاری و صادرات کالا با برخی کشورهای اروپایی و آمریکای جنوبی است.

تحریم‌های جهانی ایران و مشکلاتی که در بخش‌های بانکی، ارزی و گمرکات ایران وجود دارد موانع زیادی را در بخش صادرات به وجود آورده که ما برخی از این مشکلات را مرتفع کرده‌ایم، مانند تاسیس دفتر مرکزی در ترکیه و ایجاد تعامل بیشتر با وزارت صنایع و گمرکات و واردات بخشی از مواد اولیه مورد نیاز تولیدمان از بخش صادرات.

### خط‌مشی و اهداف سناتور

خط‌مشی سناتور و استراتژی‌های آن بر پایه‌ی افزایش راندمان تولید با حفظ کیفیت و تداوم و ارتقای آن بنا نهاده شده به گونه‌ای که در بازه‌های زمانی مختلف که بازار داخلی دچار رکود و یا افزایش تقاضا می‌شود ما همچنان به حفظ کیفیت استمرار داریم. گاهی در افزایش تقاضای بازار داخلی ما سهم صادرات را کاهش می‌دهیم تا سهم بازار داخل را افزایش دهیم یا در زمان رکود بازار داخل، سهم بازار خارجی و صادرات را افزایش می‌دهیم. هدف ما در سناتور بر این است که با حفظ برند سناتور و ارتقای آن همواره اطمینان و اعتماد از محصولات سناتور را به مشتریان ارزشمندمان هدیه دهیم. افتخار ما این است که کیفیت محصول بر روی محصول با کیفیت و ارزشمند مشتریانمان خودنمایی کند.

ما در سناتور در بخش‌های مختلف تولید، اپراتورها و مسئولان کنترل کیفی مجزا داریم و هر محصول در هر بخش به صورت ۱۰۰ درصد توسط واحد کنترل کیفیت کنترل ظاهری شده و در صورت تایید واحد کنترل کیفیت در چیدمان‌های مشخص وارد بخش تولید بعدی می‌شود.

بر اساس تلاش‌هایی که در بخش مدیریت کیفیت صورت گرفته، شرکت سناتور مفتخر است که در ۱۴ سال سابقه کاری خود ۱۰ سال است مفتخر به دریافت و حفظ گواهی ISO 9001 و ۷ سال است افتخار کسب و نگهداری گواهی CE را دارد.

### تامین ۷۰ درصد شبکه‌های چدنی

در بررسی‌های صورت گرفته مشخص شده است که حدود ۷۰ درصد شبکه‌های چدنی تولیدکنندگان اجاق گازهای برند و با کیفیت مطلوب داخلی، توسط شرکت سناتور تامین می‌شود به گونه‌ای که در بازار فروش یکی از آیتم‌های مهم برای اجاق گازهای با کیفیت، داشتن شبکه‌های چدن با برند سناتور است.

ما در نظر داریم با شناخت بیشتری که از مشتریان داخلی و خواسته‌هایشان به دست می‌آوریم، تنوع تولید و کیفیت محصول را به گونه‌ای قرار دهیم که محصولاتشان قابل رقابت با محصولات برندهای بین‌المللی باشد.

### مهم‌ترین مشکلات صنعتگران

در کشور ما عمده‌ی مشکلات صنعتگران عدم حمایت دولت از تولید داخلی و عدم پشتیبانی و حمایت مناسب در بخش صادرات است. صنعتگران علاوه بر اینکه حمایت مناسب دولت را ندارند عمدتاً با چالش‌ها و قواعد خلق‌الساعه نیز روبه‌رو می‌شوند. مشکلاتی که سبب بی‌ثباتی و رکود تجارت می‌شود.

### ارائه پیشنهاد به متولیان صنعت

لازم است متولیان و صنعتگران گرامی در جهت افزایش کیفیت محصولات داخلی و ایجاد فضای رقابتی مناسب با محصولات برند خارجی تلاش کنند. ضمن اینکه با راهکارهای مناسب، سلیقه و ذائقه‌ی بازار داخل را به سمت تقاضای محصول با کیفیت مناسب سوق دهند و زمینه‌ی تولید محصولات بی‌کیفیت و به اصطلاح زیر پله‌ای را از بین ببرند.

### وضعیت صادرات سناتور

سناتور از حدود ۸ سال پیش صادرات شبکه‌های چدنی را از بازار کشورهای همسایه شروع کرده و هم‌اکنون با افتخار اعلام می‌کنیم که حدود ۶۵-۶۰ درصد تولیدات خود را به کشورهای ترکیه، ایتالیا و ازبکستان صادر می‌کنیم.

با هدف حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده ایرانی؛

## بیست‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی مشهد برگزار می‌شود

وی اظهار امیدواری کرد که صنعت لوازم خانگی با ورودی که به توسعه تولید داخلی داشته است، بتواند در شرایط دشوار اقتصادی به خودکفایی در این صنعت نزدیک شود و با اتکا به ظرفیت‌های داخلی نیازمندی‌های مردم و بلکه نیازهای خارج از کشور را تامین کند.

### عرضه آخرین تولیدات توسط ۱۳۰ شرکت تولیدی

مدیر نمایشگاهی شرکت نمایشگاه بین‌المللی مشهد هم در حاشیه این افتتاحیه، گفت: بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، هجدهمین نمایشگاه بین‌المللی صوتی و تصویری و دهمین نمایشگاه تخصصی فرش، موکت و کفپوش به طور همزمان در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهد گشایش یافته است.

علی جلوه افزود: ۱۸ هزار مترمربع از مساحت نمایشگاه بین‌المللی مشهد به برپایی سه نمایشگاه مزبور اختصاص یافته و ۱۳۰ شرکت تولیدی در زمینه لوازم خانگی، لوازم برقی، سرویس آشپزخانه، لوازم صوتی و تصویری، فرش ماشینی و کالای خواب، آخرین محصولات خود را در این نمایشگاه در معرض بازدید عمومی قرار داده‌اند.

وی بیان کرد: از این تعداد مشارکت‌کننده، ۵۹ شرکت تولیدی از استان خراسان رضوی، ۷۱ شرکت تولیدی از استان‌های تهران، اصفهان، خوزستان، هرمزگان، سمنان، آذربایجان شرقی و غربی در این نمایشگاه‌ها شرکت کرده‌اند.

### نمایش دستاوردها و حمایت از تولیدکننده

همچنین، معاون بازرگانی سازمان همیاری شهرداری‌های خراسان رضوی، گفت: بیست و دومین نمایشگاه تخصصی بین‌المللی لوازم خانگی، هجدهمین نمایشگاه صوتی و تصویری و دهمین نمایشگاه فرش ماشینی مشهد همزمان از ۲۱ تا ۲۴ دی‌ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهد برگزار می‌شوند.

به گزارش روابط عمومی سازمان همیاری شهرداری‌های خراسان رضوی، سیدمحمد اسماعیل فاطمی افزود: در این رویداد نمایشگاهی به صورت تخصصی انواع لوازم خانگی، محصولات صوتی تصویری، دیجیتال، نور و صدا و فرش ماشینی طی ۴ روز همه روزه از ساعت ۱۶ الی ۲۱ در معرض دید عموم قرار خواهند گرفت.

مراسم افتتاحیه بیست‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی مشهد با هدف حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، با حضور یعقوب‌علی نظری، استاندار خراسان رضوی، عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و دیگر مقامات محلی و فعالان صنعت لوازم خانگی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، از سالن‌های مختلف نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی مشهد بازدید کرد و از آخرین محصولات، طرح‌ها و همچنین مشکلات تولیدکنندگان و نمایندگان فروش لوازم خانگی از نزدیک باخبر شد.

هاشمی با تاکید بر اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی من جمله صنعت پیشران لوازم خانگی در سطح کشور، ابراز امیدواری کرد که برگزاری چنین رویدادهایی بتواند ظرفیت‌ها و توانمندی‌های فعالان این صنعت را بیش از پیش به منصفه ظهور برساند.

وی با اشاره به برگزاری بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی کشور در قالب «هامکس ۱۴۰۰» در پایان آبان‌ماه نیز، افزود: نمایشگاه‌های تخصصی در جهت توسعه کیفی و کمی و هم‌افزایی فعالان واحدهای تولیدی این صنعت، قطعه‌سازان و دیگر صنایع وابسته دارای جایگاه بسیار بالایی هستند.

در ضمن، در طول این رویداد مذاکراتی برای ایجاد همکاری و برقراری تعاملات دوسویه جهت مشارکت تولیدکنندگان در نمایشگاه‌های خارج از کشور، انجام گرفت.

### ارائه محصولات لوازم خانگی با تنوع و کیفیت بالا

استاندار خراسان رضوی، نیز در حاشیه بازدید از این نمایشگاه در جمع خبرنگاران، گفت: تنوع و کیفیت محصولات لوازم خانگی در این نمایشگاه‌ها حاکی از تلاش و تمرکزی گسترده از سوی تولیدکنندگان داخلی است. به گزارش ایرنا، یعقوب‌علی نظری افزود: وجود برندهای شناخته شده مختلف لوازم خانگی، لوازم صوتی و تصویری و فرش بیانگر تنوع کالاها، کیفیت بالا و تنوع قابل توجه محصولات داخلی در این زمینه است.





