

بیک شورا

سال سی و ششم، اسفند ۱۴۰۰

۳۷۶



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

اعلام آمادگی مجدد انجمن صنایع لوازم خانگی ایران:
جهت ارائه و انعکاس نقطه نظرات تخصصی و کارشناسی به دستگاه‌های ذی‌ربط
مروری بر آنچه در صنعت لوازم خانگی در سال ۱۴۰۰ گذشت



PARLAR
SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طوع و نواوری...

ما بزرگترین تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در منطقه هستیم

آدرس: پلینس راه تبریز - تهران، جاده باسطنجک، بلوارک صنعتی شهید - آذربایجان

تلفن: ۰۲۱۵۲۲۱۰۰۰۰ فکس: ۰۲۱۵۲۲۱۱۲۳۴ کدپستی: ۵۴۹۵۴۹۳۵۴

info@parlar.ir

www.parlar.ir



32"

HD
DVB-T2
A+ grade
1366*768
6.5ms
Frameless
BW+BW(BQ)
+2
+3
No
No
No
No

LED

کیفیت تصویر
تویر
کیفیت پتل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع فریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی

HDMI USB DVB T2



43"

FHD
DVB-T2
A+ grade
1920*1080
6.5ms
Frameless
BW+BW(BQ)
+2
+3
No
No
No
No

LED

کیفیت تصویر
تویر
کیفیت پتل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع فریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی

HDMI USB DVB T2



43"

FHD
DVB-T2
A+ grade
1920*1080
6.5ms
Frameless
BW+BW
+2
+3
Yes
Android 11
چهار هسته ای CAS5
1GB
8GB

Smart

LED

کیفیت تصویر
تویر
کیفیت پتل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع فریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی

HDMI USB DVB T2 WIFI 11



50" Smart

UHD
DVB-T2
A+ grade
3840*2160
6.5ms
Frameless
BW+BW(BQ)
+2
+3
Yes
Android 11
چهار هسته ای CAS5
1.5G
16G

ULTRA HD
Ultra High Definition

کیفیت تصویر
تویر
کیفیت پتل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع فریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی

HDMI USB DVB T2 WIFI 11



55" Smart

FHD
DVB-T2
A+ grade
3840*2160
6.5ms
Frameless
BW+BW(BQ)
+2
+3
No
Android
CAS5
1.5G
16G

ULTRA
Ultra High Definition

کیفیت تصویر
تویر
کیفیت پتل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع فریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی

HDMI USB DVB T2 WIFI 11



65" Smart

UHD
DVB-T2
A+ grade
3840*2160
6.5ms
Frameless
BW+BW (BQ)
+2
+3
Yes
Android 11
چهار هسته ای CAS5
1.5G
16G

LED

کیفیت تصویر
تویر
کیفیت پتل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع فریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی

HDMI USB DVB T2 WIFI 11



+98 41 51 61 77 77

www.elevia.ir

THERMOSTATIC
RADIATOR VALVE

دو سال کارانتی

تاکبان

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

%20
Energy Saving

۲۲ ماه کارانتی



TRV

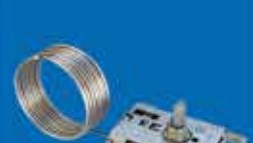
www.takban.com



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 ۱۳۹۰، ۱۳۹۱، ۱۳۹۵
واحد منتخب روز صنعت و معدن سال ۱۳۹۳، ۱۳۹۸، ۱۳۹۹

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

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

امرسان تنها با
ضمانت هیرو سرویس

امرسان

زیبا | پیشرو | مطمئن

سال نو
مبارک ۱۴۰۱



www.emersun.com

☎ 1639

لیمون

لوازم خانه و آشپزخانه

سطل و زمین شوی



AFTER
SALES
SERVICE

دارای خدمات پس از فروش
09129292611
021 56419000

@limonware
www.limonware.com

limon

KITCHENWARE

Homeware And Kitchenware Manufacturer

Top Quality Design And Durable Goods With Best Colors

WALKABLE MOP with pedal

Walkable style,
mini wheels
microfiber pad

NEW
COLOR



سطل و زمین شوی پدال دار

CE



ISO 9001
2008

تلفن: ۰۲۱-۵۵۰۴۴۲۲۰

نمایشگاه دائمی: میدان شوش - خیابان صابونیان - خیابان کاخ جوانان - پاساژ الغدیر - طبقه پنجم - واحد ۵

سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۰۲۲۴۱

تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۵۱۰۴۴۰۰۰



زارساب

ZAR-SAB

Monarch

12Pcs. Extera Nonstick Granite System



HEALTHY
NON-STICK
PFOA HEAVY METAL
NICKEL
FREE

ISI 17/1-PYT CE



+240°C
-40°C

Heat Resistance Silicon Handles Cover
دستگیره های مقاوم در برابر حرارت (سیلیکون)

Good heat diffusion
انتشار یکنواخت حرارت

zarsab

۰۲۱-۸۸۵۰۰۰۹۵

MADE IN IRAN



ناب استیل

با ضمانت ناب رویس

☎ 021-2708

📷 nabsteel

NAB
STEEL

www.nabsteel.ir

کارخانجات چرخ خیاطی ایران
کاجیران

کاجیران، نماد اصالت در صنعت

Electronic Swing Machine

چرخ های سری زیگزاگ، مجهز به تکنولوژی روز دنیا



Rose

چرخ خیاطی الکترونیکی رز
برای اولین بار در ایران



www.kachiran.com
support@kachiran.com

دفتر مرکزی کاجیران: تهران، هفت تیر، خیابان قائم مقام فرامانی، شماره ۲۷



[kachiran.ir](https://www.instagram.com/kachiran.ir)

تلفن: ۰۲۱ - ۴۳۶۰۴ فاکس: ۰۲۱ - ۸۸۸۴۰۶۷۶



Tehran Novin Enamel
Engineering Co.Ltd.

شرکت مهندسی لعاب تهران نوین

لعبکاری قطعات با دستگاه های تمام اتوماتیک

با مصرف بهترین لعاب های روز دنیا



www.tehranenamel.com

وبسایت :

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۴

شماره تماس :

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۲

۰۹۳۵-۸۹۸۹۹۸۱

واحد فروش (زندگی) :





www.homara.ir




| تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه |

KITCHENWARE



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

 @homara_ir

Homara®

www.homara.ir



 @homara.ir



 **دمنده**
DAMANDEH®

با دمنده نفس بکشید



www.damandeh.com
sale@damandeh.com

شماره تماس: ۰۲۱-۳۵۲۷۰۰



لوازم خانگی



اولین ماشین ظرفشویی ۱۰ نفره

با قابلیت قرارگیری به صورت توکار

(Model:WQP10)



تنها ۱۰ نفره در دنیا
اومیزی

A+



استیل سفید سیلور

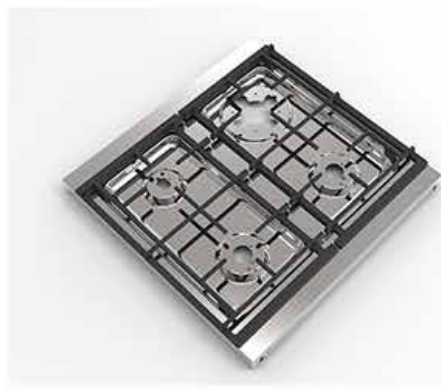


گواهنامه های استاندارد بین المللی



۵-۴۴۴۷۸۵۵۱ (۰۲۱)

مرکز سرویس و اطلاع رسانی:



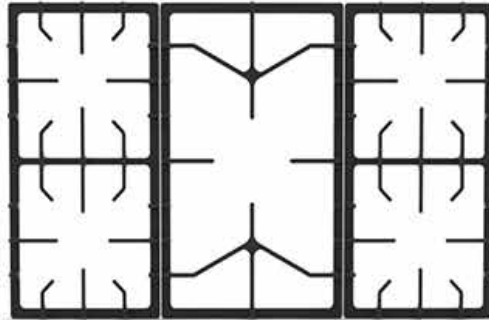
شرکت اریس سازه پارسیان (سناتور)

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





SENATOR



www.senator.co.ir



021-77722282




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

یزدگل

YazdGol

Since 1992

تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه
(ملامین و پلاستیک)

 YazdGolco
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



مرکز ارتباط مشتریان (۲۴ ساعته) ۰۲۱ - ۸۴۷۳۳
بخش خدمات و پشتیبانی www.goldiran.ir

گلدیران
روی خوش زندگی

- ۲ پیام نوروزی محسن خلیلی عراقی
- ۳ پیام نوروزی علیرضا محمدی دانیالی
- ۴ پیام نوروزی عباس هاشمی
- ۵ سخن سردبیر: فرشاد براتی
- ۶ بیانات مقام معظم رهبری (مد)
- ۷ اظهارات عباس ابهری در دیدار با رهبری (مد)
- ۹ یادداشت دبیرکل انجمن
- ۱۰ ارتقای کیفیت قطعه‌سازان؛ رمز حرکت رو به کمال صنعت
- ۱۲ سمینار لزوم غربالگری قطعات الکترونیک
- ۱۴ گفت‌وگوی رئیس اتاق بازرگانی ایران
- ۱۸ حضور چشمگیر کانون در محافل علمی و فناوری
- ۲۳ یادداشت نسیم توکل
- ۲۴ انعقاد تفاهم‌نامه‌ها با هدف هم‌افزایی حداکثری بخش خصوصی
- ۲۸ گفت‌وگو با رئیس کمیسیون صادرات انجمن
- ۳۲ افتخارآفرینان ۱۴۰۰
- ۳۶ یادداشت امیرحسین الماسی
- ۴۰ آنچه در هامکس ۱۴۰۰ گذشت...
- ۴۴ یادداشت سهراب چینی‌فروشان
- ۴۶ گفت‌وگوی دبیرکل انجمن با شاتا
- ۴۷ مقالات انگلیسی
- ۵۲ SGS؛ الگوی کیفیت و امانتداری
- ۵۴ کمیسیون‌های تخصصی انجمن ابزار کارآمد بررسی مسائل روز صنعت
- ۵۶ نمایشگاه‌های استانی
- ۵۹ اعضای جدید انجمن
- ۶۰ ابلاغ دستورالعمل پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز
- ۶۲ برنامه‌ی آموزشی ۱۴۰۱ انجمن
- ۶۶ مقالات فارسی
- ۷۴ اخبار انجمن
- ۷۸ آمار اقتصادی
- ۷۹ اینفوگرافی
- ۸۰ نظرسنجی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی ایران

پیکاشورا

ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سال سی‌وششم / اسفند ۱۴۰۰ / شماره ۳۷۶

■ 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 یحیی‌پور

■ امور هنری و فنی: زهرا یوسف‌پور

■ 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



نهال دشمنی برکن که رنج بی‌شمار آرد

درخت دوستی بنشان که کام دل به بار آرد

شکر و سپاس خالق هستی را که سالی دیگر امکان و فرصت زندگی در این جهان خاکی به این بنده ارزانی داشت تا خدمتگزار مردم و میهنم باشم و بهترین‌ها را برای این ملک و ملت و هم‌هی یاران و عزیزانم آرزو نمایم.

این اولین سال قرن جدید را در شرایطی آغاز می‌کنیم که افق‌های روشن و امیدوارکننده‌تری نسبت به دو سه سال اخیر در آسمان سیاست و اقتصاد میهن‌مان نمایان و گشایش‌هایی در پیچیده‌ترین معضل ملی و مانع توسعه میهن‌مان، یعنی تحریم‌های ظالمانه خارجی، هویدا شده است. متأسفانه دهه آخر قرن قبل، بر اثر اشتباهات و سوءسیاست‌های داخلی و فشارها و ستم‌های خارجی، کمترین توفیق را در بهبودی وضعیت زندگی و کار و معاش مردم عزیزمان داشتیم. تورم و بیکاری بالا و سرمایه‌گذاری و رشد و بهره‌وری اندک، این دهه را به «دهه‌ی از دست رفته» تبدیل کرد. وضعیتی که می‌توانست به گونه‌ای دیگر رقم بخورد و در طی آن بخشی دیگر از مسیر و راه توسعه این سرزمین عزیز پیموده شود. توسعه و پیشرفتی که خواست و آرزوی یکصد و چند ده ساله این مردم از پس از نهضت مشروطیت بوده و جان‌های بسیاری برای تحقق آن به جان‌آفرین تسلیم شده است. اکنون باید از حسرت خوردن دست کشید و با درس‌آموزی از گذشته و درک و تحلیل تاریخ، دست بر زانوان نهاد و همت کرد و بی‌چشمداشت و توقع معجزه و با استعانت از پروردگار متعال، همبسته و متحد و یکپارچه، بنای ساختن و رفع کمبودها و خرابی‌ها را نهاد و از مهم‌ترین آنها آغاز کرد، از خود!

عشق، محبت، دوستی، آگاهی و آزادگی را در درون خود بیش از پیش پرورش دهیم و به اطرافیان خود بیش از گذشته توصیه نماییم. این سرآغاز و گام مهم، با هم‌افزایی دیگران، می‌تواند به هر چه توانمندتر شدن خرد جمعی و ارتقا روحیه ملی منجر شود.

فاصله و شکاف‌ها را از میان برداریم و صلح و آشتی را در روابط و مناسبات خود با دیگران حاکم کنیم. جدایی‌ها و تضادها در بین اعضای خانواده، در بین یاران و همکاران، بین همشهریان و هم‌میهنانمان و بین آحاد جامعه بشری، عامل بدبختی و تباهی است. خود را حق و دیگری را ناحق پنداشتن، مطلق‌انگاری و سیاه و سفید دیدن، عامل این جدایی‌ها و تضادها و اختلافات است.

به‌عنوان یک پیر سالخورده و در نود و سومین سال زندگی، خدمت همه عزیزان عرض می‌کنم، زندگی اگر زیباست و ارزشی دارد، که البته دارد، در با هم بودن، محبت کردن و عشق ورزیدن است. در مهربانی با طبیعت و با آب و گیاه و حیوان؛ در محبت به همسر و فرزندان و اقوام و خویشان و همشهریان و هم‌میهنان و همه انسانهاست که این همه حلقه‌های یک زنجیرند و فراموشی در عشق ورزیدن و عزیز داشتن هر یکی، زنجیره زندگی را می‌گسلد و زنجیر می‌شود بر روح و روان‌مان.

در این آغاز قرن جدید آرزومندم با یاری ایزد متعال و ارتقا شعور و معرفت همه ما، قرنی دیگرگون را شاهد باشیم؛ قرنی سرشار از خوبی و نیکی و پیشرفت و توسعه برای مردم و میهن عزیزمان و آرامش و صلح و دوستی برای جهانیان. چنین باد!

محسن خلیلی عراقی

موسس انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و بنیانگذار گروه صنعتی بوتان



«نوروز بمانید که ایام شما یید»

با دمیدن بهار، شکوفایی گل و سبزه و طبیعت، نوروز این پیام امید و زندگانی و نو شدن و دریدن جامه‌ی کهنگی، یاس و ناامیدی و پوشاندن جامه نو بر بدن و اندیشه، برای ایجاد امید و نشاط در زندگانی، صنعت و اقتصاد را به شما صنعت‌گران بزرگ این میهن صمیمانه تبریک و تهنیت عرض می‌کنم.

با وجود همه سختی‌های ناشی از تحریم‌های داخلی و خارجی، تورم لجام‌گسیخته، رکودتورمی و کاهش قدرت خرید مردم ایران، شما مدیران بزرگ صنعت و مهندسان و کارگران توانستید با افزایش تولید و کیفیت و خدمات، برای تامین رفاه مردم بزرگوار ایران اقدام موثر کنید و این دستاورد بزرگ را خدمت شما بزرگواران تبریک عرض می‌کنم.

در هنگام نوشتن این پیام، مسئولان کشور در حال مذاکره برای نجات برجام و نجات کشور از تداوم تحریم‌ها، جلوگیری از رشد منفی اقتصادی و کاهش قدرت خرید مردم هستند و امیدواریم این تلاش‌ها به نتایج مطلوب مد نظر مردم بزرگوار ایران برسند.

در صورت تداوم تحریم‌ها، وضع کشور و صنعت لوازم خانگی همانند سال‌های اخیر پیش‌بینی می‌شود، در صورت موافقت مجدد ادامه برجام، فرصت‌ها و تهدیدات دیگری را خواهیم داشت که از فرصت‌ها شاید سهولت کسب‌وکار و انجام معاملات بین‌المللی، افزایش نرخ رشد اقتصادی و بهبود نسبی وضعیت مردم و قدرت خرید آنها حاصل شود. تهدیدات برجام نیز ممکن است سبب فریز ارزی، آزادسازی واردات لوازم خانگی شود که لازم است انجمن و همکاران ما در صنعت لوازم خانگی برای مقابله با آنها پیش‌بینی‌های لازم را معمول دارند.

هیات مدیره، دبیرکل و همکاران انجمن باید در کنار مشارکت و مساعدت همه اعضا برای تقویت و انسجام انجمن جهت اثرگذاری در دفاع از منافع صنعت بیش از گذشته اقدام کنند. برای خانواده بزرگ صنعت لوازم خانگی، در سال جدید آرزوی سلامتی و آرامش قلبی و موفقیت‌های بیشتری را از درگاه خداوند متعال مسالت دارم.

با احترام

علیرضا محمدی‌دانیالی

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



«گذر از بحران‌ها با همدلی و همبستگی»

سال ۱۴۰۰ نیز با تمام دغدغه‌ها، تلاش‌ها و سختی‌ها در عرصه اقتصادی کشور به خط پایان رسید؛ اما فرا رسیدن نوروز شروع دوباره‌ای است برای گام برداشتن در مسیر ساختن ایرانی آباد و سربلند.

نوروز که آئینی نیکو و نشانگر تجدید حیات طبیعت است را به تمام صنعتگران به‌ویژه دست‌اندرکاران صنعت پیشران لوازم خانگی و همه‌ی فعالان بخش خصوصی به‌عنوان نمادی از کارایی و بهره‌وری تبریک عرض می‌کنم و امید می‌رود با سر آمدن زمستان سرد و سخت، فعالان اقتصادی اینبار شاهد تغییرات نو و آغاز یک دوره آرامش و مسیری پایدار باشند. در سالی که گذشت؛ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به‌عنوان یک سازمان مردم‌نهاد با ایفای مسئولیت‌های حرفه‌ای و اجتماعی خود در راستای هم‌پوشانی درخواست‌ها، مطالبات و نیازها دست در دست دیگر سربازان خط مقدم تحریم گام‌های سازنده‌ای برداشت تا پایه‌های توسعه واقعی در میهن عزیزمان بنا نهاده شوند.

هرچند در این مسیر وجود سنگ‌های کوچک و بزرگ بی‌شماری همچون رکود تورمی قاچاق، نبود اطمینان از استمرار تامین مواد اولیه، عملکرد جزیره‌ای، سرکوب قیمتی، سیستم پیچیده مالیات و ... امکان فعالیت بهتر و بیشتر را از فعالان اقتصادی سلب کرد و فضای کسب و کار را تنگ و تیره ساخت؛ اما انتظار می‌رود در سال ۱۴۰۱ اراده و عزم راسخ جای آرزو را بگیرد و با ایجاد ثبات اقتصادی بستر لازم جهت برنامه‌ریزی بلندمدت به‌منظور تحقق توسعه پایدار در ایران عزیزمان فراهم شود.

نوروز باستانی حامل پیام همبستگی، یکدلی و همدلی برای همگان است و یقین دارم با تکیه بر این ویژگی می‌توان از این دست بحران‌ها و مسیرهای سنگلاخ گذر کرد. صنعت لوازم خانگی دارای ظرفیت‌های بالایی در زمینه تولید و اشتغالزایی در کشور است و قطعاً با اعمال حمایت‌های بیشتر و تلاش افزون‌تر اعضای محترم انجمن صنایع لوازم خانگی و در نتیجه افزایش انگیزه تولید، به جایگاه والاتری در بین کشورهای همسایه دست خواهد یافت.

در پایان سالی سرشار از سلامتی، سعادت‌مندی و رفاه را برای جامعه بزرگ صنعت لوازم خانگی کشور خواهانم.

نوروزتان پیروز هر روزتان نوروز

عباس هاشمی

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سخن سردیبر

فرشاد براتی

معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



خاک را زنده کند تربیت باد بهار

سنگ باشد که دلش زنده نگردد به نسیم

غیر قابل انکار انجمن‌ها و تشکل‌های ملی نیز به عنوان نقطه همگرایی اعضا خود، حائز اهمیت فراوان است.

ماشین در حرکت اثربخشی این انجمن در کسوت بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور با تمرکز بر هدف راهبردی افزایش و ارتقاء کمی و کیفی صنعت و تعمیق جایگاه تأثیرگذاری، در طول سال ۱۴۰۰ به ایستگاه نوینی رسید و کانون هماهنگی دانش، صنعت بازار لوازم خانگی با تمرکز بر دو مؤلفه نوآوری و فناوری در صنعت و با نظارت عالی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توسط این انجمن تأسیس گردید.

افتخار آفرینی اعضای این انجمن در کسب جوایز ملی در سال جاری نیز خود گواهی بر اهتمام به کیفیت و صحت مسیر ترسیم شده فعالان این صنعت داشته و زمینه سازی حضور و اثرگذاری شرکت‌های دانش بنیان در رفع نیازهای و مسائل فناورانه صنعت لوازم خانگی نیز گواه دیگری بر این مدعا است.

آغاز به کار کارگروه لوازم خانگی ذیل کمیسیون صنایع اتاق معظم بازرگانی ایران نیز ایستگاه نوینی دیگر در مسیر نقش آفرینی این انجمن ملی است و اکنون در واپسین ایام منتهی به حلول سال جدید، با نگاهی گذرا بر کارنامه سال ۱۴۰۰ از ایستگاه آخر این سال نیز گذر می‌کنیم و با آرزوی سلامتی و بهروزی برای یکایک اعضای گرانقدر خانواده بزرگ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و گرامیداشت یاد و خاطره اعضای که از میان رفتند و مسافر آسمانها شدند و با استمداد از الطاف بی‌کران حضرت دوست و به امید روزهایی بسیار بهتر و پربرتر خاصه در بالندگی همه جانبه و مضاعف ایران عزیزتر از جان، دعای سال جدید را بر لبان جسم و جانمان جاری می‌کنیم.

اللهم حول حالنا الی الحسن حال
آمین یا رب العلمین

دیگر بار وزش نسیم روح نواز بهاری بر پهنه جسم و جان طبیعت تشنه رشد و حیات وزیدن گرفته و میل به شکوفایی و انگیزه رویش در دلها طنین انداز شده است. اکنون و در آستانه موسم پر طمطراق ربیع، خداوند سبحان را شکر گزارم که نقشه راه زندگی سعادت‌آفرین اشرف مخلوقات را به دیده معنی گشاده و با بهانه کردن بهار طبیعت و با تأمل و تعمق بر بهار جسم و جان و حس تحول و نو شدن بر سبیل اشارت و طریق امارت، به بهترین شکل پیش چشمانمان به شایستگی ترسیم و هویدا گردانیده است. تأملی

که رشد و پیشرفت همه جانبه فردی را زیربنای تعالی جمعی قرار داده و در سایه این مسیر، نیل به سر منزل موفقیت و فتح قلعه بالندگی ملی را دست یافتنی‌تر می‌نماید.

برگ برگ تاریخ پیشرفت ایران عزیز، همواره مملو از بزرگ مردان و زنانی بوده و امروز نقش آفرینان عرصه خطیر صنعت و خاصه صنایع پیشران کشور نیز در اهتزاز پرچم موفقیت و تعالی بر قلعه این دیار کهن و اصیل خوش می‌درخشند. مسیر پر پیچ و تاب

توسعه صنعتی، خود قصه‌ای پر ماجرا و فراز و فرود داشته و دارد و کارآفرینان و تولیدکنندگان که به حق، خط شکنان این میدان خطیرند، با وجود انواع مشکلات و موانع درونی و بیرونی، همیت و توانمندی خود را در مسیر سازندگی و رفع موانع بسیج نموده و از منظر دیگر نیز چشم به مانع زدایی و پشتیبانی مسئولان امر به عنوان مکمل دیگر نقش آفرینان این میدان خطیر دوخته‌اند.

از این رو است که اندیشه و خرد فعالان بخش خصوصی به عنوان اولین خط شکنان جبهه خطیر بالندگی صنعتی کشور، همواره در جریان تصمیم‌سازی‌های مسئولان امر و جامع‌نگری در سیاستگذاری‌ها و نتیجتاً ثروت آفرینی حداکثری ملی، نقش پیشبرنده‌ای را ایفا نموده و در این میان جایگاه





گزیده‌ای از بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)
در دیدار جمعی از تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی:

سنگر تولید و اقتصاد کشور پابرجاست

سنگر تولید و اقتصاد کشور بحمدالله زنده است، پابرجاست،
آن لشکری که در مقابل دشمن ایستاد شماها بودید،
افسران این دفاع مقدس کارآفرینان و مدیران شایسته‌ی اقتصادی بودند.

من با دخالت مسئولان دولت در فعالیتهای اقتصادی موافق نیستم

دو کار اصلی بر عهده‌ی مسئولان است: اول، مسالهی ایجاد یک نقشه‌ی راهبردی برای مجموع صنعت کشور و به‌خصوص بعضی از صنایع؛ دوم، مدیریت متمرکز، مدیریت و هدایت.
من با دخالت مسئولان دولت و دستگاه‌های دولتی در فعالیتهای اقتصادی موافق نیستم، اما با هدایت، نظارت و کمکشان موافقم. این کار باید حتماً انجام بگیرد.
مسئولان پرتلاش با «ایجاد سند نقشه راهبردی صنعتی» و «مدیریت، هدایت، نظارت و حمایت از تولید» مسیر کاهش و رفع آسیب‌ها و «شتاب گرفتن تولید، اشتغال و پیشرفت کشور» را با تلاش بیشتر ادامه دهند تا آثار این روند در زندگی مردم نمایان شود. ایستادگی تولیدکنندگان در مقابل حمله به اقتصاد و تلاش دشمن برای ممانعت از فروش نفت و گاز، قطع منابع ارزی و برنامه‌ریزی برای مسدودسازی مبادلات خارجی ایران، در واقع جهاد و از بزرگترین عبادت‌هاست. اقتصاد کشور برای عبور از مشکلات و آسیب ندیدن در مقابل تکانه‌های داخلی و خارجی، نیازمند جهش تولید است زیرا جهش تولید با بهبود شاخص‌های اقتصادی همچون اشتغال پایدار، رونق صادرات، درآمد ارزی و کاهش نرخ تورم را به دنبال دارد و استقلال اقتصادی را که ضامن عزت و امنیت ملی و افزایش اعتماد به‌نفس ملی است، به دنبال می‌آورد.



بیانات رهبرانقلاب در
دیدار تولیدکنندگان
(۱۴۰۰/۱۱/۱۰)

مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در دیدار رهبری با تولیدکنندگان مطرح کرد

ایجاد ۴۰۰ هزار اشتغال پایدار و گردش مالی ۶ میلیارد دلاری در صنعت لوازم خانگی

مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در دیدار با مقام معظم رهبری (مد) از ایجاد ۴۰۰ هزار اشتغال پایدار و گردش مالی ۶ میلیارد دلاری در صنعت لوازم خانگی داخلی کشور خبر داد.

به گزارش ایلنا، عباس ابهری در دیدار رهبر انقلاب اسلامی با تولیدکنندگان و فعالان صنعتی، گفت: لوازم خانگی به چند دسته شامل؛ لوازم خانگی بزرگ مانند یخچال و فریزر، لباسشویی، ظرفشویی، لوازم خانگی کوچک و آشپزخانه مانند جاروبرقی، آبمیوه‌گیری، چرخ گوشت، مخلوط‌کن، فر برقی، پلوپز و لوازم خانگی حرارتی-برودتی مانند اجاق گاز و کولرهای آبی و گازی، بخاری برقی و گازی و همچنین قطعه‌سازان و صنایع عمومی و صوتی تصویری شامل قطعه‌سازان کوچک، مجموعه‌سازان، لوازم آشپزخانه خرد و تلویزیون تقسیم می‌شوند.

شروع تا قبل از تحریم وابستگی شدیدی و تامین قطعات داشت و تولیدکنندگان بنابراین بازار کشور عمدتاً در تسخیر بوده است. بنابراین در واردات لوازم داشتیم.

نقطه عطفی برای صنعتگران صنعت ایجاد نوسان در بازار عرضه و تقاضا شرکت‌های خارجی آسیب‌های جدی دیگر، سرازیر شدن کالای غیر مجاز مصرف موجب شد که صنعتگران صرفاً مونتاژکاری، به یک صنعت مولد و در حال رشد است.

ظرفیت‌های موجود داخلی برای تولید از ظرفیت ایجاد شده در مجموعه‌های جوان، کاهش واردات قطعه و ارزیابی نمونه جایگزین از مزایای اتکا و تلاش تکمیل زنجیره تامین با کمک صنایع مواد اولیه و قطعات مورد نیاز نیز رخ



وی تصریح کرد: صنعت لوازم خانگی از به شرکت‌های خارجی از نظر تکنولوژی معدودی در این بازار وجود داشتند. برندهای خارجی و به‌عنوان بازار مصرف خانگی خارجی بیشترین سهم را اما شروع تحریم‌های ظالمانه لوازم خانگی داخل کشور بود. زیرا در اثر خروج و قطع رابطه یکسویه را به مصرف‌کنندگان وارد کرد. از طرف و کم‌کیفیت و بدون گارانتی به بازار لوازم خانگی تغییر رویه بدهند و از پیشران تبدیل شوند که همچنان نیز به گفته وی، خودباوری نسبت به محصولات کیفی و کمی، بهره‌مندی دانش‌بنیان، مهندسان و فارغ‌التحصیلان از طریق مهندسی معکوس یا طراحی برای تولید داخل است. همچنین بزرگ و قطعه‌سازان در جهت تامین داد.

مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران همچنین درخصوص گردش مالی ایجاد شده در این صنعت نیز گفت: هم‌اکنون گردش مالی این صنعت در سال جاری حدود ۶ میلیارد دلار است.

ابهری جهش تولید ۸/۵ میلیون دستگاه به ۱۵/۵ میلیون دستگاه و رشد ۸۷ درصدی را فقط از سال ۱۳۹۸ تا سال ۱۳۹۹، گذر از مرز تولید ۱۲ میلیون دستگاه در ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۰ و پیش‌بینی عبور از مرز ۱۶ میلیون دستگاه، تامین بخش عمده نیاز مصرف داخلی به‌رغم خروج برندهای خارجی از بازار ایران در دوران تحریم، ایجاد اشتغال پایدار و نزدیک به ۳۰۰ هزار شغل که با احتساب شبکه توزیع و خدمات پس از فروش به ۴۰۰ هزار شغل می‌رسد، گسترش خدمات پس از فروش و ایجاد نظام گارانتی روشن در راستای توجه به حقوق مصرف‌کننده و آغاز صادرات لوازم خانگی بزرگ و سرمایه‌های همسایه در گام نخست را از دستاوردهای کوتاه‌مدت صنعتگران تولیدات لوازم خانگی داخلی نام برد.

وی در خصوص برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت صنعتگران لوازم خانگی نیز گفت: افزایش مستمر کیفیت تولید با ارتقای استانداردهای ملی به نرم جهانی، جهت رسیدن به بازارهای صادراتی بزرگتر، ایجاد تنوع محصول مطابق نیاز مصرف‌کننده داخلی با نگاه به تکنولوژی روز دنیا، ارتقای فنی صنعت و تولیدات با تعمیق رابطه با کانون‌های علمی در راستای کاهش مصرف انرژی و عبور از بحران جهانی، ایجاد پلتفرم‌های مشترک قطعات و محصولات با مشارکت قطعه‌سازان دیگر صنایع، با هدف کاهش قیمت تمام شده و رقابت‌پذیری در صادرات برای همه گروه‌های محصولات لوازم خانگی، اصلاح ساختار تامین مواد اولیه از طریق بورس و بازار علی‌الخصوص در مورد فلزات و مواد پتروشیمی، اصلاح نظام توزیع و حذف حلقه‌های واسطه‌ای در جهت تنظیم بازار و قیمت مصرف‌کننده، ارتقای ساختار و شبکه‌های خدمات پس از فروش و گارانتی و تامین حمایت حداکثری از مصرف‌کننده، تامین قطعات یدکی اصلی با گسترش حضور قطعه‌سازان برای بازار پس از فروش، استفاده از تکنولوژی‌های فناورانه نظیر IOT (اینترنت اشیاء) برای هوشمندسازی محصولات لوازم خانگی، طرح جایگزینی محصولات قدیمی با محصولات جدید با هدف ایجاد رونق در بازار، همکاری این صنعت با دیگر صنایع کشور در خصوص تامین مایحتاج ساخت سالانه یک میلیون مسکن مطابق برنامه دولت محترم و مشارکت تولیدکنندگان بزرگ در تامین هزینه ارزان‌قیمت برای زوج‌های جوان در راستای ترویج سنت حسنه ازدواج از برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت این صنعتگران است.

مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران افزود: در پی اعتماد مقام معظم رهبری (مد) و حمایت ویژه ایشان از صنعتگران داخلی، این صنعت نیز در پاسخ به اعتماد رهبری معظم انقلاب، نشان داده است که مجموعه تولیدکنندگان این صنعت توانایی تامین نیاز کشور، آمادگی حضور در بازارهای بین‌المللی را داشته و در صورت ادامه حمایت، اشتغال پایدار و بیشتری را برای کشور ایجاد خواهد کرد؛ همچنان که به‌رغم حجمه‌های وارد شده و رشد تورم بالای ۴۰ درصد در کشور، در این صنعت کمتر از ۱۵ درصد نوسان قیمت ایجاد شده که آن نیز ناشی از تغییر قیمت مواد اولیه بوده است.

ابهری در پایان از رهبری خواست تا به جهت تداوم این موفقیت‌ها، حتی با برداشته‌شدن تحریم‌های ظالمانه، کماکان واردات محصول کامل و ساخته شده در این صنعت به هر شکل، حداقل برای یک دوره ۵ ساله متوقف مانده و حضور شرکت‌های خارجی در این صنعت منوط به سرمایه‌گذاری مشترک، انتقال تکنولوژی و دانش فنی به تولیدکنندگان واقعی و دارای شناسنامه در این صنعت با الزام صادرات بخشی از تولیدات باشد.

همچنین در جهت تسهیل و جلوگیری از رکود تولید، مسیر سبز گمرکی از بنادر به کارخانجات تولیدی ایجاد شده و اصلاح نظام مالیاتی و برداشتن فشار پرداخت مالیات‌های سنگین از روی تولیدکنندگان و منابع مالی کم هزینه با تنفس و بازپرداخت بلندمدت برای سرمایه در گردش تامین شود.



یک پیشنهاد سازنده برای طرحی التهاب‌آفرین



عباس هاشمی

دبیرکل انجمن صنایع
لوازم خانگی ایران

با توجه به تغییرات مداوم بهای نهاده‌های تولید و نبود یک ثبات نسبی در این بخش، قطعاً قیمت کالاها و محصولات تولیدی از این قضیه متأثر خواهد شد. بنابراین، قیمت‌گذاری دستوری یا سیاست‌های سرکوب قیمت و دخالت سازمان حمایت در بحث قیمت‌گذاری از جمله اموری است که طی این سال‌ها تجربه شده و امکان موفقیت آن وجود ندارد.

در حال حاضر، واحدهای تولیدی با توجه به تغییرات مداومی که در بهای نهاده‌های تولید ایجاد می‌شود، قیمت محصولات‌شان را تغییر می‌دهند و نتیجه را به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام می‌کنند، سازمان حمایت نیز پس از بررسی در صورت موافقت نتیجه نهایی را ابلاغ می‌کند. با این وجود، متأسفانه شرایط به گونه‌ای پیش رفته است که با هر تلنگری در مسائل اقتصادی و اجتماعی کشور، سازمان‌های نظارتی به صورت مقطعی در موضوع قیمت‌گذاری ورود پیدا می‌کنند. این امر در بلندمدت به هیچ عنوان جوابگو نیست و خلاقیت را از بین می‌برد. امکان اینکه چنین سیاست‌هایی در درازمدت راهگشا باشند، قطعاً وجود ندارد و تنها راه این است که تعیین قیمت به مکانیزم عرضه و تقاضا و فضای رقابتی سالم سپرده شود.

