

تولیت، دانش‌نویان، اشتغال‌آفرین

سال سی و هفتم

فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۱

پیک شورا

نشریه تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



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

۳۷۷

انحطاط اقتصاد با قیمت‌گذاری دستوری

۳۷ سالگی پیک شورا



از سرکوب قیمت به نظارت پسینی برسیم

دولت متشدد و توسعه‌گرا و بخش خصوصی قدرتمند؛ لازمه رشد و توسعه ملی



PARLAR

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

ما بزرگترین تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در منطقه هستیم

آدرس: پایس راه تیروز - تهران، جاده باسجنج شهرک صنعتی سهند - آذربان

تلفن: ۰۲۱۵۱۶۱۰۰۰۰ فکس: ۰۲۱۵۱۶۱۳۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

info@parlar.ir

www.parlar.ir



32"

HD
DVB-T2
A+ grade
1366*768
6.5ms
Frameless
8W+8W(BQ)
x2
x3
No
No
No
No



کیفیت تصویر
تولر
کیفیت پیکل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع کریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی



43"

FHD
DVB-T2
A+ grade
1920*1080
6.5ms
Frameless
8W+8W(BQ)
x2
x3
No
No
No
No
No



کیفیت تصویر
تولر
کیفیت پیکل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع کریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی



43"



FHD
DVB-T2
A+ grade
1920*1080
6.5ms
Frameless
8W+8W
x2
x3
Yes
Android 11
چهار هسته ای
1G
8GB



کیفیت تصویر
تولر
کیفیت پیکل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع کریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی



50" Smart

UHD
DVB-T2
A+ grade
3840*2160
6.5ms
Frameless
8W+8W(BQ)
x2
x3
Yes
Android 11
چهار هسته ای
1.5G
16G

Smart **ULTRA HD**
Ultra High Definition

کیفیت تصویر
تولر
کیفیت پیکل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع کریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی



55" Smart

UHD
DVB-T2
A+ grade
3840*2160
6.5ms
Frameless
8W+8W(BQ)
x2
x3
Yes
Android 11
چهار هسته ای
1.5G
16G

Smart **ULTRA HD**
Ultra High Definition

کیفیت تصویر
تولر
کیفیت پیکل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع کریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی



65" Smart

UHD
DVB-T2
A+ grade
3840*2160
6.5ms
Frameless
8W+8W (BQ)
x2
x3
Yes
Android 11
چهار هسته ای
1.5G
16G



کیفیت تصویر
تولر
کیفیت پیکل
رزولوشن
زمان پاسخگویی
نوع کریم
خروجی صدا
پورت USB
پورت HDMI
قابلیت WIFI
نوع رابط هوشمند
پردازنده
حافظه رم
حافظه داخلی



+98 41 51 61 77 77

www.elevia.ir

THERMOSTATIC
RADIATOR VALVE

دو سال گارانتی

TRV

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

%20
Energy Saving

۲۲ ماه گارانتی



TRV

www.takban.com



TAKBAN
CONTROL ENERGY

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

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



TAKBAN

CONTROL ENERGY



۱۳۹۰

۱۳۹۱

۱۳۹۵

۱۳۹۳

۱۳۹۸

۱۳۹۹

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

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

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

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

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

امرسان تنها با
ضمانت هیرو سرویس

امرسان

زیبا | پیشرو | مطمئن



www.emersun.com

1639

لیمون

لوازم خانه و آشپزخانه

ACRYLIC SERVING BOWL

Top Quality Design And Durable Goods



CE



ISO 9001
2008



@limonware

www.limonware.com



GLASS BOWL with lid



3 LITER



2 LITER



1.2 LITER



زارساب

ZAR-SAB

HEALTHY
NON-STICK
PFDA HEAVY METAL
NICKEL
FREE

ویولت

پوشش مناسب تمام گرانیت

Violet

Full Granite Coating System

MADE IN IRAN

 zarsab

 ۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴



ناب استیل

بضمانت ناب سرویس

© 021-2708

📷 nabsteel

NAB
STEEL

www.nabsteel.ir

کارخانجات چرخ خیاطی ایران
کاجیران
کاجیران، نماد اصالت در صنعت

KACHIRAN Swing Machine

چرخ های سری رز، مجهز به تکنولوژی روز دنیا



Rose

چرخ خیاطی سری رز
محبوب ترین چرخ خیاطی
به انتخاب مصرف کنندگان



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

لعابکاری 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



Instagram icon @homara.ir

دمازنده DAMANDEH®



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

www.damandeh.com
sale@damandeh.com

شماره تماس : ۰۲۱-۳۵۲۷۰



بنیاد نیکوکاری سلام

همت برای خدمت

اجرای طرح های سالانه مناسبتی و مستمر با فراخوان در ۴ محور ذیل:

- بسته های مهربانی (فصل بهار): تهیه و اهداء بسته ارزاق و مایحتاج عمومی
- مهر ماندگار (فصل تابستان): تهیه و اهداء کیف مدرسه همراه با بسته لوازم التحریر برای دانش آموزان بی بضاعت و کم بضاعت
- تن پوش مهربانی (فصل پاییز): تهیه و اهداء کاپشن و لباس گرم زمستانه برای کودکان ۱ تا ۱۵ ساله نیازمند
- مهر بهاری (فصل زمستان): تهیه و اهداء بن های نوروزی خرید ارزاق عمومی برای نیازمندان

و هر سال یک مدرسه می سازیم برای آینده سازان ایران زمین

پروژه جاری: احداث ساختمان آموزشی دبستان دخترانه حضرت امام جواد (ع) در شهرستان قرچک



شماره حساب: ۷۶۱۰۰۱۰۰۷۷

شماره کارت: ۶۱۰۴۳۳۷۶۴۵۷۰۷۲۸۰

شبا: IR10 0120 0000 0000 7610 0100 77

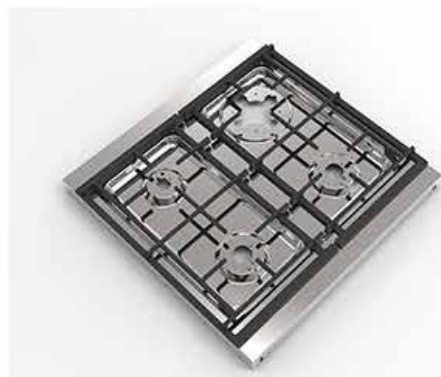
نزد بانک ملت به نام بنیاد نیکوکاری سلام



www.salam-charity.com



[bonyadsalam](https://www.instagram.com/bonyadsalam)



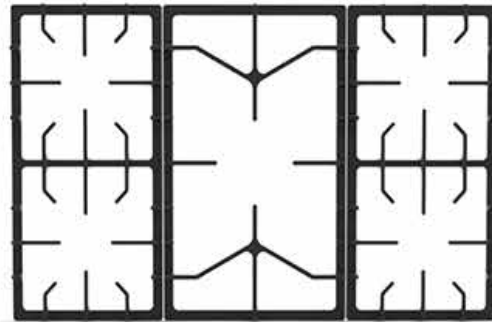
شرکت اریس سازه پارسیان (سناتور)

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





SENATOR



 www.senator.co.ir

 021-77722282

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


تابه های مرغ خوری

یزدگل

YazdGol

Since 1992

تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه
(ملامین و پلاستیک)

 YazdGolco

www.yazdGol.com

طرح
یزدگل
کیفیت

یزدگل

YazdGol

Since 1992

سبد بانو

۵۵۹

سبد آوند

۵۵۳

سبد کمند

۵۵۴

Design
Color
Quality

دفتر تهران : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۸۴ ۴۴ - ۹

فکس : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۳۳ ۱۶



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

راه‌های ارتباطی جدید انجمن

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

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



نشانی

۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴



کد پستی

جدید

۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)



تلفن

۸۸۷۴۴۴۶۳



شماره

۰۹۰۱-۸۳۱۹۱۶۶



واتساپ

جدید

۱۰۰۰۰۲۴۲۶



پیامک

www.ahamiran.com



وبسایت

info@ahamiran.com



ایمیل



صنعت پیشران لوازم خانگی کشور



بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی



پیکاشورا

ماهنامه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سال سی و هفتم / فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۱ / شماره ۳۷۷

■ صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

■ مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

■ زیر نظر شورای سیاست گذاری:

عباس هاشمی، فرشاد براتی، داوود فراهانی،
قاسم مصطفوی

■ سردبیر: فرشاد براتی

■ هیأت تحریریه: سوسن یحیی پور

■ امور هنری و فنی: زهرا یوسف پور

■ امور اجرایی: نرگس قیاسوند

■ توزیع: علی یوسفی

نشانی دفتر مجله: تهران، خیابان شهید دکتر

بهشتی، خیابان صابونچی، کوچه مبینی، پلاک ۸

کد پستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳



جهت دسترسی به آرشیو
پیک شورا اسکن کنید



اینستاگرام: Ahamiran1361

حق جرح و تعدیل مطالب دریافتی برای انجمن محفوظ است.

www.Ahamiran.com

info@ahamiran.com

۴۳ ریزش اشتغال با تداوم سرکوب قیمتی

۴۴ نگاهی به اکسپو دبی ۲۰۲۰

۴۸ مقالات انگلیسی

۵۴ کتابکده: معرفی کتاب

۵۶ انتصاب

۵۸ اخبار

۶۰ تفاهنامه

۶۲ یادداشت: حسین سلاح ورزی

۶۳ یادداشت: علیرضا کلاهی صمدی

۶۴ گزارش: تجارت کالایی ایران

۶۶ آمار اقتصادی

۶۷ بازار

۶۸ اینترنت تجارت را دگرگون می کند

۷۰ معرفی اعضای جدید

۷۱ گزارش: روند سرمایه گذاری خارجی

۷۲ متون انگلیسی

۷۶ نظرسنجی

۲ پیام نوروزی مقام معظم رهبری (مد)

۳ سرمقاله: علیرضا محمدی دانیالی

۵ یادداشت: عباس هاشمی

۷ سخن سردبیر: فرشاد براتی

۸ ضیافت افطاری

۱۴ رسانه ای به قدمت پیک شورا

۱۶ گفت و گو: خسرو ملاحمد

۱۸ ۲۳ حمایت دانش بنیانی

۲۴ گفت و گو: پیمان قمی

۲۶ گزارش: چشم انداز اقتصاد

۲۸ نظرسنجی جامع اقتصاد ایران

۳۱ گزارش: نگاه کارآفرینان به محیط کسب و کار

۳۲ آموزش

۳۴ گزارش: شاخص مدیران خرید اقتصاد

۳۸ یادداشت: امیرحسین الماسی

۴۰ یادداشت: سهراب چینی فروشان

۴۲ یادداشت: انحطاط اقتصاد با قیمت گذاری دستوری

سال ۱۴۰۱؛ سال «تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین»



برود. لذا ما در این چند سال روی مساله‌ی تولید تکیه کردیم. امسال هم من تولید را می‌خواهم مطرح کنم. منتهی یک لایه‌ی جدید، یک چهره‌ی جدید از تولید را می‌خواهم مطرح کنم و آن عبارت است از تولیدی که دارای دو خصوصیت باشد: یکی اینکه اشتغال آفرین باشد، یکی اینکه دانش بنیان باشد. تولید دانش بنیان، متکی به دانش، دانش جدید و پیشرفت‌های علمی، و تولیدی که اشتغال آفرین باشد.»

• «بنابراین امسال ما شعارمان عبارت شد از این: «تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین». این تولید است. البته من درخواست موکد دارم، سال گذشته هم این را گفتیم که اکتفا نکنند دوستان به اینکه حالا روی کاغذ سربرگ‌های دستگاه‌های گوناگون بنویسند این عبارت را یا مثلاً فرض کنید که یک تابلو درست کنند در خیابان مثلاً بزنند؛ اینها کار نیست. عمده این است که به معنای واقعی کلمه روی این سیاستگذاری بشود.»



حضرت آیت‌آ... خامنه‌ای رهبر انقلاب اسلامی (مد) در پیامی به مناسبت آغاز سال ۱۴۰۱، سال جدید را سال «تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین» نام‌گذاری کردند.
در بخشی از متن پیام رهبر انقلاب اسلامی آمده است:

• «در این چند ساله بنده برای شعار سال «تولید» را عمدتاً محور قرار دادم با یک قیدی، با یک خصوصیتی. علت هم این است که تولید کلید حل مشکلات اقتصادی کشور است. تولید ملی در واقع راه اصلی عبور از سختی‌ها و دشواری‌های اقتصادی برای کشور است. یعنی مهم‌ترین مسائل اقتصادی کشور را مساله‌ی تولید، رواج تولید ملی و رونق تولید ملی، حل می‌کند. طبیعت تولید این است. این است که ما روی تولید تکیه کردیم؛ یعنی رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد، اشتغال ایجاد می‌کند، تورم را کاهش می‌دهد، درآمد سرانه را افزایش می‌دهد، رفاه عمومی ایجاد می‌کند. علاوه بر این دارای تأثیرات روانی است؛ اعتماد به نفس ملی را بالا می‌برد، احساس عزتمندی را در ملت به وجود می‌آورد. تولید، یک چنین اکسیری است. یک چنین حادثه‌ی مهمی است تولید ملی، اگر ان شاء الله به بهترین وجهی پیش



علیرضا محمدی دانیالی

رئیس هیأت مدیره

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

وظیفه ذاتی وزارت صمت

با توجه به قانون تشکیل وزارت صمت به نظر می‌آید که وظیفه اصلی وزارت صمت برای حمایت از تولید و اشتغال مولد و رفع موانع تولیدکنندگان و در نتیجه رشد و توسعه صنفی و اقتصادی و در نتیجه حمایت از مصرف‌کنندگان است. در چند ماه اخیر صدای اصلی وزارت صمت با تمرکز به دفاع از مصرف‌کنندگان و فراموشی حمایت از تولیدکنندگان شده و در نتیجه آن نه تنها کمکی به مصرف‌کنندگان نخواهد کرد بلکه سبب توقف و کاهش تولید و اشتغال و کاهش سرمایه‌گذاری و رشد صنعتی می‌شود که ضرر آن متوجه کل اقتصاد ملی است.

قیمت‌گذاری دستوری

آیا اقتصاد علم است؟

می‌شود به اقتصاد دستور داد؟

آیا قانون عرضه و تقاضا در ایران هم جواب می‌دهد؟

آیا با قیمت‌گذاری دستوری، تثبیت قیمت‌ها، برخورد‌های تعزیراتی می‌شود جلوی تورم و افزایش قیمت‌ها را گرفت؟

و آیا تولیدکنندگان در ایجاد تورم و رکود تورمی قربانی هستند یا متهم؟

برای رشد و توسعه ملی ما نیاز به دولت (حاکمیت) مقتدر و توسعه‌گرا و بخش خصوصی قدرتمند و متشکل داریم که بتوانند با دادن مشورت‌های لازم و به موقع و ایستادن جلوی خطاها، کشور را به مسیر توسعه و رشد اقتصادی نگه دارند.

اهداف انجمن

اهداف انجمن شامل رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی، ارائه پیشنهادات کارشناسی به سه قوه و دفاع از منافع صنفی اعضا می‌شود.

راهکارهای تحقق اهداف

برای تحقق اهداف انجمن به مشارکت سازنده و فعال همه اعضا، تقویت انجمن از طریق تشکیل و تقویت کمیسیون‌های انجمن و عضویت همکاران حداقل در یک کمیسیون، تقویت هیات مدیره و کادر اجرایی انجمن، بازسازی ساختمان انجمن و تعامل سازنده انجمن با قوای سه‌گانه از طریق اتاق بازرگانی و مسئولان (بعضی از دولتمردان با دور زدن قانون بهبود فضای کسب‌وکار، به جای انجمن ملی و دارای ۸۵ درصد سهم بازار، اغلب برای پیشبرد اهداف خود ۱۵-۱۰ شرکت را طرف ابلاغ سیاست‌های خود انتخاب می‌کنند که نه می‌توانند نماینده صنعت باشند و نه امکان ایستادن جلوی خطاها را دارند.) نیاز است.

- آیا نیاز به مشورت گرفتن توسط قوا وجود دارد؟

- آیا شاخص‌های اقتصاد ملی به سمت درستی حرکت می‌کنند؟ (رشد اقتصادی، درآمد سرانه ملی، تورم، نرخ گمرکی، نرخ ارز، قیمت‌گذاری دستوری و دخالت دولت در اقتصاد)

- برای نجات اقتصاد ملی و افتادن در ریل توسعه نیاز است دولتمردان خود را اودپسه‌وار به دکل کشتی ببندند تا شنیدن صدای دلنشین قدرت، کشتی را به صخره نزنند؟ مشورت مجانی با کارشناسان صنعت حتما مفید صنعت و کشور است.

با تمرکز سیاست وزارت صمت در سازمان حمایت و قیمت‌گذاری دستوری و ادعای حل مشکل کاهش قدرت خرید مردم که ناشی از کاهش رشد اقتصادی دهه گذشته و افزایش تورم است و به جای تمرکز بر روی حل مشکلات اساسی تولید از جمله سهولت کسب و کار، افزایش رشد اقتصادی، افزایش درآمد سرانه ملی و کاهش تورم؛ با فشار به تولیدکنندگان

که خود قربانی وضعیت موجود هستند و از هر گونه اقدام منطقی و اقتصادی و تجربه شده بشری حمایت کرده و می‌کنند، با برخوردهای تعزیراتی و دستورالعمل‌های غیر علمی و غیر کارشناسی و بدون مشورت با نمایندگان بخش خصوصی در انجمن‌ها و اتاق‌های بازرگانی، تلاش می‌کنند در حالیکه افزایش تورم ریشه اصلی رشد قیمت‌هاست.

دولت به جای کاهش تورم و افزایش رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه ملی که سبب افزایش رفاه مردم می‌شود، با اعمال برخوردهای تعزیراتی با تولید و قیمت‌گذاری دستوری و ایجاد بروکراسی بررسی قیمت‌ها سبب کاهش امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری و کاهش تولید و در نهایت کاهش رشد اقتصادی و درآمد سرانه ملی و افزایش سطح فقر جامعه می‌شود.

تمثیل «دست پنهان» آدام اسمیت، استعاره‌ای برای نشان دادن این موضوع است که بازارهای آزاد به سرعت نیازهای فرد را برآورده می‌کند.



علم اقتصاد می‌گوید برای حل مشکل:

برای رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه ملی و کاهش تورم، تک‌نرخ کردن ارز و واقعی کردن نرخ گمرکی و مقابله با قاچاق کالا و سهولت کسب و کار و افزایش قدرت رقابت‌پذیری تولید ملی اقدام شود تا تولیدکنندگان برای افزایش تولید و سرمایه‌گذاری جدید و بهبود کیفیت و رقابت‌پذیری و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی و رفاه مصرف‌کنندگان اقدام کنند.

اگر سیاست درست دولت برای ممنوعیت ۱۵۰۰ قلم کالا که یکی از آنها لوازم خانگی بوده است برای کنترل نرخ ارز و کمبود آن سیاست درستی بوده است چرا منت آن را سر تولیدکنندگان لوازم خانگی خالی می‌کنند! حالا که به شکر خدا، در اثر روی کارآمدن بایدن و اشغال اوکراین، قیمت نفت و صدور آن و تحریم‌ها کاهش یافته است، تولیدکنندگان که ظرف ۲-۳ سال گذشته با همه مشکلات و تحریم‌ها برای افزایش ۱۰۰ درصدی تولید و بهبود کیفیت اقدام کردند را به آزادسازی واردات و تثبیت قیمت‌ها در مقابل تورم بالای ۴۲ درصد، تورم تولیدکننده ۶۲ درصد، افزایش ۵۷ درصد دستمزدها، افزایش ۶۰ درصدی سود

و عوارض گمرکی و تثبیت تقریبی قیمت ارز با وجود هزینه‌های فوق و فروش با قیمت‌های بهمن ۱۴۰۰ مجبور می‌کنند.

عرضه و تقاضا

در بازار آزاد قیمت کالاها از طریق عرضه و تقاضا تعیین می‌شود.

نرخ تورم (کلیات علم اقتصاد)

اگر می‌خواهید ملتی را نابود کنید، کم‌هزینه‌ترین، راحت‌ترین و پنهان‌ترین ابزار تورم است. یک تورم بلندمدت ایجاد کنید، زیرا آرام آرام تمام بنیان‌های اخلاقی و اقتصادی آن ملت نابود می‌شود (جان مینارد کینز)
نرخ رشد واقعی GDP - نرخ رشد عرضه پول = نرخ تورم

هزینه‌های اجتماعی تورم

یک تورم بالا موجب هزینه‌های لجستیک است. در محیطی با تورم بالا بنگاه‌ها لازم است مکرراً قیمت‌هایشان را تغییر دهند. حتی نرخ‌های تورم بسیار پایین‌تر مثلاً ۲۰ درصد در سال مستلزم چند بار تغییر قیمت در طول یکسال است.

تورم گاهی به اتخاذ سیاست‌های مشکل‌زایی چون کنترل قیمت‌ها می‌انجامد. تورم به خشم رای‌دهندگان دامن می‌زند و سیاست‌مداران گاهی از طریق طرح‌هایی که به لحاظ اقتصادی مخرب هستند، خصوصاً کنترل قیمت‌ها، سخت‌بدان واکنش نشان می‌دهند. در اغلب این موارد سیاستی که به عنوان درمان پیش گرفته می‌شود خود از بیماری بدتر است. کنترل‌های قیمتی موجب ایجاد مشکلاتی چون تشکیل صف‌های طولانی و اختلال در عرضه می‌شود.

از همه مسئولان بزرگوار تقاضا می‌کنم ضمن قبول واقعیت‌های اقتصادی فوق برای حل ریشه‌ای مشکلات (و نه شعارهای پرفریدار پوپولیستی) که نفع دولت و مردم در آن است، نسبت به واگذاری امور اقتصادی به عرضه و تقاضا، رقابت در بازار و رفع موانع تولید صنعت اقدام کنند تا تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور همانگونه که در دو سال گذشته با افزایش سهمی صددرصدی تولید و ارتقا کیفیت و رفع نیاز داخل اقدام کردند با افزایش سرمایه‌گذاری‌های جدید برای انجام وظیفه ملی خود که همانا توسعه و رشد صنعتی و اشتغال مولد و افزایش رفاه ملی است قبل از فوت وقت اقدام کنند.



عباس هاشمی

دبیر کل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی
انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

پیشنهاد دو سناریو به وزارت صمت

اخیرا، بازم معافیت حقوق ورودی ماشین‌آلات و تجهیزات تولید لغو شد که متاسفانه کاملا در مغایرت با شعار سال: «تولید؛ دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین» است.

یکی از الزامات تحقق توسعه پایدار صنعتی کشور، ورود تکنولوژی‌های جدید و اتوماسیون به روز دنیا است که متاسفانه معافیت تمام اینها لغو شده است. در این صورت، باید حقوق ورودی تمام و کمال با نرخ دلار برای مثال ۲۳ هزار تومانی پرداخت شود که قطعاً این امر مانع بزرگی بر سر راه توسعه و پیشرفت واحدهای صنعتی خواهد بود.

ما همواره اعلام کرده‌ایم که به شدت با سیاست‌های سرکوب قیمتی که توسط سازمان حمایت اعمال می‌شود، مخالف هستیم، چرا که به هیچ وجه کارشناسی شده نیست. پیشنهاد ما به صورت دو سناریو به وزارت صمت داده شد؛ اول اینکه بازار باید رقابتی شود. با توجه به اینکه در صنعت لوازم خانگی وضعیت انحصار حاکم نیست، پس تعیین قیمت به مکانیزم عرضه و تقاضا سپرده شود تا بازار به تعادل برسد. اتفاقی که به طور قطع اتفاق مبارکی خواهد بود.

از سرکوب قیمت به نظارت پسینی برسیم

در حال حاضر صنعت لوازم خانگی از چند مساله اساسی رنج می‌برد؛ اولین مساله مربوط به نبود یک برنامه ثابت از طرف حاکمیت است که متاسفانه به‌رغم اینکه سال‌هاست کلمه «تولید» در شعار سال گنجانده و همواره از تولید به‌عنوان محور توسعه نام برده می‌شود، اما توجهی به پارامترهای تأثیرگذار بر این بخش نمی‌شود.

به عنوان مثال، در ارتباط با قیمت تمام‌شده محصولات واحدهای صنعتی، بحث تبدیل ارز ۴۲۰۰ تومانی به نرخ روز ارز در محاسبه حقوق ورودی مواد اولیه، اجزا و قطعات وارداتی مطرح است که هم‌اکنون از واحدهای تولیدی این تعهد گرفته می‌شود که چنانچه هر زمان این قانون اجرا شد، آن را عملیاتی کنند که البته معلوم نیست قرار است محاسبه قیمتی بر چه اساسی صورت گیرد و محصولات فروخته شوند. با اینحال، سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، واحدهای تولیدی را تحت فشار قرار داده که طبق همان ارز ۴۲۰۰ تومان که جاری است، قیمت را محاسبه کنند و محصولاتشان را بفروشند. از طرف دیگر سازمان گمرک نیز از آنها جهت پرداخت مابه‌التفاوت تعهد می‌گیرد که قطعاً بعداً مطالبه خواهد شد، اما سوال اصلی این است که قرار است این مطالبات از چه محلی پرداخت شوند؟

اقتصاد از نسخه‌های دستوری تبعیت نمی‌کند

از سوی دیگر، بحث گرانی مواد اولیه داخلی، افزایش قیمت‌های جهانی و هزینه‌های مترتب بر تولید در داخل مطرح است که اگر نگاهی به آمارها ببیندیم، می‌بینیم که برای مثال بهای مواد پتروشیمی یا برنج از ابتدای سال حداقل ۱۵ تا ۲۰ درصد با افزایش مواجه شده است. البته، به این افزایش قیمت باید هزینه حمل و نقل را نیز اضافه کرد. اخیراً هم تفاهم‌نامه‌ای مابین معاونت حمل و نقل وزارت راه و شهرسازی و سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به امضا رسیده که براساس آن نرخ حمل و نقل جاده‌ای ۳۵ درصد افزایش داشته است. به عبارتی دیگر، اجازه این افزایش داده شده است. به اینها باید افزایش ۵۷ درصدی نرخ حقوق و دستمزد را نیز اضافه کرد. در چنین شرایطی، چطور سازمان حمایت انتظار دارد که قیمت‌ها یک‌شبه به وضعیت پارسال بازگردند؟ این انتظار شدنی نیست. اقتصاد فرمول دارد و از نسخه‌های دستوری تبعیت نمی‌کند.