معاون بازرگانی سازمان همیاری شهرداری‌های خراسان رضوی ادامه داد: ۱۰۵ شرکت تولیدکننده و فعال در عرصه لوازم خانگی در این نمایشگاه مشارکت می‌کنند که ۴۵ شرکت داخلی استان خراسان رضوی و ۵۵ شرکت از استان‌های تهران، اصفهان، خوزستان، آذربایجان‌های شرقی و غربی در این رویداد شرکت دارند.

وی بیان داشت: ۲۴۰۰۰ مترمربع مساحت کل فضای واگذار شده برای نمایش محصولات شرکت‌های مشارکت کننده در این نمایشگاه است که تولیدکنندگان لوازم خانگی، لوازم برقی، سرویس آشپزخانه، صوتی و تصویری، فرش ماشینی و کالای خواب در فضای ۱۲۰۰۰ متر مربع مفید در سالن‌های مفاخر، عطار و فردوسی نمایشگاه بین‌المللی مشهد محصولات و دستاوردهای خود را در این صنایع به نمایش می‌گذارند.

فاطمی عنوان داشت: علاوه بر نمایش دستاوردها و تولیدات صنعت لوازم خانگی، یکی از مهم‌ترین اهداف این رویداد حمایت از تولیدکنندگان داخلی است چرا که تلاش شده است زمینه‌های لازم برای حضور برترین شرکت‌ها و برندهای معتبر داخلی لوازم خانگی کشور فراهم شده تا جدیدترین و به روزترین محصولات و تولیدات خود را در زمینه‌ها و صنایع مختلف این حوزه در نمایشگاه مشهد که دومین رویداد بزرگ ایران پس از تهران است به نمایش بگذارند.

وی خاطر نشان کرد: با تدابیر اندیشه شده و آماده‌سازی کلیه فضاها و سالن‌های مسقف و ... نمایشگاه بین‌المللی مشهد پیش‌بینی می‌شود که این رویداد با حضور پررنگ تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور و استقبال پر شور بازدیدکنندگان همراه باشد. فاطمی تصریح کرد: علاوه بر این شرایط حضور و بازدید متخصصان و دست‌اندرکاران حوزه لوازم خانگی، صوتی و تصویری و فرش به منظور مراودات تخصصی با تولیدکنندگان، عقد قراردادهای و اخذ نمایندگی‌ها نیز در این نمایشگاه فراهم است.

وی اضافه کرد: علاوه بر بازدیدکنندگان عمومی حضور دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، مسئولان استانی حوزه اقتصادی، شهرداران و اعضای شوراهای اسلامی شهرستان، مسئولان اتاق اصناف مشهد، اتحادیه‌های صوتی و تصویری مشهد، فعالان صنعت لوازم خانگی، سامورسازان، تولیدکنندگان پلاستیک، بلور چینی و لوستر و فرش ماشینی مشهد در این نمایشگاه حائز اهمیت خواهد بود.

## نمایشگاه‌ها؛ ویرین تمام‌نمای صنایع

• مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی در امور مربوط به وظایف شرکت اعم از وظایف جاری یا تاسیس و مشارکت در تاسیس نمایشگاه‌های دائمی و موقت داخلی و خارجی از طریق سرمایه‌گذاری.

### مزایای حضور در نمایشگاه‌ها

حضور در نمایشگاه‌ها را می‌توان تبلیغ زنده نامید، چرا که علاوه بر به‌دست آوردن مشتریان جدید و حفظ بازار و مشتریان قبلی؛ اعتبار بخشیدن به شرکت و محصولات آن، کسب آخرین اخبار و اطلاعات درباره محصولات مشابه، ارتباط با تامین‌کنندگان مواد خام و ارائه‌دهندگان خدمات صنعتی، تعامل با شرکت‌های همکار جهت برون‌سپاری و امور پیمانکاری، فرصت استعدادیابی و جذب دانش‌آموختگان و متخصصان جدید و دستیابی به بانک‌های اطلاعاتی معتبر جهت پیدا کردن شرکت‌ها و محصولات، وجود رقبای جدید در بازار و رفتار رقبای دیرینه، شناسایی مشتریان بالقوه و گسترش ارتباطات و افزایش راندمان کاری کارکنان، فرصت‌های تبلیغاتی متعدد و ... به همراه خواهد داشت. به عبارت دیگر، بهترین محل تبادل دانش و اطلاعات و تکنولوژی محسوب می‌شود.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت نمایشگاه‌ها:

- ابزار بازاریابی قدرتمندی هستند.
- به منزله پلتفرم فروش و اطلاع‌رسانی شناخته شده‌اند.
- ابزار نمایش مهمی برای بخش‌های خاص بازار هستند.
- برای غرفه‌داران، بازدیدکنندگان، برگزارکنندگان، تأمین‌کنندگان خدمات و اقتصاد محلی سودآور هستند.



عبدالصمد ضرغامی  
کتاب ۳ راه، بانک اطلاعات لوازم خانگی ایران و مشاور شرکت در نمایشگاه‌ها و برگزارکننده تورهای گروهی بازدید از نمایشگاه‌های داخلی و خارجی لوازم خانگی ایران.

نمایشگاه‌ها ویرین واقعی تمام‌نمای صنایع و پیشرفت‌های هر کشور هستند از جمله کشور ما ایران. اگر چه تاسیس اولین شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران به سال ۱۳۳۸ برمی‌گردد و در سال ۱۳۵۵ ما به عضویت اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی UFI و اتحادیه جهانی نمایشگاه‌ها BIE که مسئول برگزاری نمایشگاه‌های اکسپو جهان است، درآمدیم. در سال ۱۳۵۲ نخستین نمایشگاه بین‌المللی در تهران با حضور ۳۲ کشور آغاز شد، دو سال پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در ۲۸ شهریور ۱۳۵۹، با حضور ۱۵ کشور خارجی هفتمین نمایشگاه بازرگانی بین‌المللی تهران از کلیه صنایع و تولیدی‌های کشور برگزار شد.

### اهداف اصلی سایت‌ها و شرکت نمایشگاهی کشور

بهره‌گیری از فناوری‌های روز دنیا، استفاده از نیروهای دانش‌محور، متخصص و کارآمد در حوزه صنعت نمایشگاهی، استفاده از طرف‌های تجاری کارآموده و با تجربه در حوزه صنعت نمایشگاهی، استانداردسازی ارائه خدمات و فعالیت‌های نمایشگاهی، شناسایی و پاسخگویی به نیازهای عملیاتی مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان و توسعه صنعت نمایشگاهی کشور از طریق تبادل تجربیات در اهمیت نمایشگاه‌ها.

- برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، اختصاصی و بین‌المللی بازرگانی در داخل و خارج از ایران.
- همکاری با اتحادیه نمایشگاه‌های جهانی و قبول عضویت آنها و شرکت در سمینارها و کنفرانس‌های مربوط و اقدام به تشکیل اینگونه مجامع با رعایت قوانین و مقررات در ایران.
- نمایش و معرفی دستاوردها و تولیدات صنعتی، معدنی، کشاورزی و خدمات بازرگانی فنی و مهندسی کشور جمهوری اسلامی ایران از طریق برپایی و اداره مراکز و غرفه‌های نمایشگاهی در داخل و خارج از ایران.

## انواع نمایشگاه

### نمایشگاه اکسپو (Expo)

نمایشگاه اکسپو بیشتر جنبه نمایشی دارد. در این نمایشگاه‌ها معمولاً آخرین فناوری‌ها به نمایش گذارده می‌شود تا در آینده در خدمت تجارت قرار گیرد. در ایران چنین نمایشگاهی سابقه ندارد.

در اینجا به یک نمونه از تقسیم‌بندی‌ها که بیشتر در کشور ما متداول است اشاره و بسنده می‌کنیم:

### نمایشگاه بازرگانی عمومی یا افقی (GENERAL OR HORIZONTAL TRADE FAIR)

این نمایشگاه از نظر وسعت بسیار وسیع است و از هر گروه کالا می‌توان نمونه‌هایی را در آن مشاهده کرد؛ از کالاهای مصرفی گرفته تا کالاهای سرمایه‌ای. معمولاً بازدید از این نوع نمایشگاه‌ها برای عموم آزاد است و تعداد بازدیدکنندگان این نوع نمایشگاه‌ها نیز بسیار زیاد است.

چنین نمایشگاهی ممکن است در سطح ملی، منطقه‌ای و یا بین‌المللی برگزار شود. از آن جمله می‌توان به هر یک از نمایشگاه‌های بین‌المللی بازرگانی مشهد، تبریز، اصفهان و مواردی از این قبیل اشاره کرد.