متأسفانه طی سال‌های گذشته یکی از ایراداتی که وجود دارد این است که قبل از اتخاذ یک تصمیم تمام جوانب آن سنجیده نمی‌شود. اواخر آذرماه امسال، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان از طرح الزام درج قیمت تولیدکننده رونمایی کرد. اگر نگاهی به این فهرست بیاندازید، درمی‌یابید که دربرگیرنده کالاهایی است که هیچ سنخیت و نسبتی با همدیگر ندارند. در کالاهای مصرفی تاریخ انقضای کالا تعیین‌کننده است، بنابراین، فرآیند زمانی تولید و عرضه اینگونه

تولیدات مشخص است؛ اما چرا این طرح در ارتباط با محصولاتی مثل لوازم خانگی قابل اجرا و صحیح نیست؟ باید این موضوع را در نظر داشته باشیم که کالای لوازم خانگی پس از تولید تا مرحله فروش احتمال دارد شاید مدت ۶ ماه در انبار نگهداری شود و این یک امر متعارفی است. اینگونه نیست که امروز یک کالایی مثل ماشین لباسشویی تولید و فردا به فروش برسد، یکی از سوالاتی که مطرح می‌شود این است که آیا تاریخ انقضا در اینگونه تولیدات مفهومی دارد؟ عموماً کالای خریداری شده توسط مشتری از انبار تحویل ایشان می‌شود و این امر اجتناب‌ناپذیر است، با توجه به تغییرات مداوم در مولفه‌های اثرگذار بر تولید مثل نرخ ارز، نرخ تورم، حمل و نقل، انرژی و ... اگر قیمت تولیدکننده بر چنین کالاهایی الصاق شود، مصرف‌کننده با توجه به زمان نسبتاً طولانی زمان تولید تا فروش دچار سردرگمی شده بنابراین، چنین اقدامی نتیجه‌ای جز ایجاد تلاطم و التهاب در بازار و سردرگمی مصرف‌کننده به دنبال نخواهد داشت. متأسفانه کاربرد این طرح کماکان مشخص نیست و به نظر می‌رسد جزئیات آن برای عوامل اجرایی هم معلوم نبوده و فرمت مشخصی برای الصاق برچسب تعریف نشده است. این در حالیست که همین الان هم تولیدکنندگان قیمت تولید را به سازمان حمایت اعلام می‌کنند و همه چیز در سامانه موجود است.

با این وجود، پیشنهاد ما به قائم‌مقام وزیر صمت در امور بازرگانی این بوده که به جای درج قیمت تولیدکننده، عمده‌فروشی و مصرف‌کننده بر روی کالا بهتر است تولیدکنندگان را موظف کنند تا قیمت‌های تولیدکننده، مصرف‌کننده و عمده‌فروشی را در مراکز عرضه کالا در معرض دید خریداران قرار دهند و هر زمان که تغییری در قیمت‌ها به وجود آمد لیست قیمت مراکز عرضه را تغییر دهند. بدین ترتیب، تولیدکنندگان خودشان بر مراکز عرضه نظارت داشته باشند و سایر مراکز عرضه متفرقه هم تحت نظارت اتحادیه توزیع‌کنندگان و فروشندگان لوازم خانگی ملزم به انجام این کار باشند و در نهایت بازرسان هم بر اینکه آیا لیست قیمت در مراکز عرضه موجود است یا خیر؛ نظارت داشته باشند.



ارتقای کیفیت قطعه‌سازان؛ رمز حرکت رو به کمال صنعت لوازم خانگی کشور

از این رو، در نیمه دوم سال ۱۳۹۹ تفاهم‌نامه‌ای با شرکت «بازرسی کیفیت و استاندارد ایران» (ISQI) که یکی از شرکت‌های مجرب در این زمینه بود، منعقد و پس از تهیه، تدوین و بازنگری‌های متعدد در چک لیست ارزیابی در جلسات هیات رئیسه دپارتمان، نهایتاً چک لیست اولیه مصوب و آمادگی انجمن برای ارزیابی کیفی و عارضه‌یابی به منظور ارتقای سطح کیفی محصولات و فرآیندهای اعضای دپارتمان اطلاع‌رسانی شد.

در مرحله اول، ۲۰ شرکت به صورت داوطلبانه برای شرکت در این ارزیابی اعلام آمادگی کردند که طیف متنوعی از تولیدکنندگان قطعات و مجموعه‌ها را شامل می‌شد. این شرکت‌ها در وندور لیست مورد تأیید و وثوق انجمن قرار گرفتند. در ادامه شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، مأموریت یافته است تا پس از انجام عارضه‌یابی، مشاوره لازم جهت ارتقای کیفی را به شرکت‌های قطعه‌ساز ارائه کند تا در آینده‌ای بسیار نزدیک شاهد شکوفایی این شاخه پشتیبان صنعت لوازم خانگی کشور باشیم.

امید می‌رود در سال ۱۴۰۱ با همکاری تمام شرکت‌های قطعه‌ساز عضو انجمن و با ادامه روند ارزیابی و عارضه‌یابی قطعه‌سازان و همزمان با آن، تعامل هیأت رئیسه دپارتمان به‌ویژه آقای مهندس علیرضا عراقی، نایب رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و رئیس دپارتمان قطعه‌سازان با مجامع مختلف از جمله کمیسیون‌های مختلف مجلس شورای اسلامی، کمیسیون‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر نهادهای متولی و پیگیری لازم به منظور رفع مشکلات فراروی قطعه‌سازان لوازم خانگی و تسهیل محیط کسب و کار این قشر از صنعتگران کشور، شاهد خودکفایی کامل کشور در زمینه قطعات و مجموعه‌های لوازم خانگی و جهش کیفی این شاخه از صنعت باشیم.

با توجه به اینکه قطعه‌سازی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور محسوب می‌شود و با عنایت به نقش حیاتی قطعات در کیفیت محصولات نهایی و نبود کمیسیون و مجمع خاصی برای هم‌فکری و بررسی مشکلات و تعیین راهکارهای مناسب در راستای رفع معضلات قطعه‌سازان صنعت لوازم خانگی و ارتقای کیفیت آنها، برای اولین بار در سال ۱۳۹۹ تأسیس «دپارتمان قطعه‌سازان انجمن» در جهت ایجاد ارتباط قوی بین تولیدکنندگان محصول نهایی و قطعه‌سازان و هم‌افزایی در جهت ارتقای کیفیت و ایجاد تشکلی در شاکله قوی‌ترین و تنها تشکل ملی حوزه لوازم خانگی کشور، توسط هیات مدیره انجمن تصویب و طی جلسه‌ای در محل خانه تشکل‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، رئیس و دو نایب رئیس دوره‌ای برای این دپارتمان انتخاب شدند و متعاقب آن آئین‌نامه دپارتمان تدوین شد.

جایگاه قطعه‌سازان صنعت لوازم خانگی که بی‌شک در عرصه کیفیت لوازم خانگی انرژی‌بر، حرف اول را می‌زند، به علت فقدان تشکل یا نهادی خاص همواره دچار نوسان بوده و این دپارتمان به منظور ایفای نقش سخنگوی این قشر از صنعتگران کشور، تأسیس شد. دفاع از حقوق صنفی تولیدکنندگان قطعات و مجموعه‌های لوازم خانگی و ایفای نقش صدای واحد این بخش از صنعت پشتیبان لوازم خانگی از دیگر مأموریت‌های دپارتمان قطعه‌سازان بود که در جلسه اول مورد تأکید قرار گرفت.

از مهم‌ترین درخواست‌های شرکت‌های قطعه‌ساز عضو این دپارتمان، نقش‌آفرینی و محوریت این دپارتمان در ارزیابی، عارضه‌یابی و گریزبندی کیفی قطعه‌سازان بود تا از این طریق علاوه بر شناسایی قطعه‌سازان با کیفیت و معرفی آنان به تولیدکنندگان محصول نهایی، زمینه و انگیزه ایجاد رقابت کیفی بین قطعه‌سازان فراهم و به افزایش عمق ساخت داخل قطعات نیز کمک شود.

از مهم‌ترین درخواست‌های شرکت‌های قطعه‌ساز عضو این دپارتمان، نقش‌آفرینی و محوریت این دپارتمان در ارزیابی، عارضه‌یابی و گریزبندی کیفی قطعه‌سازان بود تا از این طریق علاوه بر شناسایی قطعه‌سازان با کیفیت و معرفی آنان به تولیدکنندگان محصول نهایی، زمینه و انگیزه ایجاد رقابت کیفی بین قطعه‌سازان فراهم و به افزایش عمق ساخت داخل قطعات نیز کمک شود.

پلتفرم آنلاین
ساخت پرسشنامه و نظرسنجی

نظربان

هدف ما در نظربان ایجاد فضایی است که در آن هر فردی بتواند به راحتی و با کمترین هزینه پژوهش‌های خود را انجام دهد و اطلاعات مورد نیاز خود را به دست آورد.

نظربان چه امکاناتی دارد؟

ارزیابی 360 درجه کارکنان



- ارزیابی مدیران
- ارزیابی دپارتمان‌ها
- ارزیابی همکاران
- خودارزیابی
- ارزیابی براساس شاخص‌های سنجش و ...

ارزیابی بازار



- تحلیل رقبا
- سهم بازار
- جایگاه شرکت و ...

برگزاری انتخابات



- تعیین لیست شرکت کنندگان
- احراز هویت شرکت کنندگان
- نتایج لحظه‌ای و ...

نظرسنجی مشتریان



- ارزیابی میزان رضایت مشتری
- ارزیابی برند
- ارزیابی کیفیت محصول
- وفاداری مشتریان و ...



با ما تماس بگیرید

ارائه دستاوردها و هم‌اندیشی متخصصان در سمینار «لزوم غربالگری قطعات الکترونیک»

حائز اهمیت است و درصد بالایی از گزارش‌های واصله از تست قطعات در صنایع بر این موضوع تاکید دارند.

متأسفانه بسیاری از تولیدکنندگان یا صنایع پیشرو در کشورمان با مقوله کنترل کیفیت، تست عملکرد و غربالگری قطعات الکترونیک آشنا نیستند، با اینحال در سطح جهانی تعداد زیادی آزمایشگاه‌های مرجع راه‌اندازی شده‌اند که قطعات را بر اساس استانداردهای بین‌المللی تست می‌کنند و در گزارشات خود مراحل مختلف تست قطعات الکترونیک را نشان می‌دهند.

در همین ارتباط؛ در سمینار «لزوم غربالگری قطعات الکترونیک» با رویکرد ارائه دستاوردها و هم‌اندیشی متخصصان و دست‌اندرکاران بخش دولتی و خصوصی کشور که به دلیل موج جدید شیوع کرونا به بهار سال آینده موکول شد؛ قرار است اساتید و پیشکسوتانی که در حوزه غربالگری قطعات الکترونیک طی ۱۰ سال گذشته فعالیت داشته‌اند، به بررسی و ارائه آخرین دستاوردها، استانداردها و مطالب آموزشی در بخش غربالگری و تست قطعات الکترونیک بپردازند. همچنین، چرایی و لزوم تست و آزمون در مدیریت زنجیره تامین قطعات الکترونیک و مصلحتی که برای تولیدات کشور و از بین رفتن برند ملی با کاهش کیفیت محصولات تمام شده ایجاد می‌شود؛ مورد بررسی قرار خواهند گرفت. این سمینار در بهار سال آتی در محل صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری برگزار خواهد شد.

شرکت قطعه آزمون الکترونیک رسانا از مهرماه ۱۴۰۰ فعالیت خود را در زمینه تشخیص هویت آزمون قطعات الکترونیک آغاز کرد و ماموریت‌اش را مدیریت زنجیره تامین امن، صیانت از امنیت قطعات الکترونیک، جلوگیری از خرابکاری صنعتی و تعیین اصالت و سلامت قطعات الکترونیک در صنایع پیشروی کشور قرار داده است.

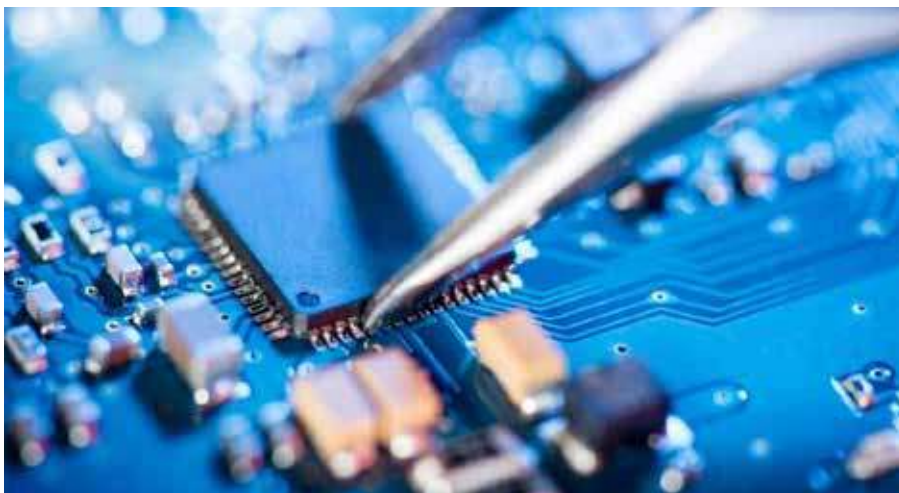
شرکت قطعه آزمون الکترونیک رسانا از همان آغاز به مستندانی دست یافت مبنی بر اینکه بسیاری از قطعات الکترونیک دریافتی از بخش خصوصی و تولیدکنندگان برای تست و آزمون، دارای درصد بالایی از قطعات تقلبی و قطعات ریفریشد هستند؛ لذا تولیدکننده هزینه بالایی را برای قطعات اصل واریز کرده بود، اما در زنجیره تامین به دلیل تحریم ایران و عدم امکان خرید از تولیدکنندگان یا توزیع‌کنندگان اصلی به لحاظ بحث رقابتی که در صنایع مختلف برای بحث قیمت وجود دارد و به خاطر واسطه‌گران و دلالتی که عمدتاً در بازار قطعات الکترونیک استوک در سطح جهانی فعالیت دارند، با وجود پرداخت هزینه‌ی قطعات اصل، قطعات تقلبی دریافت شد.

این امر باعث افت کیفیت سوابق سیستم‌های الکترونیک در صنایع مختلف از جمله خودرو، پزشکی، مخابرات و لوازم خانگی می‌شود و مشکلات بسیاری را در بخش خدمات پس از فروش این محصولات ایجاد می‌کند. بررسی این قضیه در آزمایشگاه‌های غربالگری بسیار



نسیم توکل

رئیس هیات مدیره شرکت تجارت الکترونیک عرش گستر و عضو اتاق بازرگانی تهران





CHIPART

لزوم غربالگری

قطعات الکترونیکی

با رویکرد ارایه دستاوردها و هم اندیشی
متخصصان و دست اندرکاران بخش دولتی و
خصوصی کشور

بهار ۱۴۰۱

مکان: صندوق نوآوری
و شکوفایی ریاست جمهوری



به همراه مراسم
رونمایی از محصول یوما سازی

رئیس اتاق ایران مطرح کرد

تولید صادرات محور در گروهی برطرف سازی شکاف تکنولوژیک در خطوط تولید

غلامحسین شافعی، رئیس اتاق ایران، معتقد است که موفقیت کشور در زمینه تولید اشتغال آفرین و صادرات محور، نیازمند برطرف کردن شکاف میان سطح تکنولوژی خطوط تولید داخلی و جهانی است. مقام معظم رهبری (مد) در دیدار با تولیدکنندگان کشور که روز دهم بهمن ۱۴۰۰ برگزار شد، بر ضرورت توجه به «تولید اشتغال آفرین و صادرات محور» در راستای عبور کشور از مشکلات اقتصادی تاکید کردند. غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، در گفت و گو با پایگاه خبری اتاق ایران، با اشاره به سخنان رهبری، تنها راه عبور از تورم، بیکاری، فقر و همچنین بهبود وضعیت اقتصادی کشور را توجه به این نکته می‌داند و می‌گوید: «ما به عنوان بخش خصوصی امیدواریم که طبق صحبت‌های رهبری، قوای محترم سه‌گانه این سیاست را در اولویت اول خود قرار دهند. به این معنا که هر اقدام و یا دستورالعملی که قرار است در هر کدام از قوای کشور به اجرا در بیاید با این اولویت سنجیده شده که آیا در مسیر تولید صادراتی مانع ایجاد می‌کند یا این فعالیت‌ها را تسهیل می‌کند.»



در صحبت‌های که در این جلسه صورت گرفت، مقام معظم رهبری تاکید ویژه‌ای بر نقش تولید اشتغال آفرین و صادرات محور در راستای عبور کشور از مشکلات اقتصادی و آسیب ندیدن در مقابل تکانه‌های داخلی و خارجی داشتند. نظر شما چیست؟

بله؛ حمایت از تولید و صنایع اشتغال آفرین، دانش‌بنیان و صادرات محور یکی از نکاتی بود که ایشان چندین بار در این جلسه روی آن تاکید کردند. همان‌طور که در صحبت‌های ایشان هم منعکس شده بود، به لحاظ شاخص‌های اقتصاد کلان، کشور به‌ویژه در دهه ۹۰ از شرایط مطلوبی برخوردار نیست و ما با مشکلاتی از قبیل تورم، بیکاری، فقر و نابرابری روبرو هستیم و تنها راه عبور از این مشکلات و بهبود وضعیتی معیشتی و اقتصادی مردم، تولید فناورانه صادرات محور و اشتغال آفرین است که طی سالیان اخیر مرتباً توسط مقام معظم رهبری به آن اشاره شده است و در این جلسه نیز چندین بار مورد تاکید قرار گرفت. ما به عنوان بخش خصوصی امیدواریم که طبق صحبت‌های رهبری، قوای محترم سه‌گانه این سیاست را در اولویت اول خود قرار دهند. به این معنا که هر اقدام و یا دستورالعملی که قرار است در هر کدام از قوای کشور به اجرا در بیاید با این اولویت سنجیده شده که آیا در مسیر تولید صادراتی مانع ایجاد می‌کند یا این فعالیت‌ها را تسهیل می‌کند؟ آیا هزینه‌های تحمیلی به تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی را افزایش می‌دهد یا باعث کاهش آن می‌شود؟ آیا موجب افزایش قدرت رقابت‌پذیری کالاهای صادراتی کشور می‌شود و یا خیر؟ آیا این سیاست در راستای تقویت بخش خصوصی مولد عمل می‌کند یا خیر؟

البته این مسئله بارها هم از جانب کارشناسان و متخصصان اقتصادی کشور و هم از طرف فعالان اقتصادی کشور مورد تاکید قرار گرفته ولی تاکنون و حداقل در

در دیدار اخیر مقام معظم رهبری با فعالان اقتصادی، شما نیز به عنوان یک فعال اقتصادی و رئیس پارلمان بخش خصوصی حضور داشتید. برداشت کلی شما از سخنان ایشان چه بود؟

بله؛ همان‌طور که اشاره کردید رهبر معظم انقلاب در آستانه سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی دیداری با جمعی از تولیدکنندگان و فعالان صنعتی داشتند که به نظر من این دیدار از منظر صحبت‌ها و نکات عالمانه‌ای که مقام معظم رهبری از زاویه مدیریت اقتصادی کشور مورد تاکید قرار دادند، بسیار حائز اهمیت است. نکته‌ای که برای بنده به عنوان یک فعال اقتصادی بخش خصوصی ارزنده بود، تعبیر ایشان از جایگاه کارآفرینان و فعالان اقتصادی بود که آن‌ها را افسران جنگ اقتصادی خواندند و ایستادگی تولیدکنندگان در مقابل دشمن را در واقع جهاد و از بزرگ‌ترین عبادت‌ها معرفی کردند. این اعتبار و جایگاهی که ایشان برای فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان داخلی قائل هستند، به جرات می‌توانم بگویم که در بین مسئولان اقتصادی کشور بی‌نظیر است. بخشی از موانعی که در حال حاضر پیش‌روی تولیدکنندگان و صادرکنندگان وجود دارد، ناشی از همین عدم همبستگی و باور به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های فعالان بخش خصوصی است که انشا... با تاکیدات رهبری، این فضا بهبود پیدا کند. لذا امیدواریم که در انجام اصلاحات اقتصادی، رویکردی اقناعی و مشارکت‌جویانه نسبت به مردم و بخش خصوصی دنبال شود. راه‌حل‌های گذشته پاسخگوی حل مشکلات امروز کشور نیست و در حال حاضر اقتصاد کشور نیز دیگر فرصت و توان حرکت بر اساس آزمون و خطا را ندارد و باید بر اساس نظر کارشناسان و متخصصان حوزه اقتصادی، ریل‌گذاری حرکت اقتصادی کشور را تغییر داد.



مقام اجرا به آن توجهی نشده است. در این راستا باید توجه شود که تولید در اقتصاد کشور از یک ماهیت نظام‌وار برخوردار است، به این معنا که جنبه‌های مختلف ساختار اقتصادی کشور بر روی آن تأثیرگذار است و لذا سیاست‌های جزئی‌نگر نمی‌تواند در این زمینه موفق باشد. به عبارت دیگر، تا زمانی که ما مشکلات کلان حاکم بر اقتصاد کشور را حل نکنیم، تولید به صورت گسترده محقق نخواهد شد. برای نمونه یکی از مهم‌ترین مشکلات ساختاری اقتصاد ایران که فشار سنگینی بر تولیدکنندگان تمامی حوزه‌ها وارد می‌کند، بی‌ثباتی محیط کلان اقتصاد ناشی از دو کانال جهش‌های نرخ قیمت ارز و صدور قوانین و دستورالعمل‌های خلق‌الساعه است. این بی‌ثباتی، در عمل امکان هرگونه برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بلندمدت را از تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی بخش خصوصی سلب کرده است. لذا پیشنهاد بخش خصوصی به دولت در راستای حمایت از تولید آن است که اقدامات مبتنی بر پرهیز از شوک‌درمانی، ثبات بخشی به بازار ارز، کنترل تورم، احترام به حقوق مالکیت بخش خصوصی، تسهیل و ساده‌سازی قوانین و مقررات و درنهایت مشارکت دادن ذینفعان بخش خصوصی و کارشناسان اقتصادی در فرآیندهای تصمیم‌گیری اقتصادی را در دستور کار قرار دهند.

رهبری در صحبت‌های خود دو مأموریت خاص را به دولت محول کردند که عبارت بود از ایجاد سند نقشه راهبردی صنعتی و مدیریت متمرکز و جامع در تصمیمات اقتصادی، به نظر شما انجام این دو مأموریت چقدر می‌تواند باعث بهبود کیفیت نظام تصمیم‌گیری اقتصادی کشور شود؟

کاملاً روشن است که ایشان با برخورداری از یک دیدگاه چندبخشی هم‌افزا و تأکید بر تقویت همه ظرفیت‌های کشور چه دولتی و خصوصی یک رویکرد برنامه‌محور، دورنگر و جامع نسبت به انجام اصلاحات اقتصادی دارند و این مسئله به خوبی در توصیه‌ها و رهنمودهای ایشان بازتاب پیدا می‌کند. ایشان روی دو مورد از مهم‌ترین کانون‌های ناکارآمدی در نظام تصمیم‌گیری اقتصاد کشور دست گذاشته‌اند. بخش خصوصی همواره آسیب‌هایی از بی‌برنامگی سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها در گذشته متحمل شده است. شرایط سخت اقتصادی از قبیل تحریم‌ها، کرونا و تنگناهای مالی دولت، منجر به آن شده که

سیاستمداران عموماً منافع بلندمدت کشور را به نفع ملاحظات کوتاه‌مدت و موقت قربانی کنند. خروجی چنین شیوه تصمیم‌گیری، در قالب بی‌ثباتی و ناهماهنگی سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها و هدر رفتن منابع و سرمایه‌های ملی و نادیده گرفته شدن اولویت‌های توسعه‌ای کشور نمود پیدا کرده است. بنابراین با فرض رعایت الزامات و پیش‌نیازها و با کمک گرفتن از نخبگان اقتصادی و فعالان بخش خصوصی و به دور از نگاه رانتی در طراحی این سند و همچنین پایبندی به اجرای کامل آن، این برنامه می‌تواند با روشن کردن اولویت‌های صنعتی و پیش‌بینی‌پذیر کردن محیط اقتصادی کشور در بازه چندساله، قدمی بسیار مثبتی در راستای بهبود فضای فعالیت برای تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی بخش خصوصی ارزیابی شود.

در مورد محور دیگر یعنی مدیریت متمرکز و جامع در مسائل اقتصادی نیز، این مسئله یکی از مهم‌ترین مطالبات بخش خصوصی طی سال‌های اخیر بوده است. به طوری که همواره فعالان اقتصادی کشور از تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اتخاذ سیاست‌های متفاوت و حتی بعضاً متضاد، توسط دستگاه‌های مختلف دچار آسیب شده‌اند. این عدم مدیریت متمرکز باعث شده است که از یکسو محدودیت‌ها و شوک‌های آنی از طرف نهادهای غیرمتخصص در امور اقتصادی به فعالان اقتصادی کشور وارد شود و از سوی دیگر هیچ نهاد و سازمانی به صورت مشخص مسئولیت مشکلات موجود را به عهده نمی‌گیرد و فضا را برای فرار از بار مسئولیت فراهم کرده است. اتاق ایران در قالب گزارش‌های خود بارها بر مسئله تعیین یک متولی واحد و تعریف مسئولیت‌ها و اختیارات متناسب با آن در حوزه‌های اقتصادی، تأکید داشته است. به عنوان نمونه یکی از پیشنهادات مشخص بخش خصوصی برای حل بخشی از این مشکل این است که وزارت صنعت، معدن و تجارت یا سازمان توسعه تجارت به عنوان متولی اصلی تجارت خارجی کشور انتخاب شود و دولت به صورت متناسب وظایف، مسئولیت‌ها و اختیارات لازم را به عنوان متولی اصلی برای این سازمان تعریف و سایر وزارتخانه‌ها و ادارات را در حوزه مسائل مربوط به تجارت ملزم به هماهنگی با این سازمان کند. این مسئله می‌تواند قدم اول برای اصلاح ساختار نظام تصمیم‌گیری اقتصادی کشور قلمداد شود و در صورت موفقیت نیز به سایر حوزه‌های مدیریت اقتصادی تسری داده شود. بعلاوه این فرصت را ایجاد می‌کند که از طریق سنجش

پیشنهاد بخش خصوصی به دولت در راستای حمایت از تولید آن است که اقدامات مبتنی بر پرهیز از شوک‌درمانی، ثبات بخشی به بازار ارز، کنترل تورم، احترام به حقوق مالکیت بخش خصوصی، تسهیل و ساده‌سازی قوانین و مقررات و درنهایت مشارکت دادن ذینفعان بخش خصوصی و کارشناسان اقتصادی در فرآیندهای تصمیم‌گیری اقتصادی را در دستور کار قرار دهند.



کارآمدی نهاد متولی بر اساس معیارهای مشخصی از قبیل رشد صادرات صنعتی غیرنفتی و رشد صادرات محصولات دانش‌بنیان، زمینه ارتقای مسئولیت‌پذیری و در نتیجه افزایش کارآمدی را در نظام اجرایی کشور فراهم کرد.

در صحبت‌هایتان به اقتصاد دانش‌بنیان اشاره کردید، این مسئله همواره مورد تاکید مقام معظم رهبری بوده و در این جلسه هم مجدداً اهمیت آن توسط ایشان برجسته شد. ارزیابی شما از جایگاه اقتصاد دانش‌بنیان در توسعه کشور و موانع و چالش‌های تحقق آن چیست؟

رهبری در این جلسه توجه ویژه به دانش‌بنیان کردن صنایع و ساختار تولیدات کشور نشان دادند و وضعیت فعلی را نامطلوب دانستند و ارتقای فناوری در ساختار تولیدات کشور را ضروری قلمداد کردند. آمارهای رسمی و واقعیت‌های اقتصادی گویای آن است که دغدغه ایشان کاملاً درست و به‌جا است و مسئولان اجرایی کشور و بخش خصوصی باید این مسئله را در صدر اولویت‌های خود قرار دهند. طبق گزارش‌های رسمی منتشر شده توسط مرکز ملی بهره‌وری ایران، بهره‌وری کل عوامل تولید در ایران بین سال‌های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۹، به‌طور میانگین رشد منفی ۱/۲ درصدی را تجربه کرده که با توجه به انقلاب دانش‌بنیان در سطح بین‌المللی و رشدهای نمایی بهره‌وری در سایر کشورها، این روند یک فاجعه برای اقتصاد ایران به حساب می‌آید. کاهش ارزش پول ملی طی دهه‌های اخیر در کنار تحریم‌های ظالمانه باعث شده که تولیدکنندگان داخلی تا حدودی

همواره فعالان اقتصادی کشور از تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اتخاذ سیاست‌های متفاوت و حتی بعضاً متضاد، توسط دستگاه‌های مختلف دچار آسیب شده‌اند. این عدم مدیریت متمرکز باعث شده است که از یکسو محدودیت‌ها و شوک‌های آنی از طرف نهادهای غیرمتخصص در امور اقتصادی به فعالان اقتصادی کشور وارد شود و از سوی دیگر هیچ نهاد و سازمانی به‌صورت مشخص مسئولیت مشکلات موجود را به عهده نمی‌گیرد و فضا را برای فرار از بار مسئولیت فراهم کرده است.

توان به‌روزرسانی فناوری‌های خط تولید خود را از دست بدهند و این، شکافی بین سطح فناوری تولیدات ایران و جهان به وجود آورده است. این سطح پایین فناوری در کیفیت پایین، قیمت بالا، قدرت رقابت‌پذیر کم و پیچیدگی پایین بازتاب پیدا کرده است. لذا بدون برطرف کردن این شکاف تکنولوژیک با مشارکت بخش خصوصی، قادر نخواهیم بود که کالاهای پیچیده و رقابت‌پذیر در سطح جهانی تولید کنیم و عملاً قادر نخواهیم بود از دستاوردهای اقتصاد دانش‌بنیان نیز بهره‌مند شویم.

در راستای عملی کردن توصیه‌های مقام معظم رهبری، بخش خصوصی چه نقش می‌تواند ایفا کند؟

همان‌طور که در ابتدای مصاحبه اشاره کردم، ایشان رمز موفقیت و مقابله با مشکلات در عرصه اقتصاد را حمایت از تولید فناورانه و صادراتی می‌دانند که توسط بخش خصوصی انجام شود و برای دولت صرفاً نقش مدیریت، هدایت، نظارت و حمایت از تولید را در این زمینه قائل هستند. بنابراین برداشت ما این است که هدف فوق محقق نخواهد شد مگر از کانال تقویت بخش خصوصی مولد. لذا اگر مسئولان اجرایی کشور واقعا در پی عملی کردن رهنمودهای رهبری هستند باید به الزامات و پیش‌نیازهای آن که عبارت است از ثبات بخشی به محیط کلان اقتصادی، تسهیل محیط کسب‌وکار و کاهش هزینه‌های جانبی تحمیلی به تولیدکنندگان و صنعتگران، جامه عمل بپوشانند.





موسسه خیریه کهریزک

آسایشگاه معلولین

و سالمندان کهریزک

اشان البرز



مارا یاری کنید...

کودکان معلول ذهنی کهریزک چشم انتظار مهربانی شما هستند...

۵۰۲۹۰۸۷۰۰۰۶۶۱۴۳۲

شماره حساب بانک توسعه تعاون

در سالی که گذشت؛

حضور چشمگیر کانون در محافل علمی و فناوری

و نوآوری، سومین نمایشگاه تقاضای ساخت و تولید ایرانی (تستا ۱۴۰۰) و جلسه‌ی بررسی روند دانش‌بنیان‌سازی اعضا و فعالان صنعت لوازم خانگی» در محل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از دیگر برنامه‌های کانون در سال ۱۴۰۰ بود.

تدوین نقشه صنعت در کنفرانس مدیریت فناوری و نوآوری

کنفرانس مدیریت فناوری و نوآوری با هدف بررسی چالش‌های این بخش در آذرماه ۱۴۰۰ برگزار شد.

عباس سقایی، دبیر کانون دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی درباره هدف از برگزاری کنفرانس مدیریت فناوری و نوآوری، گفت: هدف از برگزاری این کنفرانس این بود که از متخصصان و مخاطبان حوزه فناوری و نوآوری جهت تدوین نقشه در صنعت لوازم خانگی نظرخواهی شود.



وی افزود: همچنین، چالش‌ها، فرصت‌ها و برنامه‌های نوآوری در صنعت لوازم خانگی در این کنفرانس مورد بررسی قرار گرفت. دبیر کانون دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی اضافه کرد: همچنین سعی شد تا صنعت لوازم خانگی به‌عنوان مخاطب این کنفرانس با مقوله نوآوری همراه شود.

سقایی با بیان این مطلب که تلاشمان بر این بود تا چالش‌های موجود مورد شناسایی قرار گیرند، گفت: در این کنفرانس، چالش‌های مختلف مورد بحث و بررسی اصولی قرار گرفتند و دیدگاه‌های افراد در ارتباط با ضرورت، اهمیت و راهکار مدیریت چالش‌ها شنیده شد.

دبیر کانون دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی همچنین با اشاره به طرح و بررسی مستندات بالادستی شامل برنامه‌ها و استراتژی‌های صنعت لوازم خانگی، اظهار کرد: علاوه بر این، در مستند مشخصی تاب‌آوری رقابت‌پذیری در صنعت لوازم خانگی مربوط به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری مورد بحث قرار گرفت و مشکلات بررسی شدند.

سقایی با بیان اینکه اولین رویداد به‌هم‌رسانی نوآوری‌ها و چالش‌های فناوری لوازم خانگی با محوریت کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی در هامکس ۱۴۰۰ برگزار شد، گفت: تیم ما در این نمایشگاه با صنعتگران گفت‌وگو می‌کرد و در

کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار صنایع لوازم خانگی ایران، با هدف تقویت ارتباط میان صنایع لوازم خانگی ایران و مراکز علمی، پژوهشی و فناوری، نیل به اقتصاد مقاومتی به‌ویژه سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، مصوب ستاد راهبری نقشه جامع علمی کشور در ذیل شورای عالی انقلاب فرهنگی و در اجرای بند دوم از ماده چهارم آیین‌نامه مصوب آن ستاد در خصوص «تأسیس و فعالیت کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار»، به منظور تحقق نقشه جامع علمی کشور، تشکیل شد.

کانون هماهنگی دانش، صنایع لوازم خانگی ایران، نهادی تصمیم‌ساز و تشکلی غیردولتی، غیرانتفاعی و غیرسیاسی است که به‌منظور افزایش همگرایی، همکاری، هماهنگی، تصمیم‌سازی و ارتقای وحدت رویه پیرامون فعالیت‌های بازار، صنعت، دانشگاه‌ها و موسسات و مراکز پژوهشی و فناوری و ارتقای نظام نوآوری بخشی در عرصه توسعه و تولید کالا یا خدمات خاص تخصصی مرتبط با صنایع لوازم خانگی ایران کشور تشکیل شده است. کانون دارای شخصیت حقوقی و استقلال اداری و مالی و عهده‌دار انجام فعالیت‌های تخصصی است. کانون همچنین ملزم به پوشش‌دهی جامعه هدف متناسب با زمینه تخصصی فعالیت خود در سراسر کشور است.

از آنجا که کانون در زمینه تصمیم‌سازی و جهت‌گیری قوانین، ضوابط و دستورالعمل‌های مختلف دستگاه‌های دولتی نقش مهم و موثری ایفا می‌کند، مشارکت و همفکری تمامی دست‌اندرکاران صنایع لوازم خانگی ایران می‌تواند تصویر روشن‌تر و واقعی‌تری از چالش‌ها و نیز راهکارها ارائه کند. در همین راستا، موسسان کانون امید و انتظار دارند تا ذینفعان و فعالان بخش‌های مختلف این حوزه، که حائز دانش، سابقه و تجربه لازم جهت حضور در سطح تصمیمات راهبردی صنایع لوازم خانگی ایران کشور هستند، با عضویت در این نهاد و حضور فعالانه و اثربخش، کانون را در دستیابی به اهداف اساسی خود حمایت و مساعدت کنند.

کانون در نخستین سال تأسیس خود در رویداد به‌هم‌رسانی نوآوری‌ها و چالش‌های فناوری لوازم خانگی در جریان هامکس ۱۴۰۰ حضور بهم رساند که هدف از برگزاری این رویداد به‌هم‌رسانی بین بخش‌های عرضه و تقاضای نوآوری اعلام شد. همچنین حضور در کنفرانس مدیریت فناوری

پژوهشی و فناوریانه، بسترسازی برای تجاری‌سازی یافته‌های پژوهشی و فناوری‌های توسعه‌یافته و همچنین برقراری ارتباط سازنده میان بخش عرضه و تقاضای فناوری عنوان شد که در روز ۲۳ آذرماه آغاز به کار کرد و در ۲۶ آذرماه به پایان رسید. برگزاری سومین دوره از نمایشگاه تستا همزمان با بیست‌ودومین نمایشگاه «دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن‌بازار» و نهمین نمایشگاه «تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران» بود که در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران در سالن ۷ برگزار شد.



کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی نیز در سالن ۷ میزبان شرکت‌های منتخب عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران جهت عرضه محصولات ساخت داخل و دیگر علاقه‌مندان، متخصصان و فعالان صنعت پیشران لوازم خانگی بود.

توزیع ثروت از طریق هم‌افزایی دانشگاه و صنعت

حمیدرضا مهدیان، عضو هیات مدیره کانون دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی، درباره هدف کانون از حضور در نمایشگاه تستا، گفت: از آنجایی که کانون در سال جاری تاسیس شده؛ علاقمند به حضور در حوزه‌ها و عرصه‌های مختلف است تا آشنایی بیشتری با فضای نوآوری و تکنولوژی صنعت کشور رقم خورده و هم‌افزایی بین بازیگران چرخه تولید و نوآوری باعث رشد و پیشرفت صنعت شود.



مهدیان در ارتباط با دستاوردهای نمایشگاه تستا برای کانون نیز، اظهار کرد: شرکت‌هایی که در این رویداد حضور داشتند، با استقبال دو طرفه عرضه‌کننده و متقاضی مواجه شدند؛ برای مثال ۱۸ نفر در قالب عرضه‌کننده و یک نفر به‌عنوان متقاضی به شرکت انرژی مراجعه کردند که به لحاظ آشنایی شرکت با دست‌اندرکاران نوآوری، قطعات و محصولات حائز اهمیت است.