اگر حاکمیت با توجه به وضعیت معیشتی مردم تشخیص دهد که باید روی قیمت‌ها نظارت داشته باشد، ما نیز همکاری لازم را انجام می‌دهیم اما تاکید روی نظارت پسینی است. یعنی، واحدها همچون گذشته در چارچوب ضوابط سازمان حمایت قیمت‌گذاری کنند و قیمت‌ها را در سامانه ثبت و اقدام اساسی را در زمینه فروش کالاها انجام دهند. چنانچه خدای

ناکرده تخلفی صورت گرفت یا شاکی وجود داشت، پرونده‌ها به صورت موردی مورد بررسی قرار گیرند. متأسفانه، سازمان حمایت بدون توجه به اینگونه مسائل که در تمام کشورهای دنیا مورد قبول واقع شده و مبتنی بر روش‌های دانش‌محورانه است، چشمانش را روی واقعیات بسته و صرفاً به حالت دستوری قصد تنظیم بازار را دارد. این یک اشتباه استراتژیک است

که شاید در کوتاه‌مدت مورد پسند مصرف‌کننده قرار گیرد ولی ادامه این روش امکان‌پذیر نیست و قطعاً موجب کندی تولید، آسیب جدی به صنعت و چه بسا ریزش نیروی کار در واحدهای صنعتی یا تقابل جدی بین تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده می‌شود که در نهایت متضرر اصلی همان مصرف‌کننده خواهد بود.



بنابراین، سازمان حمایت باید روش‌های علمی که بارها به آنها پیشنهاد شده و در تمام کشورهای موفق و توسعه‌یافته دنیا مورد آزمون قرار گرفته، پیگیری کند و بر اساس آنها جلو برود. من باور دارم این روش‌ها در درازمدت به نفع اقتصاد کشور خواهد بود. سوال این است که در کدام کشور صنعتی روش‌های مهجور و مطرودی که امروز در ایران به کار گرفته می‌شوند، عملیاتی بوده است؟ متأسفانه، توجهی به هشدارها نمی‌شود و قطعاً ادامه آنها نتایج مثبتی به دنبال نخواهد داشت.

رفع پیچیدگی فرآیند دانش‌بنیان شدن شرکت‌ها

شعار امسال؛ «تولید؛ دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین» شعار بسیار مهمی است و قطعاً همانند کشورهای دنیا ما نیز باید به این سمت و سو برویم. شرکت‌های دانش‌بنیان خوبی نیز در کشور ما تاسیس شده‌اند اما یکی از

ایرادات این بحث پیچیدگی فرآیند صدور مجوز دانش‌بنیان شدن شرکت‌هاست. متأسفانه این فرآیند بسیار پیچیده، کند و از رده خارج است. باید به این نکته توجه داشته باشیم که دانش‌بنیانی می‌تواند یک «ایده» باشد، این در حالیست که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از افراد می‌خواهد ابتدا شرکت تاسیس کنند، بعد پروانه تولید بگیرند، سپس دانش‌بنیان بودن محصولاتشان مورد بررسی قرار گیرد. فرض بگیرد یک شرکت استارت‌آپی که متشکل از جوان‌های باهوش دارای ایده‌های نو است، طبق این فرآیند ترسیم شده ناچار است به تاسیس شرکت اقدام کند و باقی مسائل. اینها عملیاتی نیستند. به نظر می‌رسد هیچ کار کارشناسی صورت نگرفته، در حالی که این فرآیندها باید بررسی قرار گیرند و اصلاح شوند تا شعار سال که در ظاهر بسیار زیبا و خوب است، محقق شود.

استارت‌آپ‌ها در اتمسفر جهانی قرار بگیرند
باید به این مهم توجه داشته باشیم که زمانی تولید محصولات صادرات‌محور یا ورود یکسری تکنولوژی‌ها ممکن و شدنی است که شرکت‌های استارت‌آپی داخلی بتوانند تعامل سازنده‌ای با استارت‌آپ‌های دنیا داشته باشند. اصرار ما بر این است که شرکت‌ها بتوانند در اتمسفر جهانی و بر مدار جهانی قرار بگیرند، شیوه‌های ظریف تجارت خارجی را آموزش ببینند و وارد زنجیره ارزش جهانی تولید و تجارت شوند. تا زمانی که این اتفاقات نیفتد، موفقیت‌های حاصل شده مقطعی خواهند بود. ورود به فرآیند جهانی موجب توسعه صنعت و تجارت خواهد شد و بهبود فضای کسب و کار را به دنبال خواهد داشت.



فرشاد براتی

معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

از این رو این نکته اساسی را نباید از نظر دور داشت که هر چه سال ۱۴۰۰ با شعار تولید، پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها و فراز و نشیب‌های محیط کسب و کار و استمرار پاندمی کرونا به اتمام رسید، لکن همچنان ضرورت استمرار اقدامات عملی هدفمندانه و هوشمندانه مسئولان امر در مانع‌زدایی و پشتیبانی و لزوم اخذ نقطه نظرات تخصصی علمی و عملی کارشناسی از بازیگران عرصه خطیر تولید کشور، خاصه کارآفرینان و تولیدکنندگان متعهد و متخصص صنایع پیشرانی همچون صنعت لوازم خانگی، همچنان باقی و جاری و جزء لاینفک رشد و پیشرفت کشور بوده و ضامنی برای پیمایش صحیح مسیر بالندگی ملی ایران عزیز به ویژه در بعد اثر گذار صنعت خواهد بود.

در هنگامه بهار، چه نیک که همگان بتوانیم سال نو و قرن نو را با تفکری نو آغاز نموده و آینده میهن عزیز اسلامی که سرشار از سرمایه‌های مادی و معنوی و خدادادی است را دوشادوش یکدیگر، بیشتر و بهتر از گذشته بسازیم، چرا که فردا از آن کسانی است که آینده را با نگاه دانش‌محورانه و عدم تکرار گذشته آزموده می‌سازند.

سال نو، قرن نو و تفکری نو...

دیگر بار حلول طلیعه بهاران، این نشان قدرت لایزال و پیام آشکار الهی که یادآور نو شدن و نو زیستن است، از راه رسید و زیبایی‌های طبیعت پیرامون، شروع گاه‌نامه‌ای از رشد و تعالی را بر پیش چشمان اهالی خرد و اندیشه هویدا گردانید. موسمی برای بازآفرینی و سرآغازی دوباره بر تجدید توان انسانی که در هزاره سوم و پیچیدگی‌های خود ساخته عصر مدرنیته حیات نموده و چشم به نیل به قله‌های پیشرفت مادی و معنوی دارد.

همواره میزان پیشرفت و توسعه‌یافتگی کشورها متأثر از سیاستگذاری و برنامه‌ریزی‌های مختلف خرد و کلان کشورها و نیز ظرفیت‌سازی و استفاده از توانمندی‌های موجود بالقوه و بالفعل ملی بوده است. نقشه‌راه کشور که با تدوین و ابلاغ برنامه‌های پنج ساله و سیاست‌های مختلف راهبردی و مترتب بر اقتصاد و صنعت کشور در طول سال‌های گذشته، ضمن هدف‌گذاری به منظور کسب توفیقات پیش‌بینی شده در کنار خط مشی کلان کشور و برگرفته از نگاه راهبردی در نامگذاری شعار سال که در طول بیش از یک دهه گذشته، نقطه کانونی و محوری اقتصاد و تولید ملی را مورد اهتمام قرار داده، تلاش دارند از ابزارهای مغز افزاری، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موجود، حداکثر بهره‌برداری را در جهت تحقق اهداف و ارتقاء جایگاه کشور و به ویژه با تمرکز بر نتایج متصوره در سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ محقق نمایند.

با توجه به جایگاه مقوله اقتصاد به‌عنوان اولویت و مسئله جدی و اولویت‌دار کشور، حوزه خطیر صنعت و خاصه صنایع پیشرانی منجمله صنعت لوازم خانگی توانسته و می‌تواند با گسترش حداکثری دامنه فعالیت‌ها، ارتقاء توان رقابتی و رشد کمی و کیفی این بخش از یک سو و تسریع و تسهیل‌گری مجموعه دستگاه‌های ذی‌ربط از سوی دیگر، در کاهش وابستگی اقتصاد به درآمدهای نفتی، نقش مهمی ایفا نمایند. از آنجا که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران، توسعه صنعتی، لازمه و زیربنای توسعه و رشد اقتصادی پایدار است، آثار چشمگیر بخش صنعت بر متغیرهای کلان اقتصادی از جمله: تولید، سرمایه‌گذاری، اشتغال، توسعه بازارهای هدف صادراتی و... محسوس بوده و از این حیث، نقش کلیدی صنعت و مؤلفه‌های مؤثر بر آن، از ضروریات فرآیند تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌های راهبردی سیاستگذاران امر محسوب می‌شود.

خط مشی کلان سال ۱۴۰۱ کشور که در استمرار اهتمام به عرصه خطیر تولید، با تمرکز بر دانش‌محوری و اشتغال‌آفرینی ترسیم گردیده، ضرورت تزریق و تسری بخشی نگاه علمی و کارشناسی و بومی‌سازی تجارب موفق دیگر کشورها را در فرآیندهای اجرایی عرصه صنعت نظیر: روند جاری قیمت‌گذاری دستوری را بیش از پیش گوشزد نموده و جایگاه آن را همچون تار و پودی در سیمای پیشرفت کشور، حائز اهمیت فراوان نموده است.

دولت مقتدر و توسعه‌گرا و

بخش خصوصی قدرتمند؛

لازمه رشد و توسعه ملی



آینده صنعت لوازم خانگی؛ چالش‌ها و بایستگی‌ها

ماه اخیر صدای اصلی وزارت صمت با تمرکز به دفاع از مصرف‌کنندگان و فراموشی حمایت از تولیدکنندگان شده و در نتیجه آن نه تنها کمکی به مصرف‌کنندگان نخواهد کرد بلکه سبب توقف و کاهش تولید و اشتغال و کاهش سرمایه‌گذاری و رشد صنعتی می‌شود که ضرر آن متوجه کل اقتصاد ملی است.

کارشناسی به سه قوه و دفاع از منافع صنعتی اعضا، ادامه داد: برای تحقق اهداف انجمن به مشارکت سازنده و فعال همه اعضا، تقویت انجمن از طریق تشکیل و تقویت کمیسیون‌های انجمن و عضویت همکاران حداقل در یک کمیسیون، تقویت هیات مدیره و کادر اجرایی انجمن، بازسازی ساختمان انجمن و تعامل سازنده انجمن

ضیافت افطاری انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با حضور مسئولان و مدیران بخش دولتی، نماینده مجلس شورای اسلامی، اعضای اتاق‌های بازرگانی ایران و تهران، انجمن لوازم خانگی کوچک، انجمن لوازم صوتی و تصویری، اعضای فعلی و سابق اتحادیه لوازم خانگی، کانون هم‌هنگی دانش، صنعت و بازار لوازم خانگی، خانواده بزرگ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و اصحاب رسانه؛ سه‌شنبه شب (۳۰ فروردین ۱۴۰۱) در محل هتل پارس‌سیان اوپن برگزار شد.

افزایش تورم ریشه اصلی رشد قیمت‌هاست

وی تاکید کرد که با تمرکز سیاست وزارت صمت در سازمان حمایت و قیمت‌گذاری دستوری و ادعای حل مشکل کاهش قدرت خرید مردم که ناشی از کاهش رشد اقتصادی دهه گذشته و افزایش تورم است و به جای تمرکز بر روی حل مشکلات اساسی تولید از جمله سهولت کسب و کار، افزایش رشد اقتصادی، افزایش درآمد سرانه ملی و کاهش تورم؛ با فشار به تولیدکنندگان که خود قربانی وضعیت موجود هستند و از هر گونه اقدام منطقی و اقتصادی و تجربه شده بشری حمایت کرده و می‌کنند، با برخوردهای تعزیراتی و دستورالعمل‌های غیر علمی و غیر کارشناسی و بدون مشورت با نمایندگان بخش خصوصی در انجمن‌ها و اتاق‌های بازرگانی، تلاش می‌کنند در حالیکه افزایش تورم ریشه اصلی رشد قیمت‌هاست.



با قوای سه‌گانه از طریق اتاق بازرگانی و مسئولان نیاز است. دانیالی با بیان اینکه با توجه به قانون تشکیل وزارت صمت به نظر می‌آید که وظیفه اصلی وزارت صمت برای حمایت از تولید و اشتغال مولد و رفع موانع تولیدکنندگان و در نتیجه رشد و توسعه صنعتی و اقتصادی و در حمایت از مصرف‌کنندگان است، گفت: در چند

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای این مراسم، پس از تلاوت آیاتی از کلام... مجید و سرود مقدس جمهوری اسلامی ایران و خیر مقدم توسط مجری، علیرضا محمدی‌دانیالی، رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، به پشت تریبون آمد و در ابتدای سخنان خود با تشکر از زحمات همه بزرگوارانی که برای ایجاد و ادامه حیات انجمن تلاش کرده و می‌کنند به‌ویژه جناب آقای مهندس محسن خلیلی عراقی، تاکید کرد: برای رشد و توسعه ملی ما نیاز به دولت (حاکمیت) مقتدر و توسعه‌گرا و بخش خصوصی قدرتمند و متشکل داریم که بتوانند با دادن مشورت‌های لازم و به موقع و ایستادن جلوی خطاها، کشور را به مسیر توسعه و رشد اقتصادی نگه دارند. وی با اشاره به اهداف انجمن شامل رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی، ارائه پیشنهادات



دولت به جای کاهش تورم و افزایش رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه ملی که سبب افزایش رفاه مردم می‌شود، با اعمال برخوردهای تعزیراتی با تولید و قیمت‌گذاری دستوری و ایجاد بروکراسی بررسی قیمت‌ها سبب کاهش امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری و کاهش تولید و در نهایت کاهش رشد اقتصادی و درآمد سرانه ملی و افزایش سطح فقر جامعه می‌شود.

دانیالی با بیان اینکه تمثیل «دست پنهان» آدم اسمیت، استعاره‌ای برای نشان دادن این موضوع است که بازارهای آزاد به سرعت نیازهای فرد را برآورده می‌کنند، اظهار کرد: علم اقتصاد می‌گوید برای حل مشکل: برای رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه ملی و کاهش تورم، تک نرخی کردن ارز و واقعی کردن نرخ گمرکی و مقابله با قاچاق کالا و سهولت کسب و کار و افزایش قدرت رقابت‌پذیری تولید ملی اقدام شود تا تولیدکنندگان برای افزایش تولید و سرمایه‌گذاری جدید و بهبود کیفیت و رقابت‌پذیری و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی و رفاه مصرف‌کنندگان اقدام کنند.

اگر سیاست درست دولت برای ممنوعیت ۱۵۰۰ قلم کالا که یکی از آنها لوازم خانگی بوده است برای کنترل نرخ ارز و کمبود آن سیاست درستی بوده است چرا منت آن را سر تولیدکنندگان لوازم خانگی خالی می‌کنند! حالا که به شکر خدا، در اثر روی کارآمدن بایدن و اشغال اوکراین، قیمت نفت و صدور آن و تحریم‌ها کاهش یافته است، تولیدکنندگان که ظرف ۲-۳ سال گذشته با همه مشکلات و تحریم‌ها برای افزایش ۱۰ درصدی تولید و بهبود کیفیت اقدام کردند را به آزادسازی واردات و تثبیت قیمت‌ها در مقابل تورم بالای ۴۲ درصد، تورم تولیدکننده ۶۲ درصد، افزایش ۵۷ درصد دستمزدها، افزایش



۶۰ درصدی سود و عوارض گمرکی و تثبیت تقریبی قیمت ارز با وجود هزینه‌های فوق و فروش با قیمت‌های بهمن ۱۴۰۰ مجبور می‌کنند.

امور اقتصادی به عرضه و تقاضا واگذار شود

دانیالی در پایان گفت: از همه مسئولان بزرگوار تقاضا می‌کنم ضمن قبول واقعیت‌های اقتصادی فوق برای حل ریشه‌ای مشکلات (و نه شعارهای پُر طرفدار پوپولیستی) که نفع دولت و مردم در آن است، نسبت به واگذاری امور اقتصادی به عرضه و تقاضا، رقابت در بازار و رفع موانع تولید صنعت اقدام کنند تا تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور همانگونه که در دو سال گذشته با افزایش سهمی صددرصدی تولید و ارتقا کیفیت و رفع نیاز داخل اقدام کردند با افزایش سرمایه‌گذاری‌های جدید برای انجام وظیفه ملی خود که همانا توسعه و رشد صنعتی و اشتغال مولد و افزایش رفاه ملی است قبل از فوت وقت اقدام کنند.

تاکید بر تمرکز روی نظارت پسینی

در حاشیه این ضیافت، عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، طی سخنانی گفت: نظر به جایگاه صنعت لوازم خانگی به‌عنوان یکی از صنایع

پیشران و قابل اتکا و مؤثر در جهت توان‌افزایی ملی و کاهش وابستگی به نفت و تأکیدات مقام معظم رهبری (مد) بر محوریت تولید به‌عنوان خط‌مشی کلان کشور و شعار سال در یک دهه اخیر، وظیفه ملی یکایک نقش‌آفرینان چرخه صنعت و اقتصاد کشور است که ضمن حمایت قاطع و عملی از تولیدکنندگان و حفظ شأن و جایگاه ایشان در جهت بهبود فضای کسب و کار تلاش و همت مضاعف خود را معطوف کنند.

وی ادامه داد: از این رو با افزایش هزینه‌های مترتب بر تولید نظیر: افزایش حقوق و دستمزد، افزایش نرخ ارز ترجیحی به ارز نرخ روز نیمایی، سهم محسوس بهای مواد اولیه و اجزاء و قطعات در قیمت تمام شده محصول نهایی، اهمیت و ضرورت مانع‌زدایی و رفع مشکلات پیش روی فعالان صنعت و بهبود فضای کسب و کار را دو چندان کرده است.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افزود: این انجمن با اعتقاد راسخ به دستاوردهای مثبت الگوهای دانش‌محورانه‌ی اجرا شده در اکثر کشورها مبنی بر تبعیت از مکانیزم عرضه و تقاضا، ضمن مخالفت و ناموثر دانستن شیوه‌ی قیمت‌گذاری دستوری در توسعه و رشد اقتصادی کشور، جهت همکاری و همراهی با سیاست‌های اجرایی جاری به عنوان راهکاری کوتاه‌مدت و در چارچوب ضوابط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، پیشنهاد تمرکز بر نظارت پسینی و عالی‌ه که پیشتر نیز اجرا و پیاده‌سازی شده و نتایج موفقی به دنبال داشته، جهت تحقق حداکثری شعار دانش‌محورانه‌ی سال مورد تأکید و تصریح قرار می‌دهد.



افزایش نرخ دستمزد راه مهار تورم نیست

شمس‌الدین حسینی، رئیس کمیسیون جهش و رونق تولید، نیز در ادامه با تایید اظهارات رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی، گفت: متأسفانه ما چند سال سخت و دشوار را پشت سر گذاشته‌ایم؛ با خروج آمریکا از برجام دشواری‌های عدیده‌ای بر سر راه تجارت خارجی افزایش یافت و دیری نپایید که یک میهمان ناخوانده تحت عنوان «ویروس کرونا» اقتصاد دنیا را متزلزل ساخت و تقریباً کمتر کشوری را می‌توان یافت که از این بیماری آسیب ندیده باشد.

حسینی با اشاره به اجلاس اخیر بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول درباره رشد اقتصادی کشورهای جهان، ادامه داد: پیش‌بینی این نهادها حکایت از رشد اقتصادی مثبت برای ایران دارد، هرچند برآورد من نشان می‌دهد که اگر قدری مسئولانه و هوشمندانه‌تر برخورد کنیم، می‌توانیم به رقم‌های بهتری دست پیدا کنیم؛ کم‌اینکه رشد اقتصادی ماه‌های اخیر هم مثبت اعلام شده است.

وی با اشاره به اینکه هنوز در حوزه نقدینگی و تورم با وجود روند نزولی این دو شاخص، مشکل داریم، اضافه کرد: البته، سیاست افزایش ۵۷ درصدی نرخ دستمزد، سیاست مناسبی برای کنترل و مهار تورم نیست و متأسفانه نبود هماهنگی و یکپارچگی موجب اتخاذ این تصمیم شد.

رئیس کمیسیون جهش و رونق تولید با ابراز نگرانی از وضعیت سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران، اظهار کرد: متأسفانه روند سرمایه‌گذاری در سال‌های اخیر بسیار نگران‌کننده بوده است. هرچند می‌پذیرم که نرخ رشد اقتصادی مثبت شده است، اما فراموش نکنیم که رشد اقتصادی

ابلاغ شود. قطعاً تا زمانی که محیط کسب و کار مناسب نیست، هزینه مبادلات خواهد بود و در این وضعیت افزایش قیمت‌ها اجتناب‌ناپذیر است. حسینی با بیان اینکه موضوع بعدی بازآفرینی نظام تأمین مالی است، ادامه داد: از یک طرف ما رشد نقدینگی ۴۰ درصدی را تجربه می‌کنیم و از طرف دیگر هرچند تورم کاهش یافته و به زیر ۴۰ درصد رسیده است اما تورم تولیدکننده در ماه‌های میانی سال گذشته به ۱۰۰ درصد و تورم نقطه به نقطه به ۶۲ درصد در بخش کالاهای مصرفی رسید. پس هم با رشد بالای نقدینگی و تورم دست و پنجه نرم می‌کنیم و هم رشد منفی سرمایه‌گذاری را شاهد هستیم.

ابزار مهندسی مالی راهگشاست

به گفته رئیس کمیسیون جهش و رونق تولید، در این زمینه فقط سیاست‌های پولی و مالی نمی‌توانند به داد اقتصاد ما برسند، بلکه استفاده از ابزار دیگری به نام مهندسی مالی می‌تواند راهگشا باشد تا بتوان افزایش قیمت‌ها را کنترل کرد. موضوعی که من بسیار روی آن تأکید دارم و در حال پیگیری هستم.

حسینی همچنین تأکید کرد که نباید عوامل افزایش قیمت را تشدید کرد و به جای مهار تورم با تلقی گرانفروشی در دام قیمت‌گذاری افتاد. آنچه ضروری است این است که بستر رقابت را تسهیل کنیم تا در نهایت کنترل قیمت‌ها به صورت بنیادی اتفاق بیفتد نه دستوری! در این راستا لازم است بستر گفت‌وگو فراهم باشد و جلسات مستمری با حضور انجمن‌ها و کمیسیون‌های مختلف برگزار شود، چرا که اساساً در سایه گفت‌وگو می‌توان به یکسان‌سازی نگاه‌ها رسید.



کشورمان در سال‌های ۹۷ و ۹۸ منفی بوده است و رشد اقتصادی خفیف حکایت از بهبود وضعیت اقتصادی ما ندارد و نمی‌توان آن جمله‌ی معروف «از رکود عبور کرده‌ایم» را بر زبان جاری ساخت.

حسینی با نام بردن از رشد منفی سرمایه‌گذاری با عنوان معضل اساسی، ادامه داد: اگر قرار است امروز یک مساله را به صورت بنیادی حل کنیم تا فردا بازهم شاهد مشکلات جدیدی نباشیم، آن مساله «رشد سرمایه‌گذاری» است. با در نظر گرفتن استهلاک، انباشت سرمایه در بسیاری از صنایع کاهش پیدا کرده است و این یک امر بسیار خطرناک محسوب می‌شود که در نتیجه لازم است تمام هم و غم همه‌ی ارکان جامعه چه در بخش حاکمیت و چه در بخش نهادها، انجمن‌ها و ...، حل این معضل اساسی باشد.

وی با اشاره به اینکه چند موضوع مهم در دستور کار مجلس شورای اسلامی قرار گرفته است، تصریح کرد: یکی از دغدغه‌های ما بحث قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار است که مواد «۱» و «۷» آن را اصلاح کردیم. در حال حاضر، قانون تسهیل صدور برخی مجوزهای کسب و کار را در دستور کار داریم که امیدوارم در ماه آتی



ریسک‌ها و چالش‌ها و لزوم حمایت از صنعت

سعید خزائی، آینده‌پژوه و استاد دانشگاه هم با ارائه یک پاورپوینت تحت عنوان «آینده صنعت لوازم خانگی؛ چالش‌ها و بایستگی‌ها» درباره‌ی چرایی اهمیت صنعت لوازم خانگی، گفت: یازدهمین صنعت شتاب‌دهنده دنیا، اشتغال‌زایی فراوان، جایگاه سوم در اقتصاد ملی پس از نفت و صنعت خودروسازی و پیشران صنایع فولاد، فلزات و پتروشیمی را می‌توان از جمله علل اهمیت این صنعت نام برد.