### نمایشگاه بازرگانی تخصصی یا عمودی (Vertical or Specialized trade fair)

در این نمایشگاه فقط گروه خاصی از کالاها را می‌توان مشاهده کرد و معمولاً عمده بازدیدکنندگان آن را متخصصان تشکیل می‌دهند و بازدید برای عموم آزاد نیست، مگر در روزهای خاصی در نمایشگاه‌های تخصصی قراردادهای بیشتری منعقد می‌شود. به همین دلیل این نمایشگاه‌ها با استقبال بازرگانان و متخصصان بیشتری روبه‌رو می‌شوند. در کشورهای اروپایی معمولاً نمایشگاه‌ها به سمت تخصصی شدن پیش می‌روند و چون این نمایشگاه‌ها بر روی عموم گشوده نیست و فقط کارشناسان مجاز به بازدید از آنها هستند، امکان مذاکره مستقیم و انعقاد قرارداد فی‌مابین بیشتر است.

### نمایشگاه اختصاصی (Solo Trade Fair)

در این نمایشگاه‌ها، محصولات و تولیدات یک کشور در یک کشور دیگر به نمایش گذارده می‌شود. این نمایشگاه می‌تواند در افزایش میزان صادرات و معرفی توانمندی کشورها به ملل دیگر نقش مهمی ایفا کند. چنانچه شرکت‌ها به صورت گروهی و در قالب اتحادیه‌ها و یا با حمایت اتاق‌های بازرگانی در اینگونه نمایشگاه‌ها شرکت کنند، برخی از هزینه‌هایشان کاهش خواهد یافت. بسیار ضروری است که پیش از شرکت در نمایشگاه‌های خارج از کشور، شرکت‌کنندگان بررسی‌های دقیقی در مورد کشور مقصد به‌ویژه وضعیت اقتصادی، واردات و صادرات، قوانین گمرکی و حقوقی و ... انجام دهند.

### نمایشگاه فروش یا عرضه مستقیم کالا

این نوع نمایشگاه معمولاً برای نواقص سیستم توزیع کشور و حمایت از مصرف‌کنندگان تشکیل می‌شود که به نسبت انواع دیگر نمایشگاه‌ها از اهمیت کمتری برخوردار است و بیشتر به شکل یک بازار موقت برگزار می‌شود. معمولاً این نمایشگاه با برنامه‌هایی جانبی مثل جنگ شادی، موسیقی، قرعه‌کشی و... همراه است.

نمایشگاه‌های فروش به دلیل آنکه کالاها با تخفیف به فروش برسند، با استقبال خیلی خوبی از سوی مردم روبه‌رو می‌شوند. معمولاً غرفه‌های نمایشگاهی کوچک است مگر آنکه محصولات غرفه‌داران بسیار متنوع بوده و نیاز به جای بیشتری داشته باشند و غرفه بزرگتری در اختیار گیرند. بازدیدکنندگان این نمایشگاه‌ها نیازی نمی‌بینند که با مدیر شرکت و یا مسئولان غرفه مذاکره و گفت‌وگو کنند. در این نمایشگاه‌ها معمولاً لوازم خانگی، مصرفی، ورزشی، تزئیناتی و بهداشتی به فروش می‌رسد.

به گفته مجتبی خسروتاج، رئیس وقت سازمان توسعه تجارت ایران در دولت دوازدهم، ۱۲۲۱ سایت نمایشگاهی در متراژ ۳۵ میلیون مترمربع در کشور فعالیت دارند. علاوه بر این، در این صنعت ۴۲ میلیون یورو ارز در گردش است و اشتغال‌زایی ۶۸۰ هزار نفری را می‌توان از دستاوردهای آن به حساب آورد. در ابعاد جهانی نیز کمک ۸۰۰ میلیارد دلاری صنعت نمایشگاهی به اقتصاد موضوعی انکارناپذیر است. آلمان میزبان بزرگترین نمایشگاه‌های دنیاست و دو سوم نمایشگاه‌های معتبر دنیا در این کشور برگزار می‌شوند. بزرگترین نمایشگاه‌های سالانه و کنگره‌های اقتصادی در این کشور در شهرهایی مثل هانوفر، مونیخ، فرانکفورت و برلین برگزار می‌شوند. ظرف ۳ سال گذشته و به‌دنبال همه‌گیری کووید-۱۹ در سطح جهان از دسامبر ۲۰۱۹ در بسیاری از کشورها از جمله صنعت نمایشگاهی و گردشگری کشور ایران دچار خسارات جبران‌ناپذیری شده است. هرچند کیفیت برگزاری نمایشگاه‌های آنلاین همانند نمایشگاه‌های حضوری نیست.



## مهم‌ترین مطالبات تولیدکنندگان لوازم خانگی در جلسه هم‌فکری با مدیران شرکت فولاد مبارکه

فرآیند در عرضه عمومی، ۵۰ درصد به صورت نقدی و ۵۰ درصد به صورت اعتباری بوده است. در ضمن، در عرضه اختصاصی شرایط اعتباری توسط فولاد مبارکه تثبیت شده است. وی ادامه داد: همچنین، فولاد مبارکه آمادگی فروش اعتباری سه ماهه را نیز دارد.

معاون فروش و بازاریابی شرکت فولاد مبارکه با اشاره به خواسته‌ی تولیدکنندگان مبنی بر مدیریت عرضه برای واحدهای کوچک، گفت: محدودیت فنی برای کف سهمیه (۵۰ تن) وجود دارد، ولی این واحدها می‌توانند نیاز خود را از کالاهای انباری (STOCK) جبران کنند.

وی خاطرنشان کرد: لید تایم در ورق گالوانیزه به دلایلی از جمله قطعی برق و گاز و رعایت کف عرضه از طرف شرکت فولاد مبارکه در نظر گرفته شده است.

جوانبخت در پایان گفت: تمام تلاش ما این است که بتوانیم با اطلاع از نقطه‌نظرات مشتریان شرکت فولاد مبارکه نظرات آن‌ها را عملیاتی کنیم تا بتوانیم فولاد مبارکه بتواند رضایتمندی بیشتری را در عرضه محصولات و ورق‌های فولادی برای صنعت لوازم خانگی در کشور کسب کند.

به گزارش دنیای معدن به نقل از ایراسین، ابراهیم نوری، معاون بهره‌برداری محصولات تولیدی شرکت امرسان، نیز در این نشست گفت: صادرات محصولات ایرانی به بازارهای خارجی و رقابت با محصولات شرکت‌های ساسونگ و ال‌جی از برندهای معتبر جهانی برای ما اهمیت زیادی دارد و کیفیت ورق‌های فولادی می‌تواند در فروش محصولات ایرانی در بازارهای صادراتی بسیار تأثیرگذار باشد.

وی افزود: خوشبختانه تولید ورق‌های فولادی در شرکت فولاد مبارکه همواره رو به بهبود بوده و با بسته‌بندی حمل و نقل مناسب و نحوه انبارداری می‌تواند در کیفیت تولید لوازم خانگی در کشور تأثیرگذار باشد.

جعفری، مدیرعامل شرکت ارکان‌نوین توسعه یکتا، در این همایش گفت: ورق‌های فولادی نخستین نیاز تولیدکنندگان لوازم خانگی است و تقاضای ما این است فولاد مبارکه نگاه ویژه‌ای به صنعت لوازم خانگی در عرضه ورق‌های مورد نیاز داشته باشد.

جلسه «هم‌فکری و تبادل نظر بین شرکت فولاد مبارکه اصفهان و تولیدکنندگان لوازم خانگی درباره بهینه‌سازی تامین نیاز ورق‌های تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی» با حضور دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه، معاون فروش و بازاریابی و دیگر مدیران این شرکت و همچنین تعدادی از شرکت‌های عضو انجمن، در هتل اسپیناس پالاس سعادت‌آباد برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در این جلسه، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به اینکه لازم است میزان عرضه در رینگ اختصاصی با قیمت کشف‌شده به حد کافی باشد تا رقابت حداقلی شکل بگیرد، گفت: همچنین، ضرورت دارد سقف بهین‌یاب در عرضه اختصاصی مشابه عرضه عمومی برداشته شود.

عباس هاشمی با اشاره به لید تایم‌های بلند ورق گالوانیزه، تأکید کرد: این امر موجب خرید زودهنگام و بلوکه‌شدن نقدینگی واحدهای تولیدی می‌شود.

وی افزود: فروش اعتباری به صورت توافقی و مدیریت عرضه برای واحدهای کوچک از دیگر درخواست‌های تولیدکنندگان است.

هاشمی با اشاره مشکلات واحدهای تولیدی، تأکید کرد: در این زمینه، باید عرضه اختصاصی برای ورق گرم انجام شود.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران خواستار این شد که ورق‌های انباری توسط فولاد مبارکه به صورت مستقیم به تولیدکنندگان فروخته شود.