نتایج این رویداد عمدتاً شامل حال شرکت‌های حاضر در این رویداد شد که با عرضه و تقاضا در بخش نوآوری آشنایی پیدا کردند. همچنین، پیرو برگزاری نمایشگاه تستا، جلساتی با حضور اعضای کانون و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز در جهت خطه‌دهی روند رفع نیازهای فعالان صنعت لوازم خانگی برگزار شد.

یک سالن که به‌منظور به‌هم‌رسانی بین بخش‌های عرضه و تقاضای نوآوری اختصاص داده شده بود، مباحث مطرح و نظرات و دیدگاه‌های افراد تجمیع شد. وی ادامه داد: حضور احتمالی برندهای جهانی در کشور، تعدد برندهای کوچک در ایران و راه مقابله با این چالش، بحث زنجیره تامین و ضعف‌های آن، عدم توانایی کیفی در داخلی‌سازی تمام قطعات، بررسی میزان چاپک بودن و توانمندی سیستم نوآوری و به‌طور خاص عدم توجه به نیازهای مشتریان و تمرکز کمتر روی طراحی و موضوعات مشابه از جمله موضوعات و مسائلی بودند که مورد بحث و بررسی قرار گرفتند.

برگزاری نشست تخصصی چالش‌های توسعه نوآوری و فناوری

نشست تخصصی چالش‌های توسعه نوآوری و فناوری در صنعت لوازم خانگی به‌عنوان اولین برنامه روز دوم کنفرانس برگزار شد که عباس سقایی، دبیر پنل، پس از معرفی اعضا، به معرفی کانون هماهنگی دانش و صنعت و بازار لوازم خانگی که در معاونت علمی ریاست جمهوری به منظور انجام رسالت میانجیگری و شناسایی خلاهای فضای هم‌رسانی عرضه و تقاضا تشکیل شده و اقداماتی چون تدوین سند تاب‌آوری این صنعت پرداختند.

کامران باقری نیز به سابقه حضور صنایع مختلف و مقایسه آنها از لحاظ حضور در کنفرانس مدیریت فناوری و نوآوری پرداختند.

حضور کانون در تستا ۱۴۰۰

سومین نمایشگاه تقاضای ساخت و تولید ایرانی (تستا ۱۴۰۰) همزمان با هفته پژوهش و فناوری در ۲۳ آذرماه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، دبیرخانه شورای عالی عتف با همکاری دستگاه‌های اجرایی و با بهره‌گیری از ظرفیت فناوری اطلاعات، نسبت به ایجاد سازوکار جامع، مناسب، پویا، هوشمند و یکپارچه برای اطلاع از نیازمندی‌های پژوهشی و فناوریانه دستگاه‌های اجرایی و جهت دادن فعالیت‌های تحقیقاتی و فناوریانه کشور به سمت نیازمندی‌های احصاء شده، اقدام به برگزاری سومین دوره از نمایشگاه تستا کرد.

هدف از برگزاری این نمایشگاه؛ ارائه نیازهای

برقراری ارتباط بین عرضه و تقاضای موضوعات پژوهش محور

در این ارتباط، دبیر کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار صنایع لوازم خانگی ایران هم به ستاد خبری انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، گفت: بر اساس تصمیم‌گیری صورت گرفته در هیئت مدیره کانون، از شرکت‌های لوازم خانگی درخواست شد تا در سومین نمایشگاه تقاضای ساخت و تولید ایرانی (تستا ۱۴۰۰) حضور داشته باشند.

عباس سقایی با اشاره به اینکه هدف اصلی کانون برای حضور در تستا ۱۴۰۰؛ برقراری ارتباط بین بخش عرضه و تقاضای موضوعات پژوهش محور است، افزود: دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌های بزرگ، پارک‌های علم و فناوری و تعدادی صاحبان کارخانه از وزارت صنعت، معدن و تجارت در این نمایشگاه حضور دارند. همچنین، یک سالن در قالب تجهیزات آزمایشگاهی ایجاد شده است.

دبیر کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار صنایع لوازم خانگی ایران اضافه کرد: در مجموع، موضوعات علمی و مجموعه‌هایی که مبتنی بر علم و فناوری هستند، در تستا ۱۴۰۰ حضور دارند. یک سالن هم به موضوع «تقاضا» اختصاص داده شده است که کارخانجات در آن می‌توانند نیاز فناورانه خود را به شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها، دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها ارائه کنند.

سقایی با بیان اینکه غرفه کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار صنایع لوازم خانگی ایران در بخش «تقاضا»ی تستا قرار دارد، گفت: طبق فراخور انجام گرفته؛ هفت شرکت از جمله سام الکترونیک، امرسان، انرژی، بوتان، فوتون، سدنا و نوآور ارتباط صنعت در این محل حضور دارند. تعدادی از این شرکت‌ها؛ تولیدکننده محصولات لوازم خانگی و دو شرکت قطعه‌ساز هستند.

عضو هیات مدیره کانون دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی تاکید کرد: حضور در چندین رویداد مشتمل بر دو نمایشگاه و یک همایش سبب شد تا کانون با فضای نوآوری کشور بیشتر آشنا شود. امید می‌رود در سال آتی گام‌های دقیق‌تر و موثرتری برای پیشبرد امور صنعت لوازم خانگی برداشته شود.

مهدیان درباره ضرورت هم‌افزایی میان علوم دانشگاهی و صنعت، خاطرنشان کرد: تا به امروز شاهد بودیم که پژوهش‌های دولتی نتیجه مشخصی به دنبال نداشته و در نهایت هم تبدیل به کتابچه شده‌اند. اما، اگر این پژوهش‌ها در بخش خصوصی کلید بخورند؛ همکاری جدی‌تری میان دانشگاه و صنعت شکل خواهد گرفت و به توزیع ثروت، ایجاد رفاه برای سرمایه‌گذار، صنعت لوازم خانگی و جامعه ختم خواهد شد.

عضو هیات مدیره کانون دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی با بیان اینکه مأموریت کانون ایجاد فضای نوآوری در کشور است، در این باره توضیح داد: متأسفانه در کشور ما حوزه نوآوری با مشکلات عدیده‌ای مثل نداشتن حق کپی رایت دست به گریبان است، از این رو شرکت‌ها به سمت سرمایه‌گذاری در این بخش نمی‌روند. اگر سازمانی بخواهد در بخش نوآوری سرمایه‌گذاری کند، باید در به نتیجه رساندن نوآوری و عرضه آن به بازار سرعت بالایی داشته باشد که این امر مهم از سازمان‌های چابک بر می‌آید تا بتوانند نوآوری را در خدمات یا محصولات خودشان لحاظ کنند.

مهدیان در پایان خواستار پرهیز بخش دولتی از صدور و ابلاغ بخشنامه‌های خلق‌الساعه شد و در این باره، گفت: بخش دولتی باید از دخالت‌های خود در امور اقتصادی بکاهد تا اقتصاد و صنعت در مسیر درست خود قرار گیرند.

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 هم‌هنگی 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 هم‌هنگی 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.

ایجاد پلتفرم در حوزه نوآوری

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، 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 نه‌تنها 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 نشد؛ باید بپذیریم که چارچوب، مقررات، تعاریف و ضوابط خاصی تعریف شده است و این به معنای بی‌ارزش بودن تولیدات یک شرکت لوازم خانگی نیست.

دبیر کانون هم‌هنگی دانش، صنعت و بازار صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به اینکه حضور ما در تستا پیرو شرکت در بیست‌ویکمین نمایشگاه لوازم خانگی در قالب فن‌بازار است، توضیح داد: در جریان حضور در نمایشگاه بیست‌ویکم تعدادی تقاضا در بخش لوازم خانگی شناسایی شد. در این نمایشگاه، اولین رویداد به‌هم‌رسانی نوآوری‌ها و چالش‌های فناوری لوازم خانگی و صنایع وابسته برگزار شد که هدف کانون این بود در فضای نوآوری و فناوری، به‌هم‌رسانی مناسبی بین بخش‌های عرضه و تقاضای نوآوری اتفاق بیفتد.

سقایی اضافه کرد: تقاضای ارائه‌شده در نمایشگاه بیست‌ویکم در تستا نیز مطرح شد. در ضمن، قطعات مورد نیاز ساخت داخل از هفت شرکت فوق، جمع‌آوری و در نمایشگاه ارائه شد.

وی در پایان، خاطرنشان کرد: در سومین نمایشگاه تستا، ارتباط خوبی میان دانشگاه‌ها، دانش‌بنیان‌ها و پژوهشگاه‌ها با صنایع ایجاد شده است.

در جلسه «بررسی روند دانش‌بنیان‌سازی اعضا و فعالان صنعت لوازم خانگی» چه گذشت؟

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.

در این جلسه دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و نماینده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در کانون هم‌هنگی 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 هم‌هنگی 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



کانون خواستار حضور دکتر ستاری در غرفه ۴۳ شدند و بدین ترتیب ایشان بازدیدیدی از این غرفه به عمل آوردند.

مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به اقدام دوم، گفت: اقدام دوم هم به برگزاری نشست در اتاق بازرگانی مربوط می شود که با حضور اعضای انجمن و کانون پیش از بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی برگزار شد.

رشد شرکت های دانش بنیان در صنعت لوازم خانگی

مهدی قنادان، رئیس 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 شرکت های لوازم خانگی که می توانند امور مرتبط با دانش بنیان شدن را انجام دهند، به ویژه طی سه سال اخیر که داخلی سازی افزایش یافته، بیشتر شده است.

وی ادامه داد: با اینحال، این شرکت های لوازم خانگی اطلاع دقیقی از مزایا و فرآیند دانش بنیان شدن ندارند و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این مسیر می تواند کمک رسانی کند. اگر اعضای معاونت بتوانند این پروسه را اجرا کنند، اتفاق مبارکی برای صنعت لوازم خانگی رقم خواهد خورد.

سرپرست معاونت نوآوری و تجاری سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: شرکت هایی که قصد دارند محصول خود را به نام محصول دانش بنیان 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 پیاده سازی ویژگی های مورد نظر و تعریف شده برای یک محصول دانش بنیان باشند.

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 بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی بازمی گردد. 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 شرکت های دانش بنیان در نمایشگاه حضور داشتند و برنامه های مختلفی را به مدت چهار روز برگزار کردند.

وی با اشاره به حضور برخی از اعضای معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به ویژه دکتر سورنا ستاری، به عنوان معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، گفت: در این رویداد ملی، هیات مدیره

مهدیان درباره ضرورت هم افزایی میان علوم دانشگاهی و صنعت، خاطر نشان کرد: تا به امروز شاهد بودیم که پژوهش های دولتی نتیجه مشخصی به دنبال نداشته و در نهایت هم تبدیل به کتابچه شده اند. اما، اگر این پژوهش ها در بخش خصوصی کلید بخورند؛ همکاری جدی تری میان دانشگاه و صنعت شکل خواهد گرفت و به توزیع ثروت، ایجاد رفاه برای سرمایه گذار، صنعت لوازم خانگی و جامعه ختم خواهد شد.



حذف ارز ترجیحی با سیاستگذاری هوشمندانه



نسیم توکل
عضو اتاق بازرگانی تهران

شاید بتوان گفت یکی از مهم‌ترین و بحث برانگیزترین اقدامات اقتصادی در سال جاری، تصمیم تک‌نرخ کردن ارز یا اصطلاحاً برنامه حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی است که با شعار حمایت از اقشار آسیب‌پذیر مطرح شده است.

به نظر می‌رسد ایده اولیه اجرای این برنامه تحت تأثیر محقق نشدن اهداف سیاست دولت قبل در کنترل نرخ کالاهای اساسی باشد که به واسطه افزایش ناگهانی قیمت دلار تصمیم گرفته شد برای واردات دارو، تجهیزات پزشکی، آرد، گندم، نهاده‌های دامی و... ارز با نرخی متفاوت از سوی دولت توزیع شود. در همان زمان بخش خصوصی با هشدار درباره تبعات دو نرخی شدن ارز بر پایه تصمیم‌های مشابه پیشین مخالفت خود را اعلام کرده بود.

نباید از نظر دور داشت که دو نرخی شدن قیمت دلار در آن زمان فضا را برای سوءاستفاده گروه‌هایی خاص فراهم کرد و این تصمیم، رانت، ناکارآمدی و فساد مالی فراوانی به دنبال داشت که فشار آن را اقشار مختلف مردم به ویژه گروه‌های آسیب‌پذیر متحمل شدند.

با این حال، حساسیت مسأله قیمت‌گذاری در جامعه، فشار بیش از حد اقتصادی و معیشتی بر دوش مردم و آسیب‌پذیری بالای بخش تولید و صنعت از این ناحیه عواملی هستند که برنامه‌ریزی دقیق، طرح اجرایی مشخص و سیاست‌گذاری بسیار هوشمندانه‌ای برای حذف ارز ترجیحی می‌طلبد.

بر کسی پوشیده نیست که هر گونه تغییر در سیاست‌های ارزی کشور ابتدا تغییر در هزینه‌های تولید کنندگان را سبب می‌شود و به تبع آن مصرف‌کننده از این دامنه متأثر خواهد شد. بالا رفتن بهای تمام شده کالاهای تولیدی در شرایطی که قدرت خرید بیش از ۸۰ درصد جامعه سقوط کرده است، سبب ایجاد رکود بیشتر، سخت‌تر شدن شرایط و افزایش فشار بر اقشار آسیب‌پذیر می‌شود؛ بنابراین هر گونه ایجاد التهاب در بازار کشور می‌تواند پیامدهای خطرناکی به دنبال

داشته باشد.

دولت پیشنهاد می‌دهد که با افزایش مبلغ یارانه نقدی فاصله به وجود آمده را کاهش خواهد داد اما به نظر نمی‌رسد این موضوع تأثیر چندانی در کاهش فشار بر مردم داشته باشد. به‌ویژه اینکه فاصله سطح درآمدی و هزینه‌کرد اقشار مختلف در شرایط کنونی زیاد است و تورم‌زا بودن این تصمیم و شوک آن به بازار سبب بیشتر شدن اختلاف درآمد خواهد شد. همچنین وجود تعرفه‌های وارداتی بالا قیمت کالاهای وارداتی را افزایش خواهد داد و به تبع افزایش قیمت نهاده‌های دامی، دارو، گندم و... قیمت سایر اقلام نیز افزایش خواهد یافت. طبیعی است کالایی که اکنون با ارز ۴۲۰۰ تومانی به کشور وارد می‌شود پس از حذف تعرفه با دلار ۲۶ هزار تومانی وارد خواهد شد و در گروه‌های کالایی حذف شده شاهد جهش شش برابری قیمت خواهیم بود. پس برای اجتناب از وخیم‌تر شدن اوضاع اقتصادی و معیشتی این تصمیم باید به صورت تدریجی اجرا شود.

اگر چه، حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی نکات مثبتی همچون ایجاد رقابت در بخش‌های صنعت و تولید، کاهش تدریجی رانت، افزایش شفافیت، کاهش مداخلات دولت در نظام قیمت‌گذاری و... خواهد داشت اما فراموش نکنیم که از سال ۱۳۹۶ به این سو بخش تولید نتوانسته فرصت‌های مناسبی برای افزایش نقدینگی بیابد و بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط تحت تأثیر این تصمیم قادر به ادامه فعالیت نخواهند بود.

امواج تورمی ایجاد شده پس از حذف ارز ترجیحی به احتمال فراوان سبب ناتوانی بخش زیادی از تولیدکنندگان در تهیه و تأمین کالا به اندازه قبل می‌شود. از این رو، با برهم خوردن چند باره تناسب بین بخش‌های عرضه و تقاضا در اقتصاد ایران سفره بخش‌های متوسط درآمدی کوچک‌تر خواهد شد. افزایش شکاف طبقاتی از دیگر پیامدهای زیان‌بار این طرح هست و از همه مهم‌تر افرادی که به دارو و تجهیزات پزشکی ضروری نیازمند هستند و توان مالی برای تأمین آن با قیمت‌های جدید را ندارند در مراتون بقاء ناکام خواهند شد.

طی سال جاری؛

انعقاد تفاهم‌نامه‌ها با هدف هم‌افزایی حداکثری بخش خصوصی

در راستای برقراری تعاملات و ارتباطات سازنده، انجمن صنایع لوازم خانگی ایران طی سالی که گذشت، با دیگر مجموعه‌های دارای زمینه‌های مشترک همکاری، تفاهم‌نامه‌هایی را به امضاء رساند که در این نوشتار سعی شده به معرفی و اهداف این تفاهم‌نامه‌ها اشاره شود.

تفاهم‌نامه با مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

با هدف توسعه و ارتقای خدمات اطلاع‌رسانی به محققان و سرعت بخشیدن به کاوش‌های علمی و کاربردی در سطح صنایع پیشران کشور از جمله صنعت لوازم خانگی و زمینه‌سازی بهره‌مندی بیشتر پژوهشگران و محققان از اطلاعات علمی، تفاهم‌نامه همکاری فی‌مابین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی منعقد شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی، در حاشیه انعقاد این تفاهم‌نامه، عباس هاشمی، دبیر و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران طی سخنانی درباره ابعاد انعقاد این تفاهم‌نامه گفت: استفاده از ظرفیت‌های مراکز علمی و پژوهشی به منظور تقویت توان علمی بدنه‌ی این صنعت و با توجه به گستردگی طیف مصرف‌کنندگان محصولات متنوع لوازم خانگی کاملاً ضروری است. از این رو، حضور مجموعه‌های اثرگذار علمی نظیر جهاد دانشگاهی و برقراری تعاملات دو سویه بین فعالان صنعت و مراکز علمی و پژوهش‌محور، ارمغان رشد کمی و کیفی محصولات تولید ساخت داخل را موجب خواهد شد.

فاطمه عظیم‌زاده، رئیس مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی نیز در این جلسه، اظهار کرد: خوشبختانه در انجمن صنایع لوازم خانگی نگاه به روز و علمی نسبت به پیشبرد اهداف صنایع لوازم خانگی در کشور وجود دارد و از این رو با هدف استفاده از ظرفیت‌های علمی موجود، بین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی تفاهم‌نامه‌ای منعقد کردیم.

وی افزود: هدف از انعقاد این تفاهم‌نامه؛ حمایت متقابل مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و انجمن صنایع لوازم خانگی از فعالیت‌های دانش‌محور یکدیگر در راستای توسعه و ارتقای سطح صنایع پیشران کشورمان از جمله صنایع لوازم خانگی است. از این رو، وجود ظرفیت بالای پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی که روزانه بالغ بر ۱۰۰ هزار مخاطب از طیف دانشجویان و اساتید دانشگاهی دارد، می‌تواند انعکاس‌دهنده بخشی از چالش‌های حوزه صنعت و فراهم‌سازی انگیزه‌ها در جامعه علمی کشور جهت ارائه‌ی راهکارهای علمی مسائل پیش روی صنعت باشد.

رئیس مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی ادامه داد: در کنار این پایگاه علمی ظرفیت بسیار خوبی در مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی وجود دارد که می‌تواند در برگزاری همایش‌ها و فعالیت‌های علمی که انجمن در آن نقش محوری و هدایتگر دارد، حمایت کرده و در جهت ایجاد پل ارتباطی اصحاب صنعت را با اهالی علم و پژوهش متصل کند.

وی با بیان اینکه باید پل بین صنعت و دانشگاه پر رنگ جدی و عملیاتی‌تر شود، گفت: سال‌هاست که ما در این مورد شعار می‌دهیم اما اگر در این زمینه یک مجموعه صنعتی قدم اول را بردارد، ما هم سعی می‌کنیم در جایگاه خود آنها را یاری دهیم که مساله ارتباط بین صنعت و دانشگاه در عمل به شایستگی تحقق یابد. اگر این اتفاق رخ دهد می‌تواند الگویی برای سایر انجمن‌ها و تشکل‌ها نیز باشد، مضافاً اینکه تجربه کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته نشان داده بخش صنعت این کشورها، هرگز از بخش‌های علمی و دانشگاهی جدا نبوده و ارتباط تنگاتنگ علمی با یکدیگر داشته‌اند.

در ادامه این نشست، فرشاد براتی، معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با ابراز خرسندی از انعقاد این

تفاهم‌نامه، گفت: استفاده از ظرفیت‌های بالای مراکز علمی و دانش‌محور جهت هم‌افزایی و توانمندسازی حداکثری علمی، آموزشی و پژوهشی انجمن و اعضا رشد کمی و کیفی صنعت پیشران لوازم خانگی را در بر خواهد داشت.

وی افزود: یکی از مباحثی که در جلسات مطرح شده و برنامه‌ریزی‌های اجرایی آن در حال انجام است، بهره‌برداری از ظرفیت‌های رسانه‌ای در کنار فضای مجازی است که می‌تواند با تبیین جایگاه و شناسایی و طرح مشکلات لوازم خانگی ایران در صنعت و همراهی و بهره‌گیری از اندیشه اهالی دانش و تحقیقات ضمن ارائه راهکارها و شیوه‌های حل مسائل پیرامونی صنعتگران، نگاهی عمیق به نوآوری‌ها و فناوری‌های نوین محصولات لوازم خانگی داشته و رقابت‌پذیری حداکثری آن در بازار داخلی و خارجی میسر سازد.

تفاهم‌نامه با اقلیم کردستان عراق

در راستای برقراری تعاملات و ارتباطات بین‌المللی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با دیگر مجموعه‌های دارای زمینه‌های مشترک همکاری از کشورهای همسایه، تفاهم‌نامه‌ای در حاشیه‌ی بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۰، فی‌مابین اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان اقلیم کردستان عراق با حضور شیخ مصطفی عبدالرحمن، رئیس این اتحادیه و هیأت همراه و عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با هدف رشد و توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری و توسعه بازارهای صادراتی طرفین منعقد شد.

تفاهم‌نامه با اداره کل استاندارد استان تهران

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در راستای برقراری تعاملات دو سویه و پیش‌برنده، جهت زمینه‌سازی حداکثری رشد و توسعه کمی و کیفی در صنعت لوازم خانگی و استانداردسازی فرآیندها و محصولات این صنعت، تفاهم‌نامه‌ی همکاری را با اداره کل استاندارد استان تهران منعقد کرد. در مراسم عقد این تفاهم‌نامه، محمودرضا طاهری، مدیرکل استاندارد استان تهران و عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، حضور داشتند که این تفاهم‌نامه را در حاشیه بیست و یکمین نمایشگاه

بین‌المللی لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۰ به نمایندگی از مجموعه‌های متبوع خود منعقد کردند.

تفاهم‌نامه همکاری با خانه صنعتکاران ایران

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.

استفاده از ظرفیت‌های مراکز علمی و پژوهشی به منظور تقویت توان علمی بدنه‌ی این صنعت و با توجه به گستردگی طیف مصرف‌کنندگان محصولات متنوع لوازم خانگی کاملاً ضروری است. از این رو، حضور مجموعه‌های اثرگذار علمی نظیر جهاد دانشگاهی و برقراری تعاملات دو سویه بین فعالان صنعت و مراکز علمی و پژوهش‌محور، ارمغان رشد کمی و کیفی محصولات تولید ساخت داخل را موجب خواهد شد.



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 برابر 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.

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 تعداد حداقل ۵۰ عضو از قطعه‌سازان بزرگ هستند.

عباس هاشمی با اشاره به انعقاد قرارداد با شرکت‌های بازرسی و کیفیت‌استاندارد با هدف ممیزی و رتبه‌بندی قطعه‌سازان، ادامه داد: اعتقاد راسخ ما این است که بدون توسعه قطعه‌سازی، امکان توسعه پایدار کل صنعت وجود ندارد.

وی با اشاره به افزایش سهم تولیدکنندگان لوازم خانگی از بازار داخلی، 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.

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.

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.

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 به نظارت بپردازد، قطعاً صنعت راه خودش را به‌درستی طی خواهد کرد. با وجود مداخله‌گری‌های بی‌حدوحصر، قطعاً هم‌افزایی میان انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و خانه صنعتکاران به نفع کل صنعت خواهد بود و موانع برداشته می‌شود.

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 پررنگی داشته باشد تا با ایجاد هم‌افزایی میان تشکل‌های بخش خصوصی این رسالت به‌درستی انجام شود.





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 پررنگی داشته باشد تا با ایجاد هم‌افزایی میان تشکلهای بخش خصوصی این رسالت به‌درستی انجام شود.

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.

وی با اشاره به وجود مشکلات از جمله تامین نقدینگی برای واحدهای صنعتی، خاطر نشان 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.

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 توسعه‌ی 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. 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



رئیس کمیسیون صادرات انجمن تاکید کرد

لزوم همکاری شرکت‌های لوازم خانگی در قالب کنسرسیوم با بازارهای خارجی

ساختار صنعت لوازم خانگی صادرات‌گرا شود



امروز اهمیت توسعه صادرات بر کسی پوشیده نیست؛ از بهبود تراز پرداخت و تراز تجاری و رونق تولید و اشتغالزایی تا افزایش درآمد، کاهش هزینه و ارتقای سطح رقابت‌پذیری و برندسازی شرکت‌ها از جمله مزایایی این مهم محسوب می‌شوند. با اینحال این بخش با چالش‌های فراوانی از جمله نبود یک استراتژی واحد دست به گریبان است.

در همین ارتباط، گفت‌وگوی اختصاصی با محمود استقلال، رئیس کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و موسس باشگاه صادرات آرین (@arin_club) انجام شده است. در ادامه مشروح این گفت‌وگو را می‌خوانید.

یک جلسه هم با حضور یک کارخانه‌دار پاکستانی در بخش لوازم خانگی برگزار شد.

هرچند این دو جلسه را از این منظر که توانسته‌اند ایده تولیدکنندگان و صادرکنندگان ما را کامل کنند کافی نمی‌دانم؛ اما اینکه صادرکنندگان ما به این موضوع پی ببرند که پاکستان یک بازار با فرصت‌های خوب برای همکاری است، یک اتفاق مثبت تلقی می‌شود.

در بررسی‌های انجام شده توسط سازمان توسعه تجارت، کشور پاکستان این پتانسیل را دارد که به‌عنوان اولین شریک تجاری ایران معرفی شود، هرچند در حال حاضر فاصله زیادی دیده می‌شود. باید به این نکته توجه داشته باشیم که پاکستان یک بازار حدوداً ۲۳۰ میلیون نفری در اختیار دارد که هرچند عمده جمعیت آن قدرت خرید بالایی ندارند، ولی حجم بازار قابل توجه است و چه‌بسا که بتواند برای شرکت‌های ایرانی یک فرصت خوبی تلقی شود. البته، تمایل پاکستانی‌ها بر اساس سیاستگذاری انجام شده در این کشور، آن است که واردات به شکل محصول تمام‌شده نباشد، بلکه بتوانند محصولات را در درون کشور خودشان با همکاری تولیدکنندگان خارجی تولید کنند.

اهمیت افزایش مراودات در حوزه صادرات با کشورهای همسایه چیست؟

اهمیت صادرات به کشورهای همسایه و غیر همسایه هم از دریچه نگاه ملی و هم در سطح بنگاهداری دارای مزایای بی‌شماری است.

از دیدگاه ملی؛ اساساً صادرات می‌تواند باعث بهبود تراز پرداخت و تراز تجاری شود. در ضمن، بهبود پیوندهای فرهنگی و سیاسی کشورها، رونق تولید، بالا رفتن حجم تولید و رشد اشتغالزایی از دیگر مزایای آن در این بخش محسوب می‌شود.

ارزیابی شما از جلسات کمیسیون صادرات انجمن در سال ۱۴۰۰ چیست؟

در ادامه‌ی سیاستگذاری کمیسیون صادرات مبنی بر حضور افراد خارج از تشکل جهت ارائه نکات تازه و آموزنده برای اعضای انجمن، امسال نیز همین رویه پیگیری شد و موفق شدیم جلساتی را با حضور اتاق‌های مشترک بازرگانی مانند اتاق مشترک ایران و ترکیه، اتاق مشترک ایران و پاکستان و حتی اتاق مشترک ایران و ویتنام برگزار کنیم. با توجه به ظرفیت‌های کشور ویتنام و اینکه می‌توان نقش مهمی در ارزیابی‌های اقتصادی برای آن قائل شد و حتی در مواردی هماهنگی برای برگزاری یک جلسه با حضور همسایگانی مثل پاکستان و عمان، می‌توان گفت فرصت خوبی بود در اختیار ما قرار گرفت.

به دلیل شیوع موج جدید کرونا در سالی که گذشت، تعدادی از جلسات به صورت مجازی برگزار شدند که متأسفانه به خاطر اینکه هنوز فرهنگ استفاده از این فضا جا نیفتاده، میزان استقبال شرکت‌ها چشمگیر نبود، اما اینکه توانستیم رشته جلسات را ادامه دهیم و علاقمندان در این جلسات حضور یافتند، خبر خوشایندی است. با اینحال، از آنجایی که جلسات به صورت رایگان برگزار و اطلاعات خوب و مفیدی ارائه می‌شوند، انتظار می‌رود شرکت‌های عضو حضور بیشتری بهم رسانند.

به اعتقاد شما برگزاری جلسه مشترک با هیات پاکستانی چه نتایجی به دنبال خواهد داشت؟ تحلیل شما از آینده همکاری دو کشور در بخش صادرات چیست؟

خوشبختانه یک جلسه با مشارکت اتاق مشترک ایران و پاکستان و حضور دبیر این اتاق برگزار شد که تنها جلسه‌ای بود که توانستیم به صورت حضوری داشته باشیم. در این جلسه، توضیحات کلی درباره کشور پاکستان و روابط تجاری این کشور با ایران ارائه شد.



در سطح بنگاه؛ افزایش درآمد، کاهش هزینه، بهبود کیفیت سطح کار، ایجاد نوآوری و در نتیجه ارتقای سطح رقابت‌پذیری و بازاریابی و برندسازی شرکت‌ها برخی مزایای توسعه صادرات به حساب می‌آیند.

عمده کشورهای همسایه ما به استثنای ترکیه و تا حدودی پاکستان، بازارهای مصرف‌کننده هستند و بنابراین تمایل به واردات محصول نهایی در آنها وجود دارد. مضاف بر اینکه، مبحث خدمات را به‌ویژه خدمات پس از فروش که در صنعت لوازم خانگی اهمیت وافری دارد، چه به لحاظ خود خدمات و چه به لحاظ ارسال قطعات راحت‌تر می‌توان دید.

نکته دیگر اینکه، فرهنگ کشورهای همسایه کم و بیش به فرهنگ ما نزدیک است و بنابراین شاید راحت‌تر بتوان در بخش بازاریابی فعالیت کرد و طبیعتاً فعالیت‌های بازرگانی چه ارسال کالا و چه دریافت وجه با سهولت بیشتری انجام می‌شوند.

در ضمن، نباید تفاوت‌های موجود بین ایران با کشورهای حوزه شرق یا غرب را نادیده گرفت، شاید در ابتدای امر این مساله مهم نباشد اما در ادامه مسیر جهت گسترش بازار ضروری خواهد بود.

چه موانع و چالش‌هایی در مسیر توسعه صادرات ایران با کشورهای همسایه وجود دارد؟

متأسفانه همسایگان ما با توانمندی‌های صنعت لوازم خانگی ایران آشنایی ندارند و در مجموع در شناساندن توانمندی‌ها و قابلیت‌های این صنعت به بازارهای همسایه موفق نبوده‌ایم. البته، شاید در بازارهایی مثل افغانستان و تا حدودی عراق موفق عمل کرده‌ایم اما این موفقیت خیلی چشمگیر نبوده است و حتی در این بازارها هم تمایل به خرید محصولات لوازم خانگی از کشورهایی مثل چین و ترکیه بسیار بیشتر است.

معضل بعدی، بحث تطبیق‌پذیری فرهنگ استفاده از کالا است. برای مثال، در دیگر کشورها به مانند ایران مصرف گاز لوله‌کشی شده متداول نیست و به همین دلیل خیلی‌ها ترجیح می‌دهند اجاق گاز برقی بخرند. یا اساساً شکل ظاهری محصولاتشان (برای مثال در پاکستان) متفاوت از تولیدات داخلی بوده و مطابق با سلیقه ایرانی‌ها نیست. این موضوع به‌عنوان یک مانع و مرکز هزینه عمل می‌کند که لازم است تطبیق‌سازی اتفاق بیفتد.

مانع دیگری که در این بخش وجود دارد این

است که برای مثال در پاکستان یا حتی عراق که اخیراً این بحث را جدی‌تر دنبال می‌کند، تمایلی به واردات محصولات تمام‌شده ندارند و بلکه ترجیح می‌دهند به شکل قطعات نیمه‌ساخته یا محصول آماده مونتاژ، واردات انجام دهند و مراحل نهایی در کشور خودشان دنبال شود. البته، ناگفته نماند سطح توسعه‌یافتگی این بازارها پایین‌تر از بازارهای داخلی است.

تا به امروز نبود یک استراتژی واحد صادراتی چه صدماتی به صادرکنندگان وارد کرده است؟

لازم است این موضوع را نیز در دو یا حتی سه سطح بررسی کرد. در سطح کلان به‌رغم اینکه با همکاری مرکز تجارت بین‌الملل نقشه جامعی برای صادرات کشور تدوین شده، ولی واقعاً به درستی به اجرا در نیامده است. همواره تأکید بر این مطلب است که تدوین استراتژی تنها یک بخش کار است اما اصل اجراست که یک چالش کلی در سطح کشور است. همچنین، جایگاه صنایع مزیت‌دار مشخص نیست و این باز هم یک مساله بزرگ است.

در سطح پایین‌تر، متأسفانه یک دید و رویکرد کلی در صنعت لوازم خانگی و در نتیجه استراتژی‌ای برای توسعه محصولات وجود ندارد؛ محصولاتی که بتوانند در بازارهای بین‌المللی با استقبال روبه‌رو شوند. اما، متأسفانه این موضوع به درستی احصاء و شناسایی نشده است. شرکت‌های لوازم خانگی باید بتوانند در قالب کنسرسیوم و همکاری مشترک با بازارهای خارجی فعالیت کنند. اساساً لازم است یک چشم‌انداز و اهداف قابل اندازه‌گیری در صادرات به‌عنوان یک پیش‌نیاز در تدوین استراتژی‌ها تعریف شود، فقدان آن به‌عنوان یک خلا مساله‌ساز است و نبود این اهداف مانع تدوین یک استراتژی درست می‌شود.

نکته بعدی این است که امروز در دنیا بر نگاه B2B در حوزه صادرات در قالب زنجیره‌های جهانی ارزش و همکاری بین رقبا تأکید می‌شود. متأسفانه رویکرد شرکت‌های لوازم خانگی ما در این راستا نبوده و اصرار عجیبی به تولید و صادرات محصول تمام‌شده دارند که به دلیل ضعف در برندسازی چه در سطح کشوری و چه در سطح بنگاهی، چندان در این زمینه موفق نبوده‌ایم. متأسفانه در رابطه با مواردی که ذکر شد و همچنین داشتن یک استراتژی توسعه منابع انسانی برای صادرات، ضعیف عمل کرده‌ایم و هر کدام از اینها نیازمند کار جدی هستند.

اهمیت صادرات به کشورهای همسایه و غیر همسایه هم از دریچه نگاه ملی و هم در سطح بنگاهداری دارای مزایای بی‌شماری است. از دیدگاه ملی؛ اساساً صادرات می‌تواند باعث بهبود تراز پرداخت و تراز تجاری شود. در ضمن، بهبود پیوندهای فرهنگی و سیاسی کشورها، رونق تولید، بالا رفتن حجم تولید و رشد اشتغالزایی از دیگر مزایای آن در این بخش محسوب می‌شود.



برای رفع این چالش‌ها، از دولت و به‌ویژه وزارت صمت چه درخواستی دارید؟

چه ضعف‌هایی در بخش‌های «خدمات پس از فروش» و «خدمات پیش از فروش» شرکت‌های لوازم خانگی می‌بینید و راهکار پیشنهادی شما چیست؟

در این زمینه باید کارهای مهم‌تری صورت گیرد؛ چرا که بالاترین سود در صادرات جهانی مربوط به صادرات خدمات چه به شکل جدا و چه مربوط به محصولات صنعتی است. از آنجایی که بازارهای همسایه مثل افغانستان و عراق در بحث خدمات پس از فروش چندان کیفیت‌محور نیستند، شاید این موضوع برای آنها مهم نباشد، اما باید بتوانیم از شبکه خدمات پس از فروش کشورهای مختلف استفاده کنیم. علاوه بر این، جای چند شرکت خوب که ارائه‌کننده خدمات پس از فروش به تولیدکنندگان ایرانی در خارج از کشور باشند، خالی است. در زمینه خدمات پیش از فروش هم جا دارد همایش‌های مختلفی برگزار شود و در بخش بازاریابی محتوا در حوزه دیجیتال قوی‌تری عمل کنیم که منجر به جذب مشتری و عوامل فروش خواهد شد.