به گفته وی، همسایگی ایران با ۱۵ کشور، قرار گرفتن در کریدور شمال-جنوب، انتظار رشد ۴ درصدی (۲۰۲۲ تا ۲۰۲۷) و تولید ۲۵ میلیون دستگاه لوازم خانگی در افق ۱۴۰۴ نشان‌دهنده جایگاه راهبردی صنعت لوازم خانگی است.

خزائی با اشاره به ریسک‌های صنعت در ۱۴۰۱، گفت: تغییر الویت‌های خرید: کاهش قدرت خرید و گرایش به سمت مواد غذایی، دارویی و پوشاک؛ کاهش تقاضای مشتری: توان اندک خرید، رکود تورمی، کرونا؛ افزایش هزینه کسب و کارها؛ افزایش مالیات، دستمزد و بهای مواد خام و فلزات؛ اختلال در زنجیره تامین مواد اولیه: محدودیت‌های کرونایی، افزایش بهای جهانی، حمل و نقل، جنگ اوکراین؛ محدودیت‌های بودجه‌ای دولت برای حمایت از کسب و کارها؛ رشد فناورانه لوازم خانگی

در آسیا و از دست رفتن تدریجی بازارها (حتی داخلی) و رقابتی نبودن قیمت، کیفیت و خدمات پس از فروش را می‌توان ریسک‌های صنعت در سال جاری دانست.

این استاد دانشگاه همچنین از قاچاق لوازم خانگی (۳۰ درصد حجم بازار)، مشمولیت قیمت‌گذاری فلزات و محصولات پتروشیمی (مواد اولیه)، دستوری بودن قیمت تمام شده لوازم خانگی، عرضه ناکافی مواد اولیه در بورس و الزام خرید از بازار آزاد، دخالت دولت در عملکرد طبیعی بنگاه‌های صنعتی، صرفه نداشتن تولید برخی قطعات و محصولات و مقیاس اقتصادی تولید



قطعات و خط تولید (مثال: کمپرسور یخچال، تولید ماژول تلویزیون) به‌عنوان چالش‌های این صنعت نام برد.

به گفته این آینده‌پژوه، عوامل کاهش رقابت‌پذیری صنعت را نیز می‌توان محدودیت منابع مالی واحدهای تولیدی، عدم بهره‌گیری از فناوری‌های نوین تولید و بسته‌بندی، عدم توجه به روش‌های نوین بازاریابی، نداشتن تصویر درست از آینده (فرصت‌ها و چالش‌ها)، خدمات پس از فروش نامناسب، بهای تمام شده بالا و نبود تبلیغات مناسب دانست.

وی با ضروری دانستن کمک‌های حمایتی دولت از صنعت لوازم خانگی، اضافه کرد: در این راستا دولت می‌تواند به توسعه چند برند ملی عمده و رقابتی، کمک به واردات قطعات و مواد اولیه، همکاری با تولیدکنندگان مواد و فلزات (به جای قیمت‌گذاری دستوری، اعطای تسهیلات، همکاری برای گسترش بازارهای داخلی، منطقه‌ای و جهانی (رشد صادرات)، برقراری پیوند میان زنجیره تولید ارزش ملی با زنجیره ارزش جهانی (راز موفقیت سیاست‌های صنعتی)، ایجاد شبکه همکاری صنایع فلزی، پتروشیمی و لوازم خانگی و ایجاد مراکز آموزشی و تحقیق و توسعه اقدام کند. خزائی همچنین شبکه‌سازی فعالان و بازیگران، انجام مسئولیت‌های اجتماعی و آموزش و توسعه را از جمله الزامات بایستگی‌های دانست که توسط انجمن صنایع لوازم خانگی ایران باید دنبال شود.







رسانه‌های به قدمت

برگرفته از کتاب: نگرش سیستمی در مدیریت روابط عمومی و ارتباط تاثیرگذار
نویسنده: فرشاد براتی (مدرس، مؤلف و پژوهشگر حوزه ارتباطات)



با این وجود نخستین روزنامه‌های چاپی اروپایی به تعداد نسبتاً زیاد و با نظم و دوره‌ای از دهه سوم قرن ۱۷ یعنی حدود ۲ قرن پس از ایجاد صنعت چاپ به وجود آمد. از اواخر قرن ۱۸ به دنبال انقلاب کبیر فرانسه و گسترش اندیشه‌های آزادی خواهی، انتشار و خواندن مطبوعات پیشرفت و عمومیت پیدا کرده و به صورت فردی درآمد و از آن زمان می‌توان گفت پدیده ارتباطات جمعی با پدیده وسیع صنعتی شدن در هم تنیده شد. حدود ۱۶۰ سال قبل با منتشر شدن کاغذ اخبار به مدیریت میرزای شیرازی، ایران تشنه پیشرفت نیز وارد جهان رسانه‌ای شد. گرچه کار رسانه‌ای بیشتری در غرب انجام شده و طبیعتاً پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای نیز حاصل گردیده، لکن با پیشرفت صنعت چاپ، انتشار مطبوعات به عنوان نخستین وسیله ارتباطی نوین، تحولی شگرف در ارتباطات بشر ایجاد کرد.

دریافت می‌کنند. به عبارتی بخش عظیمی از جامعه پذیری مخاطبان از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر رسانه‌ها تا جایی است که برخی از نظریه پردازان حوزه ارتباطات بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین نموده و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما القا نموده و می‌آموزند.

نخستین عصر ارتباطات جمعی در قرن ۱۴ میلادی با اختراع چاپ آغاز شد. مارشال مک لوهان کانادایی معتقد است در این عصر، روابط اجتماعی و اندیشه‌ها و رفتارهای انسانی همگی تحت تأثیر شدید نوشته‌های چاپی قرار گرفتند. وی این عصر را به عنوان کهکشان گوتنبرگ معرفی می‌کند. البته از زمان اختراع گوتنبرگ تا انتشار وسیع و مداوم اخبار و اندیشه‌ها و ایجاد ارتباطات جمعی واقعی چند قرن فاصله است.

در عصر کنونی، ابزارهای ارتباط جمعی و رسانه‌های عمومی از دیرباز تاکنون نقش بسزایی در آگاهی بخشی و اطلاع رسانی داشته و هر روز بر دامنه اثرگذاری آنها افزوده می‌شود. طبق تعاریف، سیستم‌ها یا دستگاه‌های انتقال اطلاعات و یا سرگرمی از جمله رادیو، تلویزیون، فیلم، کتاب و... و همچنین از منظر دانش ارتباطات، مجموعه ابزارها و روش‌هایی که برای ارتباط اجتماعی و شخصی به کار می‌رود را رسانه می‌نامند. اما در تعاریف نوین، رسانه را همان پیام که به فرم‌های فناوری شده تبدیل شده نام نهاده و از این رو رسانه‌ها، امتداد شخصیت انسان و ابزار یا امتداد ارتباطات انسانی محسوب می‌گردند.

رسانه‌ها در دوران کنونی بخش جدایی ناپذیر از زندگی مخاطبان شده‌اند. جوامع در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، بخش عظیمی از فرهنگ، ارزش‌ها و آموزه‌های خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها

پیک شورا

تشکل ملی صنعت لوازم خانگی کشور، با روزآمد سازی محتوا و ظاهر تلاش دارد با به کارگیری ظرفیت‌های نوین و ابزارهای به روز در اختیار، همچون بازوان توانمندی در پیکره توانمند صنعت لوازم خانگی کشور ایفای نقش نموده و منعکس کننده اندیشه‌های نو، رخدادهای داخلی و خارجی و مسائل پیرامونی فعالان و کارآفرینان این صنعت پیشران به طیف مخاطبان خاص خود باشد. عمیقاً بر این عقیده هستیم که رسانه وزین پیک شورا، ابزاری کارآمد در تحقق آموزه متعالی «و شاورْهُمْ فِي الْأَمْرِ» بوده و یقیناً این نشریه تخصصی و صنعتی، نه تنها پیک شورا، که بی‌شک "پیک شما" مخاطبان فرهیخته و آگاه و مکانی برای درج و انتشار دستاوردها، رخدادهای توفیقات علمی و عملی مکتسبه، توسط مدیران متعهد و متخصص اعضای خانواده بزرگ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران بوده و خواهد بود.

بازتابی شایسته و منعکس کننده آنچه در این صنعت پیشران می‌گذرد باشد. از دهه‌های اخیر با توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در دنیا، روزنامه نگاری و تولید محتوای الکترونیکی نیز از مباحثی است که تقریباً همزمان با آغاز فعالیت جهانی شبکه اینترنت در سال ۱۹۹۲ در جوامع گسترش یافت. گرچه مطبوعات سنتی و قدیمی‌تر نظیر: نشریات، روزنامه‌ها و مجلات به صورت مکتوب منتشر می‌شوند و این مکتوب بودن، آثار مثبت و منفی فراوانی به دنبال دارد، این مهم سیاستگذاران و دست‌اندرکاران این قبیل رسانه‌ها را به تلاش و تکاپو جهت بهره برداری حداکثری از ظرفیت‌های موجود، جهت دهی نموده است. اکنون نشریه تخصصی پیک شورا، در امتداد مسیر پیشرفت و آغاز دوران بلوغ چهل ساله این انجمن در کسوت بزرگترین و قدیمی‌ترین

مطبوعات، به عنوان یکی از رایج ترین و شاخص ترین محصولات جامعه صنعتی، در نیمه دوم قرن ۱۹ و نیمه اول قرن بیستم، ویژگی‌های یک صنعت بزرگ را به خود گرفت و مصرف مرتب آن، دست کم در کشورهای غربی در میان توده مردم فراگیر شد و به صورت نوعی عادت و رفتار اجتماعی درآمد. از ۲۵ اسفند ماه ۱۳۶۴ که اولین شماره نشریه داخلی شورا، وقت سازندگان وسایل گاز سوز و سیلندر مایع گاز با عنوان «پیک شورا» در ۸ صفحه و با فونت و صفحه آرای سیاه و سفید و با حال و هوای نوستالژیک مطبوعات دهه ۶۰ و با الهام از آیه شریفه «و شاورْهُمْ فِي الْأَمْرِ» بنیان نهاده شد و تا شماره جاری که شاهد حضور سی و هفتمین سال این نشریه در جمع خانواده مطبوعات کشور هستیم، تلاش گردیده این نشریه در کسوت تنها رسانه مکتوب انجمن صنایع لوازم خانگی ایران،



مدیر عامل شرکت لعران

تاکید کرد

کیفیت؛ رمز توسعه

و موفقیت «لعران»



سرمایه‌گذاری روی ماشین‌آلات و اتوماسیون؛ برنامه سال جاری

انتقال ثبات واقعی از دولت به فعالان اقتصادی

مدت چند ماه آموزش، بهره‌برداری از این ماشین‌آلات، تعمیر و روش ساخت و محاسبات به نحو کامل فرا گرفته شد. برخلاف آنکه تصور می‌شود ساخت المنت لوله‌ای بسیار ساده است، اما به محاسبات بسیار دقیق نیاز دارد زیرا دو عامل واکنش شیمیایی - ترمودینامیک - در کارکرد و اثر متقابل آنها بر یکدیگر و طول عمر آن بسیار موثر است. که باید با دقت انجام شوند، و در غیر این صورت عمر محصول ساخته‌شده به شدت کوتاه می‌شود.

چگونه واحد تولیدی شما در ادامه‌ی مسیر توسعه پیدا کرد؟

کیفیت؛ رمز توسعه و موفقیت ما است. چون از همان ابتدا آموختیم که محصول خود را مطابق با استانداردهای محصولات اروپایی تولید کنیم. وقتی مصرف‌کنندگان محصولات ما را خریداری می‌کردند، در کمال تعجب می‌دیدند که المنتی که در زمان جنگ به سختی از اروپا وارد کشور می‌شود، در کشور خودمان به راحتی با همان کیفیت دسترس است و همین امر سبب می‌شد مشتری که از کیفیت و قیمت مناسب محصول راضی بود، آن را به دیگران معرفی کند و ما اینگونه مسیر پیشرفت را طی کردیم و کسب و کارمان توسعه پیدا کرد.

چه دست‌اندازهایی در طول مسیر وجود داشته است؟

کار ما در سال سوم جنگ تحمیلی شروع شد؛ مقطعی که مسائل مختلف سیاسی مطرح بود و آنطور که به خاطر دارم همواره اقتصاد ایران با انواع تحریم‌ها مواجه بود و هر روز شرایط سخت‌تر می‌شد، اما حدود از ۱۰ سال قبل با وجود تحریم‌ها این امیدواری وجود داشت که روزی آنها برداشته می‌شوند با اینحال امروز امید کمی به رفع مشکلات هست که حل آنها از توان تولیدکنندگان خارج است.

قرار است در سال جدید چه محصولات و خدمات جدیدی به بازار روانه کنید؟

در سال جاری، شرکت لعران روی ماشین‌آلات و اتوماسیون پیشرفته سرمایه‌گذاری بالایی انجام داده. هرچند هزینه‌های پروژه به شدت افزایش پیدا کرده، ولی هرچقدر به سمت اتوماسیون حرکت کنیم، دقت کار بیشتر می‌شود. در واقع، علاوه بر افزایش تولید، دقت در انجام کار هم مهم است و دقت در صنعت به معنای هزینه‌زایی است. از آنجایی که کار ما به دقت بسیار بالایی نیاز دارد، برای کاهش هزینه‌های نیروی انسانی ماشین‌آلات با دقت بالا که مبدا اروپایی دارند، به طور جد برنامه‌ریزی و هزینه می‌کنیم.

خسرو ملاحمد، مدیرعامل شرکت لعران (سال تاسیس ۱۳۴۰)، متولد ۱۳۲۹ در تهران و فارغ‌التحصیل دانشگاه Trent انگلستان در سال ۱۳۵۹ است. شرکت لعران،

به‌عنوان اولین تولیدکننده المنت لوله‌ای با ماشین‌آلات مدرن در ایران شناخته می‌شود. جهت آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این مجموعه تولیدی، روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گفت‌گویی با مدیرعامل آن ترتیب داده که در ادامه مشروح آن را می‌خوانید.

فعالیت مجموعه تولیدی شما، از چه سالی و در چه زمینه‌ای آغاز شده است؟

پدر من اولین سماور برقی را در سال ۱۳۴۵ پس از تولید سماور نفتی که تولید آن از سال ۱۳۳۳ با نام تجاری برلیان تولید کرده بود آغاز شد. که بسیار هم موفق بود. عنصر اصلی سماور برقی المنت به‌عنوان جزء گرمازا آن محسوب می‌شود. من برای ادامه تحصیل در سال ۵۳ عازم انگلستان شدم و در دانشگاه ترنت (Trent) انگلستان شروع به تحصیل کردم. در این مقطع زمانی بود که در دوره‌هایی به نام «تحصیل همراه با کارآموزی در کارخانه صنعتی» شرکت کردم با توجه به نیاز کارخانه پدرم به المنت در کارخانه‌ای واقع در South Woodford شهر لندن شرکت Hedin پذیرش کارآموزی گرفتم و به مدت ۶ ماه از سال تحصیلی را در آنجا مشغول بودم. در همین مکان با نحوه ساخت و تولید المنت‌های لوله‌ای آشنا شدم و این نقطه شروعی بود برای اینکه شرکت ما وارد صنعت المنت لوله‌ای شود و به‌عنوان اولین تولیدکننده المنت لوله‌ای با ماشین‌آلات مدرن در ایران آغاز به کار کردیم.

فعالیت‌های شرکت لعران از سال ۱۳۶۲ با شروع کارهای ساختمانی و ساخت سالن و در انتهای همین سال با انجام امور مربوط به ثبت سفارش این نوع ماشین‌آلات کلید خورد. ما با شرکت کانتال (Kanthal) سوئد که به‌عنوان بنیانگذار صنعت المنت‌های لوله‌ای در جهان شناخته می‌شود، همکاری خودمان را آغاز کردیم که رهبری این صنعت را در دنیا داشته و هنوز هم دارد. این شرکت پیشنهاد ماشین‌آلات و اینکه چه ماشینی برای چه کاری بازدهی مناسبی دارد ارائه می‌کرد، سپس با مشاوره تصمیم‌گیری می‌شد. در انتهای سال، ماشین‌آلات به صورت قطعی انتخاب شدند، در ابتدای سال ۶۳ این ماشین‌آلات نهایی و کار ساخت‌شان شروع شد. گروه لعران در اواخر سال ۶۳ به سوئد رفت و در کارخانه کنتال در شهر Hlassthammaer در

آیا به کشورهای دیگر صادرات دارید؟ چه مواعیدی در مسیر توسعه صادرات در اقتصاد ایران وجود دارد؟

حدود ۱۰ سال قبل، ما می‌توانستیم محصولاتمان را در کشورهای اطراف مثل اقلیم کردستان عراق یا خود عراق به مشتریان تحویل بدهیم و پول آن را دریافت کنیم و در رقابت با ترکیه، و با سرعت و در مدت ۲۴ ساعت محصول به دست مشتری در عراق می‌رسید اما به مرور مقررات سخت‌تر و پیچیده‌تر شد و موانع بی‌شماری بر سر راه صادرات به وجود آمد. به‌رغم وجود مشتری برای محصولاتمان، صادرات بسیار پر دردسر و زمان‌بر است و بروکراسی عجیب و غریب و مشکلات رفت و آمد توان این کار را از ما گرفته است.

رمز موفقیت شما در بازار لوازم خانگی چیست؟

موفقیت ما در حوزه کاری مرهون این است که ما از همان ابتدا می‌دانستیم که چه اموری را نمی‌دانیم و اصلاً به دنبال خودکفایی آنگونه که آن را تعریف می‌کنند «از صفر تا صد یک محصول را خودتان درست کنید». چون اعتقاد من بر این است که باید کار صحیح و درست را از منبع درست یاد گرفت. و ما هم آنچه لازم بود از شرکت به نام معروف حوزه کاری خودمان کانتال سوئد (KANTHAL) فرا گرفتیم. شرکت‌هایی که می‌خواهند در صنعت موفق باشند، باید از شرکت‌های خارجی که دانش فنی لازم (KNOW-HOW) را کسب کرده‌اند، کمک بگیرند. انتقال دانش فنی اصل بسیار مهمی است که هرچند هزینه دارد اما باید به این نکته توجه داشته باشیم که آزمون و خطای مکرر سبب از دست رفتن شهرت در بازار می‌شود و متأسفانه موفقیتی هم کسب نمی‌شود آزمون و خطا در کف کارخانه - آزمایشگاه انجام می‌شود و نه در بازار در حضور رقیب.

برخی فعالان اقتصادی افزایش نرخ دستمزد و بالاتر رفتن قیمت‌ها را از مهم‌ترین دغدغه‌های فعالان اقتصادی می‌دانند. به نظر شما مهم‌ترین دغدغه‌های فعالان اقتصادی به‌ویژه در بخش لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱ چیست و جهت رفع این مشکلات، بخش دولتی

و بخش خصوصی در چه مسیری باید حرکت کنند؟

یک نکته بسیار مهم در این باره این است که دولت باید دارای ثبات در تصمیم‌گیری‌ها در حوزه اقتصاد و دیگر مسائل باشد. مادامی که این ثبات برقرار نباشد، فعالان اقتصادی نیز نمی‌توانند کسب و کار پویا و با ثباتی داشته باشند. در حال حاضر اقتصاد ایران با مشکلات عدیده‌ای دست به گریبان است و در نتیجه دولت همیشه دنبال یافتن راه چاره برای مشکلات و بحران‌هاست و نمی‌تواند ثبات واقعی را به تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی منتقل کند.

تا زمانی که مسائلی مانند برجام رفع نشود، مشکلات ما ادامه پیدا می‌کند و در نتیجه هر تولیدکننده یا فعال اقتصادی ناچار است خودش اقدام به حل مشکلات کند برای مثال: در سال ۹۸ تعدادی از تولیدکنندگان با پرداخت وجه برای حواله نیما به چند صرافی مجاز با عدم تحویل ارز به فروشنده خارجی توسط صرافی دچار خسارت شدند متأسفانه موضع بانک مرکزی در این خصوص این بود که مشکل مابین خریدار و فروشنده است و بانک مرکزی مسئولیتی ندارد. شرکت ما در این مورد صدها میلیون خسارت دید.

یکی از مواردی که لازم است به این بخش اضافه شود؛ مربوط به مبحث استانداردهاست. در کشور ما استانداردها در بخش لوازم خانگی تقویت شده‌اند و اعمال می‌شوند، استانداردها توسط دولت‌ها تدوین نمی‌شود، بلکه در کشورهای توسعه‌یافته مثل آلمان - آمریکا یا ژاپن بخش تحقیق و توسعه شرکت‌های خصوصی هستند که رقابت شدید در نوآوری و برای دست بالا در بازار اقدام به این کار می‌کنند. شرکت‌های خصوصی در رشته‌های دست به تحقیق و نوآوری می‌زنند و آن را به کمیسیون بین‌المللی برق (IEC) که متشکل از کشورها و نمایندگان صنایع مختلف برقی و سازمان‌های دولتی است، ارجاع می‌دهند. نوآوری جدید مثل ارتقای سطح ایمنی و محیط زیست در این کمیسیون مورد بررسی و مذاکره قرار می‌گیرد و در نهایت به صورت استاندارد بین‌المللی تعریف می‌شود و پس از مدت معینی اجباری خواهد شد. ایران عضو کمیسیون بین‌المللی برق است، دفتر مطالعات تطبیقی و مشارکت در

تدوین استانداردهای بین‌المللی سازمان ملی استاندارد ایران بخشی از IEC است، وظیفه این دفتر به سامان رساندن استانداردهایی است که قرار است در سال‌های بعد بین‌المللی و اجباری شوند یا مورد تجدید نظر قرار گیرند، از طریق همین دفتر و بین اعضا توزیع و رای‌گیری انجام می‌شود و هم‌زمان هم در تمام کشورها توزیع صورت می‌گیرد. شرکت‌ها از این طریق اطلاع پیدا می‌کنند چه تکنولوژی در حال آمدن است و کدام یک در حال رفتن، برای مثال از رفتن c.d و dvd و آمدن فلاش دیسک یا کول دیسک مطلع می‌شوند و اینکه تولیدکنندگان عمده و اساسی دیگر در تکنولوژی DVD سرمایه‌گذاری نکردند و هم‌اکنون هیچ نوآوری جدیدی در این صنعت نیست و همان تکنولوژی که زمانی حیرت‌آور به نظر می‌رسد دیگر کم مصرف شده است. شرکت‌های مختلف نیز مجبور به رعایت این استانداردهای تدوین شده هستند و متناسب با آنها فناوری خود را به روز و سرمایه‌گذاری لازم انجام می‌شود تا از بازار رقابت عقب نمانند. این نکته را نیز نباید فراموش کرد که استاندارد می‌کند در کمیسیون بین‌المللی برق تصویب می‌شود، با تجهیزات کارخانجات اروپایی یا آمریکایی که مطابقت دارد و فاقد فاصله زمانی و برای حضور در بازار و جهت رقابت است ... اما، متأسفانه در ایران این فرآیند به گونه‌ای دیگر طی می‌شود و استانداردهای تدوین شده را ترجمه می‌کنند که گاه انطباق با سطح تکنولوژی در کارخانجات ندارد و با تجهیزات و فناوری‌های داخل کشور همخوانی ندارد یا تولیدکننده سعی خود را برای انطباق با آن نکرده است، بنابراین فعالان این بخش دچار نگرانی‌هایی هستند و با پیشرفت تکنولوژی سرعت استانداردها هر روز زیادتر می‌شود.

راه حل چیست؟

تجهیز، به‌روزرسانی و نوسازی خطوط تولید و انتقال تکنولوژی به هر زحمت و مرارتی که ممکن است آن هم با پشتیبانی دولت و تخصیص منابع با بهره کم مثل سایر کشورهای پیشرفته که پشتیبانی کشورهای صنعتی برای به‌روزرسانی خطوط تولید و برای حفظ رقابت در بازارهای بین‌المللی بی‌نظیر است.

۲۳ حمایت دانش‌بنیانی

برگرفته از کتابچه ۱۱۰ حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان

تدوین: مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری
چاپ دوم، دی ۱۳۹۸

حمایت‌های متنوع از این شرکت‌های فراهم آورده است که توسط معاونت علمی و فناوری دبیرخانه کارگروه و در برخی موارد با همکاری سایر دستگاه‌ها در حال اجراست و در مجموع بالغ بر ۱۱۰ عنوان حمایت را شامل می‌شود. این برنامه از طریق توانمند کردن شرکت‌ها، توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان، ارائه خدمات تخصصی و ... می‌تواند زمینه دستیابی به اهداف اقتصادی مبتنی بر دانش و اقتصاد مقاومتی را محقق سازد.