### آمادگی فروش اعتباری ۳ ماهه از سوی فولاد مبارکه

در ادامه این جلسه، معاون فروش و بازاریابی شرکت فولاد مبارکه در پاسخ به درخواست‌های دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، گفت: شرکت بهین‌یاب موجب بروز مشکلاتی در عرضه و تقاضای ورق فولاد شده است.

طهمورث جوانبخت با اشاره به اینکه فولاد مبارکه از آذرماه سال جاری، عرضه ترکیبی را در پیش گرفته است، افزود: در عرضه اختصاصی، ورق برای واحدهای تولیدی لوازم خانگی عرضه شده و عمدتاً معامله به قیمت پایه انجام گرفته است.

باقری از شرکت دونار خزر، نیز در نشست یادآور شد: نیروی انسانی زیادی در صنعت لوازم خانگی کشور فعال هستند و تعیین سهمیه اندک تولیدکنندگان لوازم خانگی را با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌سازد.

سلطانی از شرکت کاوه‌افروز بناب نیز در این همایش خواستار افزایش مدت خریدهای اعتباری از شرکت فولاد مبارکه به مدت ۶ ماه شد و افزود: مهم‌ترین مسأله اکثر تولیدکنندگان لوازم خانگی در کشور خرید محصولات فولادی از بورس است که باعث شده که ما مستقیماً نتوانیم از شرکت فولاد مبارکه خرید کنیم، لذا اگر شرایطی فراهم شود که مستقیماً بتوانیم محصولات خود را از شرکت فولاد مبارکه خریداری کنیم، بخشی از مشکلات خرید ورق و محصولات فولادی صنعت لوازم خانگی از بورس برطرف می‌شود.

وی گفت: تعیین سهمیه ۴۰ و یا ۸۰ تن برای یک کارخانه بزرگ تولید کننده لوازم خانگی بسیار کم است و این فقط ۳ یا ۴ روز تولید ما را تأمین می‌کند، لذا اگر بتوانیم سهمیه تولیدکنندگان را افزایش بدهیم، شرایط مناسبی برای ما به وجود خواهد آورد، چراکه با کمبود محصولات ما مجبور می‌شویم ورق‌های مورد نیاز خود را از بازار آزاد با قیمت بالا خریداری کنیم که این در هزینه تمام‌شده قیمت تولید بسیار مؤثر است.

### تولید و عرضه بیش از ۵۰۰ گرید فولادی

در ادامه این جلسه، مدیر متالورژی و روش‌های تولید شرکت فولاد مبارکه گفت: هم‌اکنون فولاد مبارکه بیش از ۵۰۰ گرید فولادی در حوزه‌های مختلف لوازم خانگی، خودروسازی، لوله‌سازی، صنایع قوطی‌سازی و ... تولید می‌کند. علیرضا مولوی‌زاده اظهار کرد: برای استفاده صحیح از هر گرید فولاد مبارکه، مشتریان این شرکت می‌توانند از خدمات مشاوره فولاد مبارکه در این زمینه استفاده کنند.



وی با بیان این که در صورتی که سفارش‌گذاری‌ها به درستی انجام شود، مشکلات مشتریان به حداقل می‌رسد، افزود: از آنجا که فولاد مبارکه قابلیت تولید محصولات تجاری، کششی، فوق کششی و استحکام بالا را دارد، بنابراین این شرکت می‌تواند تولید محصولات کیفی ویژه را در دستور کار خود قرار دهد.

مدیر متالورژی و روش‌های تولید شرکت فولاد مبارکه خاطر نشان کرد: خوشبختانه شرکت فولاد مبارکه از نظر تیرانس‌های ابعادی در خواستی مشتریان مطابق با استانداردهای بین‌المللی را در ۲ حالت تیرانس نرمال و تیرانس ویژه می‌تواند محصولات خود را به مشتریان عرضه کند.

وی با بیان این که فولاد مبارکه از توانمندی شرکت‌های زیر مجموعه خود برای تأمین خواسته مشتریان در تولید محصولات جدید استفاده خواهد کرد، اذعان داشت: در این راستا از مشتریان خود درخواست داریم همه خواسته‌های بلندمدت خود را به همراه تناژ مصرفی به فولاد مبارکه برای تصمیم‌گیری در طرح‌های توسعه این شرکت ارائه کنند.

### نقش فولاد مبارکه در تأمین ورق مورد نیاز تولید

مدیر فروش داخلی شرکت فولاد مبارکه با بیان این که عمده محصولات صنعت لوازم خانگی کشور ورق‌های روغنی، ورق‌های گالوانیزه و ورق‌های رنگی است، گفت: فولاد مبارکه در راستای تأمین این ورق‌های ویژه صنعت لوازم خانگی کشور نقش مهمی برعهده دارد.

محمد تاجمیر ریاحی اظهار کرد: هدف ما از برگزاری سلسله نشست‌های هم‌اندیشی با شرکای کسب و کار در سال تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها، بهبود تعاملات شرکت فولاد مبارکه با تمامی مشتریان در گروه‌های مختلف صنعتی و به‌خصوص صنعت لوازم خانگی کشور به منظور رونق تولید در این بخش مهم است.

وی افزود: براساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته، مقرر شد برنامه‌های شرکت فولاد مبارکه برای مشتریان صنعت لوازم خانگی کشور ارائه و انتظارات آن‌ها نیز از شرکت فولاد مبارکه مورد بحث و بررسی قرار گیرد؛ برنامه‌ریزی برای رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت در جهت تسهیل امور از مهم‌ترین اهداف برگزاری این نشست است.



کودکان معلول ذهنی

موسسه خیریه کهریزک

برای زندگی بهتر نیاز به توجه دارند.

ما را یاری کنید...

۵۰۲۹۰۸۷۰۰۰۶۶۱۴۳۲

شماره حساب بانک توسعه تعاون

موسسه خیریه کهریزک

آسایشگاه معلولین

وسالمندان کهریزک

استان البرز





مرکز پژوهش‌های اتاق ایران منتشر کرد

## فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود در نمایشگاه اکسیو ۲۰۲۰

به این معنا که با توجه به آنکه به دلیل محدودیت‌های موجود، ایران قادر به فعالیت و حضور مستقیم در بازارهای بین‌المللی نیست، اما تمایل امارات به استراتژی صادرات مجدد این فرصت را به وجود آورده است که تاجران ایرانی کالاهای خود را با حاشیه سود کمتر به امارات صادر کنند و از این طریق تا زمانی که محدودیت‌های موجود رفع شود، هم سهم خود در بازارهای بین‌المللی را حفظ کنند و هم از بنیه تولیدی و صادراتی کشور در مقابل تحریم‌ها محافظت می‌کنند.

دوم آنکه آمار تولید ناخالص ملی و تجارت خارجی امارات گویای آن است که ظرفیت‌های بسیار قابل توجهی برای توسعه تجارت با این کشور وجود دارد و با در نظر گرفتن موقعیت جغرافیایی و روابط تاریخی و فرهنگی سطح فعلی مبادلات را به هیچ عنوان نمی‌توان مطلوب ارزیابی کرد. در حال حاضر ایران جزء شرکای اصلی صادراتی و وارداتی امارات به حساب نمی‌آید و حجم تجارت بین دو کشور در مقایسه با آمار کل تجارت خارجی امارات ناچیز است.

## بررسی روابط تجاری دو کشور

در بخش دوم گزارش بر روی روابط تجاری دو کشور تمرکز شده است. به طور مشخص ۵۷/۶ درصد از کل صادرات ایران به امارات به ارزش ۶۵۶ میلیون دلار را نفت خام تشکیل می‌دهد. این در حالی است که هیچ کالای دیگری در این سبد، سهم بالاتر از ۴ درصد ندارد. ۱۵ قلم کالای اصلی صادراتی ایران به امارات در این گزارش بررسی قرار گرفته است.

این آمار از آن حیث می‌تواند برای بازرگانان بخش خصوصی دارای اطلاعات مفیدی باشد که نشان می‌دهد در سطح فناوری و امکانات موجود در کشور چه محصولاتی بیشترین قدرت رقابت‌پذیری در اقتصاد امارات را دارا هستند و با توجه به سهمی که کالاهای ایرانی در این بازار به خود اختصاص داده‌اند، می‌توان نتیجه گرفت که توسعه و افزایش صادرات اقلام مذکور برای بازرگانان بخش خصوصی به مراتب راحت‌تر و کم‌هزینه‌تر از ورود به بازارهایی است که تاکنون کالاهای ایرانی نتوانسته‌اند در آن نقشی ایفا کنند.

در گزارش اخیر مرکز پژوهش‌های اتاق ایران ظرفیت‌های اقتصاد امارات بررسی شده؛ صادرات ایران به امارات، مبتنی بر خام‌فروشی، صادرات با ارزش‌افزوده کم و درجه پیچیدگی پایین است.