توقعی که می‌توان از دولت داشت این است که ساختار صنعت را صادرات‌گرا کند. متأسفانه امروز کالاهایی که در کشور تولید می‌شوند که در خیلی‌ها دارای مزیت نیستیم. دوم اینکه، تعداد تولیدکنندگان در هر محصول زیاد است که خود این امر باعث می‌شود قیمت تمام‌شده افزایش یابد و یک رقابت مخرب حتی در داخل کشور شکل بگیرد و نهایتاً صرفه مقیاس در سطح کلان ایجاد نمی‌شود. به نظر می‌رسد اگر دولت یا بهتر است بگوییم حاکمیت تنها در این یک بخش هم اقدام موثری انجام دهد، کار بزرگی کرده است. متأسفانه، تا میزان زیادی با ضعف دیدگاه‌های مسئولان مواجه هستیم که این امر باعث شده نگاه آنها به گسترش صنعت نگاه بین‌المللی نباشد و صرفاً معطوف به تامین نیاز داخل باشد.

متأسفانه همسایگان ما با توانمندی‌های صنعت لوازم خانگی ایران آشنایی ندارند و در مجموع در شناساندن توانمندی‌ها و قابلیت‌های این صنعت به بازارهای همسایه موفق نبوده‌ایم. البته، شاید در بازارهایی مثل افغانستان و تا حدودی عراق موفق عمل کرده‌ایم اما این موفقیت خیلی چشمگیر نبوده است

شرکت‌های لوازم خانگی باید بتوانند در قالب کنسرسیوم و همکاری مشترک با بازارهای خارجی فعالیت کنند. اساساً لازم است یک چشم‌انداز و اهداف قابل اندازه‌گیری در صادرات به‌عنوان یک پیش‌نیاز در تدوین استراتژی‌ها تعریف شود، فقدان آن به‌عنوان یک خلا مساله‌ساز است و نبود این اهداف مانع تدوین یک استراتژی درست می‌شود.



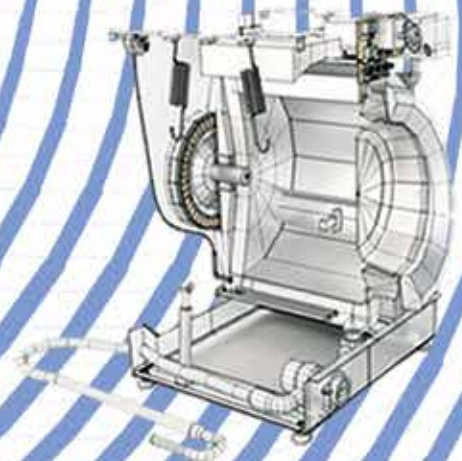


گروه شرکتهای امید



بزرگترین تولید کننده انواع مفتول و فنرهای محصولات لوازم خانگی

انواع فنرهای: اسپیرال، فرمینگ، فشاری



SCAN NOW

تلفن واحد فروش: +۹۰۰۵۲۰۸۸۶۰۲۱

افتخار آفرینان ۱۴۰۰

در سالی که گذشت؛ نهمین تندیس طلایی رعایت از حقوق مصرف‌کنندگان توسط رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به شرکت گلدیران اهدا شد. افزون بر این، در مراسم بیست‌وپنجمین دوره انتخاب و معرفی صادرکنندگان نمونه کشور، 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. شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران نیز در دومین جشنواره یکصد واحد مشتری‌مدار به‌عنوان یکی از صد شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری‌مداری انتخاب شد. گفتنی است؛ در نوزدهمین جشنواره تولید ملی، افتخار ملی نیز گروه صنعتی ناب‌استیل به‌عنوان واحد نمونه صنعتی انتخاب شد.

برگزار شد و گلدیران حامی و اسپانسر اصلی این همایش سالانه بود.

اهدای تندیس سازمان حمایت به گلدیران

دومین مراسم اهدای تندیس سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده در استان قزوین به میزبانی گلدیران در محل کارخانه کاسپین این شرکت برگزار شد. پیش از برگزاری این مراسم هم، در مراسم بازدید رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و هیات همراه از دفتر خدمات مشتریان گلدیران، نهمین تندیس طلایی رعایت از حقوق مصرف‌کنندگان به این شرکت اهدا شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، گلدیران با حضور مستمر در صنعت لوازم الکترونیک نامی آشنا برای خانوارهای ایرانی است. سابقه حضور درخشان در بازار لوازم الکترونیک و تجربه‌های ارزشمندی که از حیث این حضور برای مشتری رقم خورده؛ در نهایت تولد جیپلاس را در سال ۹۷ رقم زد.

جیپلاس، دستاورد یک تلاش ملی است و سبد متنوعی را همچون محصولات صوتی و تصویری، یخچال و سایدبایساید، ماشین لباسشویی، ظرفشویی، موبایل، مانیتور، ماوس و کیبورد، کامپیوتر چندکاره، تخته وایتبرد هوشمند، اندروید باکس، تهویه‌های مطبوع خانگی و صنعتی و نمایشگرهای تجاری به بازار ارائه کرده است. حضور درخشان برند ایرانی جیپلاس در مسیر رشد و توسعه ایران عزیزمان با پشتوانه گلدیران، مشوق تلاشهایی است که با اقتدار ایرانی، به موفقیت رسیده است. گلدیران به‌واسطه عرضه محصولات جیپلاس، توانسته است بر ارتقا سطح کیفی لوازم خانگی در ایران اثرگذار باشد.

بر اساس این گزارش، دومین مراسم اهدای تندیس سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده در استان قزوین به میزبانی گلدیران در محل کارخانه کاسپین این شرکت برگزار شد. این مراسم با حفظ پروتکل‌های بهداشتی و با حضور ۳۸ نماینده شرکتهای منتخب

تقدیر از «بوتان»، «برفاب» و «سیم و کابل ابهر»

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 محصولات 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 به‌تدریج سبد محصولات تولیدی خود را گسترش داد.

نمونه ملی را کسب کردند. هاله حامدی فر 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 آنا» و «پاکسان»، «مدال افتخار صادرات» اهدا شد. گروه صنعتی نجاتی آنا، 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 یاسا‌تایر، مه‌باب قدس و مینا، هفت بنگاه بزرگ تولیدی هستند که به این نشان دست پیدا کردند.

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 رئیس جمهوری، 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.

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



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؛ آیت‌الله 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.

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.

زهرا یکه‌فلاح، مدیرکل خرید صنایع گلدیران و

صنایع الکتریکی ناسیونال ایران شرکت برتر مشتری مدار

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

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، دومین جشنواره یکصد واحد مشتری مدار با حضور برترین شرکت‌های مشتری مدار 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 به عنوان یکی از صد شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری مداری تقدیر شد. مدیرعامل شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران در این باره، گفت: به عنوان 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 به عنوان یکی از صد شرکت برتر در حوزه تکریم مشتری مداری 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.

به گزارش برنا، دبیر علمی دومین جشنواره یکصد واحد مشتری مدار 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 به عنوان واحد مشتری مدار معرفی و از آنان تقدیر به عمل آمد.

ایمان مصدری افزود: امیدواریم بتوانیم در حوزه صادرات، برای این شرکت‌ها تسهیلات صادراتی ایجاد کرده و تخفیفات مالیاتی نیز با حمایت دستگاه قضا و مجلس اخذ کنیم.

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 مشتری مداری

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 خاطرنشان 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 به دست آورده، در نهایت رتبه‌بندی و برگزیده شدند. 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 کند تا کشور آباد شود.

هفت الماس؛ منتخب جشنواره تولید ملی

مراسم جشنواره نوزدهم تولید ملی - افتخار ملی با حضور فاطمی‌امین، وزیر صنعت معدن و تجارت؛ رسولیان، معاون وزیر و رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران؛ منتظری، دادستان کل کشور؛ سهل‌آبادی، رئیس هیات مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت؛ نیازی، معاون امور هماهنگی و محیط کسب‌وکار وزارت صمت و رعیتی‌فرد، معاون روابط کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برگزار شد.

در طی این مراسم، از نصرا... ایزدپناه، مدیرعامل شرکت صنایع هفت الماس، به عنوان منتخب جشنواره نوزدهم تولید ملی - افتخار ملی تقدیر شد.

گروه صنعتی ناباستیل به عنوان واحد نمونه صنعتی

تناسب هزینه، درآمد، پیش‌بینی‌پذیری و دیگر موضوعات متوازن شوند و در گام بعدی به سمت تعالی بروند. وزیر صمت با بیان اینکه می‌خواهیم تا آخر سال آینده حداقل توازن را در اکثر رشته فعالیت‌ها برقرار کنیم، ادامه داد: اکنون نیز در حوزه فولاد به ثبات رسیدیم و در مسیر تعالی هستیم، به‌عنوان نمونه کسی که می‌خواهد ورق فولادی تهیه کند از سه ماه قبل می‌تواند سفارش خود را در بورس کالا ثبت کند و مطمئن باشد تا اردیبهشت ماه ورق خواهد داشت.

وی همچنین با بیان اینکه وزارت صمت تامین مالی زنجیره‌ای را در دستور کار قرار داد و تفاهم‌نامه‌ای با همکاری بانک مرکزی و وزارت امور اقتصادی و دارایی با هفت بانک عامل به امضا رساند که در این مدت چندین پایلوت موفق انجام شد، تا پایان سال پایلوت‌ها کامل می‌شوند و تاکید کرد که از اواسط سال آینده اکثر صنایع مشمول تامین مالی زنجیره‌ای می‌شوند. تسهیل دسترسی به منابع از مزایای تامین مالی زنجیره‌ای است و جریان تولید با این موضوع تسهیل خواهد شد.

حجت‌الاسلام و المسلمین محمدجعفر منتظری، دادستان کل کشور، نیز گفت: بخش دولتی و بخش خصوصی باید مکمل و همراه هم باشند تا بتوان به مشکلات فائق آمد. اخیراً هم مقام معظم رهبری (مد) جلسه با تولیدکنندگان داشتند و به برخی مسائل اشاره و سرفصل‌هایی را هم برای برون‌رفت از مشکلات اعلام کردند. اکنون باید بخش خصوصی با کمک دولت عزم خود را جزم کند و با تلاش خود به دنبال پیشرفت و رونق اقتصاد کشور باشد.

نوزدهمین جشنواره تولید ملی، افتخار ملی همزمان با بیستمین سالگرد تاسیس خانه صمت ایران با حضور وزیر صمت و دادستان کل کشور در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. در این آئین، از گروه صنعتی ناباستیل به‌عنوان واحد نمونه صنعتی تجلیل شد.

به گزارش شاتا، سیدرضا فاطمی‌امین، وزیر صمت، در نوزدهمین جشنواره تولید ملی، افتخار ملی با بیان اینکه کسب و کارها از مهم‌ترین مولفه‌های ثروت یک کشور هستند، اظهار کرد: در ساختار جدید وزارت صمت علاوه بر ایجاد دفاتر موضوعی جدید، در هر دفتر یک گروه تحت عنوان سرمایه انسانی و کسب و کارها ایجاد شده است.

وی با بیان اینکه در ۳۰ دفتر تخصصی زیرمجموعه وزارت صمت، معدن و تجارت ۳۰ گروه برای ارتقای سرمایه انسانی و کسب و کارها در نظر گرفته شده که کسب و کارها را رشد و تعالی می‌دهد، گفت: رتبه‌بندی واحدهای صنعتی، معدنی و تجاری را سال آینده اجرا خواهیم کرد. بر این مبنای امتیازاتی را به بنگاه‌ها خواهیم داد و مناسبات و رفتارهای ما با بنگاه‌ها بر مبنای همین رتبه بندی خواهد بود.

فاطمی‌امین یکی از کارهای سال آینده را رده‌بندی رشته فعالیت‌ها عنوان کرد و افزود: میزان ثبات، توازن و تعالی رشته فعالیت‌ها دسته بندی و ارزیابی می‌شود. در این نوع نگاه، علاوه بر توجه به صنعت به‌عنوان بنگاه به رشته فعالیت‌ها نیز توجه خواهیم کرد. تلاش می‌کنیم تا رشته فعالیت‌ها به لحاظ



افق روشن تولید لوازم خانگی در گرو تغییرات بنیادی

یک کالای به‌خصوص و این است اعجاب و انگیزه کاربرد بازاریابی تخصصی و اصولی. حال می‌توان به‌طور گسترده در داخل وبسایت از انواع گوناگون تخفیفات گرفته تا جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها و... جهت ترغیب مشتریان استفاده کرد.

برندهای خارجی ورود یافته به بازار ایران توانستند در مدت زمان اندک با دانش صحیح بازاریابی و استفاده صحیح از فرصت‌ها و ظرفیت‌های بازار ایران موفقیت‌های چشم‌گیری به دست آورند. در حالی که بسیاری از برندهای داخلی ما با نگرش و مدیریت سنتی نسبت به مقوله بازاریابی اصولاً نتوانسته‌اند در زمینه کالاهای رقابتی و پرفردار به جایگاهی که باید دست یابند. شاید زمان یک بازنگری اساسی در زمینه مدیریت صحیح این محصولات رسیده باشد. چرا که بسیاری از شرکت‌های تولید لوازم خانگی ایرانی، اصولاً درک درستی از مفهوم بازاریابی ندارند و حتی آن را هم معنای تبلیغات می‌دانند. تبلیغاتی در حد طراحی و چاپ یا ویزیتوری! یا حتی واحدی لوکس برای قدرت‌نمایی در برابر رقبا. نتیجه چنین تفکری در نهایت و حتی به‌رغم صرف هزینه‌های بالا، این بوده است که این برندها نه تنها بازار هدف خود را نمی‌شناسند، که غالباً بر مبنای ذهنیت‌ها و تصورات خود گام برمی‌دارند. کماکان محصولات تولید شده متناسب با نیازهای بازار مصرف نهایی نیست و حتی تفاوت‌های طراحی آن چنانی در میان برندها مشاهده نمی‌شود.

بهترین مشاوران را چگونه باید انتخاب کرد؟

زمزمه‌های فراوانی از لزوم حضور مشاوران بازاریابی ارشد و یا تغییرات مدیریتی شنیده می‌شود. سوال اینجاست که بهترین مشاوران را چگونه باید انتخاب کرد؟ کدام مشاوران می‌توانند این صنعت رو به رشد را در ایران ارتقا دهند؟ قطعاً و مسلماً مشاورانی بهتر از خریدار در این زمینه وجود ندارد.

صنعت نفت و خودروسازی اولین و دومین بخش مهم صنعت ایران را تشکیل می‌دهند. در مقام سوم این لیست صنعت بزرگ تولید لوازم خانگی قرار دارد که یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین صنایع در کل جهان به حساب می‌آید. این صنعت بزرگ به رکود و اقتصاد کشورها بستگی کامل داشته و گسترش آن هم می‌تواند بر کل بخش‌های اقتصادی اعم از اشتغال‌زایی و ارزش افزوده اثری شگرف داشته باشد و به این ترتیب لوازم خانگی می‌تواند یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه برای هر کشوری باشد. در حال حاضر ایران با توجه به دستیابی به تکنولوژی‌های تولید انواع لوازم خانگی توانسته است که در این مهم به خودکفایی دست یابد و حتی علاوه بر تامین نیازهای داخلی گامی به جلو برداشته و زمینه صادرات و ارزآوری را فراهم کند.

آنچه مسلم است هدفی اینچنین بزرگ لازمه‌اش همسو شدن با پیشرفت‌های جهانی تولید لوازم خانگی و کاربرد تکنولوژی‌های روز دنیاست. اگر بخواهیم به بازارهای چین گسترده و رقابتی وارد شویم و حضوری همیشگی داشته باشیم قطعاً باید استراتژی‌های درستی هم دنبال کنیم. صنعتی چنین پیچیده و چالشی نیازمند استفاده از افراد متخصص در زمینه بازاریابی و کاربرد تکنیک‌های بازاریابی علمی، هوشمندانه و خلاق در زمینه‌های گوناگون است، از تبلیغات صحیح گرفته تا طراحی محصول مشتری‌پسند، فروش و خدمات پس از فروش عالی و وسوسه‌انگیز.

اما این ابزارهای دقیق و خلاق به چه معناست؟ به‌عنوان مثال کاربرد ابزارهای بازاریابی چون تلویزیون، رادیو، روزنامه و سایر رسانه‌ها و همچنین نمایشگاه‌ها در صورتی که به صورت برنامه و از هم گسیخته صورت گیرد. و به عبارتی ارتباط معنایی صحیحی با یکدیگر نداشته باشند قطعاً اثربخشی اندکی خواهند داشت. همگی این رسانه‌ها باید هم سو، مخاطب خود که همان مصرف‌کننده باشد را به یک سمت سوق دهند و آن می‌تواند وبسایت فروش باشد نه صرفاً



امیر حسین الماسی

دکترای مدیریت
سیاست‌گذاری بازرگانی
مشاور مدیریت استراتژی
بازاریابی

برندهای تولیدکننده بیشتر به واحدی برای ارزیابی بازارهای هدف و چینش نظرات و نیازهای مشتریان نیاز دارند. چرا که مدیریت ارتباط با مشتریان یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین بخش‌ها در بازاریابی و فرآیند فروش است. به عبارت بهتر بازاریابی از جایی آغاز می‌شود که مشتری وارد چرخه شود نه زمانی که محصول تولید شده و آماده فروش است.

در نهایت ساختار بازاریابی مناسب در صنعت تولید لوازم خانگی باید به گونه‌ای باشد که مجموعه‌ای از بخش‌های توسعه برند، تحقیقات بازار، روابط عمومی، ارتباط با مشتریان، توسعه محصولات و همچنین بازاریابی تجاری محصولات را در برگیرد و ایجاد چنین ساختار منسجمی نیازمند افرادی آگاه به امور مدیریتی، روانشناسی، فنون مذاکره و ارتباط و همچنین مسلط به استراتژی‌های فروش روز دنیاست.

منابع:

روزنامه وطن امروز: افق روشن صنعت لوازم خانگی ایران (pishkhan.com)
بازاریابی لوازم خانگی و تاثیر آن در افزایش فروش - کارمنتو (karmento.ir)
فارس من | تلاش گره‌ای‌ها برای زمینگیر کردن صنعت لوازم خانگی ایران | خبرگزاری فارس (farsnews.ir)
بازاریابی لوازم خانگی | افزایش فروش لوازم خانگی | مدیر فروش (modireforosh.ir)
کارخانجات لوازم خانگی مبتلا به بیماری مدیریت دولتی شده‌اند/ آیا کارخانه تولی پرس هم تعطیل می‌شود؟ (yjc.news)
مدیریت سنتی، بلای جان صنایع خصوصی | روزنامه صمت (smtnews.ir)
بازاریابی لوازم خانگی در ایران/ قسمت دوم/ مفهوم بازاریابی و ساختار واحد بازاریابی - Ba-zarica
zarica بازاریکا
گرانی تولید در حلقه اول لوازم الکتریکی (-don-ya-e-eqtasad.com)
استراتژی‌های بازاریابی محصولات لوازم خانگی در آستانه نوروز / هیجان فصل صید - فرصت (forsatnet.ir) امروز

برندهای تولیدکننده بیشتر به واحدی برای ارزیابی بازارهای هدف و چینش نظرات و نیازهای مشتریان نیاز دارند. چرا که مدیریت ارتباط با مشتریان یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین بخش‌ها در بازاریابی و فرآیند فروش است. به عبارت بهتر بازاریابی از جایی آغاز می‌شود که مشتری وارد چرخه شود نه زمانی که محصول تولید شده و آماده فروش است. شما باید افراد را قانع کنید که محصول شما ارزش خرید کردن را دارد و اینجاست که تفاوت فروش و بازاریابی صحیح و اصولی کاملا مشخص می‌شود. فروش پیدا کردن مشتری برای کالا، در حالی که بازاریابی مشخص می‌کند که چه چیز را در چه بازاری، به چه کسانی و با چه شرایطی و منظوری معرفی کنیم که فرد احساس نیاز کرده و برای رفع این نیاز اقدام به خرید کند. لذا زمانی که بخواهد به یک بازاریابی گسترده و قوی مجهز شود می‌بایست مدیران ارشدی داشته باشد که به هنر و استراتژی‌های صحیح و علمی این بازار مسلط باشند.

بررسی علل موفقیت بارز برندهای کره‌ای در بازارهای ایران و سایر کشورها نیز می‌تواند راه‌گشا باشد. این برندها توانستند به راحتی و با استفاده از فناوری‌های نوین تولید، طراحی زیبا، قیمت مناسب و کاربرد آپشن‌های بیشتر و جدیدتر با سلیقه عمومی همسو شده و بازارهای داخلی کشورها را تحت تاثیر قرار دهند. به همین دلیل هم بود که تولیدات داخلی به سمت تکنولوژی‌های جدید رفتند. شاید بهترین راهکار برای تولیدکنندگان ما در حال حاضر در کنار تغییرات سطوح مدیریتی، کاربرد استراتژی‌های تعیین‌کننده‌ای چون ارتقای کیفی محصولات، بهبود شکل ظاهری و طراحی و قیمت‌های رقابتی‌تر باشد.



بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران



شرکت سهامی نمایشگاه‌های
بین‌المللی جمهوری اسلام ایران
I.I.E.C

بیست
و
یکمین



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliances Manufacturers (AHAMIRAN)

نمایشگاه بین‌المللی

لوازم خانگی



۲۸ - ۲۵ آبان ۱۴۰۰ تهران

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران



hamex.ahamiran.com

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



The biggest event of IRAN's home appliance industry



Home Appliance Manufacturers Int'l exhibition

HAMex

16-19 November 2021

Tehran

International Exhibition Center



iranfair.com

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ا

آنچه در هامکس ۱۴۰۰ گذشت...

دیگر صنایع وابسته برگزار می‌شود، برند نمایشگاهی هامکس «HAMexk» به‌عنوان برند این رویداد بزرگ به‌مثابه سایر رویدادهای به نام و شهره صنایع تخصصی دیگر، در نظر گرفت و برای نخستین بار در سال ۱۴۰۰ مورد نام‌گذاری قرار گرفت. در نوبت بیست و یکم نمایشگاه، ۴۱۱ شرکت داخلی با متراژ ۳۶۷۲۹ متر مربع در ۱۸ سالن و ۷ شرکت با متراژ ۱۳۵ متر مربع در زمینه قطعه‌سازی شامل (بردهای الکترونیک، قطعات تفلون، موتور فن هود، کمپرسور و موتور فن یخچال، تایمر اجاق گاز و فر، موتور جوجه‌گردان، پمپ لباسشویی و ظرفشویی و موتور جارو برقی) حضور داشتند.

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۰ از تاریخ ۲۵ تا ۲۸ آبان ماه سال جاری در سال مزین به شعار «تولید، پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها» در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران با رعایت کلیه پروتکل‌های بهداشتی با شعار «تجلی دانایی و توانایی ایرانی؛ در خدمت توسعه ملی» برگزار شد.

با توجه به اهمیت و جایگاه راهبردی صنعت لوازم خانگی به‌عنوان یکی از صنایع پیشران کشور و ماهیت ابعاد رویداد نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی که به طور متناوب سالانه با حضور اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و قطعه‌سازان و

سیمای کلی رویداد هامکس ۱۴۰۰		
مشخصات	شرکت‌های داخلی	شرکت‌های خارجی
تعداد شرکت	۴۱۱	۷
متراژ (m ²)	۳۶۲۱۰/۲۵	۱۳۵
تعداد سالن	۱۸ سالن تحت پوشش	
تعداد کل	۴۱۸ مشارکت کننده	

تجلیل از پیشکسوتان صنعت

اتاق بازرگانی تهران؛ عبدا... هندیانی، معاون پیشگیری ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و تنی چند از پیشکسوتان صنعت لوازم خانگی برگزار و در این مراسم ضمن تبیین و تشریح اهمیت و مجموعه اقدامات صورت پذیرفته جهت برگزاری و میزبانی نمایشگاه بین‌المللی بیست و یکم لوازم خانگی و دعوت رسمی به مشارکت حداکثری مخاطبان، از تیزر نمایشگاه هامکس ۱۴۰۰ نیز با حضور مقامات و اصحاب رسانه، رسماً رونمایی شد.

در ضمن، در این مراسم از محسن خلیلی عراقی، اسدا... جلیلی، اکبر ابراهیمی، جعفر شکیب، محمد خضرائی و حبیب... انصاری به‌عنوان پیشکسوتان صنعت لوازم خانگی با اهدای تندیس تقدیر شد.

سمینار «آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها»

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران همزمان با ایام برگزاری نمایشگاه در روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۶ در سالن مروارید شرکت سهامی

با توجه به برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در پیش از برگزاری این رویداد، انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ضمن دعوت از مشارکت‌کنندگان نمایشگاه هامکس ۱۴۰۰ در اقدامی جامع‌نگرانه، اقدام به برگزاری همایشی در اتاق بازرگانی ایران با عنوان «بررسی و تبادل نظر در خصوص مسائل روز صنعت لوازم خانگی و تجلیل از پیشکسوتان این صنعت» در تاریخ ۱۴۰۰/۸/۱۸ با حضور هیأت مدیره و اعضاء انجمن و مقامات و مسئولان؛ مهدی صادقی نیارکی، معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ شمس‌الدین حسینی، رئیس کمیسیون جهش تولید مجلس؛ علی آقامحمدی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و رئیس گروه اقتصادی دفتر مقام معظم رهبری (مد)؛ عبدالرضا مجدالدین، مدیر کل دفتر هماهنگی، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ غلامرضا شریعتی، رئیس سازمان ملی استاندارد ایران؛ مظفر علیخانی، معاون استان‌ها و تشکل‌های اتاق بازرگانی ایران؛ غلامرضا ملکی، مدیر امور تشکل‌ها و مسئولیت‌های اجتماعی

حضور مقامات و مسئولان در هامکس

مراسم افتتاحیه بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی کشور در بیست و یکمین نوبت از برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۰) در ساعت ۱۰:۳۰ مورخ ۲۵ آبان در مدخل سالن ۳۵ با حضور مقامات و مسئولان برخی دستگاه‌های اجرایی و دولتی، صاحبان صنایع و حضور پرشمار اصحاب رسانه و اعضای هیأت مدیره و دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افتتاح شد که از جمله مقامات می‌توان به انسیه خزعلی، معاون رئیس‌جمهوری در امور زنان و خانواده؛ مهدی صادقی نیارکی، معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ حسن زمانی، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران؛ شیخ مصطفی عبدالرحمن، رئیس اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان اقلیم کردستان عراق؛ سید اشرف، رهبر مسلمانان هند؛ اکبر پازوکی، رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تهران و مدیران شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و نیز به حضور میزبانان این رویداد رئیس، دبیرکل و دیگر اعضای هیأت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اشاره کرد.

همچنین انجمن میزبان تنی چند از مدیران و مسئولان از جمله سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ عزت‌ا. اکبری تالارپشتی، رئیس کمیسیون صنایع و معاون مجلس شورای اسلامی؛ مجتبی توانگر، عضو کمیسیون اقتصادی و رئیس کمیته اقتصاد انرژی مجلس شورای اسلامی؛ پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ غلامرضا مجدالدین، مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ علیرضا بنی‌هاشمی، رئیس خانه صنعتکاران ایران؛ محمودرضا طاهری، مدیر کل اداره استاندارد استان تهران و امیر یوسفیان، نایب رئیس هیأت مدیره بانک صادرات در جریان برگزاری این رویداد بود.

نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، سمینار «آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها» را با حضور و سخنرانی محسن منتظری، دبیر میز لوازم خانگی سازمان توسعه تجارت ایران و همچنین سعید خزائی، عضو هیأت علمی دانشگاه و آینده‌پژوه و عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با حضور علاقه‌مندان و مشارکت‌کنندگان در این رویداد برگزار کرد.

نشست خبری هامکس؛ پخش زنده از اینستاگرام

در راستای تبیین و تشریح اقدامات صورت گرفته جهت برپایی و برگزاری بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی کشور در قالب بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، نشست خبری در روز دوشنبه ۱۷ آبان ۱۴۰۰ با حضور دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در محل اتاق ایران و با حضور بیش از ۳۰ خبرنگار از رسانه‌های مختلف دیداری و شنیداری و پایگاه‌های خبری به همراه پخش زنده از کانال اینستاگرام انجمن برگزار شد.

دبیرکل انجمن در این نشست خبری به افزایش ۱۲۶ درصدی حضور شرکت‌های داخلی و به همین میزان به رشد متراژ نمایشگاه اشاره و از برگزاری فستیوال نوآوری‌های صنعت لوازم خانگی و صنایع وابسته با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در حاشیه رویداد هامکس ۱۴۰۰ خبر داد.

انتشار کتاب هامکس دو زبانه

کتاب بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی به‌عنوان دایرکتوری جامعی از اطلاعات و تبلیغات برندهای مشارکت‌کننده، فعالیت‌های مجری رویداد (انجمن صنایع لوازم خانگی ایران) و نظرسنجی از مشارکت‌کنندگان نمایشگاه‌های پیشین و مطالب دیگر در تیراژ ۱۸۰۰ نسخه به صورت دو زبانه (زبان‌های فارسی و انگلیسی) منتشر و نسخه‌ای نیز به کلیه مشارکت‌کنندگان ارائه شد.



فستیوال نوآوری‌های صنعت برگزار شد

به همت شبکه ملی فن‌بازار ایران و با همکاری کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار صنعت لوازم خانگی و شبکه فن‌بازار ملی ایران و مشارکت سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران و کارگزار منطقه‌ای فن بازار استان قزوین، فستیوال نوآوری‌های صنعت لوازم خانگی و صنایع وابسته در طول چهار روز رویداد هامکس ۱۴۰۰ و در سالن ۴۳ نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار شد.

گسترش تولید لوازم خانگی در کشور با افزایش درخواست‌های فناورانه از صنایع همراه بوده و در این راستا ضرورت وجود ساز و کاری مشخص برای معرفی نیازها و ظرفیت‌های موجود در عرضه‌های نوآورانه و اختراعات به عموم مردم و صنعتگران بیش از پیش به چشم می‌خورد، از این رو این فستیوال با هدف به‌هم‌رسانی نوآوری‌ها و چالش‌های این صنعت و معرفی نوآوری‌ها و اختراعات شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و سولوشن پروایدرها در حوزه صنعت پیشران لوازم خانگی به تولیدکنندگان این حوزه، بسترسازی و برگزار شد.

در این رویداد حدود ۵۲ اختراع و نوآوری فناورانه از شرکت‌های دانش‌بنیان کشور به دبیرخانه فستیوال ارسال و تمامی این ۵۲ اختراع و نوآوری در این نمایشگاه حضور داشتند. این ۵۲ اختراع و نوآوری در راستای بهبود و حل چالش‌های مرتبط با داخلی‌سازی قطعات و محصولات در زمینه یخچال، فریزر، گرمایش، سرمایش و لوازم آشپزخانه بودند که از این میان ۱۰ طرح مختلف که با بررسی‌های صورت گرفته قابلیت کمک به رفع نیازهای داخلی را دارند در رویداد فستیوال نوآوری‌های صنعت لوازم خانگی معرفی شدند. در این فستیوال ۴ روزه، طرح‌های نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های داخلی در زمینه‌های هوشمندسازی (اینترنت اشیاء)، طراحی صنعتی، خدمات، کاهش انرژی، نرم افزارهای مدیریت زنجیره تأمین، بازاریابی فروش و منابع انسانی، مواد اولیه و اینترنت چرخشی نیز ارائه شد.

حضور هیات‌های تجاری در هامکس

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، میزبان شیخ مصطفی عبدالرحمن، رئیس اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان اقلیم کردستان عراق، به همراه هیأت عالی‌رتبه اقتصادی و تجاری ۱۹ نفره همراه بود که وی در مراسم افتتاحیه بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوازم خانگی ایران نیز حضور داشتند.

هدف از حضور مسئولان اتحادیه مذکور از کشور عراق در رویداد هامکس ۱۴۰۰ امضای قراردادهای صادراتی و سرمایه‌گذاری‌های مشترک و تولید و صادرات بین شرکت‌های تولیدکننده محصولت لوازم خانگی ایرانی و خریدار از اقلیم کردستان عراق هدف‌گذاری شده بود.

پس از مراسم افتتاحیه و بازدید رئیس اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان اقلیم کردستان عراق از ظرفیت‌های تولیدی صنعتگران کشور در سالن‌های مختلف هامکس ۱۴۰۰ شیخ مصطفی عبدالرحمن و هیأت همراه با حضور در ستاد اجرایی نمایشگاه با عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و نیز با پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری‌سازی و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، از نزدیک دیدار و گفت‌وگو و زمینه‌های قابل همکاری و تعامل طرفین را مورد بحث و بررسی قرار دادند.

با عنایت به برگزاری سمینار «آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها» در روز دوم نمایشگاه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۶ در سالن مروارید شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، این سمینار میزبان حضور و سخنرانی شیخ مصطفی عبدالرحمن و هیأت اقتصادی و تجاری عالی‌رتبه همراه در مراسم پنل تخصصی این سمینار بود.



نمایشگاه بین المللی هامکس ۱۴۰۰، میزبان حضور دو هیأت تجاری دیگر از کشورهای فرانسه و قزاقستان بود که این هیأت‌ها ضمن گفت‌وگو با دبیرکل انجمن و بازدید از سالن‌های مختلف از غرفه‌های مشارکت‌کنندگان بازدید کردند.

در جریان بازدیدهای هیأت تجاری کشورهای مختلف از بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوام خانگی فهرستی از کلیه مشارکت‌کنندگان در این رویداد بزرگ ملی و نیز تولیدکنندگان صنعت لوام خانگی ایران به منظور تسهیل در فرآیند تحقیقات بازار و بازار شناسایی و خاصه آگاهی از فرصت‌های صادراتی در اختیار ایشان قرار گرفت.

طرح نظرسنجی مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان

از آنجا که مقوله نظرسنجی، اجرای اقدامات و تلاش‌های سازمان‌یافته برای نشان دادن عقاید مخاطبان نسبت به یک موضوع در یک محل خاص و در یک مقطع زمانی معین بوده و حفظ ارتباط و درک نیازها و خواسته‌های آنها را فراهم می‌کند و نتیجه آن نشان‌دهنده وجود نقاط قوت و توانمندی‌ها در نقطه‌ی مقابل آن است، انجمن صنایع لوام خانگی ایران به‌عنوان مجری رویداد هامکس ۱۴۰۰ در راستای شناخت افکار مخاطبان و دریافت بازخوردها از مجموعه اقدامات انجام شده جهت برپایی و برگزاری بزرگترین رویداد صنعت لوام خانگی کشور در قالب «طرح نظرسنجی مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان» از این ابزار کاربردی و اثربخش نیز در مسیر سیاست‌های بهبودبخش و توسعه‌ای خود بهره‌برداری کرده است.

در این راستا انجمن با همکاری شایسته‌ی تقدیر مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی به‌عنوان یکی از مراکز و هسته‌های پایش و تحلیل افکارسنجی و نظرسنجی و با استفاده از ابزار و شیوه‌های نوین این مهم خاصه در بستر فضای مجازی و نظرسنجی‌های الترونیک، اقدام به نظرسنجی از طیف مخاطبان خود نخست مشارکت‌کنندگان و غرفه‌داران نمایشگاه به‌عنوان مخاطب خاص صنعت لوام خانگی و دومی بازدیدکنندگان نمایشگاه به‌عنوان مخاطب عمومی صنعت لوام خانگی مبادرت ورزید.

نمره کلی نتایج حاصل از نظرسنجی‌های انجام شده هامکس ۱۴۰۰
(از ۲۰)
۱۷/۰۱
معادل: خیلی خوب
انجمن صنایع لوام خانگی ایران مجری بزرگترین رویداد صنعت لوام خانگی ایران: بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوام خانگی و صنایع وابسته 21st HAMEx 2021

در این رویداد نماینده صندوق ضمانت صادرات ایران نسبت به شرح خدمات قابل ارائه این صندوق به تولیدکنندگان و صادرکنندگان عضو انجمن صنایع لوام خانگی ایران اقدام توضیحاتی ارائه کرد.

در حاشیه این سمینار و در قالب پنل تخصصی فرصت‌های سرمایه‌گذاری مشترک صنعت لوام خانگی ایران و عراق، تفاهم‌نامه همکاری فی‌مابین اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان اقلیم کردستان عراق با انجمن صنایع لوام خانگی ایران در عصر روز چهارشنبه ۲۶ آبان ماه ۱۴۰۰ طی مراسم رسمی با حضور اصحاب رسانه رسماً منعقد و مبادله شد.

گفتنی است؛ در رویداد هامکس ۱۴۰۰ بیش از ۶ قرارداد صادراتی قطعی و ۱۸ قرارداد به مرحله پیش‌نویس رسید.

همچنین، هامکس ۱۴۰۰ میزبان حضور هیأت تجاری دیگری از کشور لبنان بود که این هیأت پس از حضور در مراسم افتتاحیه از سالن‌های نمایشگاه و غرفه‌های مشارکت‌کنندگان بازدید کردند. این هیأت در طول بازدید خود از این رویداد با مذاکره با تولیدکنندگان ایرانی، پیش‌نویس قراردادهای تجاری و همکاری‌های خود را تنظیم و مبادله کرد.