معافیت‌های مالیاتی و گمرکی به شرکت‌های دانش‌بنیان مورد تاکید قرار گرفته است و «کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان» به ریاست معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و عضویت وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های مرتبط و نمایندگان بخش خصوصی، شرکت‌های مشمول استفاده از مزایای این قانون را تایید می‌کند. علاوه بر حمایت‌های مورد نظر قانون، ارزیابی و شناسایی شرکت‌های دانش‌بنیان، فرصت مناسبی را برای ارائه

«قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری و اختراعات» که توسط معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری تدوین و در سال ۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید، سرآغاز گسترده‌ترین برنامه دولت برای حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان در سال‌های اخیر بوده است. در این قانون، موضوعات مهمی نظیر تشکیل صندوق نوآوری و شکوفایی و ارائه



۲. معافیت مالیاتی شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری

مشمولیت معافیت مالیات بر درآمد، واحدهای پژوهشی، فناوری و مهندسی مستقر در پارک‌های علم و فناوری (بدون نیاز به تایید دبیرخانه کارگروه) مطابق با مجوز مدیریت پارک علم و فناوری بر اساس ماده «۹» قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان

راهنما جهت بهره‌مندی از این حمایت، مدیریت پارک علم و فناوری با صدور مجوز و ارسال به اداره امور مالیاتی منطقه نسبت به معرفی و تایید شرکت اقدام می‌کند.



۱. معافیت مالیاتی شرکت‌های دانش‌بنیان

مشمولیت معافیت مالیاتی شرکت‌های دانش‌بنیان در خصوص درآمد ناشی از فروش کالاها و خدمات دانش‌بنیان خود، مطابق ماده «۳» قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان

راهنما شرکت‌های متقاضی در تاریخ اعلام شده از مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان، به سامانه Reg.daneshbonyan.ir مراجعه و اطلاعات لازم را تکمیل و ارسال کنند.



۵. مشاوره مالیاتی و حسابداری

مشاوره در حوزه‌های: معرفی انواع نظام‌های مالیاتی، نرخ‌ها و آیین‌نامه‌های مرتبط، مشاوره تهیه صورت‌های مالی، مشاوره تنظیم اظهارنامه مالیاتی، مشاوره حق اختلاف با ممیزان مالیاتی، تنظیم لایحه دفاعیه و بررسی اسناد شرکت و حضور در جلسات هیات‌های حل اختلاف به‌عنوان نماینده شرکت

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند برای استفاده از این خدمت به سامانه Bizservices.ir مراجعه و درخواست خود را ثبت کنند.

۶. معافیت از حقوق گمرکی، عوارض و سود بازرگانی

برخورداری از معافیت جهت واردات مرتبط با فعالیت‌های دانش‌بنیان صورت‌های مالی، ماشین‌آلات خط تولید، تجهیزات آزمایشگاهی، تست و کنترل کیفیت، کالاها و قطعات برای ساخت محصولات تا حد نمونه اولیه و کالاها و حضور در جلسات هیات‌های حل اختلاف به‌عنوان نماینده شرکت

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند برای استفاده از این خدمت به سامانه Reg.daneshbonyan.ir ثبت کنند.

۳. معافیت مالیات بر حقوق کارکنان فعال در شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری

پرداخت ۵۰ درصد از هزینه‌های مالی و حسابداری شامل انجام کلیه صورت‌های مالی، تحریر دفاتر قانونی، تنظیم اظهارنامه مالیاتی تا سقف ۵۰ میلیون ریال را به شرکت‌های با درآمد کمتر از ۱۰۰ میلیارد

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند برای استفاده از این خدمت به سامانه Bizservices.ir مراجعه و درخواست خود را ثبت کنند.

۴. خدمات مالی و حسابداری

پرداخت ۵۰ درصد از هزینه‌های مالی و حسابداری شامل انجام کلیه صورت‌های مالی، تحریر دفاتر قانونی، تنظیم اظهارنامه مالیاتی تا سقف ۵۰ میلیون ریال را به شرکت‌های با درآمد کمتر از ۱۰۰ میلیارد

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند برای استفاده از این خدمت به سامانه Bizservices.ir مراجعه و درخواست خود را ثبت کنند.



۷. ورود موقت

بهره‌مندی شرکت‌های دانش‌بنیان از اجازه ورود موقت برای مواد اولیه و کالاهای مورد مصرف در تولید، تکمیل، آماده‌سازی و بسته‌بندی کالاهای دانش‌بنیان صادراتی

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند تقاضای مکتوب خود را به دبیرخانه کارگروه ارسال کنند.



۸. فعالان مجاز اقتصادی AEO

معرفی شرکت‌های بزرگ دانش‌بنیان دارای تعاملات گمرکی قابل توجه به‌عنوان فعال مجاز اقتصادی به گمرک جهت بهره‌مندی از مزیت‌های مربوطه

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند تقاضای مکتوب خود را به دبیرخانه کارگروه ارسال کنند.



۹. تسهیل امور گمرکی

۱۰. معافیت مالیات ۴ درصد علی‌الحساب

تسهیل تشریفات گمرکی نظیر بر واردات هدایت کالا در مسیر سبز گمرکی، معافیت شرکت‌های دانش‌بنیان از تعیین ماهیت کالا، ترخیص کالا با کارت بازرگانی موقت و ترخیص پته گمرکی برای شرکت‌های دانش‌بنیان

راهنما به‌منظور بهره‌مندی از این معافیت، لازم است شرکت‌های متقاضی درخواست خود را از طریق سامانه Wms.ir ثبت Crm.daneshbonyan.ir ارسال کنند.



۱۱. مشاوره امور گمرکی

۱۲. معافیت از پرداخت حق بیمه قراردادهای

ارائه خدمات رایگان مشاوره صادرات، واردات و ترخیص کالا از قبیل: نحوه دریافت معافیت عوارض، حقوق گمرکی و سود بازرگانی، نحوه اخذ کارت بازرگانی و مجوزهای لازم برای واردات و صادرات، فرآیند انجام واردات و چگونگی تکمیل اظهارنامه یا پروانه گمرکی کالاهای وارداتی و استفاده از پنجره واحد تجارت فرامرزی

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند درخواست خود را در سامانه Reg.daneshbonyan.ir ثبت کنند.

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند درخواست خود را در سامانه Bizservices.ir ثبت کنند.

۱۴. مشاور بیمه تامین اجتماعی

۱۵. تسهیل عضویت کارکنان در صندوق بازنشستگی آینده‌ساز

ارائه مشاوره در زمینه تامین اجتماعی نظیر: قوانین کار و تامین اجتماعی، تهیه و تنظیم لایحه دفاعیه جهت ارائه به سازمان تامین اجتماعی، بررسی قراردادهای بیمه و حضور در جلسات هیات‌های حل اختلاف به‌عنوان نماینده از این تسهیلات به صندوق بازنشستگی آینده‌ساز مراجعه کنند.

راهنما متقاضیان جهت بهره‌مندی از این خدمت به سامانه Bizservices.ir مراجعه کنند.



۱۳. بخشودگی جرایم بیمه تامین اجتماعی

براساس قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی در تامین نیازهای کشور، سازمان تامین اجتماعی می‌تواند نسبت به بخشودگی جرایم خارج از اختیار کارفرمایان اقدام کند.

راهنما شرکت‌های متقاضی می‌توانند درخواست خود را در سامانه Reg.daneshbonyan.ir ثبت کنند.





۱۶. بیمه‌های مسئولیت (بیمه ایران)

بیمه مسئولیت آتش‌سوزی برای خسارات مالی و جانی در برابر اشخاص ثالث، بیمه مسئولیت کارفرما در برابر کارکنان، بیمه مسئولیت حرفه‌ای کارشناسان آزمایشگاه و بیمه مسئولیت محصول

راهنما متقاضیان به نمایندگی‌های بیمه ایران در سراسر کشور مراجعه کنند.

۱۷. بیمه‌های مهندسی (بیمه ایران)

ارائه بسته بیمه مهندسی در حوزه شکست ماشین‌آلات به‌منظور حفاظت از ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی و آزمایشگاهی

راهنما شرکت‌های متقاضی به نمایندگی‌های بیمه ایران در سراسر کشور مراجعه کنند.



۱۸. بیمه‌های آتش‌سوزی و سرقت ماشین‌آلات (بیمه ایران)

ارائه خدمات بیمه اشخاص شامل بیمه حوادث، عمر و سلامت «بیمه ایران» و بیمه تکمیلی «بیمه دانا» ویژه اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان

راهنما متقاضیان جهت دریافت خدمات بیمه ایران به نمایندگی‌های بیمه ایران در سراسر کشور و همچنین برای دریافت خدمات بیمه دانا به سایت tinnet.ir مراجعه کنند.



بیمه آتش‌سوزی و سرقت ماشین‌آلات (بیمه ایران) ارائه بسته بیمه آتش‌سوزی و سرقت ماشین‌آلات در راستای حفاظت از دارایی‌های فیزیکی شرکت

راهنما شرکت‌های متقاضی به نمایندگی‌های بیمه ایران در سراسر کشور مراجعه کنند.



۲۰. امریه نظام وظیفه در شرکت‌های

دانش‌بنیان

نخبگان فناور در صورت احراز شرایط و کسب امتیازهای لازم می‌توانند خدمت نظام وظیفه را به‌عنوان مامور «امریه» در یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان فعالیت کنند.

راهنما متقاضیان باید جهت ثبت‌نام

به سامانه sina.bmn.ir مراجعه کنند.



۲۱. پروژه جایگزین خدمت در

شرکت‌های دانش‌بنیان

نخبگان فناور در صورت احراز شرایط و کسب امتیازهای لازم می‌توانند به‌عنوان انجام پروژه جایگزین خدمت در شرکت‌های دانش‌بنیان دوره خدمت نظام وظیفه خود را مشتمل بر «دوره‌های آموزشی» و «اجرای طرحی پژوهشی فناورانه در شرکت دانش‌بنیان» طی کرده و کارت پایان خدمت دریافت کنند.

راهنما متقاضیان باید جهت ثبت‌نام به

سامانه sina.bmn.ir مراجعه کنند.



۲۲. پروژه جایگزین خدمت در

شرکت‌های همکار دفاعی

افراد کلیدی فعال در شرکت‌های همکار دفاعی (عضو مرکز سمت؛ وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح) می‌توانند روی پروژه مرتبط در شرکت خود فعالیت و کارت پایان خدمت دریافت کنند.

راهنما متقاضیان باید جهت ثبت‌نام به

سامانه sina.bmn.ir مراجعه کنند.



۲۳. پروژه جایگزین خدمت در

دستگاه‌های دفاعی و دولتی

افراد کلیدی فعال در شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد و شرکت‌های معرفی شده از سوی شتاب‌دهنده‌های کسب و کار و صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه، پس از انجام پروژه تحقیقاتی به سفارش یکی از بخش‌های دولتی یا دفاعی، کارت پایان خدمت دریافت می‌کنند.

راهنما متقاضیان باید جهت ثبت‌نام به

سامانه sina.bmn.ir مراجعه کنند.

عرضه بهترین محصول با بالاترین کیفیت؛ شعار همیشگی «یزدگل»

این شرکت همیشه سعی کرده نیاز اول مصرف‌کننده چه طرح و چه قطعه مورد نیاز را تامین کند. یکی از ویژگی‌های شرکت یزدگل کیفیت محصولاتش است و همواره شعار این مجموعه هم کیفیت ذکر می‌شود، چون یکی از اهداف آن عرضه بهترین محصول با بالاترین کیفیت بوده است.

برای توسعه بخشیدن به تولید این مجموعه فعالیت خود را در زمینه محصولات پلاستیک نیز با آوردن به‌روزترین دستگاه‌های تزریق و بادی گسترش داد تا بتواند همه کالاهای مورد نیاز خانه و آشپزخانه را به مصرف‌کننده با بهترین کیفیت عرضه کند.

محصولات شرکت شما چه ویژگی‌های منحصر به فردی دارد؟ و در عرصه تولید و صادرات تاکنون چه دستاوردهایی داشته‌اید؟

گروه صنعتی یزدگل به دلیل داشتن سابقه چندین ساله همیشه در خاطر پدر و مادر و حتی پدربزرگ و مادربزرگ‌های عزیزمان به‌عنوان جنس با کیفیت باقی مانده است و این ویژگی باعث شده تا یزدگل بتواند با نگره‌داشتن کیفیت خود و همین‌طور محصول مورد نیاز خانواده همچنان زبانزد همگان باشد. به دلیل دارا بودن این خصوصیت ممتاز، مشتریان این شرکت همیشه انتظار جنس باکیفیت را داشته‌اند. همین امتیاز باعث شده ما و مشتریانمان راحت‌تر همدیگر را پیدا کنیم، چون با یک تحقیق میدانی یا جست‌وجوی ساده در بستر اینترنت سابقه شرکت قابل رویت است.

چه برنامه‌های توسعه‌ای در دستور کار دارید؟

به‌روز بودن مجموعه، یکی از اهداف تولیدکنندگان در هر صنعتی محسوب می‌شود. برای همین گروه صنعتی یزدگل طی سالیان متمادی سعی کرده تیم توسعه محصولات خود را در هر زمینه‌ای مانند نمایشگاه‌های بین‌المللی و رصد کردن بازارهای مختلف اعم از داخل و خارج و کالاهایی که مصرف‌کننده به آنها نیاز دارد به روز نگه دارد تا بتواند همیشه در حال توسعه باشد و بر کیفیت خود بیفزاید.

گروه صنعتی یزدگل فعالیت خود را به طور رسمی از سال ۱۳۷۰ در صنعت ظروف ملامین شروع و پس از آن در زمینه محصولات پلاستیک در خانه و آشپزخانه ادامه داده است. این مجموعه همچنین طی سالیان متمادی تلاش کرده تا تیم توسعه محصولات خود را



در هر زمینه‌ای به روز نگه دارد تا همیشه در حال توسعه باشد و بر کیفیت خود بیفزاید. در همین ارتباط روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، گفت‌وگوی کوتاهی با پیمان قمی، مدیرعامل گروه صنعتی یزدگل، انجام داده که در ادامه می‌خوانید.

در ابتدا، لطفا خودتان را معرفی کرده و سوابق اجرایی و مدیریتی‌تان را شرح دهید.

اینجانب پیمان قمی دارنده مدرک لیسانس اقتصاد و بازرگانی بین‌الملل از کانادا و فوق لیسانس مدیریت در گشایش بین‌الملل در آمریکا کار خود را از سال ۱۳۹۳ به طور تمام وقت در گروه صنعتی یزدگل که یک شرکت خصوصی است، شروع کردم. البته، قبل از شروع در حوزه تولید در مجموعه یزدگل برای داشتن تجربه و دانش بیشتر در هنگامه تحصیل زمانی را در بخش بازرگانی TD Bank که مربوط به بررسی و تاییده وام‌های درخواستی توسط شرکت‌هاست سپری کردم. همچنین مدتی نیز در یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ به نام Metro که عرضه‌کننده لوازم خوراکی و مصرفی اولویت اول خانوار است، به‌عنوان سرپرست سفارش‌گیری و برنامه‌ریز برای ایام خاص مشغول بودم.

شرکت شما چه کالا و خدماتی ارائه می‌دهد و از چه زمانی فعالیت خود را آغاز کرده و چه دستاوردهایی داشته است؟

گروه صنعتی یزدگل فعالیت خود را به طور رسمی از سال ۱۳۷۰ در صنعت ظروف ملامین شروع و پس از آن در زمینه محصولات پلاستیک در خانه و آشپزخانه فعالیتش را ادامه داده است. شرکت یزدگل از آن زمان همچنان یکی از بزرگترین و به‌روزترین تولیدکنندگان در زمینه ظروف ملامین محسوب می‌شود.





یزدگل

YazdGol

Since 1992

طرح
رنگ
کیفیت

 YazdGolco

www.yazdgol.com

تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه

(ملامین و پلاستیک)

چشم‌انداز اقتصاد جهان

و ایران

نکاتی مهم از گزارش صندوق بین‌المللی پول

خلاصه نکات مهم در خصوص چشم‌انداز اقتصاد جهان و ایران براساس گزارش ۱۹ آوریل ۲۰۲۲ صندوق بین‌المللی پول بدین شرح است:

حدود ۲/۹ درصد افزایش داشته است. انتظار می‌رود روند رشد سرانه تولید ناخالص داخلی طی دو سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ هم استمرار یابد و در هر یک از این سال‌ها، به ترتیب ۲ درصد و ۱ درصد افزایش یابد. تورم ایران در سال ۱۴۰۰ حدود ۴۰/۱۳ درصد برآورد شده و پیش‌بینی شده است که تورم در سال ۱۴۰۱ به ۳۲/۳ درصد و در سال ۱۴۰۲ هم به ۲۷/۵ درصد برسد. چشم‌انداز بلندمدت صندوق بین‌المللی پول برای تورم ایران در سال ۲۰۲۷ برابر با ۲۵ درصد اعلام شده است.

رقم سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۰ و به قیمت جاری حدود ۲۴۴۸ هزارمیلیارد تومان برآورد شده که معادل ۴۰/۹ درصد تولید ناخالص داخلی است. پیش‌بینی می‌شود از نسبت سرمایه‌گذاری به تولید ناخالص داخلی طی دو سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ کاسته شده و به ترتیب به ۴۰/۵ و ۴۰/۲ درصد برسد.

برای متغیرهای حجم واردات و صادرات کلایی ایران در سال ۱۴۰۰ در مقایسه با سال قبل، به ترتیب رشدهای ۳/۲ درصد و ۲۰/۵ درصد برآورد شده است. پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۴۰۱ بر رشد واردات، افزوده و از رشد صادرات، کاسته شده و به ترتیب به ۱۴ درصد و ۱۴/۴ درصد برسند. برای سال ۱۴۰۲ هم، رشد منفی برای حجم واردات و صادرات کالاها و خدمات پیش‌بینی شده که به ترتیب منفی ۱۳ درصد و منفی ۱۷ درصد است.

نرخ بیکاری ایران برای سال ۱۴۰۰ حدود ۹/۸ درصد برآورد شده و پیش‌بینی شده است که طی دو سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ نرخ بیکاری افزایش یابد و به ترتیب به ارقام ۱۰/۲ و ۱۰/۵ درصد برسد.

تراز حساب جاری ایران در سال ۱۳۹۹ دارای کسری ۷۱۰ میلیون دلاری بود که در سال ۱۴۰۰ به مازاد چشمگیر و قابل توجه ۲۸/۶ میلیارد دلاری رسیده است. با توجه به افزایش بهای نفت خام در بازارهای جهانی و انتظار رشد حدود ۱۶ درصدی صادرات کالاها و خدمات، انتظار می‌رود مازاد تراز حساب جاری در سال ۱۴۰۱ تقویت شده و حتی به ۶۱ میلیارد دلار برسد. همچنین پیش‌بینی شده است که تراز حساب جاری ایران در سال ۱۴۰۲ کاهش یافته و به ۳۶ میلیارد دلار برسد. چشم‌انداز بلندمدت نسبت تراز حساب جاری به تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۷ ایران حدود ۰/۵ درصد پیش‌بینی شده است.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

به دنبال بروز پیامدهای ناشی از بحران جنگ در اوکراین، اقتصاد جهان هم تحت تاثیر قرار گرفته و انتظار می‌رود شاهد کاسته شدن سرعت رشد مثبت اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۲ همراه با تورم بالا باشیم که می‌توان آن را به کساد تورمی (stagflation) اطلاق کرد. در این شرایط افزایش سریع بهای مواد غذایی، لطماتی را بر جوامع آسیب‌پذیر به‌ویژه اقتصادهای کم‌درآمد وارد خواهد کرد. پیش‌بینی می‌شود بعد از تحقق رشد ۶/۱ درصدی در سال ۲۰۲۱، رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ برابر با ۳/۶ درصد باشد که کمتر از ارقام قبلی پیش‌بینی شده توسط صندوق بین‌المللی پول برای سال ۲۰۲۲ (۴/۴ درصد) و ۲۰۲۳ (۳/۸ درصد) است.

افزایش فشارهای قیمتی از جمله رشد بهای کالاهای اساسی، چشم‌انداز تورم ۵/۷ درصدی را برای اقتصادهای پیشرفته و ۸/۷ درصدی را برای اقتصادهای در حال توسعه و بازارهای نوظهور پیش‌بینی می‌کند که در مقایسه با ارقام قبلی اعلامی صندوق بین‌المللی پول در ژانویه همین سال، بالاتر است. بخش اقتصادی اسکسورد در گزارشی، نرخ تورم جهان برای سال ۲۰۲۲ را حدود ۷ درصد پیش‌بینی کرده است.

در گزارش آوریل ۲۰۲۲ صندوق بین‌المللی پول، تولید ناخالص داخلی ایران به قیمت‌های ثابت، برای سال ۱۴۰۰ برابر با ۱۵۱۱ هزارمیلیارد تومان و رشد اقتصادی در این سال را برابر با ۴/۰۱ درصد برآورد کرده است. طبق پیش‌بینی این صندوق، انتظار می‌رود رشد اقتصادی ایران طی سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ به ترتیب برابر با ۳/۰۴ درصد و ۲/۰۲ درصد باشد که نرخ‌های کمتری در مقایسه با سال ۱۴۰۰ هستند. چشم‌انداز بلندمدت رشد اقتصادی ایران برای سال ۲۰۲۷ توسط صندوق بین‌المللی پول ۲/۰ درصد است.

با توجه به رشد اقتصادی ایران، سرانه تولید ناخالص داخلی به قیمت‌های ثابت در سال ۱۴۰۰ برابر با ۱۷/۷۸ میلیون تومان برآورد شده که در مقایسه با سال ۱۳۹۹،

چشم انداز اقتصاد ایران / گزارش آوریل ۲۰۲۲ صندوق بین المللی پول

متغیر اقتصادی	واحد سنجش	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲
تولید ناخالص داخلی / به قیمت ثابت	هزار میلیارد تومان	۱۴۲۸	۱۴۵۳	۱۵۱۱	۱۵۵۷	۱۵۸۹
تولید ناخالص داخلی / به قیمت ثابت	درصد تغییر	-۱.۳۴	۱.۷۶	۴.۰۱	۳.۰۴	۲.۰۲
تولید ناخالص داخلی / به قیمت جاری	هزار میلیارد تومان	۲۰۷۵۴	۳۰۹۴۰	۵۰۹۹۰	۸۰۳۳۹	۱۰۶۳۸
تولید ناخالص داخلی / به قیمت جاری	میلیارد دلار	۶۵۶	۹۳۸	۱۰۲۲۶	۱۰۷۳۹	۱۰۷۸۳
تولید ناخالص داخلی / PPP / به قیمت جاری	میلیارد دلار / بین المللی	۱۰۲۸۸	۱۰۳۲۶	۱۰۴۳۷	۱۰۵۷۳	۱۰۶۵۳
سرانه تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت	میلیون تومان	۱۷۰۱۵	۱۷۰۲۷	۱۷۰۷۸	۱۸۰۱۴	۱۸۰۳۳
سرانه تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت / PPP	دلار بین المللی	۱۴۸۴۱	۱۴۹۴۵	۱۵۰۳۹۱	۱۵۰۷۰۲	۱۵۰۸۶۰
سرانه تولید ناخالص داخلی به قیمت جاری	میلیون تومان	۲۳۰۰۸	۳۶۸۲	۷۰۴۹	۹۷۱۶	۱۲۲۰۷۱
سرانه تولید ناخالص داخلی به قیمت جاری	دلار	۷۸۷۶	۱۱۰۱۴۹	۱۶۰۷۸۴	۲۰۰۲۶۱	۲۰۰۵۶۳
سرانه تولید ناخالص داخلی به قیمت جاری / PPP	دلار بین المللی	۱۵۰۴۶۷	۱۵۰۷۶۴	۱۶۰۹۰۸	۱۸۰۳۳۲	۱۹۰۰۷۳
سهم جهانی در تولید ناخالص داخلی / PPP	درصد	۰.۹۵	۱.۰۰	۰.۹۸	۰.۹۸	۰.۹۷
کل سرمایه گذاری / نسبت به GDP	درصد	۴۰.۳۹	۴۲.۴۰	۴۰.۸۷	۴۰.۴۹	۴۰.۱۷
پس انداز ناخالص ملی / نسبت به GDP	درصد	۴۰.۹۶	۴۲.۳۲	۴۲.۸۸	۴۳.۹۹	۴۲.۲۰
نرخ تورم	درصد	۳۴.۶۲	۳۶.۴۴	۴۰.۱۳	۳۲.۳۴	۲۷.۵۰
حجم واردات کالاها و خدمات	درصد تغییر	-۱۱.۸۹	-۲۰.۱۷	۳.۱۷	۱۴.۰۲	-۱۲.۸۸

متغیر اقتصادی	واحد سنجش	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲
حجم واردات کالا	درصد تغییر	-۱۲.۱۱	-۱۲.۶۳	۳.۱۷	۱۴.۰۲	-۱۲.۸۸
حجم صادرات کالاها و خدمات	درصد تغییر	-۲۱.۸۹	-۱.۹۳	۲۱.۴۶	۱۵.۶۱	-۱۶.۹۶
حجم صادرات کالا	درصد تغییر	-۲۶.۴۸	۸.۲۵	۲۰.۴۶	۱۴.۲۷	-۱۶.۷۷
نرخ بیکاری	درصد	۱۰.۶۳	۹.۶۰	۹.۸۱	۱۰.۱۷	۱۰.۴۶
جمعیت	نفر	۸۳.۲۷	۸۴.۱۴	۸۴.۹۸	۸۵.۸۳	۸۶.۶۹
درآمد عمومی دولت	هزار میلیارد تومان	۲۵۵	۳۱۳	۴۹۰	۷۳۹	۹۳۸
درآمد عمومی دولت / نسبت به GDP	درصد	۹.۲۶	۷.۹۴	۸.۱۷	۸.۸۶	۸.۸۲
هزینه عمومی دولت	هزار میلیارد تومان	۳۷۹	۵۱۳	۷۶۲	۱۰۰۶۹	۱۶۶۰
هزینه عمومی دولت / نسبت به GDP	درصد	۱۳.۷۶	۱۳.۰۳	۱۳.۷۱	۱۲.۸۱	۱۵.۶۰
خالص بدهی / مطالبات دولت عمومی	هزار میلیارد تومان	-۱۲۴	-۲۰۱	-۲۷۲	-۳۳۹	-۷۲۲
خالص بدهی / مطالبات دولت عمومی / نسبت به GDP	درصد	-۴.۵۰	-۵.۰۹	-۴.۵۴	-۳.۹۵	-۶.۷۸
خالص بدهی دولت عمومی	هزار میلیارد تومان	۹۰۲	۱۰۴۷۴	۲۰۴۸۳	۲۰۸۲۳	۲۰۵۷۳
خالص بدهی دولت عمومی / نسبت به GDP	درصد	۳۲.۷۴	۳۷.۴۲	۴۱.۴۶	۳۳.۹۶	۳۳.۶۰
تراز حساب جاری	میلیارد دلار	۳.۷۵	-۰.۷۱	۲۸.۶۳	۶۰.۷۷	۳۶.۱۸
تراز حساب جاری / نسبت به GDP	درصد	۰.۵۷	-۰.۰۸	۲.۰۱	۳.۴۹	۲.۰۳

نظر سنجی جامع اقتصاد ایران در

۱۴۰۱

پاسخ به چند پرسش کلیدی از نگاه صاحب نظران اقتصادی

قرن و سال جدید در حالی شروع می‌شود که هنوز اثرات شوک کرونا و تحریم در متن اقتصاد ایران وجود دارد و همزمان با سوءمدیریت داخلی بر بی‌ثباتی اقتصادی نیز افزوده می‌شود. پیش‌بینی آینده اقتصاد ایران دشوار است و از سوی دیگر اختلاف نظرها بر سر سیاست‌های دولت فعلی پر شمار است.