در بخشی از این گزارش آمده است: از مهرماه سال ۱۴۰۰ نمایشگاه اکسیو دبی به مدت ۶ ماه در کشور امارات آغاز به کار کرده است. میزبانی این نمایشگاه نه تنها اتفاق مهمی برای اقتصاد امارات و دبی بوده، بلکه به دلیل موقعیت جغرافیایی و روابط فرهنگی و بازرگانی تاریخی بین ایران و امارات، فرصتی طلایی برای فعالان اقتصادی ایرانی نیز به شمار می‌رود. لذا شرکت هیات‌های تجاری ایران در نمایشگاه اکسیو ۲۰۲۰ دبی و رویدادهایی که در حاشیه آن برگزار می‌شود، می‌تواند موجب برقراری پیوند بین فعالان اقتصادی ایرانی و اماراتی را برای افزایش و تسهیل تجارت کالاهای و خدمات دو کشور و سرمایه‌گذاری مشترک بین آنها فراهم آورده و گشایش‌هایی را برای اقتصاد ایران رقم بزند.

در بخش نخست گزارش با استفاده از داده‌های سایت پیچیدگی اقتصادی نسبت به معرفی اقتصاد امارات اقدام شده است. در سال ۲۰۱۹ اقتصاد امارات ۲۴۸ میلیارد دلار صادرات و ۲۳۵ میلیارد دلار واردات را تجربه کرده است و به‌عنوان بیست و چهارمین صادرکننده و بیست و دومین واردکننده بزرگ جهانی از جایگاه قابل توجهی در اقتصاد بین‌المللی و زنجیره‌های ارزش جهانی برخوردار است.

بررسی داده‌های صادراتی و وارداتی این کشور، دو مساله در مورد اقتصاد امارات که می‌تواند برای سیاست‌گذاران ما حائز اهمیت باشد را به روشنی نشان می‌دهد:

اول آنکه اقلام عمده صادراتی و وارداتی امارات هم‌پوشانی بسیار بالایی با یکدیگر دارند و این مساله نشان دهنده آن است که صادرات مجدد نقش ویژه‌ای در اقتصاد امارات دارد. توجه به این نکته از زاویه موقعیت خاص ایران و شرایط تحریمی موجود می‌تواند بسیار برای ایران کلیدی باشد. به عبارتی حداقل در کوتاه‌مدت و تا زمان برطرف شدن کامل محدودیت‌های تجاری و مالی ایران، بخش خصوصی می‌تواند از ظرفیت‌های موجود در اقتصاد امارات برای حفظ حیات تجاری خود استفاده کرده و این کشور به‌عنوان یک سکو برای صادرات کالاهای ایرانی عمل نماید.



بررسی داده‌های موجود نشان می‌دهد که صادرات ایران مبتنی بر خام‌فروشی، صادرات کالاهای با سطح فناوری پایین، ارزش افزوده ناچیز و درجه پیچیدگی بسیار پایین است.

با توجه به جایگاه صادرات مجدد در اقتصاد امارات، انتظار می‌رود فرصت‌های قابل توجهی برای بازرگانان ایران نه فقط در محصولات معدنی و نفتی خام و محصولات کشاورزی، بلکه برای صادرات محصولات با پیچیدگی و سطح فناوری بالاتر که در حال حاضر نیز جزء اقلام صادراتی ایران به‌شمار می‌روند، شرایط خوبی در بازار امارات وجود داشته باشد.

در همین راستا محصولات صادراتی که دارای سهم حداقل ۰۰۱ درصد در سبد صادراتی ایران هستند (ارزش صادراتی بیش از ۲۵ میلیون دلار) و در سال ۲۰۱۹ پیچیدگی بالاتر از صفر دارند و همچنین ارزیابی ظرفیت‌های موجود در اقتصاد امارات برای این کالاها در جدول شماره ۱ مورد بررسی قرار گرفته شده است.

بررسی کالاهای وارداتی امارات نشان می‌دهد که غیر از نفت خام (۲۷۰۹)، شش قلم از کالاهای عمده صادراتی ایران، سهمی بالای ۱۰ درصد در بازار وارداتی آن محصول در امارات دارند: سایر سبزیجات (۰۷۰۹)، سرب خام (۷۸۰۱)، ملون‌ها (۰۸۰۷)، انگور (۰۸۰۶)، ادویه (۰۹۱۰) و سیمان (۲۵۲۳) بهترین عملکرد را به‌لحاظ تصرف بازار وارداتی امارات داشته‌اند.

در این میان سیمان با سهم ۵۵/۱ درصدی از کل واردات امارات، موفق‌ترین محصول به‌شمار می‌آید. با توجه به سهم قابل توجه این شش قلم کالا در واردات امارات، می‌توان برداشت کرد که قیمت تمام شده این محصولات صادراتی ایران، از قدرت رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی برخوردار می‌باشد. بنابراین این فرصت برای سایر بازرگانان و تولیدکنندگان ایرانی نیز وجود دارد که در این بازار نقش فعالی ایفا کنند. از بین این شش قلم کالا، توسعه سه قلم کالا شامل سایر سبزیجات، ملون‌ها و انگور به‌دلیل مشکلات آبی و خشکسالی موجود در کشور با محدودیت تولید مواجه است. سیمان، ادویه و سرب‌خام اما با توجه به ظرفیت‌های تولیدی موجود در کشور، گزینه بسیار مناسبی برای ورود بازرگانان داخلی و توسعه تجارت با امارات به‌شمار می‌روند.

جدول ۱- محصولات صادراتی که دارای سهم حداقل ۰۰۱٪ در سبد صادراتی ایران هستند (میلیون دلار)

ردیف	نام	HS چهار رقمی	صادرات ایران	صادرات امارات	واردات امارات
۱	پلیمرهای استایرن	۳۹۰۳	۲۰۰	۷۶٫۲	۷۹٫۹
۲	پروپولین پلیمر	۳۹۰۲	۶۹٫۵	۱۵۶۰	۲۲۶
۳	خون، واکسن و سرم	۳۰۰۲	۶۷٫۲	۷۹٫۱	۵۳۱
۴	شیشه شناور	۷۰۰۵	۵۴٫۲	۸۲٫۱	۱۱۵
۵	هیدروکربن‌های آسیکلیک	۲۹۰۱	۵۴٫۱	۴۴۳	۴۴٫۳
۶	ماشین آلات پردازش سنگ	۸۴۷۴	۴۹٫۴	۷۶٫۵	۱۴۵
۷	شمش آهن نورد داغ‌دیده	۷۲۱۳	۴۱٫۷	۱۰٫۹	۴٫۷۱
۸	الکیل بنزن‌ها و الکیل نفتالن‌های	۲۸۱۷	۳۴٫۹	۱۹٫۳	۲۴٫۰۷
۹	اجزاء و قطعات و متفرعات وسایل نقلیه موتوری	۸۷۰۸	۲۶٫۳	۱۵۹۸٫۹	۲۲۷۱٫۱
۱۰	سایر مصنوعات ریخته‌گری از چدن، آهن یا از فولاد	۷۳۲۵	۲۵٫۲	۵۹٫۸	۶۳٫۴

داده‌ها نشان می‌دهد که تقریباً در تمامی کالاهای مورد نظر که شامل پلیمرهای استایرن-پروپولین پلیمر-خون، واکسن و سرم- شیشه شناور- هیدروکربن‌های آسیکلیک- ماشین‌آلات پردازش سنگ- شمش آهن نورد داغ‌دیده-الکیل بنزن‌ها و الکیل نفتالن‌ها - اجزا و قطعات و متفرعات وسایل نقلیه موتوری - سایر مصنوعات ریخته‌گری از چدن، آهن یا فولاد می‌شود، کشور امارات هم واردات و هم صادرات قابل ملاحظه‌ای دارد و این ظرفیت در مورد کالاهای مورد نظر در اقتصاد امارات وجود دارد که به عنوان کانالی برای توسعه صادرات کشور در نظر گرفته شود.

در ادامه گزارش آمده است: بر اساس آمار مرکز تجارت بین‌الملل، تراز کل تجارت خدمات و خدمات تجاری امارات در سال ۲۰۲۰، مثبت و به ترتیب معادل ۲/۶ و ۳/۱ میلیارد دلار بوده است. تراز تجارت خدمات امارات در سرفصل‌های مسافرت، حمل‌ونقل، خدمات ساختمانی (فنی و مهندسی)، هزینه‌های استفاده از مالکیت فکری، خدمات مخابراتی، رایانه‌ای و اطلاعاتی، نیز مثبت بوده و تنها در سرفصل کالا و خدمات دولتی معادل ۴۹۰ میلیون دلار منفی شده است.

در سال ۲۰۲۰ بیشترین میزان صادرات خدمات امارات متحده عربی مربوط به سرفصل‌های مسافرت ۲۴/۴ میلیارد دلار، حمل‌ونقل ۱۶/۶ میلیارد دلار و خدمات مخابراتی، رایانه‌ای و اطلاعاتی ۱۶/۶

میلیارد دلار بوده است که با توجه به میزان بسیار ناچیز واردات ایران در همین اقلام، در صورت تمایل فعالان اقتصادی ایرانی به واردات خدمات بیشتر از امارات در سرفصل‌های مشترک، این پتانسیل صادراتی در شرکت‌های اماراتی مهیا می‌باشد.