از دیگر هیأت‌های عالی‌رتبه حاضر در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوام خانگی، هیأت تجاری کشور هند به نمایندگی سید اشرف به‌عنوان رهبر مسلمانان هند بود. وی به همراه دو نفر از معاونان سرمایه‌گذاری و اقتصادی خود در مراسم افتتاحیه نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوام خانگی ایران نیز حضور یافت و پس از آن به همراه مقامات و مسئولان طرف ایرانی به بازدید از غرفه‌ها و گفت‌وگو با تولیدکنندگان ایرانی پرداخت و در حاشیه بازدید از غرفه‌ها با انسیه خزعلی، معاون رئیس‌جمهوری در امور زنان و خانواده و نیز با صادقی نیارکی، معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت، نیز دیدار و گفت‌وگو کرد.

در بازدید رهبر مسلمانان هند از بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوام خانگی، وی با حضور در ستاد اجرایی هامکس ۱۴۰۰ با عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوام خانگی ایران، دیدار کرد و از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری مشترک و زمینه‌های قابل تعامل دو کشور در تولید و صادرات لوام خانگی ایرانی و در خصوص استفاده از پتانسیل‌های بالای صنعت لوام خانگی تولیدکنندگان ایرانی و ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاران هندی جهت حضور در ایران، بحث و تبادل نظر داشت.

در این بازدید همچنین لیست کاملی از تولیدات صنایع لوام خانگی ایران جهت تحقیق بازار و شناسایی فرصت‌های صادراتی در اختیار هیأت هندی قرار گرفت.



وفاداری مشتری از جنس بی‌وفایی!



سهراب چینی‌فروشان
متخصص و مشاور
مارکتینگ و مدیرعامل
گروه مشاوران آریا

نه وفادارسازی بلکه هوادارسازی کوچ کرده‌اند. مثال‌های مسئولیت اجتماعی برندها و یا نهضت سلامتی از این دسته رویکردها هستند که مدل‌های ناموفق و موفقی را رقم زده‌اند.

سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگتر که فضای رقابت را ملموس‌تر حس می‌کنند می‌دانند که وقتی مشتریان تنها یک کلیک تا خرید از برندشان فاصله دارند نقش و جایگاه مارکتینگ از اهمیت بالایی برخوردار است.

امروزه در دوران پاندمی کرونا با گرایش بیش از پیش خرید آنلاین مشتریان به اطلاعات نامحدودی در خصوص کسب و کار شما دسترسی دارند و تحقیقات نشان می‌دهد که آنها در صورتی که تجربه خوب خرید برندی که از متوسط استانداردهای بازار فراتر رفته برایشان رقم بخورد به سختی انتخاب خود را تغییر می‌دهند.

در ادامه تعریف مشتری وفادار و ۴ روش سنجش وفاداری مشتری را شرح می‌دهم، اینکه برای ارتقای میزان وفاداری مشتری راهکار چیست؟ و چگونه فرآیند وفاداری را اندازه‌گیری کنید؟ همه اینها قطعاً به ایجاد و شناخت تمایز شما در فضای رقابتی کمک قابل توجهی خواهد کرد.

وفاداری چیست؟

وفاداری مشتری اندازه‌گیری و سنجش احتمال خرید مجدد مشتریان از برند شماست. این تکرار خرید نه تنها بستگی به سطح رضایت‌مندی آنها از کالا و خدمات شما دارد بلکه رضایت‌مندی مشتریان در طول سفر مشتری یعنی هر یک از نقاط تماس برند با مشتری اثرگذار است.

وفادارسازی مشتری این امکان را می‌سازد تا رابطه انسانی با مشتریان برقرار کنید و وقتی تجربه مشتری را ارتقا دهید شما به عنصری فراتر از یک وبسایت یا نقطه فروش (درگاه فروش تبدیل می‌شوید) آنها به شما اعتماد می‌کنند و قیمت برندگان را پرداخت می‌کنند، به این دلیل که شما ارزش مشترکی را برای این طیف خلق کرده‌اید.

نگاه به وفاداری مشتری و باشگاه مشتریان نیاز به تغییر نگرش دارد، چراکه در سازمان‌های ما فعالیت باشگاه مشتریان از جنس وفاداری نیست و اصولاً در ۴ سطح تکراری و غیر خلاق تخفیف، اعتبار، امتیاز و جایزه دیده می‌شود.

در حالی که فعالیت‌های ارتباطی برند باغی است که یکی از میوه‌های آن برنامه وفاداری مشتریان است، یعنی برنامه‌های وفاداری ذیل فعالیت‌های ارتباطی برند هستند.

برای انتقال مفهوم وفاداری با نگرش جدید لازم می‌بینم که از منظر رفتار مصرف‌کننده و تقسیم کالا و خدمات به دو دسته اصلی تندفروش و کندفروش خط‌کشی روی محصولات تندفروش اف ام سی جی بگذارم و آنها را به دو طیف پتانسیل بالای وفادارسازی و پتانسیل پایین وفادارسازی تفکیک کنم.

برای مثال، در زمینه خرید محصولات تند گردش لبنیاتی که با تنوع و گوناگونی محصولات به اشباع رسیده (ماست پرچرب، پروبیوتیک، با طعم بادمجان و ...) میزان وفاداری مشتریان به لبنیات با برند مشخص کم‌رنگ است، چرا که از یک طرف فرهنگ مصرف‌گرایی و از سوی دیگر عرضه و لانچ پر شتاب محصولات جدید با کمپین‌های تبلیغاتی گسترده باعث می‌شود مشتری پس‌بندگی به برند مورد نظر لبنیات را نداشته باشد و همیشه نسبت به انتخاب گزینه‌های جدید موجود علاقه‌مندی و کنجکاوی نشان دهد.

در حالی که در حوزه‌های دیگر اف ام سی جی شاهد این میزان از اشباع از سمت مشتری نیستیم، در نتیجه وفاداری رنگ و لعاب بیشتری به خود می‌گیرد.

البته که در حوزه اف ام سی جی و اشباع مصرف‌کننده هستند تکنیک‌هایی که به سمت



روش‌های اندازه‌گیری وفاداری مشتری

نیاز مبرم به آینده‌پژوهی از این لحاظ که چه محصولات را برای فروش و عرضه به بازار روانه کنیم و چگونه سطح ارائه خدمات به مشتریان را ارتقا بدهیم؟

ایجاد مشتریان وفادار به شما کمک می‌کند تا برنامه‌های پیش رو را بهبود دهید و سود بیشتری کسب کنید.

در ادامه ۴ روش اندازه‌گیری وفاداری مشتری را شرح می‌دهم که به کمک آن می‌توانید تشخیص دهید میزان مشتریان وفادار شما در چه سطحی است؛ اگر مطلوب است یا حتی بحرانی همین الان اندازه‌گیری کنید.

Net promoter score

از شاخص‌هایی است که به شکلی غیرمستقیم، رضایت و وفاداری مشتریان کسب و کار شما را می‌سنجد.

امتیاز خالص مروجان به شما امکان را می‌دهد تا طی فرآیندی میزان احتمال توصیه برند و پیشنهاد مشتریان به دوستان و بستگان را تخمین بزنید.

این روش، مقیاس ۱۱ امتیازی دارد کسانی که بین ۹-۱۱ دارند مبلغان شما هستند، وفادار و مشتریان مشعوف ۷-۸ امتیاز مشتریان صرفاً راضی هستند، اما نه در سطح رضایتمندی که شما را پیشنهاد دهند.

۶ و به پایین مشتریان ناراضی هستند یعنی افرادی که شما را معرفی و توصیه نمی‌کنند.

Customer loyalty Index

شاخص وفاداری مشتری میزان وفاداری در طول دوره ماندگاری مشتری را می‌سنجد که شامل تمامی اجزای آن پی‌اس می‌شود، ضمن اینکه اطلاعات مربوط به خرید و خریدهای مجدد را در بر می‌گیرد، مدل امتیازی در مقیاس ۶ است که امتیاز ۱ (کاملاً بله) و ۶ (کاملاً خیر) است و به شما کمک میکند تا پاسخ سوالات زیر داشته باشید.

۱- احتمال اینکه مشتری برند را به افراد دیگر پیشنهاد و توصیه کند؟

۲- احتمال خرید مجدد از برند شما؟

۳- احتمال خرید مشتری از دیگر خدمات و کالاهای شما؟

نحوه محاسبه به روش میانگین طبق جدول امتیازی زیر است:

$$1 = 100 = 2 \times 80 = 3 \times 60 = 4 \times 40 = 5 \times 20 = 6 = 0$$

این امتیازات منعکس‌کننده میزان احتمال توصیه

برند شما به دیگران و یا خرید مجدد است.

با تکمیل جدول به صورت دوره‌ای، شما به روندهای تغییرات فروش و همچنین تصمیم‌گیری‌های موثرتر برای استراتژی و سناریو پلنینگ مطلوب برای وفاداری مشتری یک گام نزدیک‌تر خواهید شد.

Customer lifetime value

ارزش طول عمر مشتری بر اساس میزان خرید یک مشتری در طول عمر دوره خرید به گردش مالی کل محاسبه می‌شود. روش‌های مختلفی برای محاسبه این شاخص وجود دارد که ساده‌ترین آنها فرمول زیر است.

ارزش طول عمر مشتری: (گردش مالی مشتری در طول یک سال * سنوات نگهداشت مشتری) - هزینه جذب مشتری

برای مثال اگر برند لوازم آرایشی که به طور متوسط هر مشتری ۵ میلیون تومان در سال خرید می‌کند و مشتری تا ۵ سال ارتباط خود را با برند حفظ کند، هزینه جذب مشتری هم ۲ میلیون تومان باشد، CLV برابر با ۲۳ میلیون تومان خواهد شد. هر چه این شاخص بالاتر باشد میزان وفاداری مشتری بیشتر است.

نقش مهمی در ارتقا و اثربخشی کمپین‌های بازاریابی و فروش دارد، چرا که اطلاعات ارزشمندی در خصوص فعالیت‌های ارتباطی برند از منظر مشتریان در اختیار ما قرار می‌دهد و نهایتاً در صورت تعریف ورودی‌ها و اطلاعات صحیح قطعاً خروجی منجر به ارتقا سطح ارتباط با مشتری خواهد شد.

نرخ خرید مجدد Repeat purchase rate

چه تعداد از مشتریان شما خرید مجدد می‌کنند؟ زمانی که خرید مشتریان را رصد می‌کنید اگر تعداد خرید مجدد آنها را می‌دانید می‌توانید نرخ نگهداشت مشتری را محاسبه کنید و با محاسبه نرخ تکرار خرید وفاداری مشتری را بسنجید.

برای ساده‌سازی از فرمول زیر استفاده کنید.

نرخ خرید مجدد = تعداد مشتریانی که حداقل یک خرید مجدد در طول سال کرده‌اند / تعداد کل مشتریان در طول یک سال

اگر زمان را به جای یک سال ماهانه، فصلی و ۶ ماهه منظور کنید، گزارشات مختلفی می‌گیرید. با محاسبه این شاخص شما قادر به سنجش وفاداری مشتری هستید و میزان خرید مجدد آنها از برندگان را برآورد می‌کنید.

وفادارسازی مشتری این امکان را می‌سازد تا رابطه انسانی با مشتریان برقرار کنید و وقتی تجربه مشتری را ارتقا دهید شما به عنصری فراتر از یک وبسایت یا نقطه فروش (درگاه فروش تبدیل می‌شوید) آنها به شما اعتماد می‌کنند و قیمت برندگان را پرداخت می‌کنند، به این دلیل که شما ارزش مشتری را برای این طیف خلق کرده‌اید.



انتقالی در بیان موفقیت‌ناقص است



عباس هاشمی در گفت‌وگو با شاتا مطرح کرد

انعقاد قراردادهای صادراتی منوط بر استمرار تامین مواد اولیه

گفت: شعار امسال در رابطه با پشتیبانی و مانع‌زدایی از بخش تولید است؛ خوشبختانه معاونت طرح و برنامه وزارت صمت برنامه خوبی را برای سال ۱۴۰۰ در این زمینه تدوین کرده است؛ همچنین با ورود آقای رزم‌حسینی به وزارت صمت و اجرای مصوبه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت برای استفاده واحدهای تولیدی از ارز حاصل از صادرات، بسیاری از مشکلات حوزه تولید برطرف و مصوبه‌ای نیز در راستای تسهیل اخذ مجوز از سازمان حفاظت محیط زیست ابلاغ شد که اقدامات خوب و موثری در حمایت و رفع موانع از حوزه تولید است.

به گزارش شاتا، کسر تخلیه، قیمت‌گذاری، ثبت سفارش مواد اولیه لوازم خانگی، قاچاق و لزوم برخورد با این پدیده در حوزه لوازم خانگی، اصلاح تعرفه قطعات ساخت داخل و نیز تمدید ممنوعیت واردات لوازم خانگی در برنامه هفتم توسعه از مواردی بود که از سوی انجمن‌ها و تشکل‌های حوزه لوازم خانگی در حضور وزیر صمت بحث و بررسی شد.

به گفته مسئولان، برای سال ۱۴۰۰ افزایش تولید در مقایسه با سال ۹۹ و همچنین صادرات محصولات لوازم خانگی برنامه‌ریزی شد.

مطابق آمار سال‌های گذشته ارزش صادرات محصولات لوازم خانگی به طور متوسط سالانه ۱۷۰ میلیون دلار است، اما در برخی سال‌ها تا ۲۴۰ میلیون دلار نیز به ثبت رسیده است.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران عمده‌ترین موانع تولیدکنندگان در حوزه لوازم خانگی را مربوط به تخصیص ارز از سوی بانک مرکزی، تامین مواد اولیه و نبود اطمینان تولیدکنندگان از وضعیت آینده عنوان کرد و گفت: نبود اطمینان از قیمت‌ها و استمرار تامین مواد اولیه تولید باعث شده است تا برخی از واحدهای تولیدی نتوانند قراردادهای صادراتی منعقد کنند.

عباس هاشمی در گفت‌وگو با شاتا، مساله قاچاق را مشکل دیگر تولید داخل دانست و تصریح کرد: در جلسه‌ای که با وزیر صمت و معاونان وزارتخانه داشتیم این موضوع مطرح شد؛ برای حل و رفع مشکل قاچاق نیاز به یک عزم ملی و جمعی است و تمامی مبادی ورودی از جمله مناطق آزاد و ویژه نیز باید مورد توجه قرار گیرند.

وی، یکی دیگر از نیازهای تولید در حوزه لوازم خانگی را امکان برنامه‌ریزی برای ارتقای کیفی و کمی محصولات اعلام کرد و یکی از پیشنهادات فعالان این حوزه را تثبیت ممنوعیت ورود کالاهای نهایی مشابه تولید داخل خواند و افزود: با توجه به ظرفیتی که در قانون حداکثر حمایت از تولید داخل وجود دارد و با توجه به اختیارات وزارت صمت در این زمینه، پیشنهاد دادیم که این ممنوعیت در برنامه هفتم توسعه و برای حداقل یک دوره پنج ساله ادامه پیدا کند.

وی در ادامه صحبت‌های خود با تایید نقش دیگر دستگاه‌های مرتبط با حوزه تولید، همکاری بیشتر آنها را یکی از نیازهای تحقق شعار سال عنوان کرد و با اشاره به تعامل خوب وزارت صمت با بخش تولید،





نفوذ فناوری نانو تکنولوژی در صنعت تولید لوازم خانگی

ساختارهای لوله‌ای کربن هستند، وزن بسیار سبک‌تری نسبت به آلومینیوم دارند. همین ویژگی‌ها هم باعث شده تا از این مواد بتوان در صنایع مختلف از جمله تولید لوازم خانگی استفاده کرد.

اگر به این میزان از پذیرش برسیم که نانو تکنولوژی در واقع فناوری‌ای است که با استفاده از در دست گرفتن کنترل ساختار مواد در سطح مولکولی، اتمی و استفاده از این خواص قادر به تولید انواع مختلفی از مواد و ابزارهای گوناگون است، به این نتیجه خواهیم رسید که از این فناوری می‌توان در صنایع مختلف و مهمی مثل صنایع غذایی، صنایع دارویی، کامپیوتر، ارتباطات، حمل و نقل و صنایع کاربردی‌تر مثل تولید لوازم خانگی استفاده کنیم. در واقع امروزه با پیشرفت این فناوری به زحمت می‌توان حوزه‌ای را پیدا کرد که تحت تأثیر این فناوری شگفت‌انگیز نباشد.

تأثیر فناوری نانو تکنولوژی در تولید ابزار مختلف باعث شده تا بتوانیم به ابزارهای گوناگونی دسترسی داشته باشیم که به ما نه در تنها در آسان شدن انجام کارها کمک می‌کنند بلکه امکانات بیشتری نسبت به گذشته را در اختیار ما قرار می‌دهند. یکی از این ابزارها که تا حد زیادی تحت تأثیر فناوری نانو تکنولوژی قرار گرفته‌اند، تجهیزات هستند که به عنوان لوازم خانگی شناخته می‌شوند که در ادامه این مطلب در خصوص تأثیر فناوری نانو تکنولوژی در صنعت لوازم خانگی صحبت خواهیم کرد.

اما قبل از اینکه در خصوص تأثیر نانو تکنولوژی در صنعت لوازم خانگی صحبت کنیم باید به اهمیت این فناوری در کشور ایران نیز توجه داشته باشیم. به عقیده بسیاری از کارشناسان فناوری نانو تکنولوژی در واقع برابر و مساوی با آینده است. بسیاری از صاحب نظران از فناوری نانو تکنولوژی به عنوان فناوری آینده یاد می‌کنند. ظهور این تکنولوژی باعث شده تا بسیاری از فناوری‌های از جمله فناوری اطلاعات و بیوتکنولوژی که دو دستاورد بسیار بزرگ قرن بیست و یک میلادی هستند، پا به عرصه وجود بگذارند.

نانو تکنولوژی در تعریف ساده، به فناوری‌هایی اشاره می‌کند که در ابعاد نانو یا بسیار ریز عمل می‌کند. هر یک نانو که واحد اندازه گیری در نانو تکنولوژی است، چیزی در حدود ۹ تا ۱۰ یک میلیارد متر است. به عبارت دیگر در این تکنولوژی اندازه اتم‌ها و مولکول‌ها برابر با ۹ تا ۱۰ یک میلیارد متر است.

در فناوری نانو تکنولوژی بشر توانسته است به فضای کوچک اتم‌ها با اندازه ذکر شده نفوذ کند و به همین دلیل می‌تواند در آرایش و چینش اتم‌ها و مولکول‌ها دخالت کند. به این ترتیب قادر خواهد بود تا مواد جدید با ساختارهای بسیار متفاوتی را تولید نماید و از آنها در حوزه‌های مختلف استفاده کند.

اصطلاح نانو تکنولوژی یا نانو فناوری از دو کلمه نانو و فناوری تشکیل شده است که معنی توسعه، ایجاد، طراحی و استفاده از محصولاتی است که اندازه آنها چیزی در حدود ۱ تا ۱۰۰ نانومتر است. بر اساس نظر کارشناسان فناوری نانو یا همان نانو تکنولوژی یک فناوری یا تکنولوژی جدید نیست بلکه یک مقیاس جدید است. بر اساس این مقیاس جدید در همه رشته‌ها از طراحی و تولید لوازم و تجهیزات پزشکی گرفته تا لوازم خانگی، رویکرد و دیدگاه جدیدی ایجاد شده است. در این فناوری فرد می‌تواند با دخالت در ساختار و چینش اتم‌های مواد ویژگی‌ها و قابلیت‌های یک محصول را تغییر دهد و آن را به چیزی مطابق با نیازهای خود تبدیل کند.

فناوری نانو چه کاربردهایی دارد و اهمیت آن چیست؟

فناوری نانو تکنولوژی با وجود گذشت بیش از ۲۰ سال از زمان روی کار آمدنش هنوز در ابتدای مسیر خود قرار دارد اما در همین چند سال کوتاه نیز اهمیت استفاده از آن در ساخت و تولید محصولات با کیفیت که طول عمر بالایی دارند کاملاً مشخص شده است. برای مثال یکی از مواد مهمی که امروزه دانشمندان با استفاده از فناوری نانو تکنولوژی طراحی و تولید کرده‌اند، نانو تیوب‌های کربنی است که رسانایی آن بسیار بیشتر از رسانایی فلزاتی مثل مس است. علاوه بر این طول عمر و مقاومت آن بسیار بیشتر از فولاد است. اما این همه قابلیت‌های این ماده نیست، بلکه نانو تیوب‌های کربنی که در اصل

تأثیر فناوری نانو تکنولوژی در تولید ابزار مختلف باعث شده تا بتوانیم به ابزارهای گوناگونی دسترسی داشته باشیم که به ما نه در تنها در آسان شدن انجام کارها کمک می‌کنند بلکه امکانات بیشتری نسبت به گذشته را در اختیار ما قرار می‌دهند.

به همین دلیل بهره‌مندی از امکانات و قابلیت‌های این تکنولوژی برای همه به خصوص صنعتگران، دانشگاهیان و مسئولان از اهمیت زیادی برخوردار است.

در واقع اولویت هر کشوری که بخواهد به نوعی به رشد و پیشرفت برسد استفاده از فناوری در بخش صنعت است. به دلیل گستردگی کاربرد و اهمیت تکنولوژی نانو فناوری و از طرفی تمایل تولیدکنندگان مطرح و معتبر جهانی به استفاده از این تکنولوژی در تولید محصولات خود، غافل شدن تولیدکنندگان محصولات مختلف از جمله لوازم خانگی از فناوری نانو باعث می‌شود تا آن صنعت به دلیل عدم توانایی در رقابت با رقبای خود به نوعی دچار عقب‌ماندگی شود.

مشارکت نانو تکنولوژی در حوزه لوازم خانگی

همان‌طور که گفته شد، نانو تکنولوژی با وجود اینکه در دهه هشتاد میلادی پا به عرصه ظهور نهاد اما به عنوان یکی از علوم نسبتاً جدید اما به سرعت در حال رشد شناخته می‌شود و قابلیت‌ها و امکانات آن روز به روز بیشتر و بیشتر خود را نشان می‌دهند. استفاده از نانو تکنولوژی باعث شده تا تمام بخش‌های صنعت لوازم خانگی به نوعی تحت تأثیر آن قرار گیرند و بسیاری از چالش‌های غیر قابل حلی که برای تولیدکنندگان تا به امروز وجود داشته است، با استفاده از این فناوری حل شوند. فناوری نانو تکنولوژی در تولید محصولاتی که در آشپزخانه‌ها استفاده می‌شوند تا تولید محصولاتی که کاربر در اتاق نشیمن خود تمایل به استفاده از آن‌ها دارد، حرفی برای گفتن دارد. در واقع تولید وسایل برقی تا تولید انواع فرش، لوستر و حتی مبلمان و کالای خواب نیز تحت تأثیر این تکنولوژی است. در همین بخش به صورت موردی در خصوص کاربرد این فناوری در بخش‌های مختلف صنعت لوازم خانگی صحبت می‌کنیم.

بر اساس آمار منتشر شده توسط NPD، از حدود ۳۳۹ نوع محصولی که به عنوان محصول نانو شناخته می‌شوند، ۷۷ نوع آن در صنعت لوازم خانگی و تولید تجهیزات است که به نوعی در خانه‌های ما استفاده می‌شوند، کاربرد دارند. این محصولات در دسته‌های مختلف از جمله محصولاتی که برای پاک‌سازی محیط خانه استفاده می‌شوند، محصولاتی که برای گرمایش و سرمایش کاربرد دارند، محصولاتی که به عنوان تجهیزات پخت و پز کاربرد دارند،

بر اساس آمار منتشر شده توسط NPD، از حدود ۳۳۹ نوع محصولی که به عنوان محصول نانو شناخته می‌شوند، ۷۷ نوع آن در صنعت لوازم خانگی و تولید تجهیزاتی که به نوعی در خانه‌های ما استفاده می‌شوند، کاربرد دارند.

مبلمان، صفحه نمایش‌ها و صنایع وابسته به آنها تقسیم‌بندی می‌شوند.

برای مثال بسیاری از انواع دستگاه‌های ماشین ظرف‌شویی یا ماشین لباسشویی، مواد شوینده قابل استفاده از آنها، پاک‌کننده‌هایی که در آنها استفاده می‌شوند به نوعی وابسته به فناوری نانو تکنولوژی هستند. در واقع استفاده از فناوری نانو در تیز کردن لباس و ظرف به نوعی به یکی از قابلیت‌های مهم این دستگاه‌ها و مواد تبدیل شده است به نوعی که امروزه بسیاری از کاربران و مصرف‌کنندگان به دنبال محصولاتی هستند که حتماً این قابلیت را داشته باشند.

در بخش تولید محصولات سرمایشی و گرمایشی که شامل تولید انواع کولرها، بخاری‌ها، یخچال‌ها و فریزرها می‌شوند فناوری نانو کاربرد بسیار زیادی دارد. برای مثال در بسیاری از انواع کولرهای گازی که امروزه به بازار عرضه می‌شوند از فناوری نانو برای جلوگیری از آلودگی هوا و همچنین پاک‌سازی هوا استفاده می‌شود. همچنین در بسیاری از انواع یخچال و فریزرهایی که امروزه توسط تولیدکنندگان بزرگ و مطرح ساخته می‌شوند، از فناوری نانو تکنولوژی برای افزایش طول عمر مواد غذایی در یخچال و یا حتی جلوگیری از انتشار بوی مواد غذایی در داخل محفظه دستگاه استفاده می‌شود.

در صنعت تولید ظروف قابل استفاده در آشپزخانه از جمله تولید انواع قوری، کتری، قابلمه، ظروف سرامیکی، چاقو و از این دست محصولات نیز فناوری نانو کاربرد زیادی دارد. مثلاً برخی از انواع ظروف هستند که به دلیل استفاده از ترکیبات نانو در آن‌ها قادر به حفظ دمای مواد غذایی به خصوص مواد غذایی گرم تا زمان طولانی هستند. حتی بسیاری از این ظروف می‌توانند مواد غذایی را بدون خراب شدن برای مدت زمان طولانی‌تری در خود نگهداری کنند.

تجهیزات و لوازم خانگی مثل انواع فرهای برقی و گازی، انواع میکروفرها، بسیاری از دستگاه‌های پخت و پز برقی همه و همه از جمله لوازم خانگی هستند که در تولید آن‌ها از فناوری نانو استفاده شده است. مثلاً در ساخت برخی از محفظه‌های قابل استفاده در دستگاه‌های پلوپز به جای استفاده از ترکیبات تفلون که برای سلامتی انسان ضرر زیادی دارد، از مواد نانو به نحوی استفاده شده است که برنج به هیچ عنوان به ظرف نمی‌چسبد و به راحتی از ظرف جدا می‌شود.

بر اساس بررسی‌های انجام شده استفاده از تکنولوژی نانو نه تنها می‌تواند باعث افزایش صرفه‌جویی در مصرف هزینه برای کاربران شود بلکه می‌تواند ب نوعی در حفظ و نگهداری محیط زیست نیز به ما کمک کند.

زیادی در تولید محصولات خود می‌کنند. برای مثال شرکت‌هایی مثل هیتاچی، شارپ، سامسونگ، ال جی، دو، میتسوبیشی، ویرپول و بسیاری از شرکت‌های معتبر این‌چنینی از فناوری نانو در تولید محصولات خود نهایت استفاده را می‌برند. برترین کشورهای که از نانو تکنولوژی در صنایع مختلف به خصوص صنعت تولید لازم خانگی استفاده می‌کنند عبارت‌اند از کشورهای مثل ژاپن، کره جنوبی، آلمان، ایران، چین، ترکیه، دانمارک، تایوان و سوئد. نکته جالب در خصوص این لیست که توسط NPD (موسسه انتشار اطلاعات مربوط به استفاده از فناوری نانو) منتشر شده است این است که ایران نیز یکی از کشورهای فعال در زمینه استفاده از فناوری نانو تکنولوژی در تولید لوازم خانگی است.

اگرچه در حال حاضر دانشمندان و محققان فعال در زمینه نانو تکنولوژی و استفاده از آن در صنعت، تحقیقات گسترده و مطالعات هدفمندی را انجام می‌دهند اما به نظر می‌رسد تلاش برای پیشرفت در این تکنولوژی و استفاده هرچه بهتر از آن در تولید تجهیزات مختلف از جمله لوازم خانگی اهمیت بسیار زیادی به خصوص برای کشور ما دارد.

منبع:

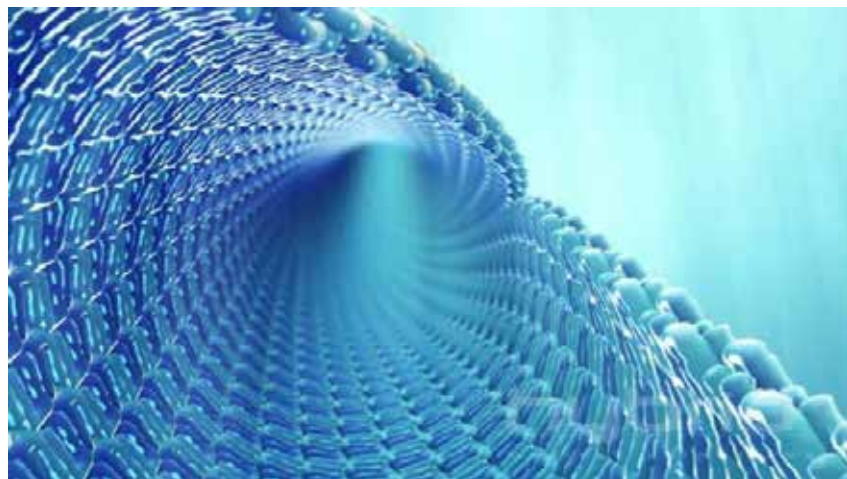
<https://product.statnano.com/industry/۷۳/more#:~:text=Nanotechnology۲۰%provides۲۰%a۲۰%multitude۲۰%of۲۰%solutions۲۰%for۲۰%groups,to۲۰%sitting۲۰%rooms۲۰%C۲۰%nanotechnology۲۰%has۲۰%something۲۰%to۲۰%say.>

<https://product.statnano.com/industry/home-appliance/>

گسترش استفاده از فناوری نانو تکنولوژی در صنعت تولید لوازم خانگی منجر به تولید انواع مختلف محصولات با قابلیت‌های بسیار شگفت‌انگیز و جذاب شده است. برای مثال دستگاه‌های تصفیه آب یکی از انواع این تجهیزات است که در آن با استفاده از فناوری نانو، ناخالصی‌های آب مثل گرد و خاک، باتری‌ها و حتی مواد افزودنی که در هنگام جریان آن در آب لوله کشی به آن اضافه می‌شود از آن گرفته می‌شود. همان‌طور که گفته شد در بسیاری از انواع لوازم برقی خانگی مثل تهویه مطبوع هوا، جارو برقی و لوازمی از این دست از فناوری نانو استفاده شده است مثلاً در جاروبرقی‌های امروزی نوعی فیلتر تعبیه شده است که تولید آن بر پایه نانو تکنولوژی انجام شده است. این فیلترها قادر به جذب گرد و خاکی خواهند بود که در حین تمیز کردن خانه با استفاده از جاروبرقی در هوا منتشر و تولید می‌شود.

بر اساس بررسی‌های انجام شده استفاده از تکنولوژی نانو نه تنها می‌تواند باعث افزایش صرفه‌جویی در مصرف هزینه برای کاربران شود بلکه می‌تواند ب نوعی در حفظ و نگهداری محیط زیست نیز به ما کمک کند. در اصل فناوری نانو با بهبود و افزایش کارایی و عملکرد دستگاه‌های مختلف، می‌تواند برای کاربران در استفاده از لوازم خانگی مفید باشد. حتی در تولید بدنه و قطعات به کار رفته در بسیاری از انواع لوازم خانگی از موادی استفاده شده که فناوری نانو در ساخت آن‌ها اثر گذار بوده است. برای مثال استفاده از نقره، دی اکسید سیلیکون، نیتريد تیتانیوم، اکسید روی و نانو ذرات الماس از جمله مواد ساخته شده بر پایه نانو هستند که در ساخت لوازم خانگی مختلف کاربرد زیادی دارند.

در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های مطرح در حوزه تولید لوازم خانگی از فناوری نانو استفاده بسیار





تجهیزات قابل استفاده در خانه‌های هوشمند آینده

اساس گفته محققان دانشگاه هاروارد در سال ۲۰۲۰ میلادی نزدیک به ۴۲۰ میلیارد دلار صرف بهبود و تعمیر خانه‌هایی شد که افراد در آن مجبور بودند هم در کلاس‌های آنلاین شرکت کنند و هم دورکاری کنند.

اصول خانه‌های هوشمند، برقراری ارتباط با اینترنت است. به عبارت دیگر اگر امکان اتصال به اینترنت در خانه‌های هوشمند وجود نداشته باشد مانند این است که قلب خانه به درستی نمی‌تواند کار کند. توانایی دستگاه‌هایی که در خانه‌های هوشمند و به عنوان بخشی از شبکه اینترنت اشیا استفاده می‌شوند بر اساس اتصال به اینترنت و در ارتباط بودن تجهیزات با یکدیگر از طریق اینترنت تعریف شده است. هر چند حفظ امنیت ارتباط میان تجهیزات مختلف در عمل بسیار سخت‌تر از آن چیزی است که به زبان می‌آید.

بر اساس بررسی‌های انجام شده بسیاری از مصرف‌کنندگان حاضر نیستند که برای استفاده از تجهیزات خود در خانه‌های هوشمند، تعداد زیادی اپلیکیشن را روی کامپیوتر یا گوشی هوشمند خود دانلود کنند و از آنها برای برقراری ارتباط با تجهیزات هوشمند خود استفاده کنند. در حالی که برقراری ارتباط میان دستگاه‌های مختلف در خانه‌های هوشمند و تبادل اطلاعات میان این تجهیزات می‌تواند راحتی زیادی برای کاربران ایجاد کند اما این موضوع که چه میزان از این اطلاعات و داده‌ها باید بین تجهیزات مختلف به اشتراک گذاشته شود خود موضوع مهمی است که باید متخصصان امنیت اطلاعات به آن توجه داشته باشند. این مسئله تا حد زیادی با حفظ حریم شخصی کاربران در ارتباط است.

برای استفاده از تجهیزاتی که در خانه‌های هوشمند استفاده می‌شوند و به عبارتی بخشی از شبکه اینترنت اشیا هستند، وابسته به رعایت پروتکل‌ها و استانداردهای ارتباطی مختلف است که پیمایش و ایجاد سازگاری میان آن‌ها به نحوی که هم باعث ایجاد هماهنگی میان اجزا شوند و هم اینکه به نوعی حریم خصوص و امنیت کاربر در آن رعایت شود نیاز به تخصص و دقت فراوانی دارد. درک این موضوع به همان اندازه مهم است که ترغیب کاربران برای استفاده از این تجهیزات ارزشمند و ضروری است.

در طول سال‌های اخیر، جایگاه و نقش مکانی آشپزخانه در خانه‌های ما تغییرات زیادی داشته است. در ایام قدیم، آشپزخانه‌ها بیشتر نقش مکانی را بازی می‌کردند که در آن افراد خانه برای پخت و پز غذا و خوردن آن در آن رفت و آمد داشتند. اما امروزه آشپزخانه‌ها به عنوان قلب خانه شناخته می‌شوند. در حال حاضر با پیشرفت تکنولوژی آشپزی و پخت انواع غذا بر خلاف ایام گذشته در کنار انجام سایر کارهای خانه مثل شست و شوی لباس و حتی انجام کارهای تفریحی، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و حتی انجام وظایف کاری انجام می‌شود. همان‌طور که نحوه استفاده ما از فضایی مثل آشپزخانه در گذر زمان تغییر پیدا کرده است، تکنولوژی مرتبط با تجهیزات قابل استفاده در این فضا نیز تغییرات زیادی یافته است. هنوز هیچ کس نمی‌داند که آشپزخانه‌های آینده چگونه خواهند بود اما هر تکنولوژی پیشرفت کند، قلمرو و امکانات وابسته به آن تکنولوژی گسترده‌تر خواهد بود.

با گسترش و انتشار ویروس کرونا یا همان Covid-19، قابلیت‌ها و امکانات تجهیزاتی که در خانه‌های هوشمند امروزی استفاده می‌شوند، منطبق با این همه‌گیری شده است. البته این انطباق بعد از یک دوره بحران اقتصادی که در زنجیره تأمین کالا نیز اختلالاتی ایجاد کرد، همراه بود. اما نکته جالب در این خصوص این است که بر خلاف سایر کالاها و بخش‌های بازار که استفاده از آن‌ها در دوران همه‌گیری ویروس کرونا کاهش زیادی داشت، در بازار تجهیزات مربوط به خانه‌های هوشمند، استفاده از تجهیزات مرتبط با این حوزه مثل استفاده از فناوری‌های هوشمند از جمله عینک‌های هوشمند، استفاده از اسپیکرهای هوشمند برای برقراری ارتباط با این تجهیزات و سایر دستگاه‌ها و ابزارهای مرتبط به دلیل عدم نیاز به تماس ابزار با دست و حفظ اصول بهداشتی آن افزایش یافته است.

در دوران همه‌گیری کرونا، مفهوم جدیدی با عنوان خانه جذاب و دلنشین من یا همان اصطلاح Home Sweet Home دوباره تعریف شد و استفاده از آن در میان افرادی که از راه دور و در خانه‌های خود کار می‌کردند افزایش چشمگیری پیدا کرد. در واقع در طول همه‌گیری ویروس کرونا، بسیاری از افراد مجبور شدند از خانه کار کنند و یا کلاس‌های خود را برگزار کنند. به این ترتیب نیاز به تجهیزات به روز و منطبق بر تکنولوژی‌های مختلف زیادتر شد. بر

در دوران همه‌گیری کرونا، مفهوم جدیدی با عنوان خانه جذاب و دلنشین من یا همان اصطلاح Home Sweet Home دوباره تعریف شد و استفاده از آن در میان افرادی که از راه دور و در خانه‌های خود کار می‌کردند افزایش چشمگیری پیدا کرد.