در چنین شرایطی، بورسان نظر ۷۰ اقتصاددان و کارشناس اقتصادی را در دو محور مورد پرسش قرار داده است. در محور اول پیش‌بینی آنان از پنج شاخص کلیدی ۱۴۰۱ و در محور دوم نیز نظر آنان حول شش محور تصمیم‌گیری دولت و مجلس برای سال ۱۴۰۱ آمده است.

پیش‌بینی شاخص‌های اقتصادی از سوی صاحب نظران و دیدگاه آنها نسبت به سیاست‌های اقتصاد کلان کشور اطلاعات مفیدی را به دولت و جامعه مخابره می‌کند. اولین شماره پیک شورا را به محور اول این نظرسنجی اختصاص داده‌ایم.

بخش اول: پیش‌بینی شاخص‌های اقتصادی

رشد اقتصادی ایران به عنوان یک کشور نفتی، وابستگی زیادی به میزان فروش نفت دارد. از این بابت، اثر تحریم‌ها و احتمال گشایش در این زمینه از جمله عوامل اثرگذار در پیش‌بینی رشد هستند.

رشد اقتصادی

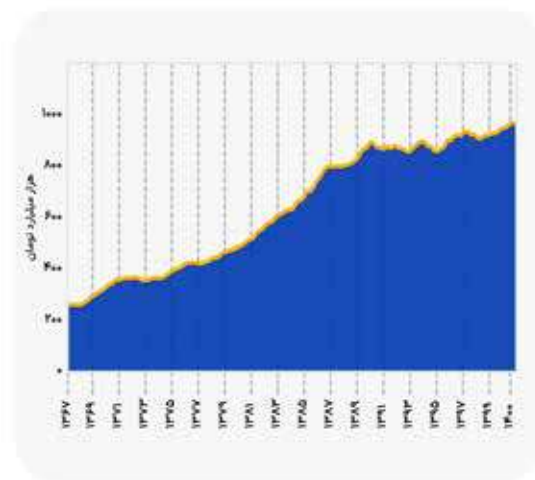
رشد اقتصادی به معنای رشد تولید ناخالص داخلی کشور، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی عملکرد یک اقتصاد است.

نرخ رشد اقتصادی (با نفت) تا انتهای سال ۱۴۰۱
را چه نرخی پیش‌بینی خواهید کرد؟



این پیش‌بینی وابستگی زیادی به افاق فروش نفت در ۱۴۰۱ در نظر کارشناسان دارد.

تولید ناخالص داخلی بدون نفت
(پس از حذف اثرات فصلی)



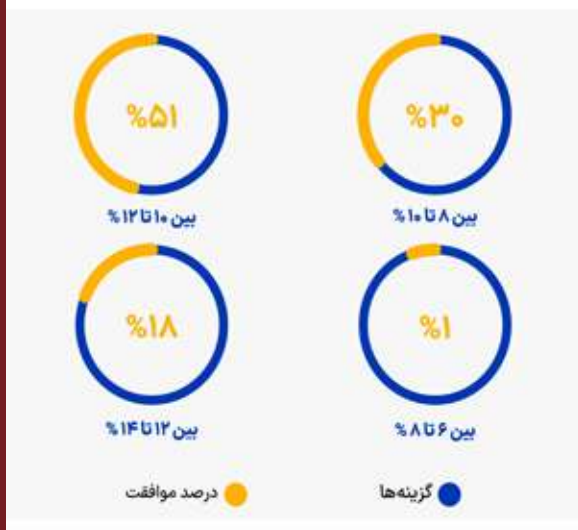
توقف رشد اقتصادی در دهه اخیر

بازار کار

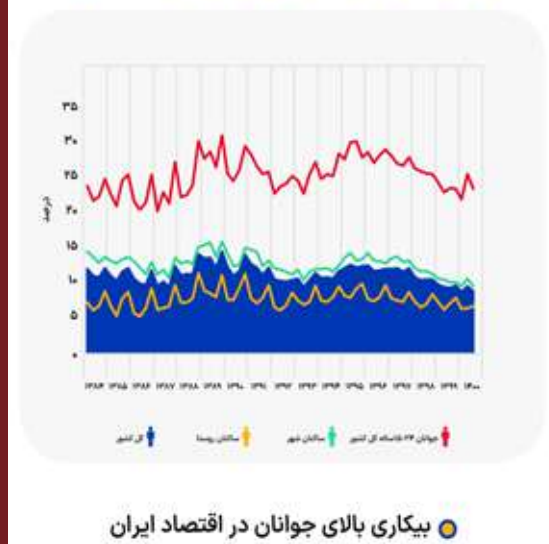
نشده است. همین مساله باعث شده که در دو سال اخیر نرخ بیکاری به صورت ملموسی (متاثر از کاهش جمعیت فعال) کاهش یابد.

بازار کار ایران در دو سال اخیر متاثر از شوک کرونا با خروج یک تا ۱/۵ میلیون جمعیت فعال مواجه بوده که حداقل تا پایان پاییز ۱۴۰۰ شواهدی از بازگشت این افراد به بازار کار پدیدار

نرخ بیکاری تا انتهای ۱۴۰۱ را چه عددی پیش بینی می کنید؟



نرخ بیکاری (نسبت جمعیت بیکار به جمعیت فعال)

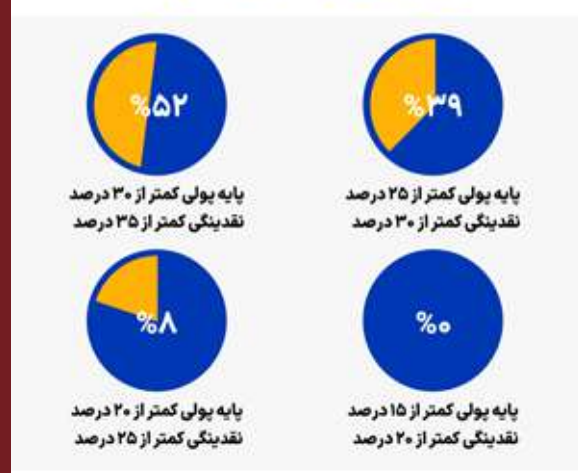


نقدینگی و پایه پولی

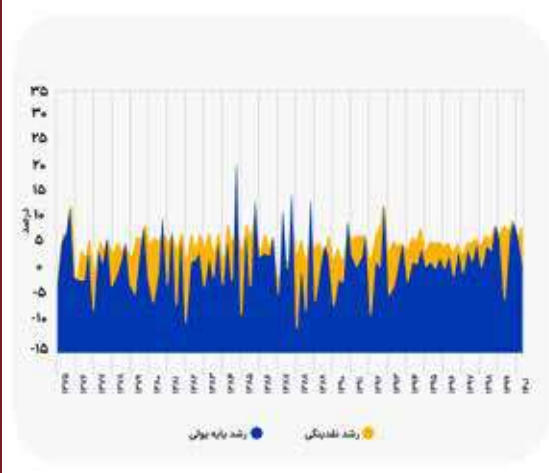
ملی» از روند بلندمدت (۵ درصد) به ۷ و حتی ۸ درصد در لایحه بودجه ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ اتفاقی بود که به تنهایی تلاطمات اقتصادی کشور را روی سرعت بالا نگه می‌داشت.

رشد بالای نقدینگی و پایه پولی در سه سال اخیر منبعث از عدم دسترسی بانک مرکزی به منابع دلاری و نیز تسعیر ارزهای صندوق توسعه ملی و بروز شوک کرونا و همزمان افزایش نسبت «کسری بودجه دولت به تولید ناخالص

نقدینگی و پایه پولی در انتهای اسفند ۱۴۰۱ چه میزان رشد خواهد کرد؟



نرخ رشد اسمی پایه پولی و نقدینگی



تورم

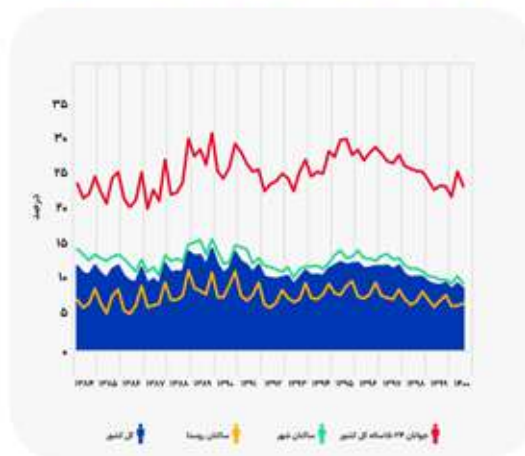
همواره اهمیت بالایی در مناسبات آحاد اقتصادی و شعارهای سیاستمداران داشته است.

تورم افزایش سطح عمومی قیمت‌هاست که در اکثر کشورهای جهان به نرخ سالانه تکریمی رسیده است. اما تورم به عنوان یک بیماری مزمن اقتصاد ایران

نرخ بیکاری تا انتهای ۱۴۰۱ را چه عددی پیش‌بینی می‌کنید؟



نرخ بیکاری (نسبت جمعیت بیکار به جمعیت فعال)



بیکاری بالای جوانان در اقتصاد ایران

شوک‌های درآمد نفتی و نوع سیاست دولت در استفاده از ارزهای نفتی، اثرات مهمی روی نرخ دلار می‌گذارد.

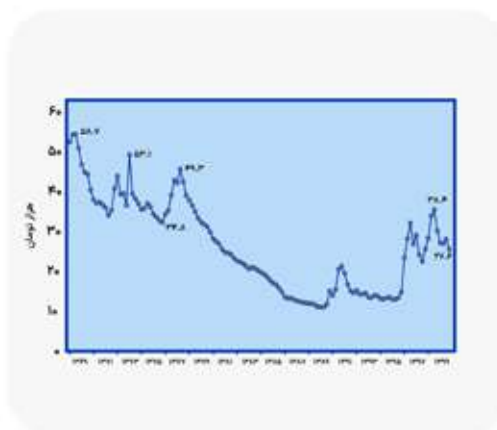
انتظارات مردم در اقتصاد ایران وابستگی قابل توجهی به نرخ دلار دارد. دلار از دارایی‌های طرفدار ایرانیان برای محافظت خود در مقابل تورم مزمن است.

نرخ ارز

به نظر شما نرخ ارز در اسفند ۱۴۰۱ چه بازه قیمتی خواهد داشت؟



نرخ ارز حقیقی (به قیمت ثابت بهمن ۱۴۰۰)



سه شوک ارزی فقط در ده سال اخیر!

تحلیل دیدهبان کسب و کار از وضعیت فراروی تولید و اشتغال بنگاهها

نگاه کار آفرینان به محیط کسب و کار ۱۴۰۱



این در حالی است که ۷۱ درصد پرسش‌شوندگان معتقدند که امسال تورم افزایش خواهد داشت.

وضعیت قیمت ارز طی امسال نیز شاخصی است که در این تحقیق به پرسش کارآفرینان و صاحبان کسب و کار گذاشته شده است. بر این اساس، ۳۹ درصد از فعالان اقتصادی معتقدند که قیمت دلار طی امسال معادل ۲۶ تا ۳۰ هزار تومان خواهد بود در حالی که ۳۴ درصد نیز بر این باورند که نرخ دلار در بازه ۲۰ تا ۲۵ هزار تومان در نوسان خواهد بود.

تشدید مهاجرت نیروهای متخصص و تحصیل‌کرده، نکته دیگری است که در این گزارش به آن اشاره شده. ۶۱ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی دیدهبان کسب و کار معتقدند که مهاجرت نیروی انسانی متخصص از کشور افزایش خواهد یافت. همچنین ۸۰ درصد از کارآفرینان سوال‌شونده در این تحقیق، اعلام کرده‌اند که امسال قیمت مواد اولیه و محصولات و خدمات نهایی، افزایش خواهد یافت در حالی که ۸۳ درصد نیز معتقدند که هزینه کسب و کارها به دلیل افزایش سطح عمومی قیمت‌ها تصاعدی می‌شود.

گزارش دیدهبان کسب و کار ۱۴۰۱، از سوی علی دلاوری، عضو هیات علمی گروه کسب و کار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و بنیان‌گذار وبسایت دیدهبان کسب و کار در جلسه کمیسیون انرژی و محیط‌زیست اتاق تهران ارائه شد.

وبسایت دیدهبان کسب و کار، در گزارشی به تحلیل وضعیت محیط کسب و کار در سال ۱۴۰۱ از نگاه کارآفرینان و صاحبان کسب و کار پرداخته است. آنطور که در این گزارش آمده، نتایج پایش نزدیک به هزار پرسشنامه گردآوری شده از فعالان اقتصادی در ایران، نشان می‌دهد که همچنان بدبینی نسبت به فضای کسب و کار در سال ۱۴۰۱ پابرجاست و تنها روزنه امید فراروی کسب و کارهای ایرانی در سال ۱۴۰۱، کاهش محدودیت‌های کرونایی و تحریم‌هاست.

صاحبان کسب و کار و پرسش‌شوندگان در این تحقیق، دیدگاه‌های خود پیرامون ریسک‌های کلان کسب و کار را مطرح کردند و بر این اساس، ۷۱ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی معتقدند که قدرت خرید مردم در سال ۱۴۰۱ کاهش خواهد یافت. این در حالی است که ۵۵ درصد از صاحبان کسب و کار مورد پرسش در این تحقیق، اعلام کرده‌اند که بیکاری طی امسال افزایش می‌یابد.

همچنین گزارش دیدهبان کسب و کار نشان می‌دهد که در حالی که ۴۴ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی معتقد به تشدید رکود تولید طی امسال هستند که ۳۷ درصد نیز بر این باورند که امسال رونق صادراتی خواهیم داشت و ۳۱ درصد نیز اعلام کرده‌اند که محدودیت بیشتر صادراتی اعمال خواهد شد.

بر اساس مطالعه و پژوهش صورت گرفته، ۵۳ درصد از کارآفرینان بر این باورند که امسال کاهش تحریم‌ها رخ خواهد داد.



آمار تجارت خارجی کشور در فروردین ۱۴۰۱ اعلام شد

رکورد تراز تجاری در ابتدای بهار

در مقام مقایسه، در سال ۱۴۰۰ صادرکنندگان ایرانی در نخستین ماه سال ۸ میلیون و ۱۷۴ هزار تن کالای ایرانی به بازارهای هدف صادر کردند که ارزش آنها به ۲ میلیارد و ۹۴۴ میلیون دلار می‌رسید و در نخستین ماه سال ۹۵ که اولین سال بعد از اجرای برجام بود، صادرات به ۳ میلیارد و ۷ میلیون دلار رسید. اما نکته قابل توجه در صادرات فروردین ماه امسال، میانگین ارزش هر تن کالای صادراتی است. برآوردها نشان می‌دهد در اولین ماه سال ۹۸ میانگین قیمت هر تن کالای صادراتی ۲۹۷ دلار بود. در فروردین سال ۹۹ این رقم به ۳۰۸ دلار رسید و در اولین ماه بهار ۱۴۰۰ نیز هر تن کالای صادراتی به‌طور میانگین قیمتی معادل ۳۶۰ دلار داشته است، اما در فروردین سال ۱۴۰۱ به ازای صادرات یک تن کالا، به‌صورت میانگین، حدود ۵۰۰ دلار دریافت شده است. این موضوع نشان می‌دهد که در نخستین ماه امسال کالاهای ارزشمندتری به بازارهای هدف صادر شده است.

کشورهای عمده مقصد صادرات

در یک‌ماه نخست سال ۱۴۰۱ بیشترین میزان صادرات کشور به مقصدهای چین با رقمی بالغ بر یک میلیارد و ۲۹۱ میلیون دلار و سهم ۳۴/۹ درصد از کل ارزش صادرات، امارات با ۶۶۸ میلیون دلار و سهم ۱۸/۰۵ درصد، عراق با ۴۲۶ میلیون دلار و سهم ۱۱/۵۳ درصد صورت گرفته است.

واردات در فروردین ماه ۱۴۰۱

بر اساس آمارهای اعلام‌شده از سوی معاون گمرک ایران، در فروردین ماه امسال ۲ میلیون و ۲۵۲ هزار تن کالا از کشورهای مبدا به ایران وارد شده است که ارزش آن به ۲ میلیارد و ۸۲۴ میلیون دلار می‌رسد. در مقام مقایسه، واردات در فروردین ماه سال ۱۴۰۰ وزنی معادل ۲ میلیون و ۴۴ هزار تن داشته و ارزش آن نیز ۲ میلیارد و ۷۹۶ میلیون دلار ثبت شده است. ارزیابی آمارها بیانگر آن است که در فروردین امسال نسبت به نخستین ماه سه سال گذشته، واردات دارای بیشترین ارزش بوده است. در فروردین امسال میانگین ارزش هر تن کالای وارداتی ۱۲۵۳ دلار برآورد می‌شود. در یک‌ماه نخست سال ۱۴۰۱ کشور امارات با اختصاص رقمی بالغ بر ۷۷۸ میلیون دلار و سهمی در حدود ۲۷/۵ درصد از کل ارزش واردات، در جایگاه نخست کشورهای طرف معامله قرار گرفته است.

منبع: دنیای اقتصاد

تراز تجاری ایران در فروردین ماه امسال با سبقت ۸۷۵ میلیون دلاری صادرات از واردات، مثبت شد. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد این رقم نسبت به بازه مشابه در سال‌های ۹۸، ۹۹ و ۱۴۰۰ رکورد جدیدی را ثبت کرده و به بیشترین میزان خود طی سال‌های اخیر رسیده است. صادرات نیز در فروردین امسال نسبت به مدت مشابه سال‌های قبل (از سال ۹۴ تا ۱۴۰۰) بیشترین ارزش را ثبت کرده است.

رکورد تراز تجاری مثبت در فروردین ماه ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال‌های ۹۸ تا ۱۴۰۰ شکسته شد و صادرات در این ماه، فاصله قابل توجهی از واردات گرفت. در مجموع تجارت در فروردین ماه رکوردهای جدیدی را به ثبت رساند.

مقایسه آمار و ارقام تجارت خارجی کشور در چهار بازه زمانی مشابه، فروردین سال‌های ۱۳۹۸، ۱۳۹۹، ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱، نشان می‌دهد در سال ۱۴۰۱ صادرات نسبت به سه سال ماقبل خود بیشترین رقم را ثبت کرده است. نکته قابل توجه اینکه ارزش صادرات فروردین ماه حتی نسبت به نخستین ماه سال ۹۵ که سال نخست پس از اجرای برجام بوده نیز بیشتر است. بررسی آمارهای تجاری نخستین ماه از سال ۹۴ تا سال ۱۴۰۱ بیانگر این ادعاست. همچنین واردات نیز در این بازه زمانی به بیشترین رقم خود رسیده و بیشترین فاصله صادرات و واردات نیز در فروردین ۱۴۰۱ اتفاق افتاده است. بر این اساس بیشترین تجارت خارجی نیز در بین سال‌های مورد بررسی مربوط به فروردین امسال است. نکته دیگری که در ارزیابی آمارهای تجاری نخستین ماه امسال جالب توجه است، میانگین ارزش کالاهای صادراتی است که نشان می‌دهد در بین سال‌های ۱۳۹۸، ۱۳۹۹، ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ بالاترین ارزش هر تن کالای صادراتی مربوط به فروردین امسال است. بر اساس این گزارش صادرات فروردین ماه امسال از نظر وزنی با افت ۱۰/۱۶ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل روبه‌رو بوده در حالی که رشد ارزشی بیش از ۲۴/۵ درصدی را تجربه کرده است. واردات نیز از نظر وزنی نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد بیش از ۱۰ درصدی و از نظر ارزشی رشد نزدیک به یک‌درصدی داشته است.

صادرات در فروردین ماه ۱۴۰۱

صادرکنندگان در فروردین ماه امسال توانسته‌اند عملکردی معادل ۷ میلیون و ۳۲۴ هزار تن به بازارهای هدف داشته باشند. ارزش کالاهای صادر شده از سوی این گروه تجار، به ۳ میلیارد و ۶۳۳ میلیون دلار رسیده است.



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 دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی در رشته‌های مختلف نماید.

اعضای انجمن می‌توانند عناوین دوره‌های آموزش مورد نیاز منابع انسانی خود را کتبا به انجمن منعکس و یا به شماره واتساپ ۰۹۱۳۹۴۶۵۴۰۱ ارسال نمایند.





با همکاری:

SGS

تقویم آموزشی انجمن در

۶ ماهه اول سال ۱۴۰۱

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در نظر دارد در راستای اجرای مفاد تفاهم‌نامه فی مابین با مجموعه اس جی اس ایران لیمیتد اقدام به برگزاری دوره‌های مشترک آموزشی ویژه اعضای انجمن با تخفیف ویژه نماید. علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۸۸۵۱۲۱۲۷ تماس حاصل فرمایند.



اسامی دوره‌ها

- تشریح الزامات استاندارد BRC
- آشنایی با الزامات استاندارد BRC
- شاخص‌های ارزیابی زیست محیطی
- مدیریت زمان
- آموزش برای آموزش‌دهندگان Train The Trainer
- پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مبتنی بر استانداردهای بین‌المللی SA ۸۰۰۰
- مدیریت دانش
- کنترل فرآیند آماری SPC
- بکارگیری کارت امتیاز متوازن در سازمان BSC
- اصول و مبانی GMP
- روش‌های کاربردی در تفکر سیستمی
- مدیریت عملکرد سازمان
- تصمیم‌گیری بر اساس ساختاردهی به مسائل
- آشنایی با الزامات سیستم مدیریت رسیدگی به شکایات مشتریان
- تشریح الزامات عملیات خوب آزمایشگاهی GLP
- مدیریت ریسک کسب و کار
- تفکر مبتنی بر ریسک
- مدیریت بهبود فرآیندها
- صحت‌گذاری روش‌های آزمون
- آشنایی با FSSC ۲۲۰۰۰
- تشریح الزامات استاندارد بین‌المللی ایمنی فرآورده‌های غذایی IFS
- آشنایی با الزامات استاندارد بین‌المللی ایمنی فرآورده‌های غذایی IFS
- آشنایی با اصول GMP در صنایع غذایی
- آشنایی با Food Defence
- آشنایی با FSSC ۲۲۰۰۰
- تشریح الزامات Global Gap
- آشنایی با الزامات Global Gap

TRAINING



International
Organization for
Standardization

- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت زیست محیطی
ISO ۱۴۰۰۱ : ۲۰۱۵
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی
ISO ۴۵۰۰۱ : ۲۰۱۸
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت یکپارچه
IMS
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت انرژی
ISO ۵۰۰۰۱ : ۲۰۱۸
- تشریح الزامات و مستندسازی
ISO ۱۷۰۲۵ : ۲۰۱۷
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی
ISO ۱۷۰۲۵ : ۲۰۱۷
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت ایمنی مواد غذایی
ISO ۱۷۰۲۵ : ۲۰۱۷
- تشریح الزامات استاندارد سری‌های
ISO/TS ۲۲۰۰۲
- آشنایی با استاندارد سری‌های
ISO/TS ۲۲۰۰۱
- سیستم مدیریت کیفیت- رضایت مشتری- راهنماهایی برای پایش و اندازه‌گیری
ISO ۱۰۰۰۴ : ۲۰۱۸
- سیستم مدیریت کیفیت- رضایت مشتری راهنمایی‌هایی برای رسیدگی
به شکایات در سازمان‌ها
ISO ۱۰۰۰۲ : ۲۰۱۸
- ممیزی داخلی سیستم مدیریت امنیت اطلاعات
ISO ۲۷۰۰۱ : ۲۰۱۳

- سرممیزی سیستم‌های مدیریت کیفیت
ISO ۹۰۰۱ : ۲۰۱۵
- سرممیزی سیستم‌های مدیریت زیست محیطی
ISO ۱۴۰۰۱ : ۲۰۱۵
- سرممیزی سیستم‌های مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی
ISO ۴۵۰۰۱ : ۲۰۱۸
- سرممیزی سیستم مدیریت انرژی
ISO ۵۰۰۰۱ : ۲۰۱۸
- آشنایی با تغییرات استاندارد سیستم‌های مدیریت کیفیت
ISO ۹۰۰۱ : ۲۰۱۵
- مستندسازی و استقرار سیستم‌های مدیریت کیفیت
ISO ۹۰۰۱ : ۲۰۱۵
- آشنایی با تغییرات استاندارد سیستم‌های مدیریت زیست محیطی
ISO ۱۴۰۰۱ : ۲۰۱۵
- مقدمه‌ای بر سیستم‌های مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی
ISO ۴۵۰۰۱ : ۲۰۱۸
- تشریح الزامات و مستندسازی سیستم‌های مدیریت کیفیت
ISO ۹۰۰۱ : ۲۰۱۵
- تشریح الزامات و مستندسازی سیستم‌های مدیریت زیست محیطی
ISO ۱۴۰۰۱ : ۲۰۱۵
- تشریح الزامات و مستندسازی سیستم‌های مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی
ISO ۴۵۰۰۱ : ۲۰۱۸
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت انرژی
ISO ۵۰۰۰۱ : ۲۰۱۸
- تشریح الزامات و ممیزی داخلی سیستم‌های مدیریت کیفیت
ISO ۹۰۰۱ : ۲۰۱۵

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران شامخ اسفند ۱۴۰۰ را

۵۴/۷۴ واحد اعلام کرد

شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران در قله ۵ ماهه

در این میان، شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان پس از ۴ ماه ثبت رقم کمتر از ۵۰، به ۵۵/۴۴ واحد رسیده که بالاترین رکورد در ۶ ماهه اخیر محسوب می‌شود؛ اما همزمان شاخص انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده روی رقم ۳۵/۲۹ واحد ایستاده که کمترین میزان است. کاهش این شاخص در اسفند ۱۴۰۰ تا حدودی طبق روال سال‌های گذشته ناشی از تعطیلات فروردین‌ماه بوده؛ اما به نظر می‌رسد مصادف شدن تعطیلات نوروز با آغاز ماه مبارک رمضان و همچنین بلاتکلیفی فضای بین‌المللی در خصوص حصول توافق و کاهش اثرات تحریم بر اقتصاد کشور نیز بر کاهش این شاخص تأثیر داشته است.