بیشترین میزان صادرات خدمات ایران در سال ۲۰۱۸ مربوط به سه سرفصل مسافرت ۵۰۲۴ میلیون دلار، حمل‌ونقل ۲۴۷۳ میلیون دلار و خدمات ساختمانی (فنی و مهندسی) ۱۰۷۶ میلیون دلار بوده است. میزان واردات خدمات امارات در سه سرفصل مسافرت، حمل‌ونقل و خدمات ساختمانی (فنی و مهندسی) در سال ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۵، ۸/۳ و ۲ میلیارد دلار بوده است. لذا افزایش صادرات ایران در این اقلام نیز می‌تواند مورد توجه فعالان اقتصادی ایرانی قرار گیرد. افزایش صادرات کشور در این حوزه‌های خدماتی می‌تواند شرایط مساعدی برای بهبود اقتصاد ایران با توجه به سیاست‌های توسعه صادرات غیرنفتی در کشور جهت کاهش تمرکز بر صادرات نفتی و مشتقات آن فراهم سازد. در این راستا تمرکز بر حوزه‌های صادراتی زیر به بازرگانان و هیات‌های تجاری شرکت‌کننده در نمایشگاه اکسپو و نمایشگاه‌های برگزار شده در حاشیه آن توصیه می‌شود: خدمات فنی و مهندسی، حمل‌ونقل، مسافرت، خدمات بیمه و بازنشستگی و خدمات مخابراتی، رایانه‌ای و اطلاعاتی.

جدول ۲- اقلام عمده صادراتی ایران به امارات ۲۰۱۹

رتبه	نام	کد HS	ارزش دلاری	سهم کالا در سبد صادراتی ایران به امارات (درصد)	سهم ایران در کل واردات این کالا به امارات (درصد)	سهم در کل صادرات ایران (درصد)	درجه پیچیدگی
۱	نفت خام	۲۷۰۹	۶۵۶۵۱۷۱۴۹	۵۷،۶	۲۱،۵	۴۹،۴۸	-۲،۸
۲	محصولات پالایشگاهی	۲۷۱۰	۴۳۵۵۹۸۴۳	۳،۸۲	۰،۲۹	۰،۸۹	-۰،۸۷
۳	سایر سبزیجات	۰۷۰۹	۴۱۴۸۰۷۱۳	۳،۶۴	۲۱	۰،۴۵	-۱،۴۲
۴	آهن نورد داغ‌دیده	۷۲۰۸	۳۹۵۹۴۱۸۵	۳،۲۷	۳،۶۷	۰،۳۰	۰،۳۵
۵	سایر اجیل	۰۸۰۲	۳۶۴۵۹۲۹۶	۳،۲	۵،۸۶	۲،۵۲	-۱،۸
۶	سرب خام	۷۸۰۱	۳۰۸۱۶۶۴۲	۲،۷	۳۱،۲	۰،۱۳	-۱،۴۱
۷	عصاره مالت	۱۹۰۱	۱۹۶۹۲۹۳۲	۱،۷۳	۵،۵۲	۰،۱۷	-۰،۱۴
۸	ملون‌ها	۰۸۰۷	۱۸۹۰۷۷۷۱	۱،۶۶	۳۱،۴	۰،۲۲	-۱،۶۴
۹	خرچنگ	۰۳۰۶	۱۷۴۵۱۴۸۸	۱،۵۳	۶،۶۱	۰،۱۶	-۱،۹۹
۱۰	آهن نیمه تمام	۷۲۰۷	۱۵۸۵۵۹۴۱	۱،۳۹	۳،۷۹	۱،۵۰	-۰،۶
۱۱	انگور	۰۸۰۶	۱۴۱۱۹۲۰۹	۱،۳۴	۱۶،۱	۰،۵۵	-۱،۲
۱۲	سیمان	۲۵۲۳	۱۳۸۸۰۹۶۴	۱،۲۲	۵۵،۱	۰،۶۸	-۱،۴۴
۱۳	آبویه	۰۹۱۰	۱۳۳۸۴۰۶۱	۱،۱۷	۱۲،۴	۰،۴۱	-۱،۶۲
۱۴	بلوک‌های آهن	۷۲۱۶	۱۰۸۵۶۷۲۷	۰،۹۵	۴،۷۷	۰،۱۳	-۰،۲۸
۱۵	سیب و گلابی	۰۸۰۸	۱۰۰۸۹۰۵۷	۰،۸۹	۶،۲	۰،۱۰	-۱،۰۶



## در شانزدهمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» بررسی شد چین و روسیه به دنبال ایجاد نظام مالی جدید هستند؟

ترکیه نیز مانند عربستان، در پی دستیابی به اهداف بلندپروازانه اقتصادی خود، تلاش برای افزایش نفوذ سیاسی و تجاری خود در آفریقا را مضاعف کرده و تمرکز ویژه‌ای بر صادرات تسلیحات به این منطقه دارد.

در نشست اخیر این کشور با آذربایجان و گرجستان نیز افزایش چشمگیر حجم تجارت با آذربایجان، به عنوان یکی از اهداف بلندمدت، تا سال ۲۰۳۰ مقرر شد. در این میان عراق نیز به دنبال گسترش اتصالات ریلی با ترکیه است تا ضمن افزایش قدرت رقابت‌پذیری خود در منطقه، موفق به جذب سرمایه‌گذاری خارجی نیز بشود. مسائل مطرح در ذیل عنوان داده‌های تازه شامل گزارش جدید آنکتاد از رشد ۲۳ درصدی تجارت جهانی در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ در مقایسه با سال گذشته، عدم احیای صنعت توریسم در قیاس با دوران پیش از پاندمی کرونا، رشد نامتوازن جهان و ثبت نرخ‌های رشد بالاتر برای کشورهای در حال توسعه در قیاس با جهان توسعه‌یافته است. گزارش جدید سازمان تجارت جهانی نیز از چالش‌های پیش‌روی زنجیره جهانی ارزش و موقعیت کانونی چین و آمریکا در این زنجیره در مقابل حذف ایران از زنجیره‌های ارزش حکایت دارد.

شکل‌گیری بزرگ‌ترین بلوک تجاری جهان با محوریت چین و موقعیت برتر این کشور در حمل و نقل دریایی و نهایتاً گزارش صندوق بین‌المللی پول مبنی بر اوج‌گیری میزان بدهی‌های جهانی در سال ۲۰۲۰ در قیاس با ۵۰ سال گذشته از دیگر موارد مطرح شده در این گزارش است.

### داده‌های تازه

رشد چشمگیر تجارت کالایی در سه ماهه سوم ۲۰۲۱  
گزارش جدید آنکتاد نشان از رشد چشمگیر تجارت جهانی در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ دارد. میزان تجارت کالایی در جهان در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ از مدت مشابه در سال‌های اخیر بیشتر بوده است.

در شانزدهمین گزارش پایش تحولات تجارت جهانی، روابط راهبردی و اقتصادی چین و روسیه و تلاش برای تشکیل یک سیستم مالی مستقل بین دو کشور در شکل‌دهی نظم جدید بین‌المللی بررسی شده است.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در رویکردی تازه انتشار سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی» با هدف بررسی رویدادهای کلیدی در محیط ژئواکونومیک ایران را در دستور کار قرار داده است. در این قالب رویدادهای کلیدی از منظر تاثیرگذاری بر دیپلماسی اقتصادی و موقعیت ژئواکونومیک ایران مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

در شانزدهمین گزارش از این سلسله گزارش‌ها، گلچینی از تحولات اخیر در دو لایه جهانی و منطقه‌ای محیط ژئواکونومیک ایران ارائه شده، و آخرین روندها و پیش‌بینی‌های اقتصادی ارائه شده توسط بزرگترین نهادهای اقتصادی بین‌المللی، در قالب داده‌های تازه مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند.

در بخش اول گزارش و ذیل عنوان تحولات جهانی، روابط راهبردی و اقتصادی رو به گسترش چین و روسیه و تلاش برای تشکیل یک سیستم مالی مستقل بین دو کشور، به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در شکل‌دهی نظم جدید بین‌المللی، در صدر اخبار مطرح شده است.

به نظر می‌رسد این اقدام می‌تواند پاسخی به روند رو به توسعه نظام تحریمی آمریکا علیه چین نیز باشد. از سوی دیگر، استراتژی جدید گازی اروپا مبنی بر کاهش انتشار متان از سوخت‌های فسیلی و جایگزینی هیدروژن مطرح شده که می‌تواند فرصت بالقوه‌ای برای ایران در راستای صادرات هیدروژن به این قاره باشد.

در بخش دوم گزارش و در ذیل تحولات منطقه‌ای، عربستان خیرسازترین کشور منطقه بوده که ضمن تلاش برای توسعه روابط تجاری خود با فرانسه و عمان و امضای چندین یادداشت تفاهم با این کشورها، در حال برنامه‌ریزی و رقابت برای کسب میزبانی اکسپو ۲۰۳۰ نیز هست.