به کاربر ارائه دهد.

بر اساس تجربیات گذشته به جرات می‌توان گفت که قدرت و تأثیر فناوری در تغییر سبک زندگی افراد مختلف بسیار زیاد است. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته توسط موسسه Strat-egy Analytics متوسط هزینه‌ای که برای خرید تجهیزات هوشمند قابل استفاده در خانه‌های هوشمند توسط کاربران پرداخت شده است به ۱۵۷ میلیارد دلار رسیده است.

هیچ شکی نیست که تقاضا برای در اختیار داشتن دستگاه‌ها و لوازم خانگی هوشمند در حال افزایش است چون طراحان و توسعه دهندگان این تجهیزات روز به روز به روز ویژگی‌ها و قابلیت‌های تجهیزات و لوازم خانگی هوشمند را ارتقا می‌دهند. این ارتقا بخشی از صنعت است و مسلماً روند آن بدون وقفه انجام خواهد شد.

منابع:

<https://www.reviewed.com/ovens/features/the-future-of-smart-appliances>

<https://www.oges.com/info-detail/the-future-development-trend-of-smart-home-appliances#:~:text=In%20%the%20%future%20%the%20%intelligence%20%of%20%home%20%appliances,more%20%about%20%the%20%development%20%of%20%smart%20%home%20%appliances>

<http://www.gmpresswire.com/future-of-smart-home-appliances-market-analysis-outlook-report-2020-2030/>

طراحی آینده تجهیزات مورد استفاده در خانه‌های هوشمند

در گذشته، طول عمر استفاده از لوازم خانگی چیزی بین ۱۰ تا ۱۵ سال بوده است و قابل استفاده بودن تجهیزات در این بازه زمانی برای کاربران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود. اما امروزه با پیشرفت تکنولوژی و افزایش سرعت این پیشرفت، طول عمر استفاده از هر نوع وسیله و لوازم خانگی به نیمی از این بازه زمانی یعنی چیزی بین ۵ تا ۷ سال رسیده است. هرچه تمایل به استفاده از تجهیزات هوشمند در میان کاربران افزایش یابد، امکان خرید لوازم خانگی در بازه‌های زمانی کوتاه‌تر بیشتر خواهد شد. تمایل به خرید محصولات با افزایش توانایی آن‌ها در صرفه جویی در مصرف انرژی و توانایی در انجام دادن هر وظیفه در بازه زمانی کوتاه ارتباط مستقیمی دارد.

ویژگی‌ها و امکانات خانه‌های هوشمند امروز و فردا بر اساس سه‌م مساوی از بررسی عملکرد دستگاه، راحتی استفاده از آن و امکاناتی که برای کاربر به همراه خواهد داشت مشخص خواهد شد. در آینده‌ای نه چندان دور شاید انتخاب نوع غذا بر اساس پیشنهادی باشد که یخچال هوشمند با توجه به تنوع مواد غذایی که در آن لحظه وجود دارد، به کاربر خواهد داد.

در واقع یخچال هوشمند با توجه به محتویات خود و تاریخ انقضای آن‌ها می‌تواند پیشنهاد نوع غذا را به همراه ستور غذایی که در پایگاه داده آن ذخیره شده است، ارائه دهد. علاوه بر این امکانات تجهیزات هوشمندی مثل انواع تجهیزات پخت و پز در آینده به قدری پیشرفت خواهد کرد که تنها با خواندن بارکد غذایی که کاربر به آن می‌دهد دستور پخت انواع خوراک‌ها و غذاهایی را که می‌توان با آن دستگاه آماده کرد





SGS؛ الگوی کیفیت و امانتداری در سایه ۱۴۰ سال سابقه

- گواهینامه‌های بین‌المللی مصرف انرژی
- استاندارد بین‌المللی IEC6۰۳۳۵
- گواهینامه‌های EMC
- گواهینامه‌های ایمنی محصول
- گواهینامه‌های ایمنی عملکردی
- کلیه تاییدیه‌های حوزه E&E
- بازرسی کالاهای صادراتی در صنایع متفاوت و صدور گواهینامه محصول
- بازرسی پیش از حمل و صدور انحصاری گواهی تطابق کمی و کیفی کالا برای صادرات به کشورهای آفریقایی حوزه GIS (کنیا، اوگاندا، سودان، ساحل عاج، زنگبار و ...)
- بازرسی کالاهای وارداتی، بازرسی قبل از حمل، بازرسی کمیت، بسته‌بندی و نشانه‌گذاری و صدور انواع گواهینامه‌ها و نظارت بر تخلیه و بارگیری.
- ممیزی سیستم‌های مدیریت کیفیت و صدور گواهینامه
- صدور گواهینامه ISO ۱۰۰۰۲, ۱۰۰۰۴ برای سنجش رضایت مشتری و رسیدگی به شکایت مشتریان تامین کنندگان
- برگزاری دوره‌های آموزشی ممیزی و سر ممیزی با توجه به نیاز روزافزون کالای ساخت داخل، اهمیت کیفیت محصولات و فروش محصول مطمئن به مشتریان نهایی یا واسطه‌ای، شرکت اس جی اس ایران در راستای کاهش ریسک، افزایش بهره‌وری و توسعه راه‌حل‌های پایدار به مشتریان خود یاری می‌رساند تا سرتاسر زنجیره تأمین -از کارخانه تا شبکه‌های توزیع- را مدیریت کرده و محصولات نهایی خود را تحت نظر داشته باشند تا انطباق آنها با استانداردهای ملی و بین‌المللی را تضمین کنند.

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 ۹۶ 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 با داشتن سال‌ها تجربه و همکاری با تجار و صنایع محلی و منطقه‌ای و با استفاده از منابع و زیرساخت‌های منحصر به فرد، به طور مداوم در حال ارتقاء و بسط خدمات خود در جهت تامین نیازهای مشتریان است و با گسترش پوشش جغرافیایی خود، طیف گسترده‌ای از خدمات آزمون، بازرسی، ممیزی و صدور گواهینامه را در سطح بین‌المللی و در سراسر کشور ارائه می‌کند.



- همچنین، شرح برخی خدمات شرکت اس جی اس ایران جهت ارائه به تولیدکنندگان و صادرکنندگان لوازم خانگی ایران به شرح ذیل است:
- بازرسی، تاییدیه محصول، خدمات آزمایشگاهی و گواهینامه‌های مربوط به:
- آدیت خط تولید شامل بررسی پیش از تولید، تولید اولیه، حین تولید و تصادفی نهایی.
- گواهینامه‌های CE
- تایید نوع بین‌المللی قطعات
- آدیت و گواهینامه ROHS
- آدیت و تایید پیمانکاران فرعی بر اساس نیاز مشتری
- گواهینامه‌های GS



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
www.SGS.com



Go.info@sgs.com



021-88542400
021-88736074



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



کمیسیون‌های تخصصی انجمن ابزار کارآمد بررسی مسائل روز صنعت

مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، بررسی مشکلات گمرکی تولیدکنندگان لوازم خانگی، بررسی مشکلات بانکی و تخصیص ارز برای واردات قطعات و مواد اولیه مورد نیاز، بررسی طرح تأمین مالی زنجیره‌ای صنعت لوازم خانگی، بررسی مشکل تأمین ورق فولادی و مواد اولیه پتروشیمی، بررسی مشکل عدم تأمین شیرهای اجاق گاز به میزان مورد نیاز تولیدکنندگان اجاق گاز خانگی توسط شيرسازان از جمله مباحث مطرح‌شده در این جلسات بود.

کمیسیون خدمات مشتریان

کمیسیون خدمات مشتریان در سال جاری موفق به برگزاری ۹ جلسه شد که بررسی لزوم واکسیناسیون سریع کرونای سرویس‌کاران مجاز شرکت‌های تولیدی لوازم خانگی و مکاتبات انجام یافته در این مورد، بررسی الزامات و روش ثبت‌نام شرکت‌ها در سامانه جامع گارانتی و ارتباط آن با سامانه جامع تجارت، بررسی لزوم ارزیابی و ممیزی سیستم خدمات مشتریان شرکت‌های لوازم خانگی توسط شرکت‌های مجاز در بازه‌های زمانی یکساله و بررسی نواقص و معایب الزامات ضوابط اجرایی حمایت از مصرف‌کنندگان در حوزه لوازم خانگی از جمله مباحث مطرح‌شده در این جلسات بود.

کمیسیون تولیدکنندگان کولر آبی

کمیسیون تولیدکنندگان کولر آبی در سالی که گذشت، هفت جلسه برگزار کرد که بحث و بررسی در خصوص موانع موجود در مسیر صادرات کولر آبی به کشورهای عراق و افغانستان، بررسی مشکل تهیه ورق‌های فولادی با کوتینگ مورد تأکید در استاندارد کولر آبی، بررسی مختصات الکتروموتورهای BLDC و علل عدم استفاده گسترده از آن در تولید کولرهای آبی، تأکید بر تعامل با پژوهشگاه استاندارد در خصوص مشکل ناشی جریان در کولرهای مجهز به الکتروموتورهای BLDC و نیز تعیین تکلیف استانداردهای قطعات کولر آبی که چندسال پیش در محل انجمن و با محوریت پژوهشگاه استاندارد تدوین شده بود؛ از جمله مسائل مطرح‌شده در این جلسات بود.

کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، همواره محل تبادل افکار، بحث و بررسی در خصوص مشکلات مبتلا به تولیدکنندگان لوازم خانگی و قطعات وابسته بوده است.

اولین کمیسیون‌های تشکیل شده در این شکل عبارت بودند از کمیسیون‌های بهره‌وری انرژی گاز، بهره‌وری انرژی الکتریکی و تحقیق و توسعه ایمنی. با افزایش تعداد شرکت‌های عضو انجمن و حسب نیاز، این کمیسیون‌ها محصول‌محور شده و به صورت تخصصی‌تر به فعالیت‌های خود وسعت بخشیدند و خروجی‌های بسیار مهمی داشتند که تدوین استاندارد ملی «خدمات به مشتریان و ضمانت لوازم خانگی انرژی‌بر» که برای نخستین بار در سطح کشور تدوین شد، از نمونه‌های بارز دستاوردهای کمیسیون‌های یاد شده است.

در سال ۱۴۰۰، به‌رغم شیوع پاندمی کرونا، کمیسیون‌های تخصصی انجمن به صورت مجازی به تشکیل جلسات خود ادامه داد. نکته مهم، مشارکت فعالانه شایسته قدردانی اعضای کمیسیون‌ها در جلسات مختلف است.

انجمن در راستای غنی‌بخشی و اثربخشی حداکثری کمیسیون‌های تابعه خود در نظر دارد در سال آتی با اعمال برخی تغییرات رویکردی و ساختاری در برگزاری جلسات کمیسیون‌های تخصصی خود، زمینه‌ی هم‌افزایی و هم‌گرایی موثرتری را در سایه خرد و اندیشه جمعی اعضای خانواده بزرگ این انجمن بزرگ و قدیمی برابر موضوعات تخصصی کمیسیون‌های تابعه خود فراهم کند.

در این راستا، شرح مباحثی که در سال ۱۴۰۰ در کمیسیون‌های مختلف تخصصی انجمن مطرح شد در ادامه می‌آید.

کمیسیون بررسی مسائل صنعت

کمیسیون بررسی مسائل صنعت در سال جاری هفت جلسه تشکیل داد که بحث و بررسی در خصوص تعیین قیمت استصوابی لوازم خانگی با حضور حسن الهیاری، مدیرکل دفتر نظارت بر کالاهای فلزی و معدنی سازمان حمایت از

کمیسیون تولیدکنندگان اجاق و هود

و مقررات گمرکی کشورهای هدف جهت تسهیل در امر صادرات و بررسی فرصت‌های توسعه صادرات در جریان بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۰) در این ۱۰ جلسه مورد نقد و بررسی قرار گرفت.

دپارتمان قطعه‌سازان

این کمیسیون در سالی که گذشت؛ ۶ جلسه برگزار کرد که اهم مباحث مطرح شده در این جلسات عبارتند از؛ بررسی روش‌های ایجاد رقابت کیفی بین قطعه‌سازان صنعت لوازم خانگی به‌منظور ارتقای کیفیت و افزایش عمق ساخت داخل، ایجاد بستر تعامل بیشتر قطعه‌سازان با تولیدکنندگان محصول نهایی، انتخاب شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران ISQI جهت ارزیابی و عارضه‌یابی قطعه‌سازان عضو انجمن، اطلاع‌رسانی وسیع در خصوص ارزیابی قطعه‌سازان و تماس دبیر و اعضای هیات رئیسه کمیسیون با قطعه‌سازان عضو و توجیه فرآیند ارزیابی، انجام ارزیابی و عارضه‌یابی ۲۰ شرکت در طول سال ۱۴۰۰ و برنامه‌ریزی در جهت ارائه مشاوره تخصصی توسط شرکت ISQI به قطعه‌سازان متعاقب فرآیند عارضه‌یابی انجام شده توسط این شرکت به‌منظور بهبود در فرآیندهای مختلف شرکت‌های تولیدکننده قطعات و مجموعه‌های لوازم خانگی عضو انجمن.

این کمیسیون در سال ۱۴۰۰، هفت جلسه برگزار کرد که اعضا در آنها به دعوت از مدیران آزمایشگاه‌های اکرديته اجاق و هود جهت بررسی استاندارد ملی مربوطه و پرسش و پاسخ فنی بین آنها و اعضای کمیسیون در خصوص آزمون‌های اجاق و هود و بررسی مواردی که دارای بیشترین آمار مردودی در آزمایشگاه‌های اجاق و هود هستند، بررسی مشکلات مربوط به تأمین برخی از قطعات اجاق گاز، تصمیم‌گیری در خصوص تدوین استانداردهای کارخانه‌ای برای برخی از قطعات مهم اجاق گاز که فاقد استاندارد ملی هستند، اقدام کردند.

کمیسیون صادرات

۱۰ جلسه در کمیسیون صادرات انجمن برگزار شد که دعوت به جلسات رئیس و دبیرکل اتاق‌های بازرگانی مشترک ایران و کشورهای آذربایجان، افغانستان، پاکستان، عراق، امارات و ویتنام به‌صورت جداگانه و بحث و بررسی در خصوص فرصت‌های صادراتی شرکت‌های عضو انجمن به کشورهای یادشده، جلسه با هیأت تجاری پاکستان در محل انجمن، دعوت از قمری، مدیرکل دفتر توسعه خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران و بررسی قوانین





نیم‌نگاهی به نمایشگاه‌های استانی لوازم خانگی

طی سال جاری، علاوه بر برگزاری هامکس ۱۴۰۰ در تهران، نمایشگاه‌هایی نیز در استان‌های مختلف برگزار شد که در این نوشتار سعی شده تا اطلاعات مختصری از این نمایشگاه‌ها ارائه شود.

حضور دبیرکل انجمن در نمایشگاه مشهد

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 روابط‌عمومی 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 تأکید بر اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی من‌جمله 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 منصه 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.

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 روابط‌عمومی سازمان همیاری شهرداری‌های خراسان رضوی، سیدمحمد اسماعیل فاطمی با تأکید بر برنامه‌ریزی سازمان همیاری برای برگزاری این رویداد به‌عنوان بزرگترین نمایشگاه حوزه لوازم خانگی در شرق کشور، افزود: در این رویداد

نمایشگاهی به صورت تخصصی انواع لوازم خانگی، محصولات صوتی تصویری، دیجیتال، نور و صدا و فرش ماشینی طی ۴ روز همه‌روزه از ساعت ۱۶ الی ۲۱ در معرض دید عموم قرار خواهند گرفت.

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 مشارکت‌کننده در این نمایشگاه است که تولید کنندگان 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.

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 به‌طور 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 درزمینه 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.

برپایی نمایشگاه اصفهان با رویکرد توسعه صادرات

بیست و پنجمین نمایشگاه لوازم خانگی اصفهان با تاکید بر توسعه صادرات غیرنفتی و تلاش برای ایجاد بازارهای بین‌المللی به وسیله تولیدات داخلی برپا شد. به گزارش روابط عمومی شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، این نمایشگاه که امروز پایان خواهد یافت، میزبان ۸۴ شرکت و برند مطرح حوزه لوازم خانگی از هشت استان کشور است.

سرپرست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان در آئین افتتاح این نمایشگاه با تاکید بر اینکه ما صنعت لوازم خانگی را تنها برای مصرف داخلی نمی‌بینیم، گفت: به طور قطع یکی از گام‌های اساسی ما صادرات است و در اصفهان به این نکته تاکید داریم. امیرحسینی کمیلی اظهار کرد: بیست و پنجمین نمایشگاه لوازم خانگی اصفهان یکی از دستاوردهای فجر انقلاب اسلامی است.

وی به فرمایشات اخیر مقام معظم رهبری (مد) برای استفاده از تولیدات داخلی و به‌ویژه لوازم خانگی اشاره کرد و گفت: البته گلابه‌مندی ایشان در زمینه گلابه مردم در خصوص کیفیت و قیمت تولیدات داخلی است که باید به این دو نکته توجه داشته باشیم.

سرپرست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان با تاکید بر اینکه ما صنعت لوازم خانگی را تنها برای مصرف داخلی نمی‌بینیم، تصریح کرد: به طور قطع یکی از گام‌های اساسی ما صادرات است و در اصفهان به این نکته تاکید داریم.

وی ابراز امیدواری کرد: لوازم خانگی تولیدی اصفهان بخش مهمی از صادرات کشور را به خود اختصاص

دهد تا افتخاری برای کشور و استان باشد. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان نیز در آیین افتتاح این نمایشگاه، اظهار کرد: نمایشگاهی که امروز (بیستم بهمن ماه) افتتاح می‌شود، بیشترین تولیدات داخلی را به نمایش می‌گذارد.

علیرضا مرتضوی با بیان اینکه در بیست و پنجمین نمایشگاه لوازم خانگی اصفهان، ۸۴ شرکت از هشت استان کشور تولیدات و دستاوردهای ملی و درون کشوری را به نمایش می‌گذارند، تصریح کرد: این برای ما همان تجربه اقتصاد مقاومتی است و امیدواریم با عرضه و نمایش محصولات که به سختی به دست آمده، مصرف‌کنندگان قدر این روزها را دانسته و از آن استفاده کنند.

وی اضافه کرد: در این نمایشگاه شرکت‌ها و برندهای معتبر ایرانی حضور دارند که بیشترین محصولات این نمایشگاه، دستاورد همین شرکت‌های داخلی است و ما به آن افتخار می‌کنیم.

همچنین نماینده مردم خمینی شهر در مجلس شورای اسلامی نیز در این مراسم گفت: مجلس شورای اسلامی و دولت برای حمایت از تولیدات داخلی سنگ تمام گذاشته و بنای حمایت از تولیدات داخلی را دارد. محمدتقی نقدعلی افزود: به‌عنوان نماینده استان اصفهان در بازدید از برخی صنایع داخلی، انصافا رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی داخلی بسیار قابل توجه و ویژه بوده است.

نماینده مردم خمینی شهر در مجلس تاکید کرد: برپایی این نمایشگاه نشان از افق بلند صادراتی و تصاحب بازارهای همسایگان است.



نمایشگاه لوازم خانگی همدان

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی کالاهای خانگی و بازرگانی همزمان با سیزدهمین نمایشگاه فرش ماشینی، موکت، کفپوش و صنایع وابسته؛ ۶ تا ۱۱ بهمن‌ماه ۱۴۰۰ با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی استان همدان برگزار و با استقبال خوبی از سوی مردم مواجه شد.

۲ عنوان نمایشگاه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی همدان شامل یک نمایشگاه بین‌المللی کالای خانگی و بازرگانی (دو) نمایشگاه فرش ماشینی موکت کفپوش افتتاح شد.

نمایشگاه لوازم خانگی زنجان

چهاردهمین نمایشگاه تخصصی لوازم خانگی زنجان ۲۶ تا ۳۰ بهمن برگزار شد. این نمایشگاه از هشت استان شامل اقلام لوازم خانگی، صوتی و تصویری، فرش ماشینی و لوستر با ۱۹ تولیدکننده از استان‌های زنجان، تهران، خراسان رضوی، اصفهان، قم، گلستان و آذربایجان شرقی با ۲۵۰۰ متر فضای نمایشگاهی توسط شرکت برتر ملل در محل دائمی نمایشگاه‌های استان زنجان اجرا شد.

نمایشگاه لوازم خانگی اهواز

توسط شرکت نمایشگاهی چیستا با ۳۵ غرفه برگزار شد. به گفته مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق اهواز، استان خوزستان با مرکزیت اهواز جزء ۶ شهر بزرگ ایران و دومین مصرف‌کننده بزرگ برق کشور پس از تهران است.

عبدالحمید عباس شیاری افزود: کولر گازی جزء سبد جهیزیه نئوروسان در اغلب خانواده‌های شهرهای جنوبی از جمله اهواز محسوب می‌شود که به پیشنهاد کتاب ۳ راه این موضوع، ضرورت برگزاری نمایشگاه تخصصی کولر گازی به صورت تخصصی در اهواز را پررنگ می‌سازد.

نمایشگاه لوازم خانگی سنندج

این نمایشگاه با حضور ۵۴ شرکت تولیدی لوازم خانگی از هفت استان، یازدهم بهمن ماه سال جاری در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی استان کردستان کلید خورد و در پانزدهم این ماه به پایان رسید. گفتنی است؛ نمایشگاه مبل و لوستر نیز با حضور ۳۸ تولیدکننده این محصولات در سطح کشور در سنندج برپا شد.

گردآورنده: عبدالصمد ضرغامی



اعضای جدید انجمن لوازم خانگی ایران



نام شرکت: کوروش نوین آریایی
مدیرعامل: مهدی هدایتی زفرقندی
محصولات: انواع ظروف چینی - دکوری و لوازم خانه و آشپزخانه

نام شرکت: نگین جان و مه
مدیرعامل: حامد منزوی
محصولات: ارائه محصولات لوازم خانگی برای صنعت دوخت و دوز و نساجی جهان

JANTECH



نام شرکت: داریون اروند خلیج فارس برند جی سان
مدیرعامل: محسن اثنی عشری
محصولات: یخچال فریزرهای نوفراست، کولرهای گازی اسپلیت، LEDهای ۴K و هوشمند، جاروبرقی، لباسشویی اتوماتیک و ظرفشویی، اجاق گازهای فر دار و طرح فر و سایر اقلام ریز آشپزخانه

نام شرکت: دانش بنیان پارس سامان ایرانیان
مدیرعامل: ارسطو خوش کار
محصولات: انواع رنگ های مایع لوازم خانگی، خودرویی و صنعتی



Rhyton

نام شرکت: آرتین صنعت ریتون
مدیرعامل: علیرضا حسین احمدی
محصولات: ظروف و مصنوعات تزئینی فلزی و غیر فلزی و لوازم اکسسوری منزل

نام شرکت: شرکت تعاونی تولیدی پیشگامان عصر ارتباطات
مدیرعامل: هادی خبیری پور
محصولات: تولید ساعت حضوروغیاب، سیستم کنترل تردد هوشمند خودرو مبتنی بر فناوری RFID، تریبون هوشمند، برد هوشمند و صنایع روشنایی فوق کم مصرف (LED)



BLANTON
Live Your Dreams

نام شرکت: بلانتون
مدیرعامل: حمیدرضا شریفی
محصولات: یخچال، فریزر و آب سردکن، تجهیزات توکار آشپزخانه، نوشیدنی ساز، لوازم پخت و پز، سرمایه گذاری و گرمایش و شست و شو و نظافت

نام شرکت: بازرگانی نیکو - تامین قطعات و تجهیزات تولید لوازم خانگی
مدیرعامل: یوسف یکرنگ خسروشاهی
محصولات: نماینده رسمی کمپرسور دانپر (DONPER) در ایران و تامین موتورفن، ایزوسیانات، پلی یول، سیکلپنتان، R134، ورق پیش رنگ، لوله مسوار و گالوانیزه

DEVELOPMENT & ENGINEERING
NIKOO
توسعه مهندسی نیکو

ایده آل
گروه صنعتی

نام شرکت: گروه صنعتی ایده آل (لوازم خانگی دومنا)
مدیرعامل: حمیدرضا یعقوبی
محصولات: لوازم آشپزخانه، صنعتی و لوازم جانبی

نام شرکت: صنایع تولیدی لوازم خانگی سینیز
مدیرعامل: داریوش دشتی
محصولات: تولید اجاق گاز صفحه ای، هود، فر توکار و سینک ظرفشویی

SINIZ
HOME APPLIANCES

ریاست جمهوری اسلامی ایران به دستگاه‌های ذی‌ربط ابلاغ کرد دستورالعمل پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز

دفعات و ضوابط و مقررات حاکم بر این موضوع شفاف و عملیاتی شود.

۴- به منظور پیشگیری و مقابله سامانه محور در مبارزه با قاچاق کالا و رسیدگی دقیق و فوری به جرائم و تخلفات این حوزه، دستگاه‌های مسئول با محوریت ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز سامانه‌های جامع تجارت، گمرکات کشور و دیگر سامانه‌های موضوع قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز را با فوریت تکمیل و عملیاتی کرده و ارتباط فی‌مابین سامانه‌ها را برقرار کنند و تمامی اطلاعات مورد نیاز در این سامانه‌ها بارگذاری شود؛ به گونه‌ای که زنجیره ورود، کشف، رسیدگی و تعیین تکلیف اموال قاچاق به صورت برخط قابل بهره‌برداری و رصد باشد، بازرسی ویژه پیشرفت کار و دستگاه‌هایی را که همکاری بایسته ندارند، معرفی تا برخورد لازم صورت گیرد.

۵- کلیه دستگاه‌های اطلاعاتی و امنیتی موظفند با بکارگیری تمامی توان و ظرفیت‌های موجود و همکاری و هم‌افزایی بین بخشی سرشاخه‌ها و عوامل فعال در حوزه قاچاق بویژه قاچاق سازمان‌یافته را شناسایی و به مراجع ذی‌صلاح معرفی کنند.

۶- سازمان تعزیرات حکومتی و دیگر نهادهای مسئول با دقت، فوریت و بدون اغماض و با کمک ضابطان قضایی، احکام صادره را با رویکرد ضربه زدن به منابع مالی شبکه‌های قاچاق اجرا کنند.

۷- پیرو اعلام قبلی در خصوص تعیین تکلیف کالاهای موجود در انبارهای سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی و گمرکات کشور، ضمن تشکر از اقدامات انجام شده توسط سازمان مذکور، دادگستری‌ها و سازمان تعزیرات حکومتی، پیگیری‌های لازم در جهت تسریع در رسیدگی و تعیین تکلیف پرونده‌ها و اموال باقیمانده از طریق سازمان تعزیرات حکومتی و دادگستری‌ها به عمل آید.

۸- وزارتخانه‌های صمت، جهاد کشاورزی، اقتصادی و دارایی، بانک مرکزی و بانک‌های عامل و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط باید در صدور مجوز برای واردات قانونی کالاهای مجاز و تأمین ارز و تسهیلات مورد نیاز، با رعایت دقت لازم در ضوابط و مقررات قانونی، امور مربوط را سریعاً به انجام رسانده تا از رسوب بی‌جهت کالا در گمرک و متروکه شدن این قبیل کالاها اجتناب شود.

۹- معاون اول رئیس جمهوری و دستگاه‌های نظارتی حسب مورد وظیفه نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل را عهده‌دار هستند.»

در راستای حمایت از تولید در اجرای فرمایشات اخیر مقام معظم رهبری (مد)، رئیس جمهوری دستورالعمل پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز را ابلاغ کرد.

به گزارش تسنیم، آیت‌ا... سیدابراهیم رئیسی، در راستای حمایت از تولید در اجرای فرمایشات اخیر رهبر معظم انقلاب، دستورالعمل پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز را ابلاغ کرد.

طبق ابلاغیه رئیس جمهوری همه دستگاه‌های مرتبط با قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز موظف شدند در مدت مقرر اقدامات و تمهیدات لازم در ابلاغیه را اجرا و مردم را در جریان اقدامات انجام شده قرار دهند.



متن ابلاغ رئیس جمهوری بدین شرح است:

«با توجه به سیاست‌های کلی و قوانین مربوط به حوزه‌های اقتصاد مقاومتی، تولید ملی و اشتغال و با عنایت به بیانات و رهنمودهای مکرر مقام معظم رهبری (مدظله العالی) به‌ویژه فرمایشات اخیر معظم له در دیدار با تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی و لزوم مقابله جدی با پدیده قاچاق و لزوم حمایت از تولید داخلی و ایجاد اشتغال و انجام اقدام جهادی توسط دستگاه‌های ذی‌ربط موارد زیر جهت اجرا ابلاغ می‌شود:

۱- وزارت کشور با فوریت نسبت به فعال کردن و ساماندهی بازارچه‌های مرزی به منظور تبادل قانونمند و ضابطه‌مند کالا در این اماکن اقدام و بر نحوه فعالیت آنها نظارت کند.

۲- سازمان مناطق آزاد تجاری - صنعتی و ویژه اقتصادی با تدوین برنامه جامع و عملیاتی کردن آن حداکثر در مدت یک ماه با رویکرد پیشگیری از ورود کالای قاچاق از این مناطق به سرزمین اصلی اقدام کند.

۳- ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با همکاری وزارت کشور ظرف حداکثر یک ماه نسبت به تدوین دستورالعمل ساماندهی کالا ملوانی و کولبری اقدام به گونه‌ای که اشخاص مجاز، نوع و میزان کالا، تعداد



خدمات ما در صنعت لوازم خانگی

- رتبه‌بندی فنی و کیفی محصولات قطعه‌سازی صنایع لوازم خانگی
- رتبه‌بندی فنی و کیفی شرکت های تولید کننده محصولات لوازم خانگی
- ارائه خدمات ارزیابی در حوزه خدمات پس از فروش صنعت لوازم خانگی، مرتبط با سامانه جامع گارانتی
- ارائه خدمات مشاوره‌ای در حوزه عارضه‌یابی سازمانی، پیاده‌سازی و استقرار سیستم‌های کیفیت، پیاده‌سازی و استقرار استانداردهای ملی و بین‌المللی
- ارائه خدمات آموزشی در حوزه توسعه دانش فردی و سازمانی
- ارائه خدمات آموزشی در حوزه ارزیابی خدمات پس از فروش صنایع لوازم خانگی
- ارائه خدمات کارشناسی و مطالعاتی در راستای ارتقاء فرآیندهای خدمات پس از فروش صنایع لوازم خانگی
- سنجش وفاداری مشتری به برند، شاخص NPS و ارزیابی رضایت مشتری از محصولات و خدمات فروش و پس از فروش
- سنجش تصویر ذهنی مشتری از برند و ارزش ویژه برند
- ارائه خدمات صدور گواهی نامه PSI و COI



+۲۱ ۴۳۹۰۴۰۰۰ 

+۲۱ ۸۸۰۲۰۵۴۰ 

www.isqi.co.ir 

ISQI.Co 



بازرسی کیفیت و استاندارد ایران
IRAN STANDARD & QUALITY INSPECTION

کیفیت منولیت همهی ما

برنامه آموزشی سال ۱۴۰۱ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

روش‌های آزمون استاندارد و همچنین ویژگی‌ها و الزامات یک محصول استاندارد و بررسی عمده موارد بحرانی در طراحی و ساخت یک هود آشپزخانه از منظر الزامات استاندارد آشنایی می‌شود.

۴- بررسی الزامات مربوط به استاندارد ایمنی فرهای توکار برقی

• مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده فرهای توکار برقی و برقی-گازی، پیمانکاران از جمله تولیدکنندگان موتور، برد الکترونیکی، المنت و ...

• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با تعاریف مربوط به اصطلاحات و مفاهیم استاندارد و روش‌های آزمون استاندارد و همچنین ویژگی‌ها و الزامات یک محصول استاندارد و بررسی عمده موارد بحرانی در طراحی و ساخت یک فر توکار برقی از منظر الزامات استاندارد آشنا می‌شود.



۵- بررسی الزامات مربوط به استاندارد ایمنی آون توسترهای برقی

• مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده آون توستر برقی، پیمانکاران از جمله تولیدکنندگان المنت و ...

• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با تعاریف مربوط به اصطلاحات و مفاهیم استاندارد و روش‌های آزمون استاندارد و همچنین ویژگی‌ها و الزامات یک محصول استاندارد و بررسی عمده موارد بحرانی در طراحی و ساخت یک آون توستر برقی از منظر الزامات استاندارد آشنایی می‌شود.

واحد آموزش و پژوهش انجمن، در نظر دارد در سال ۱۴۰۱، دوره‌های آموزشی به شرح زیر را نیازسنجی، برنامه‌ریزی و برگزار کند:

۱- تشریح الزامات استانداردهای ملی عملکردی و ساختار اجاق گاز ISO ۱۰۳۲۵

• مخاطبان: تمامی مدیران و کارشناسان فنی شرکت‌های تولیدکننده انواع اجاق گاز خانگی

• مدت زمان دوره: ۸ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد ایران

• محتوای دوره: تشریح بندهای استانداردهای مزبور و انجام سوال و جواب در پایان دوره

۲- بررسی آزمون‌ها و الزامات بردهای الکترونیکی در استاندارد ایمنی لوازم خانگی برقی

• مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده برد الکترونیکی، واحدهای تولیدکننده لوازم خانگی که در محصولاتشان از برد الکترونیکی استفاده می‌کنند (تولیدکنندگان یخچال فریزر، لباسشویی، ظرفشویی، هود آشپزخانه، وسایل پخت‌وپز برقی، محرک در، جاروبرقی، اتو و ...).

• مدت زمان دوره: ۸ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با تعاریف مربوط به قطعات الکترونیکی و مفاهیم استاندارد مانند درجه آلودگی، فواصل هوایی و خزشی، مباحث مربوط به coating، آزمون‌های مرتبط با بردهای الکترونیکی در استاندارد ایمنی لوازم خانگی برقی، الزامات استاندارد که باید در طراحی بردهای الکترونیکی در نظر گرفته شود و ... آشنا می‌شود.

۳- تشریح الزامات استاندارد ایمنی هودهای آشپزخانه

• مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده هود آشپزخانه، پیمانکاران از جمله تولیدکنندگان فن ست هود و برد الکترونیکی

• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با تعاریف مربوط به اصطلاحات و مفاهیم استاندارد و

۶- بررسی الزامات مربوط به استانداردهای ملی عملکردی و نیز دستورالعمل مصرف انرژی یخچال فریزرهای خانگی

• مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده وسایل برودتی خانگی، پیمانکاران از جمله تولیدکنندگان کمپرسور، موتور، برد الکترونیکی و ...
• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با تعاریف مربوط به اصطلاحات و مفاهیم استاندارد و روش‌های آزمون استاندارد و همچنین ویژگی‌ها و الزامات یک محصول استاندارد از نظر ایمنی، عملکرد و مصرف انرژی و بررسی عمده موارد بحرانی در طراحی و ساخت یک یخچال فریزر خانگی از منظر الزامات استاندارد آشنا می‌شود.

۷- آشنایی با اصول طراحی سیستم تبرید در یخچال فریزرهای خانگی

• مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده وسایل برودتی
• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با انواع یخچال فریزر آشنا شده و روش‌های محاسبات بارهای برودتی، معرفی سیکل تبرید، شناخت کامل مدار تبرید، نحوه انتخاب قطعات سیکل تبرید، معرفی انواع میردها، عیب‌یابی اولیه و اقدامات رفع آن، هاتروم و پارامترهای موثر بر ارتقا گرید انرژی و ... را فرا می‌گیرد.

۸- تشریح الزامات سیستم مدیریت کیفیت آزمایشگاه ISO/IEC ۱۷۰۲۵:۲۰۱۷

• مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش‌های کنترل کیفیت و آزمایشگاه واحدهای تولیدی لوازم خانگی و قطعات وابسته

• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد
• محتوای دوره: تشریح بندهای مختلف سیستمی و فنی استاندارد مزبور

۹- تشریح روش تخمین عدم قطعیت اندازه‌گیری

در آزمایشگاه‌های صنعتی
• مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش‌های کنترل کیفیت و آزمایشگاه واحدهای تولیدی لوازم خانگی و قطعات وابسته

• مدت زمان دوره: ۸ ساعت
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد
• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیران ضمن آشنایی با مفهوم عدم قطعیت در آزمون‌ها، با فرمول‌ها و روش محاسبه عدم قطعیت آزمون‌ها آشنا می‌شوند.

۱۰- مدیریت ریسک مطابق با استاندارد ISO/IEC ۱۷۰۲۵:۲۰۱۷

• مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش‌های کنترل کیفیت و آزمایشگاه واحدهای تولیدی لوازم خانگی و قطعات وابسته

• مدت زمان دوره: ۸ ساعت
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیران ضمن آشنایی با مفهوم ریسک در فعالیتهای آزمایشگاه‌های صنعتی، با روش شناسایی و ارزیابی آنها با روش FMEA آشنا می‌شوند.