شاخص مدیران خرید کل اقتصاد

طبق نظرسنجی انجام شده از بنگاه‌های اقتصادی کشور، شاخص مدیران خرید (تعدیل فصلی نشده) برای کل اقتصاد ایران در اسفند ۵۴/۷۴ به‌دست‌آمده و شاخص کل به بیشترین نرخ ۵ ماهه اخیر از مهرماه رسیده است و عدد شاخص تقریباً مشابه اسفندماه سال گذشته ۵۴/۷۳ است. در این ماه به‌غیراز میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی سایر مؤلفه‌های اصلی بالای ۵۰ ثبت شده‌اند.

گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از شامخ اسفند ۱۴۰۰ نشان می‌دهد: این شاخص در بالاترین رقم ۵ ماهه قرار دارد و تقریباً با اسفند ۱۳۹۹ برابر شده؛ اما شاخص انتظارات تولید برای ماه آینده به کمترین میزان از اسفند ۹۸ رسیده است. شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران (PMI) در اسفند ۱۴۰۰ به رقم ۵۴/۷۴ واحد رسیده که بالاترین رقم در ۵ ماه قبل از آن محسوب می‌شود و تقریباً در سطح اسفند سال قبل از آن ۵۴/۷۳ قرار دارد. از جمله نکات مهم گزارش شامخ اسفند ۱۴۰۰ این است که در این ماه از میان همه مؤلفه‌های اصلی شامخ، فقط شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی کمتر از ۵۰ واحد ثبت شده است. طبق اطلاعاتی که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در سی‌امین دوره گزارش شامخ منتشر کرده، در اسفند ۱۴۰۰، شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی ۴۴/۸۲ واحد بوده که یکی از کمترین مقادیر در ۱۷ ماه اخیر بوده است.

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

شاخص	دی ۱۴۰۰	بهمن ۱۴۰۰	اسفند ۱۴۰۰
شاخص کل	۴۶.۹۴	۵۱.۵۵	۵۴.۷۴
میزان فعالیت‌های کسب‌وکار	۴۷.۰۷	۵۵.۷۰	۵۸.۸۱
میزان سفارشات جدید مشتریان	۴۳.۱۴	۴۷.۹۰	۵۵.۴۴
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۲.۴۲	۵۵.۴۲	۵۹.۷۶
موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۴۳.۸۱	۴۷.۲۹	۵۴.۷۴
میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی	۴۹.۹۱	۵۱.۰۵	۴۴.۸۲
قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری شده	۷۵.۶۸	۷۳.۶۵	۷۸.۴۷
موجودی محصول نهایی در انبار یا کارهای معوق	۵۰.۰۰	۵۱.۷۶	۵۰.۸۳
میزان صادرات کالا یا خدمات	۴۷.۱۴	۴۸.۵۱	۵۴.۰۲
قیمت محصولات تولیدشده و خدمات ارائه شده	۵۸.۲۵	۵۴.۳۷	۵۷.۹۷
مصرف حامل‌های انرژی	۶۹.۸۳	۵۵.۱۷	۴۸.۴۸
میزان فروش کالاها یا خدمات	۴۷.۶۱	۵۰.۶۶	۵۵.۳۷
انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده	۵۸.۳۷	۶۱.۷۷	۳۵.۲۹

جدول ۲: شاخص صنعت - شاخص مدیران خرید (PMI) اسفند ۱۴۰۰

شاخص	دی ۱۴۰۰	بهمن ۱۴۰۰	اسفند ۱۴۰۰
شاخص کل صنعت	۵۰.۳۱	۵۱.۵۰	۵۶.۴۳
مقدار تولید محصولات	۵۰.۵۴	۵۰.۵۷	۵۶.۷۹
میزان سفارشات جدید مشتریان	۴۴.۹۰	۴۸.۸۳	۵۹.۹۲
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۷.۵۰	۵۹.۸۴	۶۵.۱۴
موجودی مواد اولیه خریداری شده	۴۶.۲۱	۴۸.۸۶	۵۱.۶۰
میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی	۵۴.۷۹	۵۱.۷۵	۴۶.۶۱
قیمت خرید مواد اولیه	۷۵.۹۱	۷۳.۴۸	۷۵.۴۷
موجودی محصول نهایی در انبار	۵۳.۱۴	۵۳.۸۰	۴۲.۵۱
میزان صادرات کالا	۴۹.۴۳	۵۱.۸۶	۵۳.۰۲
قیمت محصولات تولیدشده	۵۷.۵۵	۴۹.۵۳	۵۸.۳۷
مصرف حامل های انرژی	۶۰.۹۹	۵۷.۵۳	۵۳.۰۵
میزان فروش محصولات	۴۵.۶۳	۴۶.۴۳	۵۹.۶۹
انتظارات تولید در ماه آینده	۶۲.۰۵	۶۱.۴۱	۳۴.۸۰

شرکت‌ها برای جبران هزینه‌ها ناچار به تعدیل نیرو در بعضی از واحدهای اقتصادی شوند.

شاخص قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری شده ۷۸/۴۷ در اسفندماه به بیشترین مقدار ۳ ماه اخیر رسیده است. شاخص قیمت فروش محصولات تولید شده یا خدمات ارائه شده نیز ۵۷/۹۷ نسبت به بهمن‌ماه افزایش داشته است.

همچنین بر اساس آخرین گزارش مرکز آمار ایران در اسفندماه، عدد شاخص کل برای خانوارهای کشور به ۴۰۱/۵ رسیده که نسبت به ماه قبل ۱/۳ درصد افزایش نشان می‌دهد.

انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده ۳۵/۲۹ به کمترین میزان از اسفند ۱۳۹۸ رسیده است، کاهش این شاخص در اسفندماه، طبق روال سال‌های گذشته به دلیل تعطیلات فروردین‌ماه (اثرات فصلی) است که مصادف شدن آن با ماه مبارک رمضان و بالاترین روابط بین‌المللی در کاهش بیشتر نرخ این شاخص تأثیرگذار بوده است.

هرچند بر اساس نظرسنجی انجام شده از فعالان اقتصادی در اسفندماه، شاخص مدیران خرید، نشان‌دهنده رونق فعالیت‌ها مشابه اسفندماه سال قبل است، اما بسیاری از فعالان اقتصادی در اسفندماه به دلیل عدم وجود تناسب بین افزایش قیمت نهادهای تولید (از قبیل دستمزد، قیمت انرژی، قیمت مواد اولیه و تجهیزات) و قیمت فروش، با افزایش شدید هزینه‌ها روبه‌رو هستند.

در اسفندماه اکثر فعالان اقتصادی در هر سه بخش اقتصادی وضعیت را بهتر از ماه قبل ارزیابی کرده‌اند.

شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار در اسفندماه ۵۸/۸۱ نسبت به بهمن‌ماه افزایش داشته و به یکی از بیشترین مقادیر خود طی ۳۰ ماه گذشته از ابتدای شروع طرح رسیده است.

شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان ۵۵/۴۴ در اسفندماه پس از ۴ ماه ثبت رقم کمتر از ۵۰، به بیشترین مقدار ۶ ماهه اخیر رسیده است. اگرچه به عقیده فعالان اقتصادی تقاضا همچنان متأثر از تورم و بالاترین فضای بین‌المللی به مقادیر واقعی و باثبات خود نرسیده است.

شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده ۵۴/۷۴ بعد از ۶ ماه روند کاهشی در اسفندماه به بیشترین مقدار خود از ابتدای شروع طرح رسیده است. البته این افزایش بیشتر متأثر از بخش خدمات و کشاورزی بوده است و در بخش ساختمان شاخص با کاهش زیادی همراه بوده است.

شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی ۴۴/۸۲ در اسفندماه به یکی از کمترین مقادیر خود طی ۱۷ ماه اخیر رسیده است. این شاخص در هر سه بخش اقتصادی با کاهش همراه بوده و بخش خدمات و کشاورزی بیشترین کاهش را داشته است. به عقیده فعالان اقتصادی افزایش هزینه‌های نهادهای تولید و ارائه خدمات از جمله دستمزدها، قیمت انرژی و تجهیزات باعث شده تا

شاخص میزان فروش محصولات ۵۹/۶۹ طی ۱۰ ماه اخیر به بیشترین میزان خود رسیده است اما در مقایسه با رشد این شاخص در اسفند ۱۳۹۹ مقدار کمتر را ثبت کرده است. فعالان اقتصادی کاهش قدرت خرید و تقاضا و سردرگمی ناشی از تصمیمات بین‌المللی را دلیل کمتر بودن تمایل به خرید مشتریان عنوان کرده‌اند.

شاخص انتظارات تولید در ماه آینده ۳۴/۸۰، انتظار منفی فعالان را به کاهش در تولید فروردین نشان می‌دهد که علاوه بر تعطیلات فروردین مصادف شدن با ماه مبارک رمضان و بلا تکلیفی در روابط خارجی در تشدید آن مؤثر بوده است. تقریباً فعالان اقتصادی در همه رشته فعالیت‌ها به‌جز صنایع کانی غیرفلزی و سایر صنایع، انتظارات منفی برای فروردین‌ماه دارند.

به‌طور کلی در اسفندماه، شاخص میزان استخدام نیروی کار در اکثر رشته فعالیت‌ها با کاهش روبه‌رو بوده است. از سوی دیگر با افزایش قیمت نهاده‌های تولید (دستمزدها، قیمت انرژی، تجهیزات و...)، تولیدکنندگان برای جبران هزینه‌های تولید ناچار به تعدیل نیروی کار هستند. همچنین بسیاری از تولیدکنندگان با معضلات و قوانین دست و پاگیر در فرآیند ثبت سفارش و صادرات روبه‌رو هستند که بدون در نظر گرفتن شرایط و چالش‌های موجود آنها صورت می‌گیرد.

مشکلات اصلی از دید برخی از فعالان اقتصادی در اسفندماه ۱۴۰۰

- به‌رغم افزایش قیمت خرید مواد اولیه، قطعات، سوخت و دستمزد نیروی کار از سوی برخی از تشکل‌ها، هنوز اجازه افزایش قیمت‌ها به تولیدکنندگان داده نشده، در صورت ادامه همین روند برخی از تولیدکنندگان ناچار به تعدیل نیروی انسانی یا حتی تعطیلی برخی از خطوط برای پایین آوردن هزینه‌ها خواهند شد. (صنایع کانی غیرفلزی)

- عدم دسترسی به سیستم بانکی سوئیفت و ضعف بسیار در نقل و انتقالات بین‌المللی باعث شده تا بسیاری از تولیدکنندگان در صادرات به خارج از کشور دچار ریسک‌های زیادی شوند و در بسیاری از موارد، طلب خود را با تأخیر یا بعضاً به ریال دریافت می‌کنند که با توجه به ثبت صادرات در سامانه جامع تجارت و الزام به بازگرداندن ارز حاصل از صادرات ناچارند ارز را در بازار آزاد در شرایط بی‌ثبات ارزی تهیه کنند که گاهی با قیمت‌های بالاتر بوده و متحمل ضرر مالی می‌شوند. (صنایع کانی غیرفلزی)

- با توجه به برداشته شدن ارز دولتی برای بسیاری از صنایع، سهولت دسترسی به تسهیلات بانکی برای بسیاری از تولیدکنندگان در تأمین مواد اولیه مؤثر است (صنایع لاستیک و پلاستیک)

- افزایش قیمت گندم در سطح جهانی ناشی از جنگ بین دو تولیدکننده بزرگ این کالا یعنی روسیه و اوکراین باعث افزایش قیمت شدید گندم شده است، از طرفی بی‌آبی نیز تولید داخل را تحت تأثیر قرار داده که تأمین‌کنندگان این کالا خواستار تسهیلات بانکی با توجه به افزایش شدید قیمت آن هستند. (محصولات غذایی، بازرگانی عمده کالا)

- افزایش قیمت‌های مواد اولیه به‌خصوص در بورس کالا، تولیدکنندگان را با مشکل تأمین مواد روبه‌رو کرده است. (صنایع شیمیایی)

باین‌حال، هم طرف عرضه و هم طرف تقاضا منتظر نتایج برجام و خوش‌بین به تأثیر نتایج مثبت آن بر گشایش فضای اقتصادی و به‌تبع آن سهولت در انجام مبادلات خارجی خود هستند.

شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت در اسفندماه عدد ۵۶/۴۳ به‌دست‌آمده است. رشد شاخص بخش صنعت، در مقایسه با اسفند سال ۱۳۹۹ (۵۷/۲۹) اندکی کمتر است. در اسفندماه در میان مؤلفه‌های اصلی، فقط شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی عدد زیر ۵۰ را به ثبت رسانده است. همچنین صنایع لاستیک و پلاستیک کمترین و چوب، کاغذ و مبلمان بیشترین عدد شاخص کل را به ثبت رسانده‌اند.

شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعت در اسفندماه ۵۶/۷۹ طی ۳ ماه اخیر به بیشترین مقدار خود رسیده است و تقریباً مشابه اسفند سال قبل بوده است.

شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در اسفندماه ۵۹/۹۲ نسبت به ماه قبل افزایش داشته و به بیشترین مقدار ۱۰ ماهه خود رسیده است، اگرچه این شاخص نسبت به اسفند ۱۳۹۹ عدد کمتری داشته است. به عقیده فعالان اقتصادی فشاری تورمی در بازار و بلا تکلیفی سیاست بین‌المللی باعث شده تا طرف تقاضا به میزان مورد انتظار تقاضای خرید نداشته باشد.

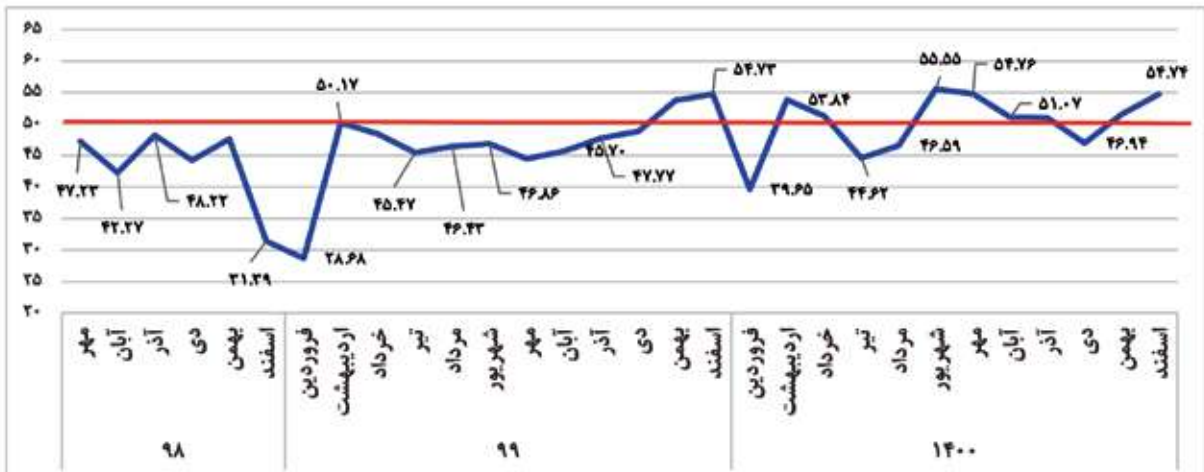
شاخص موجودی مواد اولیه در اسفندماه ۵۱/۶۰ به بیشترین مقدار ۳ ماهه اخیر رسیده است. اندکی ثبات در نرخ ارز باعث شده تا صنایع راحت‌تر بتوانند مواد اولیه موردنیاز خود را تأمین کنند.

شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی ۴۶/۶۱ طی ۲۳ ماه اخیر به یکی از کمترین مقادیر خود رسیده است. به عقیده فعالان اقتصادی بخش صنعت، از یک‌سو بخشی از این کاهش شاخص ناشی از افزایش شدید هزینه نهاده‌های تولید و کاهش نیروی انسانی برای جبران هزینه‌ها و از سوی دیگر بخش دیگری از آن به دلیل عدم تمایل نیروی کار به اشتغال در خطوط تولید است که باعث کاهش این شاخص هم از طرف کارفرما و هم نیروی کار شده است.

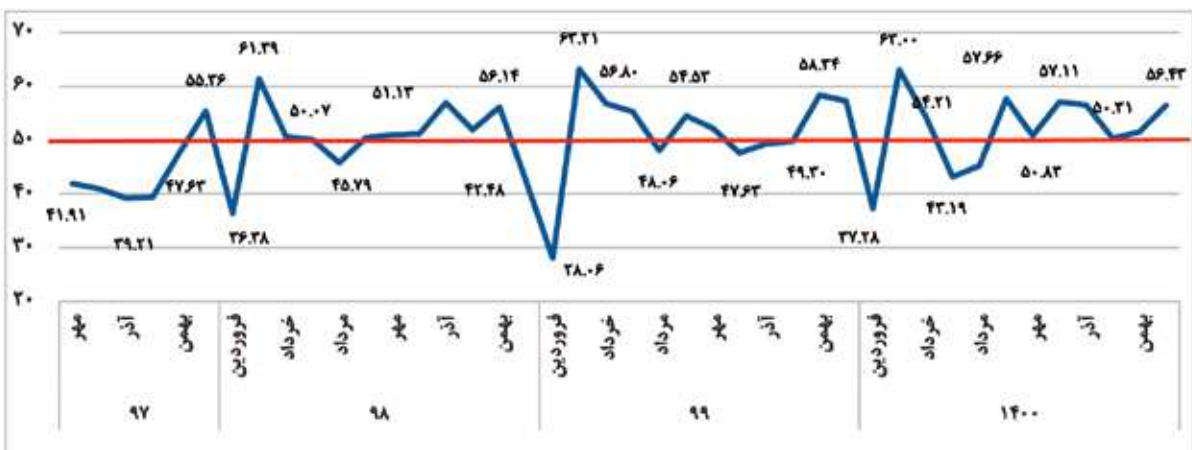
شاخص میزان صادرات کالا ۵۳/۰۲ به بیشترین مقدار طی ۳ ماه اخیر رسیده است، شاخص صادرات صنایع غذایی بیشترین مقدار را در میان صنایع مختلف در اسفندماه داشته است.

شاخص موجودی محصول نهایی در انبار ۴۲/۵۱ کاهش داشته است. از یک‌سو رشد بیشتر شاخص میزان فروش ۵۹/۶۹ نسبت به شاخص تولید ۵۶/۷۹ و از سوی دیگر افزایش در میزان تقاضا در کاهش موجودی محصول نهایی در انبار مؤثر بوده است.

نمودار ۱: مقایسه شاخص کل اقتصاد



نمودار ۲: مقایسه روند شاخص بخش صنعت



5M در تبلیغات لوازم خانگی

قبل از اینکه وارد حیطه تبلیغات لوازم خانگی شویم، بهتر است اهمیت این نوع تبلیغ را برای خودمان مشخص کنیم. همان طور که می دانیم لوازم خانگی توسط برندها و نام های تجاری گوناگونی تولید و به بازار عرضه می شود. برخی برندها معروف تر بوده و بر بازار سیطره دارند و ممکن است برند مورد نظر ما از این برندها نباشد. بنابراین اگر دست نجنبانیم خیلی زود ممکن است متحمل ضرر شده و از دور رقابت خارج شویم و چه چیز بهتر از تبلیغات صحیح می تواند مانع از بروز چنین اتفاقی شود؟

با تبلیغات است که می توانید به سادگی مارک و برند خود را به مردم شناسانید. مزایا و ماندگاری آن را گوشزد کرده و با تداوم این روند مشتری را به خرید از خودتان ترغیب کنید. حتی می توانید به تبلیغات مانند یک همکار و دستیار فروش خوب نگاه کنید! گام دوم: باید پیام تبلیغ خود را مشخص کنید

قبل از هر چیز باید مشخص کنید که مصرف کنندگان شما دقیقا از کدام قشر هستند؟ بازار هدفتان داخل کشور است یا خارج کشور؟ خانگی یا صنعتی؟ مخاطب خود را مشخص کنید و بر این اساس با او ارتباط برقرار کنید. صریح و شفاف باشید تا پیام شما به درستی منتقل شود. به علاوه تبلیغات شما باید جدید و به روز و همین طور کوتاه باشند.

نقاط قوت محصولات خود را مشخص کنید و از آن در مدل تبلیغ خود نهایت استفاده را ببرید. مثلا ضمانت نامه، خدمات حمل رایگان برای کالاها، تخفیف یا هر وجه تمایز دیگری که مابین شما و رقیبانان هست را ذکر کنید تا مشتری ترغیب شود که کالای شما گزینه بهتری برای خرید است. و در تمامی این موارد باید صریح و صادق باشید. به عبارتی وعده ای بدهید که توان انجام آن را داشته باشید.

یکی از بهترین روش ها در تبلیغ این است که بیشتر به عنوان یک مشاور در کنار مشتری قرار بگیرید تا یک فروشنده. اگر از لحظه اول حرف از فروش به میان آید بیشتر حس بی اعتمادی ایجاد می شود. با بیان کارکردها، ویژگی ها و خصوصیات محصول در گام اول اعتماد سازی شده و مشتری هم بیشتر به خرید ترغیب خواهد شد.

برای برنامه ریزی تبلیغاتی الگوهای گوناگونی وجود دارد، که شاید بتوان گفت معروف ترین آن 5M است. اگر برایتان سوال شده که 5M چیست؟ در ادامه این نوشتار با ما همراه شوید.

اصولا 5M به 5 کلمه لاتین اشاره دارد که نقش بسیار مهمی در فرآیند تبلیغات ایفا می کنند. اول هدف (Mission)، دوم پیام تبلیغ (message)، سوم رسانه (media)، چهارم هزینه تبلیغ (money) و در نهایت پنجم ارزیابی و مقایسه (measurment).

به طور خلاصه، این 5 عامل مسیر یک راه تبلیغاتی صحیح

و اصولی را برای کسب و کار شما مشخص می کنند. به این معنی که شما قبل از هر چیز باید هدف گذاری کنید و یا به عبارتی مشخص کنید که اصلا هدفتان از این برنامه تبلیغاتی چیست؟ در وهله دوم برای هدف گذاری که کرده اید یک پیام مشخص و واضح در نظر می گیرید. پس از عبور از دو مرحله یاد شده، نوبت به این می رسد که مشخص کنیم بهترین راه جهت رساندن پیام ما به مخاطب چه نوع رسانه ای است. و چقدر برای ما هزینه دارد این انتقال پیام. بعد از عبور از مراحل یاد شده باید ارزیابی کنیم که چقدر تبلیغات ما موفق بوده و یا به عبارتی چقدر به اهداف اولیه خود نزدیک شده ایم.

تا اینجا با مدل تبلیغاتی 5M آشنا شدیم، اما آیا قضیه به همین سادگی است؟ آیا هر تبلیغی با ورود به این مسیر و طی کردن آن موفق خواهد بود؟ بگذارید همه آنچه به طور خلاصه بیان شده است را در قالب یک مثال واقعی توضیح دهیم. شاید یکی از چالش برانگیزترین حیطه های تبلیغاتی لوازم خانگی باشد، از این رو می تواند مثال بسیار مناسبی برای 5M هم باشد.