عربستان همچنین تصمیم دارد بزرگ‌ترین پروژه هیدروژنی جهان را در شهر هوشمند نسوم، شهری که به‌عنوان مهم‌ترین پروژه چشم‌انداز سال ۲۰۳۰ این کشور مطرح است، آغاز کند.

البته در این میان کند شدن رشد چین به عنوان مهم‌ترین اقتصاد در حال توسعه هشداردهنده است و بر چشم‌انداز تداوم رشد در ۲۰۲۲ تأثیرات منفی گذاشته است.

افزون بر این رشد بخش‌های مختلف تجارت جهانی نامتوازن بوده است. همان گونه که نمودار نشان می‌دهد تجارت در حوزه انرژی رشد سریعی را تجربه کرده است در حالی که حوزه‌ای مانند خودرو رشد اندکی را تجربه کرده است.

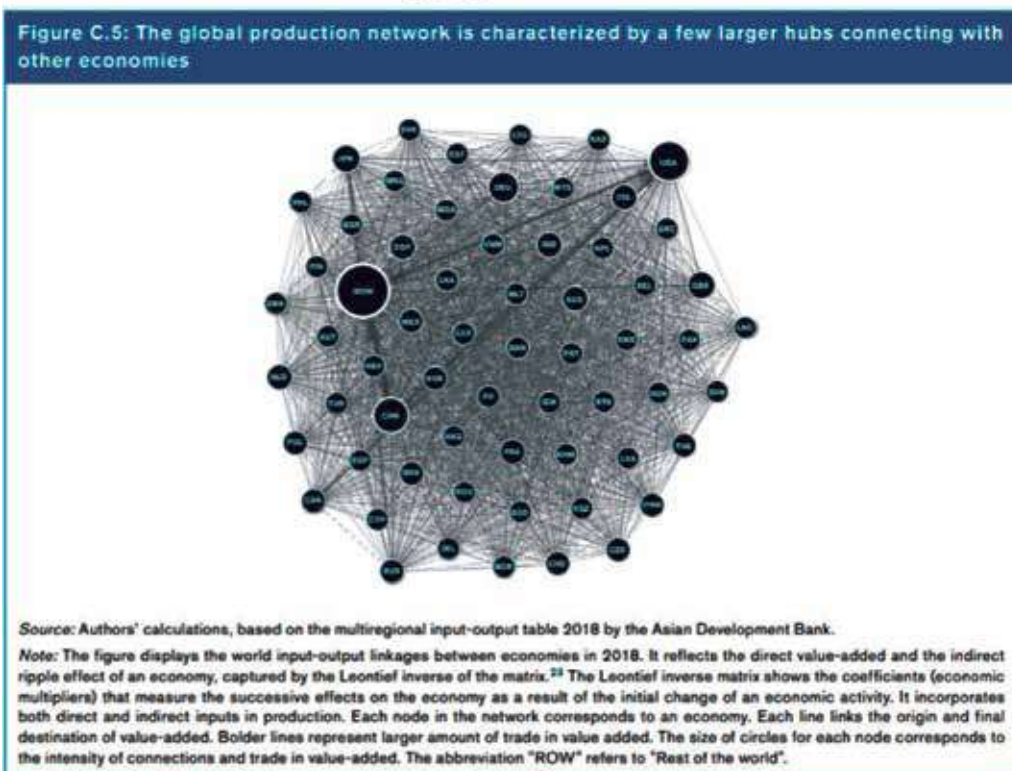
### موقعیت کانونی چین و آمریکا در زنجیره‌های ارزش

در گزارش جدید سازمان تجارت جهانی به طور مفصل به چالش‌های پیش روی زنجیره‌های جهانی ارزش در اقتصاد در هم تنیده جهانی پرداخته شده است. نمودار ذیل به روشنی وضعیت در هم تنیده اقتصاد جهانی از منظر ارزش افزوده و مهمتر از آن موقعیت کانونی چین و آمریکا را نشان می‌دهد. جایگاه کشورهایمانند ترکیه در اقتصاد جهانی جالب توجه است و البته حذف ایران از زنجیره‌های ارزش.

در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ حجم تجارت کالایی در جهان به ۶/۵ تریلیون دلار رسیده است که رکوردی فصلی محسوب می‌شود. بر مبنای برآوردهای آنکستاد حجم تجارت جهانی در ۲۰۲۱ به ۲۸ تریلیون دلار خواهد رسید که ۲۳ درصد نسبت به سال ۲۰۲۰ و ۱۱ درصد نسبت به مدت مشابه پیش از فراگیری کووید ۱۹ افزایش نشان می‌دهد. نکته مهم دیگر در این گزارش آنکه وضعیت تجارت جهانی در سال ۲۰۲۲ چندان قابل پیش بینی نیست. در میان حوزه‌های تجارت خدمات، صنعت توریسم هنوز از آسیب‌های وارده از پیامد کووید رهایی نیافته و رشد آن در قیاس با دوره پیش از بیماری، کاهش یافته است. در حوزه تجارت کالایی، تجارت محصولات مرتبط با حوزه انرژی بیشترین میزان رشد را تجربه کرده‌اند. در نقطه مقابل، صنایع الکترونیک و خودروسازی متاثر از کمبود نیمه رساناها، همچنان در وضعیت رکود مانده‌اند. از منظر منطقه‌ای رشد تجارت نامتوازن بوده و جهان در حال توسعه نرخ‌های رشد به مراتب بالاتری نسبت به جهان توسعه‌یافته تجربه کرده است.

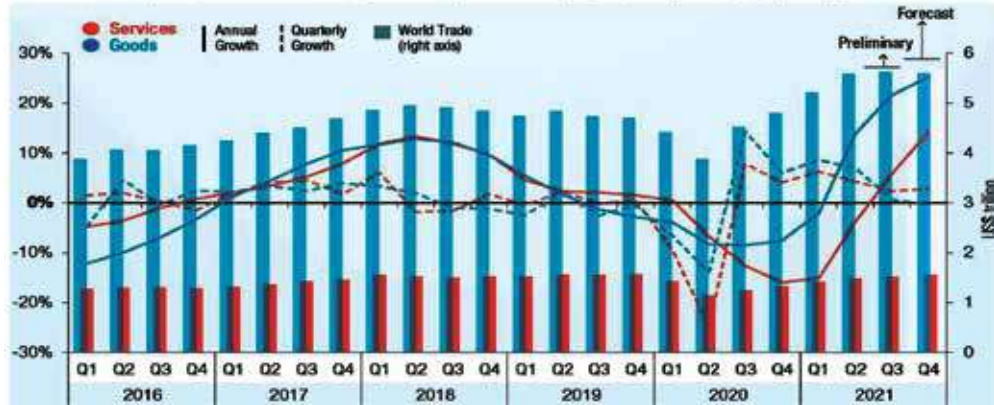
عربستان همچنین تصمیم دارد بزرگ‌ترین پروژه هیدروژنی جهان را در شهر هوشمند نئوم، شهری که به عنوان مهم‌ترین پروژه چشم‌انداز سال ۲۰۳۰ این کشور مطرح است، آغاز کند. ترکیه نیز مانند عربستان، در پی دستیابی به اهداف بلندپروازانه اقتصادی خود، تلاش برای افزایش نفوذ سیاسی و تجاری خود در آفریقا را مضاعف کرده و تمرکز ویژه‌ای بر صادرات تسلیحات به این منطقه دارد.

شکل ۱- شبکه جهانی تولید

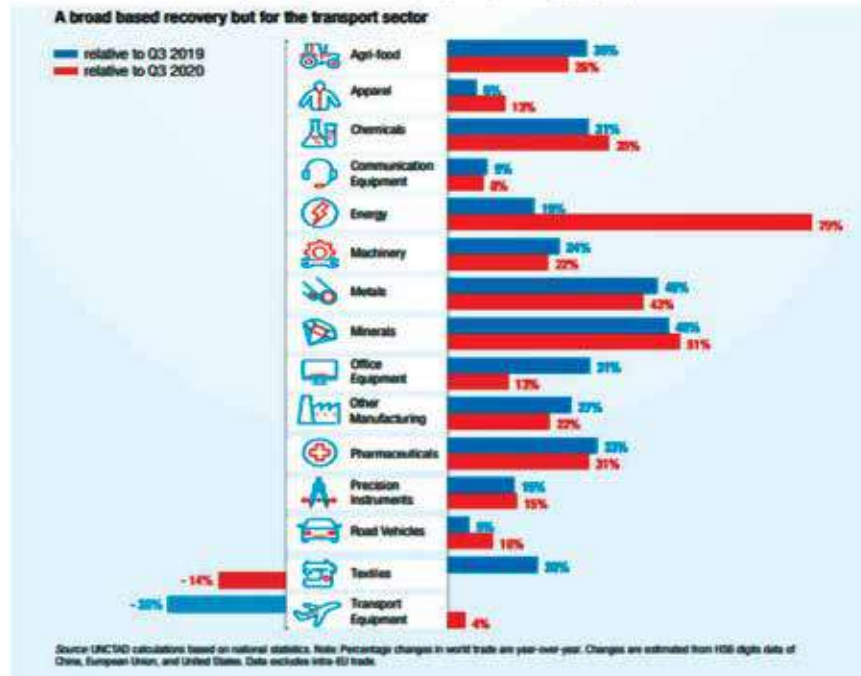




### نمودار ۱- روند رشد تجارت جهانی در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ در مقایسه با سال‌های اخیر



### نمودار ۲- روند احیای بخش‌های مختلف تجارت جهانی





## نگاهی به آمار تولید لوازم خانگی

نزدیک ۷۶۳ هزار دستگاه در مدت مشابه امسال رسید. تولید ماشین لباسشویی و یخچال و فریزر با ۲۶/۸ و ۷/۸ درصد افزایش به ترتیب به نزدیک ۹۱۶ هزار و یک میلیون و ۴۴۶ هزار دستگاه رسید.