۱۱- مدیریت استراتژیک

• مخاطبان: مدیران و مسئولان واحدهای تولیدی و بخش‌های مختلف یک سازمان

• مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت آموزشی
• گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد

• محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با مفهوم استراتژی و سیر تحول آن در عرصه سازمان و مدیریت، انعطاف‌پذیری در استراتژی، انواع محیط‌های کاری و سازمانی و انواع استراتژی‌ها و تاکتیک‌های سازمانی و ... آشنا می‌شود.

۱۲- آشنایی با اصول سیستم مدیریت کیفیت در خدمات پس از فروش

• مخاطبان: مدیران و کارشناسان بخش خدمات مشتریان شرکت‌های تولیدی
• مدت دوره: ۸ ساعت آموزشی
• محتوای دوره: تشریح مفاهیم خدمات پس از فروش و سیستم‌های خدمات پس از فروش نوین در شرکت‌های پیشرو و موفق





خبر کوتاه

فرصت‌های صادرات لوازم خانگی و قطعات وابسته به ویتنام

آخرین جلسه کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با حضور نیک‌مهر، دبیرکل اتاق بازرگانی ایران و ویتنام و رادنیا، کارشناس اتاق بازرگانی مشترک ایران و ویتنام، به صورت غیر حضوری و در فضای اسکایپ برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای این جلسه دبیرکل اتاق بازرگانی ایران و ویتنام ضمن تشکر بابت دعوت به عمل آمده، در قالب power point توضیحات کاملی از جغرافیا و فرهنگ کشور ویتنام ارائه کرد. نیک‌مهر، قهوه را اصلی‌ترین محصول صادراتی کشور ویتنام به کشورهای هدف نظیر آمریکا، چین، ژاپن، کره جنوبی و آلمان معرفی کرد و مبلمان، قطعات الکترونیکی، کفش، تن‌پوش، ماهی، لوازم صوتی و تصویری و کامپیوتر را به‌عنوان سایر اقلام صادراتی ویتنام برشمرد.

همچنین وی مزیت‌های صادراتی به کشور ویتنام را مواد غذایی، شیمیایی و پتروشیمی، اقلام دارویی، مواد معدنی نظیر سرب و روی، سنگ‌های ساختمانی و تزئینی، سنگ گچ و زغال سنگ حرارتی اعلام کرد. دبیرکل اتاق بازرگانی ایران و ویتنام خاطرنشان کرد: هم‌اکنون بزرگترین مصرف‌کننده انجیر خشک ایران، کشور ویتنام است و بازار این کشور به تازگی با انواع فرش دستباف و ماشینی و همچنین زعفران ایران آشنا شده است.

نیک‌مهر افزود: فرصت‌های صادراتی مشهود فعلی به کشور ویتنام عبارتند از محصولات نساجی، لاستیک و قطعات لاستیکی، مواد اولیه دارویی، میوه و تره‌بار و انواع خشکبار.

در ادامه، رادنیا، نماینده دیگر اتاق بازرگانی مشترک ایران و ویتنام، تأکید کرد که کشور ویتنام برای قطعات لوازم خانگی ساخت ایران می‌تواند بازار مناسبی باشد، ولی از نظر لوازم خانگی انرژی‌بر، هنوز تحقیقات میدانی شفاف‌تری در این زمینه صورت نگرفته است.

وی اضافه کرد: کیفیت اقلام وارداتی از نظر کشور ویتنام بسیار مهم بوده و طبق استانداردهای این کشور اقلام وارداتی باید دارای کیفیت بالا باشند. رادنیا از بازار کشور ویتنام به‌عنوان بازاری کمترشناخته شده برای تجار و تولیدکنندگان ایرانی نام برد.

۱۳- تشریح الزامات سیم و دوشاخه استاندارد و روش‌های کنترل کیفیت آن

- مخاطبان: مدیران کنترل کیفیت، طراحی، مهندسی و کارشناسان شرکت‌های تولیدکننده دوشاخه و نیز انواع لوازم خانگی الکتریکی
- مدت زمان دوره: ۸ ساعت آموزشی
- گواهینامه پایان دوره آموزشی معتبر و مورد تایید سازمان ملی استاندارد
- محتوای دوره: در این دوره آموزشی، فراگیر با تعاریف مربوط به اصطلاحات و مفاهیم استاندارد و روش‌های آزمون استاندارد و همچنین ویژگی‌های یک دوشاخه استاندارد در محصول لوازم خانگی آشنا می‌شود.

۱- بررسی الزامات مدیریت انرژی

- مخاطبان: مدیران کارخانه، تولید و مدیران بخش انرژی
- مدت زمان: ۸ ساعت آموزشی
- محتوای دوره: در این دوره علاوه بر تشریح مفاهیم مدیریت انرژی، چند روش کاهش مصرف انرژی در کارخانجات تولیدی تشریح می‌شود.

۲- تشریح ابزارهای کیفی قابل کاربرد در صنعت لوازم خانگی و قطعات وابسته

- تشریح ابزارهای کیفی قابل کاربرد در صنعت لوازم خانگی و قطعات وابسته
- مدت زمان دوره: ۸ ساعت آموزشی
- محتوای دوره: فراگیران در طی این دوره، با برخی از ابزارهای کیفی مفید و قابل کاربرد در چرخه کنترل کیفیت و تولید لوازم خانگی و قطعه‌سازی و نیز روش پیاده‌سازی آنها آشنا می‌شوند.





فراخوان نیازسنجی آموزشی

واحد آموزش و پژوهش انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

در نظر دارد بر اساس نیاز فنی هر آموزش حاضر انجمن و با همکاری مراکز و مؤسسات آموزش معتبر کشور اقدام به برنامه ریزی و برگزاری دوره های آموزش عمومی و تخصصی در رشته های شغل هدف و ستاد نماید.

حاضر انجمن می تواند عناوین دوره های آموزش مورد نیاز منابع انسانی خود را کتبا به انجمن منعکس و یا به شماره واتساپ ۰۹۱۳۹۴۶۵۴۰۱ ارسال نمایند.



توسعه بازار رمزارزها چه خطراتی را به اقتصاد دنیا تحمیل می‌کند

تهدیدها و فرصت‌های بازار رمزارزها

ارزهایی هستند که برای فروش محصولاتشان کاربرد دارد.

چالش‌های پیش روی اقتصاد دنیا کدام است؟

سازمان‌های بین‌المللی اقتصادی در مورد رشد سریع بازار ارزهای مجازی در دنیا هشدار داده‌اند و این بازار را تهدیدی برای نظام پایدار مالی و اقتصادی دنیا می‌دانند. عدم دسترسی به اطلاعات مرتبط با حجم و ارزش مبادلات در این بازارها، میزان پذیرش آن‌ها و عدم وجود اطلاعات کافی در مورد افرادی که در این زمینه فعالیت می‌کنند مسئله‌ای است که باعث چالش‌های اقتصادی زیادی شده است.

روسای بانک‌های مرکزی در کشورهای صنعتی بر این باور هستند که عدم وجود پشتوانه مالی برای بازار رمزارزها خطری جدی است. در واقع ارزش این بازار به دلیل فعالیت‌های سفته‌بازی ایجاد شده است و ارزش واقعی برای آن نمی‌توان متصور بود. موضوع نگران‌کننده‌تر این است که سرعت پذیرش رمزارزها در کشورهای در حال توسعه و بازارهای در حال گذار بیش از کشورهای صنعتی است. رشد مبادلات رمزارزها در کشورهای در حال توسعه در سال ۲۰۲۱ با سرعت زیادی افزایش پیدا کرده است. این در حالی است که بررسی‌ها نشان می‌دهد سطح آگاهی در مورد عملکرد این بازار در کشورهای مذکور کمتر است.

پیش‌بینی می‌شود تداوم روند پذیرش رمزارزها در کشورهای دنیا تهدیدی جدی برای نظام مالی دنیا باشد. این مسئله سبب می‌شود تا اقتصادهای دنیا دلاریزه شوند و شهروندان به جای پول ملی کشور خود از رمزارزها که با واحد دلار سنجیده می‌شود برای خرید محصولات مورد نیاز خود استفاده کنند. حاکم شدن رمزارزها در بازار پول کشورهای در حال توسعه باعث می‌شود تا قدرت بانک‌های مرکزی برای اجرای سیاست‌های پولی و مالی و کنترل اوضاع اقتصادی کشور کاهش پیدا کند که به دنبال خود افزایش خطرات مالی و تضعیف ثبات مالی کشورها را به همراه می‌آورد.

حجم بالای مصرف انرژی در فرآیند استخراج و مبادله رمزارزها مسئله‌ای بسیار مهم است که در تصمیم‌گیری‌های آتی در این بازار اثرگذار خواهد بود.

توسعه بازار رمزارزها و ارزهای مجازی فرصت‌های اقتصادی تازه‌ای را در دنیا ایجاد کرده است. فرصت‌هایی از قبیل امکان پرداخت سریع و ساده، ارائه خدمات مالی خلاقانه و نوین، و در نهایت رهایی از نظام مالی وابسته به بانک در سراسر دنیا. اما این دنیای تازه علاوه بر فرصت‌های زیاد، خطراتی را نیز در اقتصاد دنیا ایجاد کرده است. خطراتی که می‌تواند در میان‌مدت ساختار مالی دنیا را نابود کند. صندوق بین‌المللی پول در گزارش اخیر خود با اشاره به این فرصت‌ها و تهدیدهای تازه نوشت: «نظام مالی دنیا با تحولات زیادی روبه‌رو شده است و حرکت در این مسیر می‌تواند ما را وارد دنیای تازه‌ای بکند. باید برای این تغییرات آماده بود و جزئیات آن را شناخت.»

در بخش اول گزارش ارزش بازار دارایی‌های مجازی در دنیا در سپتامبر سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۲ هزار میلیارد دلار ارزیابی شده است که نسبت به ماه‌های اول سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۱۰ برابر شده است. در نتیجه تحولات سریع در دنیای رمزارزها در سال‌های اخیر می‌توان این‌طور بیان کرد که کل اکوسیستم رمزارزها در دنیا در حال شکوفایی و رشد است. هر روز خبری در مورد تغییرات ایجادشده در این بازار به گوش می‌رسد و زیرساخت‌های مرتبط با این صنعت با سرعت متحول می‌شود. قانون‌گذاران در کشورهای غربی به دنبال یافتن راهی برای افزایش نظارت بر مبادلات انجام‌شده در این فضا هستند و دریافت مالیات بر ارزش مبادلات را در دستور کار خود قرار داده‌اند؛ ولی همزمان با این تلاش‌های پیگیر، شرکت‌ها و موسسات مالی بیش از پیش رمزارزها را به عنوان پول مورد استفاده در مبادلات می‌پذیرند. شرکت‌هایی از قبیل تسلا که امکان مبادله محصولاتش با استفاده از رمزارزها را فراهم کرده است یا شرکت‌های بزرگی مانند آمازون و المارت که به دنبال راهی برای قرار دادن رمزارزها در فهرست

حاکم شدن رمزارزها در بازار پول کشورهای در حال توسعه باعث می‌شود تا قدرت بانک‌های مرکزی برای اجرای سیاست‌های پولی و مالی و کنترل اوضاع اقتصادی کشور کاهش پیدا کند که به دنبال خود افزایش خطرات مالی و تضعیف ثبات مالی کشورها را به همراه می‌آورد.



افزایش فرار مالیاتی، معضل تازه اقتصاد دنیا

صندوق بین‌المللی پول در بخش دیگری از گزارش به ایجاد فرصت برای فرار مالیاتی بعد از توسعه استفاده از رمزارزها در دنیا اشاره کرد و نوشت: «دارایی‌های مجازی بستر را برای فرار مالیاتی فراهم می‌کند. بررسی‌ها نشان داده است در یک سال اخیر شمار زیادی از شرکت‌های بزرگ برای فرار مالیاتی اقدام به سرمایه‌گذاری در بازار رمزارزها کردند. از این طریق، هم توانستند سود کسب کنند و هم از پرداخت مالیات فرار کنند.

به همین دلیل است که دولت‌های غربی به دنبال راهی برای نظارت بیشتر و دقیق‌تر بر عملکرد این بازار هستند. برخی بر این باورند که با ایجاد قوانینی که باعث افزایش نظارت بر بازار رمزارزها می‌شود، استقبال از این بازار و سرمایه‌گذاری در آنها کمتر می‌شود زیرا سهم زیادی از سرمایه‌های موجود در این بازار برای خارج شدن از سیستم نظارتی دولتی وارد این بازار شده است. حتی اگر این دیدگاه صحیح باشد، باید به این نکته توجه داشت که دنیا برای حفاظت از زیرساخت‌های مالی خود چاره دیگری ندارد و باید این بازار را مدیریت کند.»

افزایش تقاضا برای دارایی‌های مجازی می‌تواند بستر را برای خروج سرمایه‌ها از بازارهای مهم صنعتی و اقتصادی و حتی از کشورهای خاص فراهم کند که تاثیر این مسئله روی بازار ارزهای خارجی در کشورها و روی ارزش سرمایه‌گذاری خارجی در دنیا مشهود خواهد بود. در واقع با توسعه بازار رمزارزها، گردش سرمایه‌ها در اقتصاد متفاوت خواهد بود و شاید اصولی که در سال‌های اخیر در فضای تجاری و اقتصادی دنیا

پیگیری می‌شد، دیگر مشهود نباشد. این تحول می‌تواند روی رشد اقتصادی کشورها در سال‌های آتی تاثیرگذار باشد.

نکته دیگری که در این گزارش مورد بررسی قرار گرفته است حجم بالای انرژی مصرفی در فرآیند استخراج رمزارزها و مبادله آن است. این صنعت، در زمره صنایع انرژی‌بر قرار دارد و حجم و ارزش انرژی مصرفی در فرآیند کار این صنعت بسیار زیاد است. در ماه‌های اخیر دولت چین رسماً فعالیت در این بازار را ممنوع اعلام کرد و در نتیجه این سیاست شمار زیادی از شرکت‌های فعال در زمینه استخراج رمزارزها یا مبادله آن از چین خارج شدند و به کشورهای دیگر مهاجرت کردند. این سیاست روی مصرف انرژی داخلی در کشورها بسیار اثرگذار خواهد بود و معادلات انرژی را متحول خواهد کرد. این مسئله برای کشورهایی که وابسته به سوخت‌های فسیلی هستند و صنعت رمزارزها در آنها باعث افزایش قابل توجه انتشار کربن می‌شود از اهمیت بالاتری برخوردار است.

دولت چین در سال‌های اخیر بارها در مورد ممنوعیت فعالیت در بازار رمزارزها صحبت کرده است ولی اخیراً این قانون را رسماً اجرا و تاکید کرد هیچ‌یک از بانک‌ها و سیستم‌های مالی چینی نباید در فرآیند جابه‌جایی پول برای مبادلات رمزارزی وارد شوند. این قانون در واقع خط بطلانی بر عملکرد بازار رمزارزها کشید و کشور را به سمت تازه‌ای هدایت کرد. هم‌زمان با اعلام این محدودیت، دولت چین عرضه یوان دیجیتال به اقتصاد را نیز شروع کرد.

با توسعه بازار رمزارزها، گردش سرمایه‌ها در اقتصاد متفاوت خواهد بود و شاید اصولی که در سال‌های اخیر در فضای تجاری و اقتصادی دنیا پیگیری می‌شد، دیگر مشهود نباشد. این تحول می‌تواند روی رشد اقتصادی کشورها در سال‌های آتی تاثیرگذار باشد.





چگونه می‌توان بازار رمزارزها را مدیریت کرد

زیرساخت‌های کلان اقتصادی را به عنوان یک اصل مهم اقتصادی در دستور کار خود قرار دهند و ایجاد ارزهای دیجیتال ملی را به عنوان سیاستی مهم اجرا کنند. با توسعه استفاده از ارزهای دیجیتال ملی می‌توان انتظار داشت استقبال از بازار رمزارزها کمتر شود و پول ملی داخلی محبوبیت بیشتری پیدا کند. البته این وضعیت در شرایطی ایجاد می‌شود که بازار پول داخلی کشور باثبات باشد و اقتصاد کشور دلاریزه نشده باشد.

اما برای مقابله با توسعه سریع بازار رمزارزها و مقابله با خطراتی که این بازار برای اقتصاد دنیا ایجاد می‌کند، بانک‌های مرکزی کشورهای مختلف می‌توانند سیستم‌های مالی تازه‌ای را ایجاد کنند که سرعت انتقال پول در سطح بین‌المللی را افزایش و هزینه انتقال پول را کاهش می‌دهد و کارایی نظام مالی را بیشتر می‌کند. افزایش شفافیت در نظام پرداخت‌های مالی بین‌المللی هم مسئله‌ای است که باید در این دوره مورد توجه قرار بگیرد.

مسئله بااهمیت این است که معضل اقتصادی ایجاد شده در اثر توسعه استفاده از ارزهای مجازی در دنیا، مشکلی جهانی است و برای مقابله با آن هم باید کل دنیا همسو شوند. باید تلاش شود تا با ابزارهای مالی قابل اعتماد فضایی برای بهره‌گیری از مزایای بازار رمزارزها فراهم شود و در عین حال خطراتی که این بازار برای اقتصاد ایجاد می‌کند به حداقل برسد.

آینده‌نگر / منبع: صندوق بین‌المللی پول

به‌عنوان اولین گام برای مدیریت بازار رمزارزها، باید بستری برای نظارت بر این بازار فراهم شود. رصد پیشرفت‌های سریع صنعتی در اکوسیستم‌های مجازی در دنیا اولین و اصلی‌ترین سیاست است. از طرف دیگر افزایش نظارت بر این بازار در کنار قانونمندسازی فعالیت در این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است. قانون‌گذاران باید اجرای استانداردهای جهانی کنونی برای مبادله در بازار رمزارزها را به عنوان زیربنای فعالیت در این صنعت در نظر بگیرند و به دنبال راهی برای تقویت قدرت نظارت خود بر بازار باشند. با این کار است که امکان استفاده از سرمایه‌های موجود در این بازار برای پولشویی و فعالیت‌های مالی غیرقانونی از بین می‌رود و مدیریت سرمایه‌های موجود در این بازار با نظارت سیستم مالی کشورها به‌درستی انجام خواهد شد.

با توجه به توسعه سریع بازار استیبل کوین‌ها در دنیا، قانون‌گذاران موظف هستند که نظارت دقیقی بر این بازار هم داشته باشند تا خطراتی را که ممکن است برای اقتصاد سنتی داشته باشد بشناسند و از فرصت‌های موجود در این بازار برای تقویت جایگاه اقتصادی خود استفاده کنند.

در برخی از کشورهای در حال توسعه و بازارهای در حال گذار، افزایش پذیرش رمزارزها با تضعیف قدرت بانک‌های مرکزی و آسیب‌پذیری این دستگاه مهم اقتصادی کشور همراه خواهد بود. در این کشورها، دولت‌ها باید تقویت

برای مقابله با توسعه سریع بازار رمزارزها و مقابله با خطراتی که این بازار برای اقتصاد دنیا ایجاد می‌کند، بانک‌های مرکزی کشورهای مختلف می‌توانند سیستم‌های مالی تازه‌ای را ایجاد کنند که سرعت انتقال پول در سطح بین‌المللی را افزایش و هزینه انتقال پول را کاهش می‌دهد و کارایی نظام مالی را بیشتر می‌کند. افزایش شفافیت در نظام پرداخت‌های مالی بین‌المللی هم مسئله‌ای است که باید در این دوره مورد توجه قرار بگیرد.





مجله مطالعات علمی و فلسفی
در زمینه‌های مختلف علوم انسانی و اجتماعی

سیاست‌های اقتصادی چین چه فرصت‌هایی برای ایران به دنبال دارد؟

چرخه دوگانه چین: ابعاد و پیامدها

به سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه‌های مرتبط با حلقه‌های بالای زنجیره ارزش، متنوع‌سازی واردات با هدف تمرکز بر بازارهای نوظهور و کاهش وابستگی به بازارهای غرب، سرمایه‌گذاری‌های عظیم در حوزه فلزات کمیاب در داخل و خارج، گسترش شبکه لجستیک جدید در قالب ابتکار کمربند- راه و نیز تداوم ارائه یارانه‌های بسیار سنگین به بخش انرژی و حوزه‌های تحقیق و توسعه، از جمله برنامه‌های اجرایی این کشور در ذیل سیاست چرخه دوگانه است. اگرچه سنجش پیامدهای چرخه دوگانه بر موقعیت ایران دشوار است، اما به نظر می‌رسد از منظر اقتصاد کلان جهانی، رقابت میان چین و آمریکا و دوقطبی شدن فضای قدرت اقتصادی جهان، ضامن ایجاد فرصت‌های سودمندی برای ایران باشد.

توجه بیشتر چین به کشورهای درحال توسعه و نگرانی فزاینده این کشور در مورد امنیت انرژی و امنیت غذایی از جمله این فرصت‌هاست. با توجه به خروج چین از بازار آمریکا و نیز افزایش توانمندی‌های فناورانه چین، بازارهای متوسطی چون ایران بیش از گذشته برای شرکت‌های چینی جذاب خواهد بود. علاوه بر این، ایران می‌تواند به‌صورت پایدار منابع انرژی مورد نیاز چین و نیز بخشی از منابع غذایی این کشور را، چه از مسیرهای خشکی و چه از مسیرهای دریایی تأمین کند. لذا بررسی‌های موشکافانه و برنامه‌ریزی دقیق سیاست‌مداران ایرانی، نقش مهمی در بهره‌برداری هر چه بیشتر از فرصت‌های بالقوه ایجاد شده دارد.

ایران و چرخه دوگانه چین

در بخشی از این گزارش آمده است که سنجش پیامدهای استراتژی کلان چرخه دوگانه چین بر موقعیت ایران به‌عنوان کشوری درحال توسعه، تحت تحریم و تنیده شده در اقتصاد چین دشوار است، به‌ویژه آنکه این استراتژی کلان تازه اجرایی شده و روند اجرایی آن مدتها به طول خواهد انجامید. با وجود این، در برداشت نخست می‌توان پیامدهای احتمالی اجرایی شدن را در دولاویه کلان و دوجانبه بر موقعیت ایران مورد بحث قرار داد. در لایه کلان اقتصاد جهانی، حرکت چین به سوی چرخه دوگانه از یک سو و فشارهای فزاینده غرب علیه این کشور از سوی دیگر به تدریج راه را برای دگرگونی اقتصاد سیاسی بین‌الملل پس از جنگ سرد هموار می‌کند.

در گزارش اخیر مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، پیامدهای چرخش سیاست اقتصادی چین از یک سیاست اقتصادی باز و توسعه‌گرا، به سیاست توجه بر تولید داخلی بررسی شده است؛ این چرخش چه پیامدها و فرصت‌هایی برای اقتصاد ایران دارد؟

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با انتشار گزارش «چرخه دوگانه چین: ابعاد و پیامدها برای ایران» به بررسی ابعاد، مفهوم و پیامدهای چرخش سیاست اقتصادی چین از یک سیاست اقتصادی باز و توسعه‌گرا، که برای چندین دهه مسئول حرکت چین به سمت تسلط بر اقتصاد کلان جهانی شناخته می‌شد، به سیاست چرخه دوگانه که تأکید اصلی آن بر اهمیت به اقتصاد داخلی است، می‌پردازد.

اهمیت سیاست‌های اقتصادی چین برای ایران، به‌ویژه در شرایط کنونی که کشور تحت تأثیر تحریم‌های بین‌المللی قرار داشته و نیاز به محمولی برای تقویت تاب‌آوری دارد، بر کسی پوشیده نیست. رفتار این کشور در عرصه سیاسی و اقتصادی، به‌ویژه در سال‌های اخیر، توانسته در بسیاری از مقاطع زمانی، تضمین‌کننده منافع اقتصادی ایران باشد. لذا بررسی پیامدهای چرخه دوگانه چین برای کشور ما از اهمیت بالایی برخوردار است.

چرخه دوگانه چین، به‌عنوان مدلی جدید از رابطه میان بازار داخلی و اقتصاد سیاسی بین‌المللی، مبین نقش کلیدی و پیشران بازار داخلی در اقتصاد، در عین ارتباط متقابل و اصلاح رابطه میان بازار داخلی و بین‌المللی است. هدف این مدل، توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و قرار گرفتن چین در حلقه‌های بالاتر زنجیره جهانی ارزش همزمان با تقویت تقاضای داخلی و کاهش وابستگی به زنجیره ارزش جهانی است.

چین در پاسخ به دو روند غالب این مدل را طراحی کرده است. نخست تغییر در محیط بین‌المللی اقتصاد سیاسی این کشور در نتیجه تلاش آمریکا در دهه اخیر برای مهار و رقابت با این کشور و دوم اجرای استراتژی توسعه صنعتی چین که به نوعی نماد گسست تدریجی این کشور از تولید صنعتی با فناوری پایین و متوسط و حرکت آن به سمت حلقه‌های بالاتر زنجیره ارزش است.

در همین راستا، حمایت از مصرف داخلی و متنوع‌سازی تجارت در دستور کار برنامه اجرایی چین قرار گرفته است. ارائه مشوق‌های جدید



در اقتصاد سیاسی بین‌الملل پساجنگ سرد همواره نوعی ثبات هژمونیک وجود داشت. ایالات متحده و در سطحی کلان‌تر گروه موسوم به هفت نقش قاعده‌نویس را ایفا می‌کردند و سایر کشورها قاعده‌پذیر بودند. خیزش چین و سیاست‌های کلان اقتصادی این کشور در سال‌های اخیر به‌ویژه استراتژی توسعه صنعتی جدید و چرخه دوگانه، ثبات هژمونیک در حوزه اقتصاد سیاسی بین‌الملل را از بین برده است. به دیگر سخن اقتصاد سیاسی جهانی وارد دوره جدیدی شده است، دوره‌ای که در آن دو قطب اقتصادی کلیدی شکل گرفته‌اند و روابط پرتنشی با یکدیگر دارند. آینده روند گسست اقتصادی میان چین و غرب در مراکز دانشگاهی و فکری محل بحث است و پیش‌بینی آینده آن دشوار. اما می‌توان مدعی شد اقتصاد پساجنگ سردی که بر محوریت رهبری و راهبری ایالات متحده و قاعده‌پذیری سایر کشورها قرار داشت به‌شدت ضعیف شده است.

شکل‌گیری دو قطب قدرت در اقتصاد جهانی می‌تواند بالقوه برای ایران فرصت‌ساز باشد و دامنه انتخاب‌های دیپلماسی اقتصادی کشور را افزایش دهد. در شرایط کنونی نیز آثار چنین وضعیتی در اقتصاد سیاسی ایران تا حدی آشکار شده است. تنیدگی در اقتصاد چین یکی از دلایل کلیدی مقاومت ایران در برابر فشارهای خردکننده تحریم‌های ایالات متحده بوده است. به دیگر سخن در صورتی که چین نیز مانند کشورهای چون ژاپن و آلمان تمام درهای اقتصادی را به روی ایران می‌بست، مقاومت در برابر تحریم‌های ایالات متحده برای ایران بسیار دشوارتر و بلکه ناممکن می‌گشت.

از دیگر سو هرچه تنش میان دو بلوک قدرت و ثروت در اقتصاد سیاسی بین‌المللی افزایش یابد فضای این حوزه قطبی‌تر می‌شود. در چنان شرایطی کشورهای میان‌پایه‌ای چون ایران برای حفظ موقعیت در میانه رقابت دو قدرت با فشار بسیار مواجه خواهند بود به دیگر سخن قرارگرفتن در مدار چین یا آمریکا و بدل شدن به یکی از اقمار آنها از تهدیداتی است که پیشروی طیف وسیعی از کشورهای درحال توسعه و به‌ویژه ایران قرار دارد. تحریم مهم‌ترین عامل محدودکننده آزادی عمل بین‌المللی کشور در دهه‌های اخیر بوده است. در شرایطی که ایران تحت تحریم باقی بماند و بخش خصوصی و دولتی امکان تعامل با هسته اقتصاد جهانی نداشته باشند، وابستگی فزاینده به چین دور از انتظار نخواهد بود.

ایران می‌تواند به‌صورت پایدار منابع انرژی مورد نیاز چین و نیز بخشی از منابع غذایی این کشور را، چه از مسیرهای خشکی و چه از مسیرهای دریایی تأمین کند. لذا بررسی‌های موشکافانه و برنامه‌ریزی دقیق سیاست‌مداران ایرانی، نقش مهمی در بهره‌برداری هر چه بیشتر از فرصت‌های بالقوه ایجاد شده دارد.

گسترش آزادی عمل بین‌المللی ایران شرط لازم برای بهره‌برداری کشور از شرایط جدید در اقتصاد جهانی است. در شرایطی که توافق هسته‌ای احیا شود و گزینه‌های دیپلماسی اقتصادی کشور افزایش یابد ایران می‌تواند فضای مانور قابل توجهی در اقتصاد سیاسی جدید بین‌المللی پیدا کند و از شکاف رو به گسترش میان دو قدرت بزرگ بیشترین بهره را نصیب خود سازد.

در لایه دوجانبه توجه بیشتر چین به کشورهای درحال توسعه و نگرانی فزاینده این کشور در مورد امنیت انرژی و امنیت غذایی می‌تواند برای روابط ایران و چین فرصت‌ساز باشد. اشاره شد که شرکت‌های چینی در بازار غرب به‌طور فزاینده تحت فشار قرار می‌گیرند. از دیگر سو توانمندی‌های فناورانه چین به شدت رو به افزایش است و این کشور به سرعت بدل به قدرت درجه یک فناوری می‌شود. از دست دادن تدریجی بخشی از بازارهای غرب برای شرکت‌های چینی گران تمام می‌شود. این شرکت‌ها با فشارهای فزاینده‌ای برای یافتن بازارهای جدید مواجه خواهند شد. در چنین شرایطی بازارهای متوسطی چون ایران می‌تواند بیش از گذشته برای شرکت‌های چینی به‌ویژه در حوزه‌های فناوری جذاب باشد. البته این جذابیت منوط به احیای توافق هسته‌ای و از بین رفتن هسته تحریم‌های اعمالی علیه ایران است. افزون بر این چین به‌طور فزاینده‌ای نگران امنیت انرژی خود می‌شود. در این روند چین بیش از گذشته به روسیه و کشورهای آسیای مرکزی توجه نشان داده است. ایران یکی از معدود کشورهای جهان است که در نقشه ژئوپولیتیک انرژی، حوزه نفوذ ایالات متحده محسوب نمی‌شود و می‌تواند به‌صورت پایدار منابع انرژی موردنیاز چین را تأمین کند. همچنین، ایران تنها کشوری در خاورمیانه است که از مسیرهای خشکی و دریایی می‌تواند به چین انرژی صادر کند. این مزیت در دوره جدید که چرخه دوگانه در کانون استراتژی کلان توسعه چین قرار گرفته بیش از گذشته می‌تواند در روابط دو کشور مؤثر واقع شود. اشاره شد که امنیت غذایی نیز در قالب این چرخه برای چین بیش از گذشته اهمیت پیدا می‌کند. تعریف جایگاه ایران در امنیت غذایی چین به‌مثابه یک فرصت، منوط به انجام مطالعات کارشناسی دقیق است.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، شامخ دی‌ماه ۱۴۰۰ را ۴۶/۹۴ واحد اعلام کرد

پسرفت اقتصاد در مواجهه با کاهش قدرت خرید و ضعف تقاضا

طرح شاخص مدیران خرید (PMI) بخش صنعت، شامخ این بخش در دی ۱۴۰۰ را ۵۰/۳۱ واحد محاسبه کرده که کمترین مقدار در ۵ ماه اخیر محسوب می‌شود. در این ماه از میان همه مؤلفه‌های اصلی شامخ بخش صنعت، دو شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان و موجودی مواد اولیه، عدد زیر ۵۰ را به ثبت رسانده‌اند و مابقی مؤلفه‌ها با وجود رسیدن به کمترین مقدار در ۵ ماه اخیر، همچنان بالای ۵۰ واحد باقی مانده‌اند.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش دوره بیست و هشتم طرح شاخص مدیران خرید (PMI) کل اقتصاد موسوم به شامخ، اعلام کرده است که رقم این شاخص در دی‌ماه ۱۴۰۰ به ۴۶/۹۴ واحد رسیده که کمترین نرخ در ۵ ماه اخیر است. در این ماه به‌جز شاخص سرعت انجام و تحویل سفارش، سایر مؤلفه‌های اصلی زیر ۵۰ واحد ثبت شده‌اند. همچنین این مرکز در گزارش چهلمین دوره



شاخص مدیران خرید کل اقتصاد

طبق نظرسنجی انجام شده از بنگاه‌های اقتصادی کشور، شاخص مدیران خرید (تعدیل فصلی نشده) برای کل اقتصاد ایران در دی ۴۶/۹۴ به دست آمده است و شاخص کل به کمترین نرخ ۵ ماه اخیر رسیده است. در این ماه به‌جز شاخص سرعت انجام و تحویل سفارش، سایر مؤلفه‌های اصلی زیر ۵۰ ثبت شده‌اند. دلیل اصلی کاهش شاخص کل در دی‌ماه آن است که اکثر فعالان اقتصادی در بخش‌های ساختمان، خدمات و کشاورزی وضعیت را بدتر از ماه قبل ارزیابی کرده‌اند.

شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار در آذرماه (۴۷/۰۷) در دی‌ماه کاهش داشته و کمترین مقدار را طی ۵ ماه گذشته از مردادماه به ثبت رسانده است. این شاخص در بخش خدمات و کشاورزی و ساختمان به دنبال کاهش شدید تقاضا و نقدینگی با رکود بیشتری همراه بوده است. شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان (۴۳/۱۴) در دی‌ماه کاهش داشته و طی ۶ ماه اخیر از تیرماه کمترین نرخ را به ثبت رسانده

است. در دی‌ماه بسیاری از فعالیت‌های کسب‌وکار به دنبال کاهش قدرت خرید و نقدینگی با کمبود شدید تقاضای مشتریان روبه‌رو بوده‌اند که البته بخشی از آن ناشی از سردرگمی در مورد نوسانات نرخ ارز متأثر از فضای توافقات سیاسی کشور بوده است.

شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده (۴۳/۸۱) در دی‌ماه طی ۹ ماه گذشته از فروردین‌ماه (تعطیلات و اوج شیوع کرونا) به کمترین میزان رسیده است. این شاخص به دلیل کمبود نقدینگی، تورم و ناطمینانی نرخ ارز متأثر از تصمیمات سیاسی، در همه بخش‌های اقتصادی کاهش یافته است.

شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی (۴۹/۹۱) در دی‌ماه با نرخ کمتری نسبت به آذر کاهش یافته است. به عقیده بسیاری از فعالان اقتصادی به‌ویژه در بخش ساختمان و خدمات و کشاورزی، به دنبال کاهش میزان سفارشات، افزایش فشار هزینه‌ها و کمبود نقدینگی با حداقل نیروی ممکن به فعالیت ادامه می‌دهند.

شاخص میزان مصرف حامل‌های انرژی (۶۹/۸۳) طی ۲۸ دوره از ابتدای شروع طرح (مهر ۹۸) به بیشترین مقدار خود رسیده است که البته به دلیل بروز سرمای شدید در ابتدای زمستان تشدید شده، با این حال بسیاری از فعالان اقتصادی با معضل چند برابر شدن قیمت سوخت و بالا رفتن هزینه تولید نیز روبه‌رو هستند.



شاخص میزان صادرات کالا یا خدمات (۴۷/۱۴) همچنان در دی‌ماه به کمترین مقدار ۳ ماه اخیر رسیده است. بخشی از کاهش تقاضای خارجی به دلیل تعطیلات ژانویه و همچنین شرایط آب و هوایی بوده است. بر اساس آخرین آمار گمرک، صادرات و واردات در دی‌ماه هم به لحاظ ارزشی و هم به لحاظ وزنی نسبت به آذر کاهش داشته‌اند.

شاخص قیمت فروش محصولات تولید شده یا خدمات ارائه شده (۵۸/۲۵) نسبت به ماه قبل (۵۵/۳۹) تا حدودی افزایش داشته و بیشترین نرخ افزایش این شاخص در بخش ساختمان بوده است. ادامه روند افزایش قیمت‌ها و فشار هزینه‌های تولید باعث شده به‌رغم کاهش قیمت مواد اولیه و تقاضا، قیمت فروش محصولات و خدمات افزایش یابد. بر اساس آخرین گزارش مرکز آمار ایران شاخص قیمت مصرف‌کننده در دی ۱۴۰۰، برای خانوارهای کشور به ۲,۳۸۸ رسید که نسبت به ماه قبل ۲.۴ درصد افزایش نشان می‌دهد.

شاخص میزان مصرف حامل‌های انرژی (۶۹/۸۳) طی ۲۸ دوره از ابتدای شروع طرح (مهر ۹۸) به بیشترین مقدار خود رسیده است که البته به دلیل بروز سرمای شدید در ابتدای زمستان تشدید شده، با این حال بسیاری از فعالان اقتصادی با معضل چند برابر شدن قیمت سوخت و بالا رفتن هزینه تولید نیز روبه‌رو هستند.