کسانی که در حیطه لوازم خانگی فعالیت می کنند، اگر بخواهند به سود برسند باید بتوانند با استفاده از تبلیغات مردم را به خرید از خود تشویق و ترغیب کنند. اما برای رسیدن به چنین هدفی باید چه کنند؟ چه تبلیغی موثرتر است و چطور لوازم خانگی خود را تبلیغ کنند تا مشتری خرید کند؟



امیر حسین الماسی

دکترای مدیریت سیاست گذاری بازرگانی
مشاور مدیریت استراتژی بازاریابی



گام سوم) بررسی نقش رسانه در بازار داغ تبلیغات

شما از انواع روش‌ها برای رسانیدن تبلیغات خود می‌توانید استفاده کنید. از طراحی بره‌های جذاب با رنگ‌های روشن گرفته تا طراحی سایت، تبلیغ آنلاین لوازم خانگی، برگزاری مدام رویداد و رونمایی از محصولات جدید، پیشنهادات فروش استثنایی مانند فروش کالا به صورت مجموعه‌ای، استفاده همه‌جانبه از رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی آنلاین و ...

اینکه کدام یک از این گزینه برای کسب‌وکار شما و محصولات شما مناسب‌تر است را صرفاً نوع نگاه شما، هزینه‌ای که می‌کنید، نوع محصولات‌تان و همین‌طور کمپینی که در اختیار دارید تعیین می‌کند. آنچه مسلم است شما می‌توانید به سادگی و با کمترین هزینه تعداد زیادی از این روش‌ها را برای تبلیغات موثر و برندینگ محصولات لوازم خانگی خود به کار بگیرید و نتیجه مطلوبی نیز به دست آورید.

در بین موارد یاد شده رسانه‌های اجتماعی یکی از پرقدرت‌ترین و در عین حال مقرون به صرفه‌ترین ابزارهای تبلیغات لوازم خانگی است. چرا که هر نوع عکس و سایر محتواهای مرتبط با انواع محصول و لوازم خانگی که در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شود تاثیر شگفت‌انگیزی بر روی کسب‌وکار خواهد داشت. چرا که غالب مشتریان در رسانه‌های

اجتماعی حضور چشمگیر دارند و بنابراین سهولت دیده شدن به کمک شما و برندتان خواهد آمد.

هزینه‌ها و بودجه‌بندی تبلیغات

برحسب توانایی مالی ممکن است هر بودجه‌ای را برای هزینه‌ی تبلیغات در نظر بگیرید که حین کار افزایش یا کاهش یابد. می‌توانید هزینه را بر مبنای درصدی از فروش تعیین کنید. به این معنی که هر چقدر فروش داشتید بخشی از آن را به تبلیغات اختصاص دهید. در یک روش دیگر می‌توانید نحوه‌ی تبلیغ رقیبان خود را بررسی و بر مبنای آن بودجه تبلیغات خود را مشخص می‌کنید.

شما می‌توانید هر روشی انتخاب کنید و یا حتی به دلخواه یک مبلغ را برای تبلیغات کنار بگذارید اما منطقی‌ترین روش این است که نیاز کسب‌وکار خود را در نظر بگیرید و بر مبنای آن بودجه‌بندی تبلیغات را انجام دهید.

تحلیل و بررسی

تا اینجای کار شما تمام مراحل را پیش رفته‌اید و حتی تبلیغ را هم انجام داده‌اید. در این مرحله باید اشتباهات تبلیغاتی خود را مشخص کنید، نقص‌ها را برطرف کنید و سعی کنید استراتژی‌های بهتری را جهت رسیدن به نتیجه مورد نظر خود به کار

بگیرید. این ارزیابی‌ها باعث می‌شود دید شما نسبت به کسب‌وکار خودتان، بازار هدف و رقیبانتان بازتر شود. توجه داشته باشید که رشد کردن و برند شدن بدون تبلیغ اصولاً امکان‌پذیر نیست.

سخن آخر

موفقیت در تبلیغات لوازم خانگی، برندینگ و همین‌طور هدف نهایی که فروش است نیازمند یکسری اطلاعات صحیح از روند انجام این کار است. آنچه اهمیت دارد این است که در تبلیغات و به‌ویژه تبلیغات برای لوازم خانگی صرفاً هدف خود را نباید بر فروش کالا قرار دهیم. چرا که در این صورت مسیر ما مانند تمامی برندهای لوازم خانگی و فروشگاه‌های خرد می‌شود که صرفاً هدف نهایی‌شان فروش است. برای خود چشم‌انداز آتی تعیین و اهداف درازمدت را دنبال کنید. یک تبلیغ زمانی به موفقیت کامل می‌رسد که خدمات درستی هم ارائه شود. به عبارتی می‌توان به کالارزشی اضافه کرد تا مشتری تجربه خوشایندی از خرید داشته باشد. فروش در دنیای امروز نیازمند استراتژی صحیح است. پس از همین امروز برنامه‌ریزی برای برندینگ کالاهای خود را شروع کنید.



روش‌های تمایز یک برند در سال ۱۴۰۱

آیا بی‌طرفانه و صادقانه گفته شده یا سوءگیری شده است، آیا به اندازه کافی مطلب در خصوص موضوع نگارش شده یا اینکه بیش از حد مطلوب و پرگویی شده است، آیا به فرعیات بیش از موضوع اصلی پرداخته شده است؟

اگر موارد بالا برای شما هم مصداق دارد، یعنی در انتقال و القاء به مشتریان برای رفع نیازشان دچار مشکل هستید، برای رفع این چالش نقشه سفر مشتری یک راهکار عملی و علمی است که تمرکزتان را روی مشتریان دوچندان می‌کند.

نقشه سفر مشتری با همسو کردن تیم‌های داخلی و تمرکز فعالیت‌ها بر مدار نیازهای مشتری، فروش، بازاریابی و پشتیبانی پس از فروش امکان انتقال اطلاعات مورد نظر را قبل از انجام خرید برای مشتری مهیا می‌کند. به چه فاکتورهایی بعد از از خرید نیاز دارند، و داستان برند شما که توسط ابزار بازاریابی قابل روایت است تا تعامل لازم را با شما حفظ کنند.

نقشه سفر مشتری چیست؟

تمامی نقاط تماسی که مخاطبان و مشتریان با برند شما ارتباط برقرار می‌کنند تا نیازهای خود را برطرف کنند.

مسیر و اقداماتی که قدم به قدم به خرید نهایی منجر شود. به تعبیری محل تلاقی کال تو اکشن‌های سازمان شما با نیازهای مشتری است. اینکه از نگاه مشتری روی کسب و کار خودمان متمرکز شویم و دلیل و چرایی خرید آنها را بررسی و تحلیل کنیم، یعنی ما به عنوان صاحب برند و کسب و کار چه انتظاراتی یا رفتاری را از مشتریان داریم؟

کلید موفقیت فعالان بازاریابی محتوایی و اولین گام خلق تمایز در کسب‌وکار و برند تلاقی سه فاکتور زیر است:

۱- استراتژی برند

۲- پرسونای مشتریان

۳- نقشه راه مشتریان

یک نقشه سفر مشتری باید به وضوح نیازهای گروه‌های مشتری را تعیین کند و در طول اجرا (با ارزیابی مستمر فیدبک‌ها) با تعهد به رفع نیاز مشتری، تولید مستمر محتوای اثربخش را تا ارتقای میزان تعامل در پیش بگیرد. با این روش اتفاق منحصر به فرد و جذابی که برای شما پدیدار می‌شود، عناوین و موضوعاتی است که در چرخه محتوایی شما مغفول واقع می‌شده و مشتری به تعبیری تشنه این دست از موضوعات و محتوا بوده است (موضوعات و عنوان‌های محتوایی طلایی).

چرا صدا و لحن برند شما مهم است؟

اگر متن و محتوای شما در فضای آنلاین و آفلاین و حتی در بیلبوردهای تبلیغاتی بدون درج «برند» منتشر شود، مخاطب و مشتری شما شناسایی می‌کند؟ صدا و لحن برند به شما کمک می‌کند تا در نگاه مشتری منحصر به فرد شوید.

اولویت‌بندی محتوا الزام کسب‌وکار:

کسب و کار شما در فضای رقابتی با هر یک از اتفاقات خارجی و داخلی زیر به راحتی تمرکز و اولویت‌های خود را از دست خواهد داد.



سهراب چینی‌فروشان

متخصص و مشاور مارکتینگ

مدیرعامل گروه مشاوران آریا

آیا برای رسیدن به مقصد در حین رانندگی از اپلیکیشن ویز یا مسیریاب‌های دیگر استفاده می‌کنید؟

اکثر ما به استفاده از مسیریاب عادت کرده‌ایم و بهترین روش برای رسیدن به موقع و در زمان مقرر به مقصد مشخص است.

با این وجود فعالان بازاریابی به ندرت برای تولید محتوا، نقشه سفر مشتری طراحی می‌کنند!

این نقشه بهترین و موثرترین روش برای تارگت کردن (ری تارگت) مشتریان بر اساس نیازشان است (اهداف مارکتینگ).

ضمناً این فرآیند به شما کمک می‌کند تا راهبری و مدیریت تیم شما به درستی و متناسب با نوع تولید محتوا (بر اساس کسب و کار و پرسونای مشتری) انجام شود. در نهایت کمک قابل توجهی به تبدیل بازدیدکنندگان وبسایت و سوشال مدیا به مشتری توسط سیکل فروش خواهد کرد.

نقشه سفر مشتری ممکن است در نگاه اول وقت‌گیر و دردرس‌ساز به نظر برسد، اما به هیچ وجه اینطور نیست.

چرا داشتن نقشه راه مشتری الزامی است؟

دیدن ارزش برندان از منظر مشتریان کمک می‌کند تا تجربه تولید محتوای شما هر چه بیشتر در جهت مشتری‌محور شدن سوق پیدا کرده و تکامل یابد. اهمیت این موضوع با علم به رفتار گزینشی مشتریان دو چندان می‌شود، رفتار گزینشی به این معنی که علاقه‌مندی مشتری به انتخاب و تحقیق در مورد برند و کالا اتفاقی درونگراست و بر اساس تحقیقات «تراست ریدیوس» ۸۷ درصد از خریداران راغبند تا شخصاً قسمتی و یا تمام مراحل سفر مشتری (فرآیند خرید) را انجام دهند و ۵۷ درصد از خریداران قبل از مراجعه حضوری برای خرید تصمیم خرید را گرفته‌اند یعنی بدون هیچ سوالی از فروشنده، فرآیند خرید انجام می‌شود. بخش قابل توجهی از مشتریان در سگمنت ریتیل حوصله کمی برای اختصاص زمان به مطالعه محتوا و تجربه مواجهه با خروجی مارکتینگ جهت دسته‌بندی پیام برند و اهداف مارکتینگ شما دارند، بنابراین هنر شماست که در زمان درست پیام مناسب به مشتری هدف و به موثرترین روش ممکن کالا و سرویس خود را عرضه شود.

برای اجرای موارد گفته شده در بازاریابی محتوایی ضروری است تا ارزیابی و تحلیل محتوا قبل از انتشار به عادت جدید و مفید سازمان شما تبدیل شود. با پیاده‌سازی این روش است که عنوان‌های مغفول مانده و همچنین نقاط قابل بهبود برای فعالان بازاریابی محتوای سازمان‌تان روشن می‌شود. نکاتی از قبیل اینکه:

-ترند جدید (رقبا، اکوسیستم)

-سوشال مدیا و پلتفرم‌های جدید

-ایده‌های بازاریابی همکاران و دوستان

-چند گام برای طراحی و ساخت صدای برند -

لحن کسب‌وکار /سازمانی

• مرور و بررسی محتوای تولید شده در بازه زمانی مطلوب و دسته‌بندی و تحلیل محتوا به ۳ دسته اصلی، محتوای کپی شده از رقبای را جدا کنید و به هیچ وجه استفاده نکنید. موضوعات را به ویژگی‌های برند خود متمرکز و محدود کنید که منحصر به برندتان باشد. نمونه‌ای از لحن‌های مورد نظرتان را روی وایت‌برد بنویسید و آنهایی که با هم هارمونی دارند را در یک گروه قرار دهید.

• برند وویس (صدای برند) را در سه کلمه شرح دهید:

• اگر برند شما یک شخص بود (پرسونا) چه ویژگی، سلیقه، سبک زندگی داشت؟ اگر رقبای شما به شخصیت تشبیه می‌شدند، چطور؟ برای هدفمند کردن این مرحله به ۳ دسته خصوصیت گسترده زیر توجه کنید:

- پرشور

- دمدمی

- معتبر

به کار بردن خصوصیات ۳گانه در نحوه ایجاد

تعامل با مخاطب چه تاثیری دارد؟ تفسیر و تعبیر مشتری چیست؟

نمود و تاثیر این کلمات در ذهن مخاطب چیست؟ برای درک بهتر این نوع روش مثال زیر را انجام دهید:

پرشور: احساسی، برون‌گرا، از صمیم قلب مشتاق

دمدمی: بی‌احترامی، مخالفت، غیرمنتظره ...

معتبر: حقیقی، قابل اعتماد، متعهد، راهبر...

با گسترش دایره لغات بر مدار خصوصیات سه‌گانه درک بهتری از واکنش و برداشت‌های احتمالی مخاطب /مشتری خواهید داشت.

• نیاز به ساخت یک ابزار ضروری و مرجع به نام جدول برند ویس دارید.

اقدام پیشگیرانه برای اطمینان استفاده مستمر از صدای برند یکتای شما در استفاده مستمر از این ابزار از اهمیت بالایی برخوردار است.

به جدولی که در پایان متن آمده است، توجه کنید.

• انسجام و یکپارچگی صدای خلق شده

قرار نیست مشتری و مخاطب با تغییر لحن شما مواجه شود.

• ساخت لوپ برای جدول صدای برند .

هر از چندگاهی با ورود رقبای جدید یا تغییر در

مدل کسب‌وکار/ پیام برند شما نیاز به بازبینی و

طراحی مجدد دارد یا در انتخاب ویژگی‌های صدای

برند دقیق عمل نکرده باشید که بر اساس فیدبک از مخاطبان و سایر معیارهای سنجش تصمیم می‌گیرید کلیدواژه یا خصوصیتی را تغییر دهید. فعالان بازاریابی و تولید محتوا باید با این چرخش و تغییر زاویه دید از تفکرات درون‌گرای خود خارج شده تا برند و کسب‌وکارشان را با رویکرد برون‌گرای مشتری ارزیابی کنند تا محتوای اثربخشی را متناسب با نیاز هر یک از گروه‌های مشتری تولید کنند.

هر چند بازاریابی آفلاین به واسطه اعتباری که دارد برای برندسازی از جایگاه بالاتری نسبت به بازاریابی آنلاین برخوردار است، اما برندینگ آنلاین با تارگت و تمرکز بالاتر بر مشتریان هدف از عملکرد بهتری بهره‌مند است. در ایران مدل‌ها و استراتژی‌های بازاریابی کمتر کارکرد دارد نه به این خاطر که این اصول در ایران صدق نمی‌کند! بلکه به دلیل عدم شناخت درست از رفتار مصرف‌کننده و مشتری است که تحقیقات بازار علمی در این زمینه انجام نمی‌شود و یا اگر انجام می‌شود عمده تصمیمات احساسی، شمی و با انتخاب معیارهای نادرست صورت می‌گیرد.

لحن محتوا/ ویژگی صدای برند	توضیحات	کارهایی که باید انجام دهیم	کارهایی که نباید انجام دهیم
هوشمند	• ما سازمان تکنولوژی‌محور یا تجربه و جزو رهبران بازار هستیم که از منابع معتبر علمی و تحلیلی استفاده کنید • به اشتراک گذاری نمونه کار های موفق	• استفاده و یا اشاره به تیرها و عناوین محتوای رقبا • استفاده از بانه یا غیر در مورد فکت ها • همراهی با ترند (هم آهنگ شدن با بلیه) بدون بولد کردن نقطه نظر	
پیشرو	• ما شرکای تجاری استراتژیک سازمان ما هستیم که از طریق در ایجاد تعامل با مشتری/مخاطب فوق حرفه ای باش • بازاریابی محتوایی، کمک به رشد و موفقیت شما می کنیم • تکنیک های بازاریابی را با اهداف کسب و کار همسو کن • تمرکز بر رویکرد غیر تجاری	• رویکرد رابطه یک سوچه و غیر تعاملی • تولید محتوا بدون هدف و اقدام • از تباطد بالا به پایین	
کنشگر	• ما به طور روایتی در پی ایده های و ابزار جدید هستیم تا • به مشتریان کمک کنیم تا منابع انسانی متد به تعامل اثر بخش با فرهنگ کاری بالا به کتر گیرند. • تحلیلات تحلیلات تحلیلات !	• از مشتریان/مخاطبین سوال کنید • با افراد متخصص و فرسخانه مصاحبه کنید و دستاورد آنها را بولد کنید.	• به عنوان همه چیز دان ظاهر شوید • مشغول سبک کاری رایج شوید.
راهبر	• ما به شما کمک میکنیم تا موفق شوید. ما در کنار شما هستیم . • ترکیب کردن استراتژی و تکنیک • توضیح افادامت و پایه های بعدی و به کتر گیری مبتنی و اجرایی کردن آن	• ارائه خط مافی و مشاورت حاکم • ترکیب کردن استراتژی و تکنیک • توضیح افادامت و پایه های بعدی و به کتر گیری مبتنی و اجرایی کردن آن	• مبهم بودن • اطلاعات و گفتار سرپوشیده • ذهنیت سازی برای لاینحل بودن موضوعی • منتشر کردن محتوایی که فقط در قبال دریافت پول و تبلیغ انجام می دهید. • محتوای "خوب که چی؟" منتشر کنید Meh content.



انحطاط اقتصاد با قیمت گذاری دستوری

سود عرضه می‌کند، سود بسیار بیشتری به دست می‌آورد. در واقع به زبانی ساده باید گفت که در چنین شرایطی به تولیدکننده گفته می‌شود: «کارخانه‌داری را رها و دلالی پیشه کن».

ولی اگر قیمت‌ها به مکانیزم عرضه و تقاضا در بازار سپرده شوند، هرچند در ابتدا کارخانه‌دار بیش از ۱۰۰ درصد سود به دست می‌آورد و شاید این امر غیر منصفانه به نظر برسد اما در نهایت سبب می‌شود کارخانه‌دار و تولیدکننده به فکر توسعه کسب‌وکار خود بیفتند و تمام سودهای کسب شده را صرف گسترش صنعت کنند. این در حالیست که در حالت اول که سود اصلی در دلالی به دست می‌آید، هر چه سود حاصل شود، باز جذب دلالی، احتکار و ایجاد فاصله بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌شود.

در صورتی که قیمت دستوری نباشد، افراد دیگری هم به سرمایه‌گذاری تشویق می‌شوند و با آگاهی از این موضوع که کارخانه‌داری یک امر سودآور است، به تاسیس کارخانه اقدام می‌کنند و به رقابت با دیگران برمی‌خیزند. در چنین محیطی، از یک طرف قیمت‌ها به طور واقعی در بازار کاهش می‌یابد و از طرف دیگر کارگران بیشتری به استخدام کارخانه‌های تازه تاسیس در می‌آیند. در نتیجه، این امر باعث افزایش فروش، کسب سود بالاتر، رقابت بیشتر، افزایش تعداد واحدهای تولیدی و صنعتی و کاهش نرخ بیکاری خواهد شد و این چرخه در یک اقتصاد سالم ادامه خواهد یافت؛ چرا که «اقتصاد سالم در پناه علامت صحیح و رقابت شکل می‌گیرد».

فعالان اقتصادی همواره به بررسی آثار سوء قیمت‌گذاری دستوری پرداخته و عنوان می‌کنند قیمت‌گذاری بر ضد هدف خود عمل کرده و تبعاتی چون، تشدید تورم، شکل‌گیری صف و سهمیه‌بندی، کاهش کیفیت تولید و سرکوب نوآوری در بنگاه‌های تولیدی را به همراه خواهد داشت. در همین ارتباط، علی‌اصغر سمیعی، کارشناس اقتصادی، در یادداشتی اختصاصی که برای روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ارسال کرده، تاکید می‌کند: «قیمت‌گذاری دستوری به هر شکلی که باشد، نه تنها برای اقتصاد کشور مفید نیست، بلکه عامل انحطاط اقتصاد، رشد صنعت دلالی و واسطه‌گری‌های رانتی و غیر اخلاقی و عامل انواع رانت، قاچاق و فساد خواهد بود.» در ادامه متن این یادداشت می‌آید.

در اینکه «قیمت» به معنی علامت است و قیمت دستوری، غیر واقعی و غلط باعث گمراهی مردم و فعالان اقتصادی می‌شود شکی وجود ندارد. حال بگذریم از این موضوع که دستور دادن گونه‌های مختلفی دارد؛ گاه از روی ناآگاهی و آشنا نبودن به مسائل اقتصادی است و گاه هدفی رانت‌جویانه را دنبال می‌کند. گاهی اوقات در پس این دستور قدرتی برای به انجام رساندن آن حتی برای مقطعی کوتاه نهفته است و گاه، فقط حرفی زده می‌شود و هیچ‌گاه به مرحله اجرا نمی‌رسد.

به هر حال قیمت‌گذاری دستوری به هر شکلی که باشد، نه تنها برای اقتصاد کشور مفید نیست، بلکه عامل انحطاط اقتصاد، رشد صنعت دلالی و واسطه‌گری‌های رانتی و غیر اخلاقی و عامل انواع رانت، قاچاق و فساد خواهد بود.

فرض کنید وقتی یک کارخانه‌دار و تولیدکننده مجبور می‌شود قیمت کالای خود را با ۱۰ درصد سود عرضه کند، در حالی که قیمت در بازار بیش از ۲ برابر است، هرچند او کالای خود را با ۱۰ درصد سود می‌فروشد، ولی واسطه‌گری که آن کالا را می‌خرد و در بازار آزاد با بیش از ۱۰۰ درصد

در صورتی که قیمت دستوری نباشد، افراد دیگری هم به سرمایه‌گذاری تشویق می‌شوند و با آگاهی از این موضوع که کارخانه‌داری یک امر سودآور است، به تاسیس کارخانه اقدام می‌کنند و به رقابت با دیگران برمی‌خیزند. در چنین محیطی، از یک طرف قیمت‌ها به طور واقعی در بازار کاهش می‌یابد و از طرف دیگر کارگران بیشتری به استخدام کارخانه‌های تازه تاسیس در می‌آیند.



ریزش اشتغال با تداوم سرکوب قیمتی

تولیدکننده سبب شد که فعالان صنعت پخش و خرده‌فروشان بازار فصل چهارم سال گذشته را از دست بدهند و این سیاست به‌ویژه در بازار محصولات تندمصرف تشنج ایجاد کرد. البته ایده درج قیمت، ایده صحیحی بود اما در زمان نامناسب و به شیوه نادرست اجرا شد.

او با تاکید بر اینکه سیاست قیمت‌گذاری همچنان غیرشفاف است، گفت: عدم شفافیت در مورد وضعیت ارز ترجیحی مشکلات فراوانی را ایجاد کرده و این بلا تکلیفی در بنگاه‌های کوچک، موجب ریزش نیرو خواهد شد.

عطا... اشرفی اصفهانی، دیگر عضو این کمیسیون، هم به ابهام در درج قیمت کالاهای وارداتی اشاره کرد و گفت: به هر حال، در واردات پارامترهای مختلفی دخیل است و فرآیندها در این دو بخش واردات و تولید متفاوت است. حال آنکه مساله درج قیمت بر کالاهای وارداتی به یکی از سردرگمی‌های وزارت صمت تبدیل شده و این سردرگمی به مصرف‌کنندگان نیز منتقل

شده است. بنابراین، انتظار این است که پارلمان بخش خصوصی واکنشی قاطع نسبت به این مسائل نشان دهد.

فرار نافرجام سیمان از قیمت‌گذاری دستوری
در همین حال، عبدالرضا شیخان، دبیر انجمن تولیدکنندگان سیمان، به مشکلات این صنعت اشاره کرد و گفت: یکی از معضلات تولیدکنندگان سیمان، قیمت‌های دستوری است؛ سیمان از سال گذشته، برای فرار از قیمت‌گذاری دستوری وارد بورس کالا شد؛ اما این صنعت، همچنان با مساله قیمت‌گذاری دستوری مواجه است. به بیان دیگر، مداخلات دولتی اجازه نمی‌دهد که قیمت‌ها در بورس متعادل شود. او افزود: بورس کالا دستورپذیر نیست و دولت باید فلسفه بورس را بپذیرد؛ یعنی اگر قرار است در اینجا هم قیمت‌گذاری صورت گیرد، چه دلیلی برای حضور در بورس کالا وجود داشت. پیشنهاد این بود که قیمت سیمان مبتنی بر قیمت‌های پایه صارتی تعیین شود اما مورد قبول واقع نشد. البته دولت نیز دغدغه‌هایی دارد که باید از طریق تعامل به ساز و کار مشخصی دست پیدا کرده و اجازه دهیم، مکانیزم عرضه و تقاضا تعیین‌کننده قیمت سیمان باشد. پس از طرح این موضوعات، در ادامه این جلسه، پیشنهاداتی برای تدوین برنامه این کمیسیون در سال پیش رو مطرح شد.