### تولید ۹ کالا کاهش یافت

از بین ۲۷ کالای منتخب صنعتی تولید ۹ کالا کاهش داشته که بیشترین کاهش مربوط به الیاف اکریلیک با ۶۳/۴ درصد، سموم دفع آفات نباتی با ۳۴/۱ و الکتروموتور با ۱۷/۲ درصد کاهش بوده است.

کمترین کاهش تولید نیز مربوط به لاستیک خودرو است که تولید آن با ۲/۹ درصد کاهش به ۱۷۳ هزار و ۴۰۰ تن در هشت ماهه امسال رسیده است.

وانت، پودر شوینده، فیبر و نخ سیستم پنبه‌ای نیز از جمله دیگر کالاهایی است که تولیدشان در این مدت کاهش یافته است.

### آمار تولید ۹ ماهه سال ۱۴۰۰

همچنین، آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در ۹ ماهه امسال، تولید یخچال فریزر به یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه، تولید ماشین لباسشویی به یک میلیون دستگاه و تولید تلویزیون به یک میلیون دستگاه رسیده است.

آمار منتشره از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در هشت ماهه امسال از ۲۷ کالای منتخب صنعتی، تولید ۱۸ کالا افزایش یافت و تولید انواع لوازم خانگی با افزایش ۹ درصدی به بیش از سه میلیون دستگاه رسید.

بر اساس این آمار در هشت ماهه امسال تولید کامیون، کامیونت و کشنده بیش از ۵۰ درصد افزایش یافت و با ۷۵/۵ درصد افزایش به ۶۱۷۷ دستگاه رسید. همچنین در این مدت تولید چهار کالا بیش از ۲۰ (تا ۵۰ درصد)، سه کالا ۱۰ تا ۲۰ درصد و ۱۰ کالا کمتر از ۱۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته و تولید ۹ کالا نیز کاهش یافت. در این میان دو کالای دیگری که بیشترین افزایش تولید را داشتند شامل روغن ساخته شده نباتی با ۴۰/۸ و ماشین لباسشویی با ۲۶/۸ درصد افزایش هستند.

تولید روغن نباتی در در هشت ماهه امسال به بیش از یک میلیون و ۳۵۲ هزار تن رسید. تولید روغن در بیشتر ماه‌های سال قبل بیشترین کاهش را نسبت به سایر کالاها داشت.

### افزایش ۹ درصدی تولید لوازم خانگی

در هشت ماهه امسال تولید انواع لوازم خانگی با ۹ درصد افزایش نسبت به مدت مشابه سال قبل به بیش از سه میلیون و ۱۲۵ هزار دستگاه رسید. از بین انواع لوازم خانگی تولید تلویزیون با کاهش ۴/۹ درصدی مواجه بوده و تولید آن از حدود ۸۰۲ هزار دستگاه در هشت ماهه سال گذشته به

ردیف	نام وسیله	تعداد تولید (به هزار دستگاه)
۱	یخچال فریزر	۱۷۰۰
۲	ماشین لباسشویی	۱۰۰۰
۳	تلویزیون	۱۰۰۰

اطلاعیه



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران  
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

## مجاری ارتباطی جدید انجمن

بدینوسیله به اطلاع کلیه اعضای محترم انجمن و سایر مخاطبان می‌رساند  
در راستای روزآمدسازی مجاری ارتباطی رسمی انجمن  
نسبت به ارسال مکاتبات و دیگر تعاملات سازمانی، صرفاً از طریق موارد ذیل اقدام فرمائید.

تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان صابونچی (مهناز سابق)، کوچه مبینی، پلاک ۸



نشانی

۱۵۳۳۶۷۶۴۱۱



کد پستی



۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)



تلفن

۸۸۷۴۴۴۶۳



تعمیر

۰۹۰۱ - ۸۳۱۹۱۶۶



واتساب



۱۰۰۰۰۲۴۲۶



پیامک

[www.ahamiran.com](http://www.ahamiran.com)



وبسایت

[info@ahamiran.com](mailto:info@ahamiran.com)



ایمیل

صنعت پیشران لوازم خانگی کشور



بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی

## مخاطب گرامی؛

روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در نظر دارد، نظر به قدمت ۱۴ ساله انتشار و توزیع نشریه پیک شورا در میان طیف مخاطبان خود شامل: اعضای انجمن و مدیران و مسئولان کلیه دستگاهها و سازمانهای ذی ربط صنعت پیشران لوازم خانگی کشور و نیز در راستای ارتقاء کمی و کیفی و ابعاد محتوایی این رسانه مکتوب دیدگاههای ارزشمند شما مخاطبان گرامی را دریافت و بهره برداری نماید. در این راستا مزید امتنان است در مسیر ارتقاء جایگاه این نشریه، پیشنهادات و نقطه نظرات سازنده خود را به روابط عمومی انجمن منعکس فرمائید.

لطفاً پیش از پاسخ دادن به سوالات زیر گزینه مربوط به خود را انتخاب نمائید:

اعضای انجمن:  محصول سازان  قطعه سازان

غیر اعضای انجمن: .....

۱- ارزیابی شما از انتشار اخبار و گزارشات خبری و تصویری، مصاحبه‌های اختصاصی و اخبار پوشش داده شده صنعت لوازم خانگی در این شماره نشریه پیک شورا چگونه است؟

بسیار خوب  خوب  متوسط  ضعیف  بسیار ضعیف

۲- میزان رضایت شما از محتوای مطالب و مقالات داخلی و خارجی ترجمه شده از منابع مختلف معتبر چقدر است؟

بسیار خوب  خوب  متوسط  ضعیف  بسیار ضعیف

۳- تا چه میزان نشریه پیک شورا را در انعکاس توانمندیها و معرفی ظرفیتهای اعضای انجمن به دیگر اعضا و مخاطبان این نشریه، مفید و اثربخش می‌دانید؟

بسیار زیاد  زیاد  متوسط  کم  بسیار کم

۴- طراحی هنری و صفحه آرای پیک شورا را جهت ارائه مطلوب محتوای نشریه، چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بسیار زیاد  زیاد  متوسط  کم  بسیار کم

۵- ارزیابی کلی شما از سطح کمی و کیفی این شماره از نشریه پیک شورا چیست؟

بسیار خوب  خوب  متوسط  ضعیف  بسیار ضعیف

چنانچه پیشنهادی جهت ارتقاء هر چه بیشتر سطح کمی و کیفی نشریه پیک شورا دارید، مرقوم فرمائید.

لطفاً پس از تکمیل فرم نظرسنجی، تصویر این صفحه را به شماره واتساپ انجمن ارسال فرمائید



۰۹۰۱-۸۳۱-۹۱۶۶







# ics



[www.faradid.org](http://www.faradid.org)  
[info@fda.ir](mailto:info@fda.ir)  
Social Networks : +98 933 0015600  
Tel : +98 21 77121923-6  
Fax : +98 21 77121927

 **FARA DID AFZAR**<sup>®</sup>  
*Inspire the future ...*

# ***EIe*** ***ctron***

*Electronic Board  
Design & Mass Production*

**E** *Systems*  
mbedded

**SMART  
LINK**

**TOUCH  
CONTROL**

**Silent**



# Electronics



**آبسال**  
اونیورسال سابق (تاسیس ۱۳۳۵)

## زمستان امسال با بخاری جدید آبسال

مدل: ۴۰۵

تنوع رنگ



کارخانه و دفتر مرکزی (تهران): نارمک، خیابان هنگام، خیابان دانشگاه علم و صنعت، شماره ۳  
کارخانه ساوه: شهر صنعتی کاوه، خیابان ششم اداره فروش: ۷۷۴۵۵۰۹۵ - ۷۷۴۵۱۰۹۴ (۰۲۱)  
خدمات پس از فروش: ۷۷۲۰۹۰۰۷ (۰۲۱)  
[www.Aabsalco.com](http://www.Aabsalco.com)