به‌طور کلی بر اساس نظرسنجی انجام شده از فعالان اقتصادی در دی، اکثر کسب‌وکارها با کمبود شدید تقاضا روبه‌رو بوده‌اند علاوه بر آن روند ادامه‌دار فشار هزینه‌ها همراه با نگرانی از افزایش مالیات‌ها بسیاری از کسب‌وکارها به‌ویژه در بخش خدمات را در آستانه تعطیلی قرار داده است. وضعیت به‌گونه‌ای است که بسیاری از بنگاه‌ها از حداکثر توان خود استفاده کرده و بیشتر از این توان تحمل افزایش هزینه‌ها و کمبود نقدینگی را ندارند. از سوی دیگر نااطمینانی ناشی از فضای بین‌المللی کشور و تأثیر آن بر قیمت ارز، باعث کاهش تقاضا شده است.

شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

بر اساس داده‌های به دست آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت در دی‌ماه عدد ۵۰/۳۱ به دست آمده است. به اعتقاد اکثر فعالان بخش صنعت، نرخ رشد فعالیت‌ها به کمترین مقدار ۵ ماهه اخیر رسیده است. در دی‌ماه در میان مؤلفه‌های اصلی شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان و موجودی مواد اولیه عدد زیر ۵۰ را به ثبت رسانده‌اند. همچنین در صنایع کانی غیرفلزی، غذایی، پوشاک و چرم، لاستیک و پلاستیک و چوب، کاغذ و مبلمان عدد شاخص کل، زیر ۵۰ بوده است.

شاخص مقدار تولید محصولات در دی‌ماه (۵۰/۵۴) نسبت به آذر کاهش داشته است و طی ۵ ماه اخیر از مردادماه به کمترین مقدار خود رسیده است که دلیل اصلی آن کاهش شدید تقاضای مشتریان و کمبود نقدینگی است.

شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در دی‌ماه (۴۴/۹۰) طی ۵ ماه اخیر از مردادماه کمترین مقدار را به ثبت رسانده است. کمبود نقدینگی، نااطمینانی نسبت به فضای سیاست بین‌المللی کشور و نوسانات نرخ ارز باعث شده تا بسیاری از مشتریان دچار سردرگمی شوند.

شاخص موجودی مواد اولیه در دی‌ماه (۴۶/۲۱) مجدداً کاهش یافته و به کمترین مقدار ۳ ماه اخیر رسیده است. تورم و ادامه روند افزایشی قیمت مواد اولیه هرچند شدت آن نسبت به ماه قبل کمتر شده، نابسامانی نرخ ارز و کمبود نقدینگی شرکت‌ها را با کمبود مواد اولیه روبه‌رو کرده است.

شاخص موجودی محصول نهایی در انبار (۵۳/۱۴) نسبت به ماه قبل افزایش داشته است و در ۳ ماه اخیر به بیشترین مقدار خود رسیده، به نظر می‌رسد با کاهش تقاضا و کاهش شاخص میزان فروش، موجودی کالاها در انبارها افزایش یافته است.

شاخص میزان فروش محصولات (۴۵/۶۳) به کمترین مقدار ۵ ماهه خود از مردادماه ثبت کرده، به عقیده فعالان اقتصادی کاهش قدرت خرید و نقدینگی و شرایط نابسامان قیمت ارز باعث سردرگمی مشتریان برای تصمیم در خرید شده است.

شاخص انتظارات تولید در ماه آینده (۶۱/۶۲) خوش‌بینی به بهبود شرایط را برای بهمن‌ماه و رسیدن به‌روزهای پایانی سال را نشان می‌دهد. تقریباً فعالان اقتصادی در همه رشته‌ها فعالیت‌ها به‌جز چوب، کاغذ و مبلمان و لاستیک و پلاستیک انتظارات مثبت برای ماه آینده دارند.

به‌طور کلی در دی‌ماه، برخلاف انتظارات ماه گذشته که تولیدکنندگان پیش‌بینی رونق و بهبود شرایط را داشتند، اکثر صنایع به دلیل کاهش شدید سفارشات ناچار به کاهش تولید شدند. همه صنایع با افزایش چند برابری قیمت گاز روبه‌رو بوده‌اند که به همراه نگرانی از افزایش مالیات‌ها، برایشان برنامه‌ریزی با در نظر گرفتن قدرت خرید جامعه بسیار دشوار شده است. صنایع وابسته به محصولات پتروشیمی‌ها باز هم در زنجیره تأمین مواد اولیه خود با مشکل روبرو هستند و خودروسازی‌ها نیز با ادامه روند پرداخت نکردن تعهدات خود، قطعه‌سازان را دچار مشکل کرده‌اند. همچنین پرداخت بدون نظارت یارانه به دارو و مواد غذایی با ناکارآمدی زیادی صورت می‌گیرد و در نهایت به‌جای تأمین مایحتاج مردم، صرف صادرات می‌شود.



برخی از مشکلات اصلی از دید فعالان اقتصادی در دی ماه ۱۴۰۰

- نبود شفافیت و تعلل در تأمین به موقع مواد اولیه توسط تولیدکنندگان عمده پتروشیمی‌ها برای بازار داخلی که با توجه به انحصاری بودن این محصولات و گستردگی صنایع مصرف‌کننده پایین دستی آن از جمله صنایع نساجی، لاستیک و پلاستیک و ... تأمین مواد اولیه را با مشکل جدی روبه‌رو می‌کند. (صنایع نساجی، لاستیک و پلاستیک)

- عدم تحویل به موقع مواد اولیه از طریق پتروشیمی‌ها و بورس کالا و همچنین نوسانات شدید قیمت ارز به شدت در تأمین مواد اولیه شرکت‌ها تأثیر گذاشته است. (صنایع شیمیایی)

- بسیاری از شرکت‌های تولیدی و صنعتی با کمبود شدید نیروی کار روبه‌رو هستند. به دلیل افزایش شدید هزینه‌های زندگی و متناسب نبودن آن با میزان درآمدها نیروی کار ترجیح می‌دهد تا در مشاغل فعالیت کنند که درآمدزایی بیشتری داشته باشد.

- در بسیاری از بخش‌های خدماتی مانند اطلاعات و ارتباطات که طرف تقاضا عمدتاً مشتریان بخش دولتی هستند، به دلیل به‌روز نشدن نرخ تعرفه‌ها (از سوی سازمان برنامه و بودجه) متناسب با تورم و افزایش نرخ ارز، کسب و کارها به شدت در تأمین هزینه‌های بنگاه با مشکل روبه‌رو هستند و همراه با تعدیل تعداد بالایی از نیروی کار، شرکت را با حداقل نیروی ممکن سرپا نگه داشته‌اند و در آستانه تعطیلی هستند. از این رو لزوم توجه به متناسب‌سازی نرخ سالانه قراردادهای سال‌های گذشته با توجه به افزایش نرخ ارز ضرورت دارد چراکه شرکت‌ها علیرغم افزایش هزینه‌ها ناچارند با نرخ‌های چندین سال پیش به بخش دولتی خدمات ارائه دهند (خدمات اطلاعات و ارتباطات).

- افزایش شدید قیمت حامل‌های انرژی به خصوص گاز طی ماه‌های اخیر، هزینه‌های تولید را به شدت افزایش داده و همراه با نگرانی از افزایش مالیات، شرایط را برای تولیدکنندگان بسیار سخت و غیرقابل پیش‌بینی کرده است. از سوی دیگر قطعی گاز صنعتی در بعضی از استان‌ها مانند چهارمحال و بختیاری باعث توقف خط تولید شده است. (کانی غیرفلزی و ...)

- اجباری شدن درج قیمت تولیدکننده بر روی بعضی از محصولات، در تقاضای فروشگاه‌ها تأثیر منفی گذاشته و باعث هرج و مرج در بازارها شده است. (صنایع شیمیایی، صنایع غذایی)

- نظارت و روش‌های اجرایی درستی در فرآیند یارانه‌ای که دولت به برخی کالاها نظیر مواد غذایی و مواد دارویی می‌دهد وجود ندارد. این کمک‌هزینه که با هدف حمایت از مردم داده می‌شود یا از طریق گمرکات یا به صورت قاچاق به کشورهای دیگر صادر می‌شود و در عمل با صادرات به سایر کشورها کارایی مورد نظر خود را ندارد. (صنایع شیمیایی، صنایع مواد غذایی و ...)

- به دلیل عدم پرداخت بدهی توسط خودروسازان به قطعه‌سازان و در نتیجه کاهش نقدینگی، قطعه‌سازان امکان تولید ندارند و در نتیجه به دلیل ناقص شدن چرخه تولید خودرو بسیاری از شرکت‌های وابسته مانند لاستیک‌سازی‌ها با افت شدید تقاضا روبه‌رو هستند. (صنایع تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته، صنایع لاستیک و پلاستیک)



پایش معضلات اساسی صنعت در کارگروه لوازم خانگی

وی با بیان اینکه متأسفانه بخش صنعت در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران مهجور مانده است، ادامه داد: در این راستا، آقای کلاهی صمدی، به‌عنوان رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران، از من درخواست کرد تا کارگروه لوازم خانگی در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تشکیل شود.

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به اینکه اتاق بازرگانی ایران به‌عنوان مشاور سه قوه می‌تواند مشکلات صنعت لوازم خانگی را به گوش متولیان امر برساند، اظهار کرد: ما در کارگروه لوازم خانگی قصد داریم مشکلات را با نگاهی کارشناسی شده بررسی کنیم تا در نهایت منافع حاصل از جلسات به سود کل صنعت لوازم خانگی تمام شود.

محمدی‌دانیالی با بیان اینکه هدف اصلی ما دفاع از صنعت لوازم خانگی از طریق مجاری قانونی است، اضافه کرد: ما نیاز به یک دولت قدرتمند جهت ایجاد رشد و توسعه اقتصادی، فراهم کردن زیرساخت‌ها، ایجاد امنیت و مدافع بخش خصوصی داریم؛ از طرف دیگر به یک بخش خصوصی سازمان‌دهی شده نیاز داریم تا مشکلات و راهکارهای لازم را ارائه کند. متأسفانه، در هر دو بخش دچار مشکلات عدیده‌ای هستیم، بنابراین قصد داریم تمرکز خودمان را بر بخش دوم بگذاریم تا منافع اعضا که همان منافع ملی است، تامین شود.

کارگروه لوازم خانگی با هدف حمایت و دفاع همه‌جانبه از صنعت لوازم خانگی، پایش مشکلات روز صنعت و ارائه پیشنهادات و نظرات کارشناسی شده به کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران تشکیل شد.

به گزارش روابط‌عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای جلسه رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران درباره‌ی هدف از تشکیل کارگروه صنعت لوازم خانگی در زیرمجموعه کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران، گفت: برای بررسی مشکلات و معضلات صنعت لوازم خانگی و ارائه راهکارهای موثر؛ تصمیم بر آن شد تا کارگروهی در زیرمجموعه‌ی کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران تشکیل شود.

علیرضا محمدی‌دانیالی افزود: مشکلات فعلی صنعت لوازم خانگی تنها به عملکرد دولت‌ها بر نمی‌گردد؛ بلکه به بخش خصوصی نیز مربوط می‌شود. اینکه همه‌ی مشکلات را بر گردن دولت ببندیم؛ به‌نوعی فرافکنی است. هرچند، باتوجه به نقش و اقتداری که دولت ایفا می‌کند، مسئولیت بیشتری متوجه این نهاد است، اما بخش خصوصی به‌ویژه در زمینه شکل‌گرایی دارای ضعف‌های جدی است که لازم است با همگرایی و همفکری جهت رفع این عیوب و ضعف‌ها اقدام کرد.

معاون اول رئیس‌جمهور راهبری تیم صنعتی را در دست گرفت

علمی و دانش‌بنیان و کارآفرینان تشکیل داده و اولاً: با لحاظ فرمایشات اخیر رهبر فرزانه انقلاب اسلامی و سایر اسناد بالادستی اعم از سایر فرامین و رهنمودهای ایشان و قوانین موجود و سند تحول دولت، نسبت به تدوین نقشه راهبردی صنعتی و ارتقاء تولید داخل اقدام نماید.

ثانیاً: راهکارهای عملیاتی و اجرایی آن با تعیین زمان‌بندی و دستگاه‌های متولی و نهادهای همکار و شرح وظایف هر کدام در حوزه‌های مدیریت، نظارت، هدایت و حمایت مشخص گردد.

ثالثاً: گزارش اقدامات انجام شده و نتایج حاصله به صورت ماهانه ارائه تا به استحضار ایشان و اطلاع عموم رسانده شود.

توفیق جناب‌عالی و سایرین را در انجام موفق مأموریت محوله از درگاه خداوند متعال خواستارم.»

رئیس‌جمهور در پی بیانات مهم و راهبردی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در دیدار فعالان حوزه تولید و صنعت به معاون اول مأموریت داد تا با حرکت جهادی و با تشکیل کارگروهی متشکل از متخصصان و صاحب‌نظران و متولیان این حوزه در دولت و مجامع علمی و دانش‌بنیان و کارآفرینان نسبت به اجرایی کردن رهنمودهای معظم له، اقدام کند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، متن نامه آیت‌... سیدابراهیم رئیسی به این شرح است:

«با عنایت به بیانات مهم و راهبردی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در دیدار فعالان حوزه تولید و صنعت و لزوم اجرایی نمودن رهنمودهای معظم له، بدینوسیله به جناب‌عالی مأموریت داده می‌شود تا با حرکت جهادی، کارگروهی متشکل از متخصصان و صاحب‌نظران و متولیان این حوزه در دولت و مجامع

اعلام آمادگی انجمن جهت همکاری در تدوین «نقشه راهبردی صنعت و ارتقای تولید داخل»

از یک سال گذشته اقدام به تدوین «سند راهبردی توسعه صنعت لوازم خانگی ایران» با تمرکز بر سه دسته‌بندی اصلی محصولات لوازم خانگی مشتمل بر: انرژی‌بر، غیر انرژی‌بر و اجزاء و قطعات کرده است. از آنجایی که آن موسسه محترم به‌عنوان مرکزیت این مطالعات و تدوین برنامه راهبردی مذکور تعیین شده و لزوم هم‌افزایی و هم‌اندیشی در تدوین این نقشه راهبردی وظیفه ملی یکایک فعالان بخش خصوصی در کنار متولیان امر بخش دولتی است، این انجمن ضمن اعلام آمادگی کامل جهت نقش‌آفرینی اثرگذار و تخصصی در تدوین این مهم خواهشمند است در خصوص برگزاری جلسه حضوری با اعضای هیأت مدیره انجمن، جهت تبیین و تشریح سند راهبردی تدوین شده این صنعت که توسط این انجمن ملی تدوین شده و آماده ارائه است، دستور مقتضی مبذول و امر به ابلاغ فرمایید. از پروردگار متعال، توفیقات روزافزون جنابعالی را در این مسیر خطیر و اعتلای ایران عزیز مسئلت می‌نماید.»

گفتنی است؛ با حکم معاون اول رئیس‌جمهور، عادل آذر به‌عنوان مجری تدوین نقشه راهبردی صنعت و ارتقای تولید داخل تعیین شد.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران جهت همکاری تخصصی در تدوین «نقشه راهبردی صنعت و ارتقای تولید داخل» با ارسال نامه‌ای خطاب به عادل آذر، مشاور رئیس‌جمهور و رئیس موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی اعلام آمادگی کرد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در متن نامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به مشاور رئیس‌جمهور آمده است:

«با تشکر از جنابعالی در اهتمام به مسائل مبتلا به صنعت کشور و خاصه با عنایت به صدور ابلاغیه اخیر معاون اول محترم ریاست‌جمهور در خصوص «تدوین نقشه راهبردی صنعت و ارتقای تولید داخل» به استحضار می‌رساند انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در کسوت بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت لوازم خانگی کشور با چهار دهه نقش‌آفرینی در صنعت و اقتصاد کشور، در راستای انجام رسالت خود در قالب نماینده بخش خصوصی این صنعت پیشران و نیز نظر به جایگاه و اهمیت صنعت لوازم خانگی به‌عنوان جایگزینی موثر در برون‌رفت میراث شوم و بیماری مبتلا به کشور از وابستگی به نفت، با جامع‌نگری و بسیج منابع و استفاده از خرد جمعی و اندیشه پژوهشگران و تجربه صاحب نظران این صنعت،

شرکت‌های ایرانی به دنبال توسعه صادرات به پاکستان

باشد. بنابراین، حضور هیات‌های تجاری مختلف از کشورهای منطقه را باید به فال نیک گرفت.

به گفته وی، چنین جلساتی سبب می‌شود طرفین با توانمندی‌ها و ظرفیت‌های موجود در صنایع یکدیگر آشنا شوند و در جهت تقویت همکاری‌های همه‌جانبه تلاش کنند که در این زمینه لازم است تدابیری برای رفع پدیده قاچاق اندیشیده شود.

محمد محمود از شرکت Octa کشور پاکستان نیز ضمن ابراز خوشحالی از حضور در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و آشنایی با ظرفیت‌های شرکت‌های لوازم خانگی ایرانی، راجع به شرکت Octa و تولید قطعات توسط این شرکت برای شرکت‌های متعدد تولیدی لوازم خانگی پاکستان به‌ویژه شرکت‌های دارای سیستم تولید بدون کارخانه OEM و نیز آمار فروش لوازم خانگی در کشور پاکستان و نیاز این کشور به واردات لوازم خانگی سفید نظیر ماشین لباسشویی و یخچال فریزر توضیحات مبسوطی ارائه داد.

جلسه کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با هیات تجاری کشور پاکستان به‌منظور معرفی ظرفیت‌های صنعت لوازم خانگی دو کشور برگزار شد. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، محمد محمود، از شرکت Octa کشور پاکستان و سیدحسن رضا تقوی، به‌عنوان مترجم، طبق درخواست اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران از انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در این نشست حضور یافتند تا به صورت مستقیم ضمن معرفی محصولات و خدمات شرکت پاکستانی، با محصولات متنوع شرکت‌های عضو انجمن آشنا شوند. در ابتدای جلسه، محمود استقلال، رئیس کمیسیون صادرات، با اشاره به جمعیت قابل توجه پاکستان، هم‌مرز بودن و قرابت سیاسی، فرهنگی و... میان دو کشور، گفت: همین اشتراکات سبب شده تا صادرات و ارتقای مراودات با کشور پاکستان یک گزینه بسیار مناسب برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی

اعلام آمادگی انجمن جهت نقش آفرینی در جریان تصمیم‌سازی‌ها

(هامکس) با حضور فعالان، صنعتگران و شرکت‌های داخلی و خارجی این صنعت و دیگر صنایع وابسته و کسب رتبه A+ صنعت نمایشگاهی و انتشار نشریه تخصصی لوازم خانگی با ۳۶ سال سابقه و ۳۷۶ شماره توانسته است با ۴۰ سال نقش آفرینی مؤثر در صنعت پیشران لوازم خانگی کشور، رسالت ذاتی خود را در تجمیع صدای واحد فعالان و صنعتگران لوازم خانگی، هدایت و رهبری کرده و در مسیر تسهیل و تسریع رفع مشکلات و موانع موجود این صنعت گام‌های ارزنده‌ای بردارد.

لذا عطف به ابلاغیه اخیر معاون حقوقی رئیس جمهور به دستگاه‌های اجرایی، این انجمن ملی مجدداً آمادگی کامل خود را جهت مشارکت در جریان تصمیم‌سازی‌ها و ارائه و انعکاس نقطه نظرات کارشناسی و تخصصی موارد مرتبط با صنعت لوازم خانگی اعلام کرد.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران آمادگی مجدد خود را جهت نقش آفرینی در جریان تصمیم‌سازی‌های متولیان امر عطف به ابلاغیه معاون حقوقی رئیس جمهور به دستگاه‌های اجرایی مبنی بر «بهره‌گیری از نظرات تشکل‌ها» با ارسال نامه‌ای خطاب به رضا فاطمی‌امین، وزیر صنعت، معدن و تجارت؛ غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و مدیران واحدهای تولیدی عضو انجمن اعلام کرد.

گفتنی است؛ انجمن صنایع صنایع لوازم خانگی ایران، در کسوت بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت لوازم خانگی کشور در راستای انجام رسالت خود در قالب نماینده بخش خصوصی این صنعت پیشران به نمایندگی از بیش از ۲۵۰ عضو و دارای زنجیره کامل تأمین و ارزش در دو طیف اصلی محصول‌سازان و قطعه‌سازان و برگزاری ۲۱ نوبت نمایشگاه بین‌المللی سالانه صنعت لوازم خانگی

بیانیه انجمن درباره منویات مقام معظم رهبری (مد) در دیدار با صنعتگران و کارآفرینان

نظارت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان یکی از تأکیدات معظم له. افزایش صادرات با تکیه بر توان رقابت‌پذیری با تولیدکنندگان خارجی جهت حضور مؤثرتر در بازارهای هدف منطقه.

در راستای منویات مقام معظم رهبری مبنی بر ایجاد یک نقشه راهبردی و مدیریت جامع در مجموع صنعت کشور از قریب به یک سال گذشته، تدوین سند و استراتژی جامع نگر توسعه صنعت لوازم خانگی ایران، با توجه به نقش و جایگاه بازیگران چرخه تولید و زنجیره ارزش این صنعت با بهره‌گیری از تجارب علمی، تحقیقاتی و اجرایی پژوهشگران و محققان مراکز علمی معتبر کشور، توسط این انجمن به انجام رسیده که پیشتر طی مکاتبه شماره DB/۱۴/۱۰۰۰ مورخ ۱۱/۷/۱۴۰۰ محضر ایشان و سایر مدیران و مسئولان دستگاه‌های ذی‌ربط ارسال شده است.

تولید محصولات لوازم خانگی توسط تولیدکنندگان عضو انجمن با قیمت مناسب رقابتی جهت پوشش نیاز و تأمین بازار داخل به‌رغم نوسانات مستمر ارز و نهاده‌های تولید و بهای مواد اولیه.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران انجمن به‌عنوان بزرگترین و قدیمی‌ترین و تنها تشکل ملی صنعت لوازم خانگی ایران و به نمایندگی از واحدهای تولیدی عضو از سراسر کشور، ضمن قدردانی از حمایت‌های حکیمانه رهبر فرزانه انقلاب در حمایت از تولیدکنندگان و کارآفرینان سنجر تولید و اقتصاد کشور، من جمله فعالان صنعت پیشران لوازم خانگی و اهتمام به رفع موانع و مشکلات واحدهای تولیدی صنعتگران، مراتب هم‌رایی کامل خود را در مسیر پیشرفت مضاعف و همه‌جانبه ایران عزیز با بسیج منابع و بهره‌گیری از خرد جمعی و تجربه صنعتگران و صاحب‌نظران و اندیشه پژوهشگران در اهم موارد محوری و راهبردی مورد تأکید معظم له به این شرح اعلام می‌کند:

بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های علمی و عملی سرمایه‌های انسانی در جهت خلق دانش بومی و تعمیق حداکثری عمق ساخت داخل و تولید محصولات با کیفیت ایرانی.

ارتقاء جایگاه صنعت با تمرکز بر دانش‌محوری و نوآوری در محصولات ساخت داخل با تأسیس کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی تحت

سیاست‌های مالیاتی و تعرفه‌ای جایگزین قیمت‌گذاری دستوری

این موضوع در مورد دیگر صنایع هم صدق می‌کند. بنابراین، مواد اولیه‌ای که توسط صنایع بالادستی با استفاده از منابع طبیعی تولید می‌شوند، باید وارد زنجیره ارزش شوند.

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تاکید کرد: هدف اصلی ما این بوده که به جای قیمت‌گذاری دستوری و دخالت مستقیم دولت در بازار، از طریق سیاست‌های مالیاتی و تعرفه‌ای بازار را تنظیم کنیم و یکی از اصلی‌ترین ارکان هم این است که معافیت مالیاتی صادرات مواد اولیه حذف شود. در واقع این یک مشوق مضاعف، پرهزینه و برهم‌زننده بازار است و حامل این پیام است که مواد اولیه را صادر کنند، به جای اینکه به صنایع داخلی بفروشند. کلاهی صمدی با اشاره به اینکه صنایع بالادستی سود بالایی به دست می‌آورند و بحث پرداخت مالیات حقه مطرح است، گفت: قطعاً پرداخت مالیات حقه جلوی صادرات را نمی‌گیرد، فقط کفه ترازو را برای خریدار داخلی و خارجی مساوی و تنظیم می‌کند. وی در پایان خاطر نشان ساخت: باید مراقب باشیم که نه رانت گسترده توزیع کنیم و نه مزیت نسبی تولید در کشور را از بین ببریم.

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با تاکید بر اینکه اساساً ارزش چندنرخی هیچ‌گاه به نفع اقتصاد کشور نبوده است، گفت: ارزش چندنرخی عامل ایجاد رانت و فساد در کشور است.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از اتاق ایران، علیرضا کلاهی صمدی با اشاره به مثال بازار مرغ، ادامه داد: حتی با وجود اینکه نهاده‌های دامی در این صنف با ارزش ۴۲۰۰ تومانی تامین می‌شود، قیمت نهایی تفاوت اساسی با قیمت اعلامی در کشورهای همسایه مثل ترکیه ندارد. این امر نشانگر این مطلب است که اتفاقاتی در طول زنجیره در حال رخ دادن است که در نهایت باعث می‌شود هدف اصلی این طرح یعنی کمک به اقشار آسیب‌پذیر از محل بودجه محقق نشود.

وی با بیان اینکه ضرورت دارد ارزش ۴۲۰۰ تومانی حذف و ارزش تک‌نرخی شود، افزود: تنها مزیت نسبی تولید در ایران، مواد اولیه‌ای است که توسط صنایع بالادستی تولید می‌شود. پیش از این صاحبان صنایع بالادستی مثل پتروشیمی بارها اعلام کردند که اگر بهای گاز در ایران هم‌قیمت با بازار قطر باشد، چه کسی می‌تواند در ایران پالایشگاه تاسیس کند؟ پس،

شکستن رکورد تولید و راه‌اندازی شیفت دوم؛ دستاوردهای پارس

نگاه هوشمندانه رهبر معظم انقلاب در حمایت از تولید داخلی را بسیار ارزشمند دانست و اظهار داشت: بدون حمایت رهبری، خروج صنعت لوازم خانگی از وضعیت نابودی و فلج‌کننده خارج نمی‌شد و شرایط این صنعت با نگاه و حمایت رهبری بهبود پیدا کرد. محمدی از برنامه‌های توسعه‌ای و افزایش تنوع سبد محصولات در شرکت لوازم خانگی پارس و تحقق شعار جهش تولید خبر داد و افزود: این شرکت توانست پس از ۲۰ سال با راه‌اندازی شیفت دوم تولید خود رکورد تولید روزانه شرکت را بشکند.

وی افزود: با برنامه‌ریزی‌های انجام شده اقدامات لازم جهت راه‌اندازی شیفت سوم و افزایش ۱۰۰ درصدی میزان تولید شرکت به ۲۴۰ هزار دستگاه در سال صورت گرفته است.

محمدی ادامه داد: ما تلاش داریم بخشی از مواد اولیه مورد نیاز خود را با همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان تولید تا ضمن قطع وابستگی‌ها از خروج ارز از کشور نیز جلوگیری کنیم.

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری صنایع تامین در بازدید از شرکت لوازم خانگی پارس گفت: شرکت پارس توانست با فعال‌سازی شیفت دوم خود، رکورد تولید روزانه شرکت را پس از ۲۰ سال بشکند.

به گزارش روابط عمومی هلدینگ صنایع عمومی تامین، محسن محمدی با اشاره به اهمیت مسئله تولید داخل، گفت: تولید داخل که مسئله بسیار حیاتی و ضروری است، منتج به تقویت اقتصاد ملی می‌شود و بسیاری از کشورهای دنیا به سمت تولید داخل با نگاه صادراتی پیش رفتند.

مدیرعامل صنایع عمومی تامین، با تاکید بر نگاه تیزبینانه مقام معظم رهبری (مد) در حوزه تولید داخلی افزود: گام اول برای استقلال اقتصادی و توسعه اقتصادی هر کشور نگاه راهبردی به تولید است.

وی افزود: شرکت لوازم خانگی پارس توانست در این مدت ضمن افزایش تیراژ تولید، کیفیت محصولات خود را نیز ارتقا دهد.

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری صنایع تامین،

در ۱۰ ماه سال جاری؛

بیش از ۴ میلیون دستگاه لوازم خانگی تولید شد

معادل بیش از یک میلیون دستگاه بود.

تولید ۱۰ کالا کاهش یافت

از بین ۲۸ کالای منتخب صنعتی تولید ۱۰ کالا کاهش داشته که بیشترین کاهش مربوط به الیاف اکریلیک با ۷۵/۴ درصد، سموم دفع آفات نباتی با ۲/۸ و الکتروموتور با ۱۷/۵ درصد کاهش بود. کمترین کاهش تولید نیز مربوط به انواع تلویزیون با ۰/۱ درصد اعلام شد. وانت، پودر شوینده و انواع کفش نیز دیگر کالاهایی است که تولیدشان در این مدت کاهش یافته است.

گفتنی است؛ آمار تولید لوازم خانگی در ۹ ماهه سال ۱۴۰۰، نشانگر رشد نسبی بود. یخچال فریزر دارای رشد ۱۰/۳ درصدی و کولر آبی دارای رشد ۲/۶ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل بود، ولی تولید الکتروموتور به میزان ۱۶/۶ درصد کاهش داشت و آمار تولید تلویزیون نیز ۲ درصد کاهش نسبت به مدت مشابه سال قبل را نشان می‌داد. این در حالی است که ماشین لباسشویی با رشد ۲۶/۷ درصدی بالاترین میزان رشد تولید در بین کالاهای منتخب لوازم خانگی را داشت. در سایر صنایع، چینی بهداشتی دارای رشد منفی ۱۶/۴ درصد و پلی کربنات (PC) نیز دارای رشد منفی ۲۴ درصدی بود. کمترین میزان کاهش نسبت به ۹ ماهه اول سال گذشته را آلومینا با ۰/۱ درصد کاهش به خود اختصاص داد. اقلامی نظیر لاستیک خودرو، فیبر، سموم دفع آفات نباتی، الیاف اکریلیک، نخ سیستم پنبه‌ای و ترکیبی الیاف مصنوعی، فولادخام، محصولات فولادی، کنسانتره ذغال سنگ و سیمان نیز دارای کاهش تولید بودند.

بر اساس آمار وزارت صمت تولید انواع لوازم خانگی بزرگ با افزایش ۱۰/۱ درصدی به بیش از چهار میلیون دستگاه رسید.

آمار منتشر شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در ۱۰ ماهه امسال از ۲۸ کالای منتخب صنعتی، تولید ۱۸ کالا بین ۰/۴ تا ۷۱/۸ درصد افزایش یافت. در این مدت تولید پنج کالا بیش از ۲۰ (تا ۵۰ درصد)، چهار کالا ۱۰ تا ۲۰ درصد و ۹ کالا کمتر از ۱۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته و تولید ۱۰ کالا نیز کاهش یافت.

بر اساس این آمار در ۱۰ ماهه امسال تولید کامیون، کامیونت و کشنده بیشترین افزایش را داشته و با بیش از ۷۱/۸ درصد افزایش به ۸۹۱۴ دستگاه رسید. در این میان دو کالای دیگری که بیشترین افزایش تولید را داشتند شامل چرم با ۳۷/۹ و روغن ساخته شده نباتی با ۳۳/۷ درصد افزایش است.

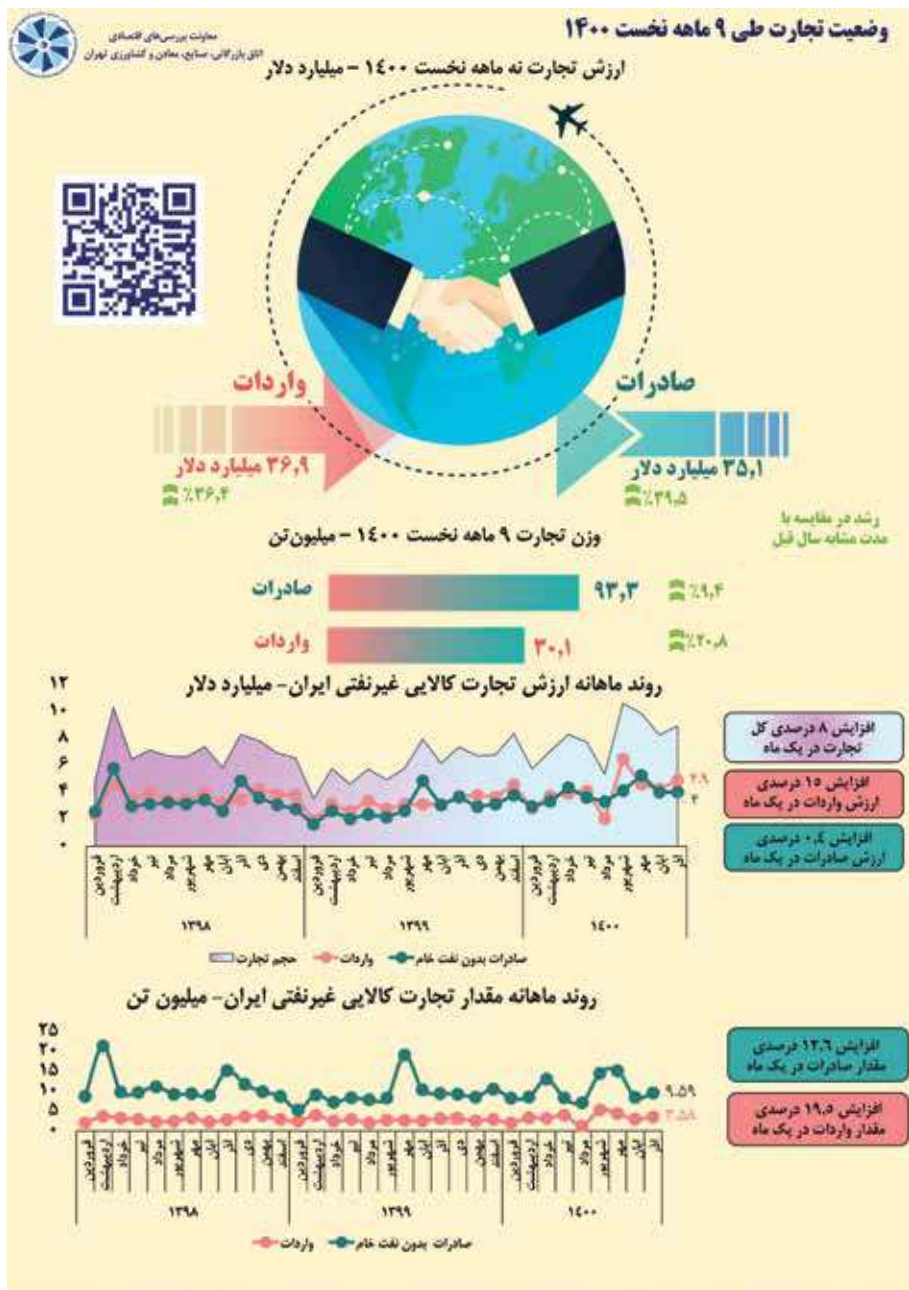
وضعیت تولید ۱۰ ماهه

بر اساس این آمار تولید انواع لوازم خانگی با افزایش ۱۰/۱ درصدی به بیش از چهار میلیون دستگاه رسید.

از بین انواع لوازم خانگی تولید ماشین لباسشویی و یخچال و فریزر با ۲۳ و ۹ درصد افزایش به ترتیب به بیش از یک میلیون و ۱۸۰ هزار و یک میلیون و ۸۵۳ هزار دستگاه رسید. تولید این دو محصول در ۱۰ ماهه سال قبل نزدیک به ۹۶۰ هزار و یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه بود. تولید کولر آبی هم در این مدت ۵/۲ درصد افزایش یافته و به حدود ۹۱۳ هزار دستگاه رسید.

در این میان تولید تلویزیون با کاهش جزئی ۰/۱ درصدی مواجه شد و تولید آن در ۱۰ ماهه امسال





وضعیت تجارت طی ۹ ماهه ۱۴۰۰

تحولات تجارت کالایی بدون نفت خام ایران طی ۹ ماهه نخست ۱۴۰۰ حکایت از رشد ۳۶/۴ درصدی ارزش واردات نسبت به مدت مشابه سال قبل، رشد ۳۹/۵ درصدی ارزش صادرات بدون نفت خام نسبت به مدت مشابه سال قبل، افزایش ۰/۴ درصدی ارزش صادرات بدون نفت خام در آذر ۱۴۰۰ نسبت به ماه قبل و افزایش حدود ۱۵ درصدی ارزش واردات در آذر ۱۴۰۰ نسبت به ماه قبل دارد.



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 بهره‌برداری 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 سؤالات زیر گزینه مربوط به خود را انتخاب نمایید:

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 صفحه‌آرایی نشریه 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 واتس‌آپ انجمن ارسال فرمائید



۰۹۰۱-۸۳۱-۹۱۶۶





ics



www.faradid.org
info@fda.ir
Social Networks : +98 933 0015600
Tel : +98 21 77121923-6
Fax : +98 21 77121927

 **FARA DID AFZAR**[®]
Inspire the future...

EIe ***ctron***

*Electronic Board
Design & Mass Production*



Electronics

آبسال
اوبسور سال سابق (تأسيس 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 گاوه، خیابان ششم اداره فروش: ۷۷۴۵۵۰۹۵ - ۷۷۴۵۱۰۹۴ (۰۲۱)
خدمات پس از فروش: ۷۷۲۰۹۰۰۷ (۰۲۱)

www.Aabsalco.com