نمایندگان بخش خصوصی در پانزدهمین جلسه کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران گردهم آمدند و به طرح چالش‌ها و دغدغه‌های صنعتگران پرداختند. یکی از مسائل مورد انتقاد در این جلسه، تداوم سرکوب قیمتی در صنایع مختلف بود و آنها این هشدار را بیان کردند که تداوم این سیاست، اشتغال بنگاه‌ها را در معرض آسیب قرار می‌دهد.

به گزارش اتاق تهران، در ابتدای جلسه کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران، مهمترین اخبار و تحولات حوزه صنعت و معدن طی هفته‌های اخیر مورد بازخوانی قرار گرفت. بابک ولی‌زاده،

مشاور این کمیسیون در بخشی از این گزارش به رشد ۲۰ درصدی صادرات ایران به عراق در سال ۱۴۰۰ اشاره کرد و همچنین به نقل از معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی گفت که قرار است ۱۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات، به واحدهای کوچک و متوسط صنعتی که متقاضی این تسهیلات هستند، پرداخت شود.

در ادامه این جلسه، عباس

هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، با اشاره به لغو معافیت حقوق ورودی ماشین‌آلات واحدهای تولیدی در سال جاری، این تصمیم را منافی افزایش کیفیت و کمیت تولید دانست و خواستار موضع‌گیری اتاق تهران در این زمینه شد. او گفت که آیا سیاستگذاران پیامد این تصمیم را در سرمایه‌گذاری‌های مولد مورد بررسی قرار داده‌اند؟

هاشمی همچنین به سیاست سرکوب قیمت در کشور نیز انتقاد کرد و گفت: سرکوب قیمتی شاید در کوتاه‌مدت از نگاه مصرف‌کنندگان سیاست مطلوبی باشد اما تداوم این رویه منجر به ریزش کارکنان در واحدهای تولیدی خواهد شد. از سوی دیگر، بی‌توجهی به مکانیزم عرضه و تقاضا، خلأ قیمت در تولید را از بین برده و موجب نخبه‌کشی می‌شود.

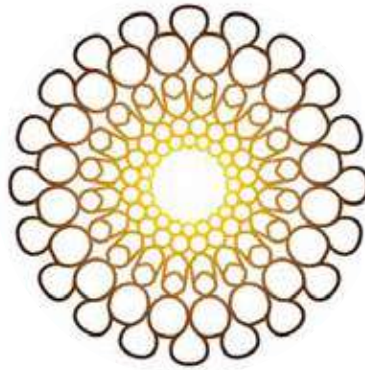
پس از آن، علی نقیب، رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران، در ادامه ضمن قدردانی از حمایت‌های رئیس‌جمهوری در مورد از سرگیری فعالیت تولیدی بنگاه‌ها پیشنهاد کرد که دولت رویکرد واحدی را برای احیای فضای کسب‌وکار در پیش بگیرد. در ادامه، سهراب کارگر، رئیس انجمن ملی شرکت‌های صنعت پخش ایران، به چالشی که سیاست درج قیمت در بازار خرده‌فروشی پدید آورده اشاره کرد و گفت که الزام درج قیمت

اکسپو دبی ۲۰۲۰

هر چه باید از این

رویداد جهانی

بدانید...



EXPO
2020
DUBAI
UAE

بازدیدکنندگان بین‌المللی بودند.

تا پیش از ظهور کرونا، امارات پیش‌بینی کرده بود بیش از ۲۵ میلیون نفر از اکسپو دبی بازدید کنند. با شیوع کرونا و وضع محدودیت‌های سفر، بسیاری معتقد بودند این آمار دست‌نیافتنی است اما مقامات امارات با مدیریت موفق کرونا، گسترش واکسیناسیون و کاهش محدودیت‌های سفر در نهایت موفق شدند به هدف خود دست یابند.

برگزیدگان اکسپو ۲۰۲۰ دبی

در پایان اکسپو ۲۰۲۰ دبی، به رسم نمایشگاه‌های اکسپو، برگزیدگان در ۳ دسته معماری و منظر، طراحی نمایشگاهی و تفسیر موضوعی معرفی شدند. هیات داوران متشکل از ۹ کارشناس بین‌المللی، طی دو جلسه در ژانویه و مارس ۲۰۲۲ از تمامی غرفه‌های اکسپو ۲۰۲۰ دبی بازدید و در مجموع ۵۱ برگزیده این رویداد بزرگ جهانی را مشخص کردند.

در دسته معماری و منظر عربستان سعودی، هلند و سنگاپور نشان طلا را به خود اختصاص دادند. در بخش طراحی نمایشگاهی پاپوئون کشورهای ژاپن، پرو، مراکش در جایگاه نخست پاپوئون‌های خودساخته و مکزیک در جایگاه نخست پاپوئون‌های اجاره‌ای قرار گرفتند. در دسته تفسیر موضوعی

آلمان، عمان و مالزی نشان طلا پاپوئون‌های خودساخته را از آن خود کردند و سوریه نیز در بخش پاپوئون‌های اجاره‌ای در جایگاه اول قرار گرفت.

اکسپو دبی (Expo DUBAI) پس از ۱۸۲ روز،

بلاخره ساعت ۳ بامداد روز اول آوریل ۲۰۲۲ با معرفی برترین‌ها، تحویل میزبانی اکسپو ۲۰۲۵ به ژاپن و بستن درهای سایت نمایشگاهی اکسپو دبی به کار خود پایان داد. اکسپو ۲۰۲۰ دبی، که برای اولین بار در منطقه خاورمیانه، آفریقا و آسیای جنوبی برگزار شد، نخستین رویداد بزرگ جهانی است که پس از آغاز همه‌گیری کرونا بازدیدکنندگان از سراسر جهان را گرد هم آورد. اکسپو دبی در ابتدا قرار بود در سال ۲۰۲۰ برگزار شود اما با شیوع کرونا و بسته شدن مرزها یکسال به تعویق افتاد و در نهایت با همان نام اکسپو ۲۰۲۰، از اول اکتبر ۲۰۲۱ آغاز به کار کرد و تا ۳۱ مارچ ۲۰۲۲ ادامه داشت.

اکسپو چیست؟

نمایشگاه جهانی اکسپو نام یک رویداد جهانی است که هر ۵ سال یک بار برگزار شده و به مدت ۶ ماه ادامه می‌یابد. این رویداد بزرگ تحت نظر «دفتر نمایشگاه‌های بین‌المللی»، واقع در پاریس برگزار می‌شود؛ موسسه‌ای که با نظارت ۱۷۰ نماینده از کشورهای مختلف، ارزش‌های اصلی و هدف برگزاری نمایشگاه‌های جهانی را تعیین می‌کند. این سازمان در سال ۱۹۲۸ میلادی افتتاح شده است. برج ایفل، ماشین تحریر، تلویزیون و حتی سس کچاپ هاینز همگی در خلال برگزاری اکسپوهای جهانی مختلف کشف شده‌اند.

نمایشگاه اکسپو دبی چیست؟

اکسپو ۲۰۲۰ دبی، با موضوع «ارتباط ذهن‌ها، ایجاد آینده»، اولین نمایشگاه اکسپوی جهانی است که در منطقه خاورمیانه، آفریقا و آسیای جنوبی برگزار شد. در این نمایشگاه که از اول اکتبر ۲۰۲۱ (۹ مهر ۱۴۰۰) آغاز شد و تا ۳۱ مارچ ۲۰۲۲ (۱۱ فروردین ۱۴۰۱) ادامه داشت، ۱۹۲ کشور در قالب ۲۰۰ غرفه حضور داشتند. بر اساس آخرین آمار منتشر شده، بیش از ۲۴ میلیون نفر از این نمایشگاه جهانی بازدید کردند که از این تعداد ۳۰ درصد



در بخش معماری و منظر
دسته A (بزرگتر از ۲۵۰۰ مترمربع)
طلا: عربستان سعودی
نقره: سوئیس
برنز: چین

دسته B (بین ۱۷۵۰ تا ۲۵۰۰ مترمربع)
طلا: هلند
نقره: اتریش
برنز: شورای همکاری خلیج فارس

دسته C (کوچکتر از ۱۷۵۰ متر مربع)
طلا: سنگاپور
نقره: فنلاند
برنز: قطر

فهرست کامل برندگان اکسیو ۲۰۲۰ دبی

در بخش طراحی نمایشگاهی
دسته A (بزرگتر از ۲۵۰۰ مترمربع)
طلا: ژاپن
نقره: پاکستان
برنز: اسپانیا

دسته B (بین ۱۷۵۰ تا ۲۵۰۰ مترمربع)
طلا: پرو
نقره: لهستان
برنز: مصر

دسته C (کوچکتر از ۱۷۵۰ متر مربع)
طلا: مراکش
نقره: الجزایر
برنز: فلسطین

در دسته پویون های اجاره ای

طلا: مکزیک
نقره: لتونی
برنز: مونته نگرو

در بخش تفسیر موضوعی

دسته A (بزرگتر از ۲۵۰۰ مترمربع)
طلا: آلمان
نقره: قزاقستان
برنز: ایتالیا

دسته B (بین ۱۷۵۰ تا ۲۵۰۰ مترمربع)
طلا: عمان
نقره: مجارستان
برنز: سوئد

دسته C (کوچکتر از ۱۷۵۰ متر مربع)
طلا: مالزی
نقره: لیتوانی
برنز: کلمبیا

در دسته پویون های اجاره ای

طلا: سوریه
نقره: گابن
برنز: ویتنام

پویون ایران در اکسیو دبی ۲۰۲۰

غرفه ایران در اکسیو دبی که با الهام از فرهنگ ایرانی و قصه های هزارویک شب طراحی شده بود و با وسعت ۲۰۱۴ متر و شعار «ایران تمدن کهن و استوار: تنوع اقوام و میزبان ملت ها»، در منطقه تحرک اکسیو دبی قرار داشت. اگرچه پویون ایران در اکسیو ۲۰۲۰ در ابتدا به عنوان یکی از هشت پویون برتر از سوی مجله معماری Architectur- al Design «انتخاب شد اما در طول نمایشگاه بسیاری از کارشناسان از معماری، محتوا و عدم نمایش تصویر مناسب از توانمندی های کشور به بازدیدکنندگان ناراضی بودند؛ ناراضی که منجر به برکناری مسئول پویون ایران در اکسیو دبی شد. در نهایت با وجود توافق سه وزارت خانه صمت، فرهنگ و ارشاد اسلامی و میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و حضور راهنمایان گردشگری در اکسیو دبی، پویون ایران نتوانست عملکرد قابل قبولی از خود به نمایش بگذارد.

سرنوشت محل برگزاری اکسیو ۲۰۲۰

ساخت سایت نمایشگاهی اکسیو ۲۰۲۰ دبی حدود ۷ میلیارد دلار هزینه برای امارات در پی داشته است. یکی از بزرگترین معضلات سایت های نمایشگاهی اکسیو آن است که پس از پایان این رویداد عملاً کاربردی ندارند و تنها به یک بار روی دوش شهر تبدیل می شود اما مقامات اماراتی می گویند از همان ابتدا برنامه های ویژه ای برای اکسیو دبی در نظر داشته اند. بر اساس وبسایت اکسیو، بیش از ۸۰ درصد از سازه های این سایت نمایشگاهی به شهر هوشمند

«District ۲۰۲۰» تبدیل خواهد شد. یک شهر ۱۵ دقیقه ای که همه نیازهای ساکنان را با ۱۵ دقیقه پیاده روی یا دوچرخه سواری در اختیار مردم قرار می دهد؛ یک شهر کامل که شامل خانه ها، ادارات، امکانات تفریحی، زمین های ورزشی، مراکز خرید، ایستگاه مترو و همچنین بزرگترین شهر جهان با پوشش شبکه ۵G خواهد بود.

۱۰ کیلومتر مسیر دوچرخه سواری، ۵ کیلومتر مسیر پیاده روی و یک مسیر ویژه خودروهای خودران به طول ۴ کیلومتر از جمله بخش های این منطقه است. در مجموع، ۲۶۰ هزار مترمربع از ساختمان های اکسیو تغییر کاربری خواهند داد و به خانه و دفتر کار ۱۴۵ هزار نفر تبدیل خواهند شد. در ابتدا ۸۵ استارت آپ و کسب و کار کوچک تا پایان سال جاری میلادی در District ۲۰۲۰ مستقر خواهند شد. استارت آپ ها می توانند به مدت ۲ سال بدون پرداخت اجاره در این شهر هوشمند فعالیت کنند. بر اساس گفته های مقامات اماراتی، اولین گروه از ساکنان نیز اوایل سال ۲۰۲۳ به آپارتمان های District ۲۰۲۰ نقل مکان خواهند کرد. حدود ۸۰۰ واحد مسکونی اجاره ای به همراه ۲۳۰۰ آپارتمان در دهکده Expo نیز از سه ماهه اول سال ۲۰۲۳ به متقاضیان تحویل داده خواهد شد. برخی از سازه های نمادین اکسیو ۲۰۲۰، همچون باغ های معلق و میدان الوصل به همراه برخی از غرفه های کشورها از جمله امارات، عربستان و هند و غرفه تحرک به عنوان جاذبه های دیدنی به همان شکل باقی خواهند ماند. پویون پایداری (ترا) نیز به یک مرکز علمی کودکان تبدیل خواهد شد.

اکسیو ۲۰۲۵ ژاپن

اکسیو بعدی با موضوع «طراحی جامعه آینده برای زندگی ما» در سال ۲۰۲۵ در اوزاکا، منطقه کانسای، ژاپن برگزار خواهد شد. بنابر اعلام مقامات ژاپنی مراحل ساخت سایت نمایشگاهی اکسیو ۲۰۲۵ آغاز شده و کار ایجاد یک جزیره مصنوعی به پایان رسیده است. از ابتدای آوریل ۲۰۲۳ نیز زمین مورد نیاز برای شروع کار ساختمانی آماده خواهد شد. هدف ژاپن تکمیل این پروژه عظیم تا آوریل ۲۰۲۵ است. این سومین بار است که ژاپن میزبان رویداد بزرگ اکسیو می‌شود. این کشور یکبار در سال ۱۹۷۰ و بار دیگر در سال ۲۰۰۵ میزبان این رویداد بوده است.

تاثیر اکسیو ۲۰۲۰ دبی بر گردشگری

امارات

در سال ۲۰۱۹ بیش از ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی امارات را صنعت گردشگری تشکیل می‌داد. با شیوع کرونا این رقم کاهش یافت اما گزارش شرکت «STR» که در زمینه تجزیه و تحلیل داده‌های صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی فعالیت می‌کند، نشان می‌دهد اکسیو ۲۰۲۰ دبی بهبود بخش‌های هوانوردی، گردشگری و هتلداری امارات از رکود ناشی از کرونا را تسریع کرده و بار دیگر سبب رشد صنعت گردشگری این کشور شده است.

بر اساس این گزارش، میزان سفرهای تفریحی و کاری، نرخ اشغال هتل‌ها، درآمد اتاق‌ها و بازدید از مراکز خرید دبی به دلیل حضور گردشگران برای بازدید از رویداد ۶ ماهه اکسیو دبی بهبود قابل توجهی یافته است.

مدیر اجرایی هواپیمایی امارات، در مصاحبه‌ای با نشریه اماراتی نشنال گفته است این شرکت هواپیمایی در طول دوران برگزاری اکسیو ۲۰۲۰ دبی شاهد افزایش تعداد بازدیدکنندگانی بود که برای اولین بار از دبی بازدید می‌کردند.

فرودگاه بین‌المللی دبی نیز در سال ۲۰۲۱ شلوغ‌ترین سه ماهه چهارم خود از زمان همه‌گیری را به ثبت رساند و اکسیو یکی از عوامل اصلی ترافیک ۱۱/۸ میلیون نفری مسافران در این فرودگاه بود.



اکسیو دبی همچنین عامل اصلی اشغال هتل‌های امارات از اکتبر ۲۰۲۱ تا مارس ۲۰۲۲ است. طبق آخرین گزارش STR از صنعت مهمان‌نوازی امارات، در هفته منتهی به ۱۲ مارچ ۲۰۲۲، هتل‌های امارات متحده عربی با نرخ اشغال ۸۵ درصد در مقایسه با نرخ اشغال ۵۰/۸ درصدی هتل‌های جهان، بالاترین میزان اشغال هتل‌ها در سراسر جهان را به ثبت رساندند. بر اساس این گزارش، نرخ اشغال ماهانه هتل‌های دبی در ژانویه ۲۰۱۹ و تا قبل از شیوع

کرونا ۸۱/۵ درصد بود که این رقم در ژانویه ۲۰۲۱ به ۷۰/۷ درصد و در فوریه ۲۰۲۲ به ۸۴/۵ رسیده و توانست سطوح قبل از همه‌گیری را پشت سر بگذارد.

داده‌های STR نشان می‌دهد عملکرد هتل‌های دبی از اکتبر ۲۰۲۱ تا به امروز در تمام روزهای هفته اعم از روزهای تعطیل و روزهای کاری یکسان بوده و افزایش قابل توجهی در میانگین نرخ‌های روزانه ثبت کرده است؛ تا جایی که نرخ روزانه اتاق‌ها در ماه اکتبر به هزار درهم رسیده. این در حالی است که در سایر شهرهای بزرگ جهان میزان تقاضا در روزهای کاری و تعطیلات اغلب نوسان پیدا می‌کند.

در بخش گردشگری نیز تعداد گردشگران خارجی دبی در سه ماهه چهارم ۲۰۲۱ همزمان با برگزاری اکسیو ۲۰۲۰ دبی، از مرز ۳/۴ میلیون نفر گذشت، که معادل ۷۴ درصد از کل گردشگران ورودی در مدت مشابه سال ۲۰۱۹ و قبل از همه‌گیری است. دبی همچنین بین ژانویه تا دسامبر ۲۰۲۱، ۷/۲۸ میلیون شب اقامت را به ثبت رسانده است.

صرافی انصاری دبی نیز از رشد ۱۸۵ درصدی مبادلات ارزی افراد غیر مقیم در دوره ۶ ماهه میزبانی اکسیو ۲۰۲۰ دبی نسبت به مدت مشابه در دوره قبل از همه‌گیری خبر داد. دلار آمریکا، یورو، پوند، ریال عربستان و روپیه هند ارزهایی بودند که بیشترین مبادلات ارزی در نمایشگاه اکسیو ۲۰۲۰ دبی را به خود اختصاص دادند.



گردشگری امارات پس از اکسپو ۲۰۲۰ دبی

تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند بخش مهمان‌نوازی امارات با آغاز ماه رمضان و فرارسیدن تابستان، در چند ماه آینده در نزدیکی سطوح قبل از همه‌گیری تثبیت شود و دوباره در سه ماهه چهارم ۲۰۲۲ رشد کند. برگزاری جام جهانی فوتبال در قطر در ماه نوامبر و افزایش تقاضای سفر به دوحه در کنار موقعیت دبی و ابوظبی به‌عنوان یک مرکز ترانزیتی جهانی از دلایل اصلی این رشد خواهد بود. از سوی دیگر، اگرچه بحران اوکراین

و روسیه ممکن است سبب ایجاد مشکلاتی برای ورود گردشگران از این منطقه شود، اما با توجه به اینکه دبی از نظر جغرافیایی از این تنش‌ها فاصله دارد و همچنین به دلیل بهبود سفرهای جهانی در سایر کشورها، به احتمال زیاد امارات شاهد رشد گردشگری از سایر بازارهای مبدا همچون هند خواهد بود.

مقامات اماراتی انتظار دارند تقاضا برای سفر به این کشور کوچک حاشیه خلیج فارس پس از اکسپو ۲۰۲۰ دبی همچنان ادامه پیدا کند و این

کشور نیازمند عرضه بیشتر امکانات اقامتی برای پاسخگویی به تقاضای مسافران در آینده باشد. اکسپو ۲۰۲۰ دبی در حالی به ایستگاه پایانی خود رسید که امارات توانست از این فرصت به بهترین نحو ممکن استفاده کند و این کشور کوچک حاشیه خلیج فارس را به‌عنوان یک مقصد امن و پیشرو بیش از پیش، به جهانیان بشناساند.

منبع: وبسایت قطب‌نما



رشد بازار به دلیل کاهش تاثیرات کووید-۱۹

فاصله‌گذاری اجتماعی، کار از راه دور و تعطیلی فعالیت‌های تجاری باعث افت کمی و کیفی بازار لوازم خانگی شده بود. انتظار می‌رود این بازار در سال ۲۰۲۶ به ۸۱۸/۸۷ میلیارد دلار و با نرخ رشد مرکب ۱۱ درصد برسد.

براساس این گزارش، آسیا و اقیانوسیه بزرگترین منطقه در بازار لوازم خانگی در سال ۲۰۲۱ بود و اروپای غربی دومین منطقه بزرگ در بازار لوازم خانگی را شامل می‌شد. مناطق تحت پوشش این گزارش عبارتند از آسیا-اقیانوسیه، اروپای غربی، اروپای شرقی، آمریکای شمالی، آمریکای جنوبی، خاورمیانه و آفریقا. کشورهای تحت پوشش گزارش این بازار لوازم خانگی عبارتند از: آرژانتین، استرالیا، اتریش، بلژیک، برزیل، کانادا، شیلی، چین، کلمبیا، جمهوری چک، دانمارک، مصر، فنلاند، فرانسه، آلمان، هنگ کنگ، هند، اندونزی، ایرلند، ایتالیا، ژاپن، مالزی، مکزیک، هلند، نیوزیلند، نیجریه، نروژ، پرو، فیلیپین، لهستان، پرتغال، رومانی، روسیه، عربستان سعودی، سنگاپور، آفریقای جنوبی، کره جنوبی، اسپانیا، سوئد، سوئیس، تایلند، ترکیه، امارات، بریتانیا، ایالات متحده آمریکا، ونزوئلا و ویتنام.

کیفیت زندگی بالاتر، افزایش نیاز به راحتی برای کارهای خانگی، تغییر در سبک زندگی مصرف‌کننده و افزایش تعداد خانوارهای کوچک محرک‌های اصلی این صنعت و بازار آن هستند. علاوه بر این، تمایل مصرف‌کنندگان به تجهیزات سبز و با کارآمدی بیشتر باعث افزایش رشد بازار جهانی لوازم خانگی می‌شود. علاوه بر این، انتظار می‌رود که ساخت وسایل کارآمد با مصرف انرژی کمتر توسط عواملی مانند ابتکارات دولت برای وسایلی با بهره‌وری انرژی بیشتر در سراسر ایالات متحده و بسیاری از کشورهای عضو اتحادیه اروپا در سال‌های اخیر تسهیل شود.

با این همه سوالی که مطرح است این است که در سال ۲۰۲۲ باید منتظر چه تغییراتی در بازار لوازم خانگی جهان باشیم. براساس گزارش Yahoo Finance، انتظار می‌رود بازار جهانی لوازم خانگی از ۵۰۲/۲۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ به ۵۵۷/۷۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۱ درصد افزایش یابد. این رشد عمدتاً به دلیل سازماندهی مجدد فعالیت‌های شرکت‌ها فعال در بازار لوازم خانگی و بهبود کلی وضعیت اقتصادی در کشورهای مختلف جهان از تأثیرات کووید-۱۹ است، که قبلاً با اقدامات محدودکننده‌ای شامل

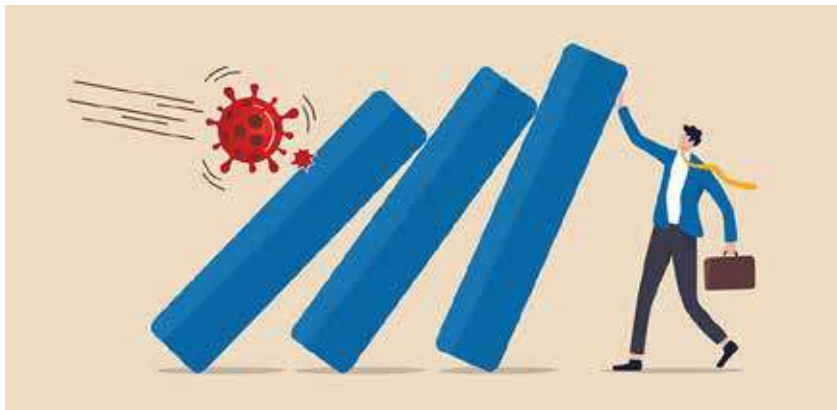
در زندگی امروز بشر، لوازم خانگی و مسائل مرتبط به آنها هر روز از اهمیت بیشتری نسبت به گذشته برخوردار می‌شود. در واقع با پیشرفت فناوری ساخت لوازم خانگی بیشتر کارهای خانه که شاید تا دهه گذشته بدون دخالت انسان امکان‌پذیر نبود، حالا با پیشرفت فناوری شکل تازه‌ای به خود گرفته و هر روز در حال پیشرفت است.

به طور کلی تعریف لوازم خانگی یا دستگاه‌های خانگی ابزارها و دستگاه‌هایی هستند که برای افزایش راحتی کاربر و همچنین راحت‌تر کردن فعالیت‌های خانگی مانند پخت و پز، تمیز کردن، شست‌وشو و گذراندن اوقات فراغت ساخته و بسته به قابلیت‌هایشان متحرک یا ثابت هستند. آنها معمولاً توسط سیستم‌های برقی یا گازی تغذیه شده که حرکت این وسایل را در اطراف خانه محدود می‌کند.

بازار لوازم خانگی در جهان به‌عنوان یک صنعت بزرگ و رو به رشد شناخته می‌شود و براساس گزارش اخیر Market Watch، بازار جهانی لوازم خانگی تا سال ۲۰۳۰ به ۷۷۳/۸۲ میلیارد دلار خواهد رسید و نرخ رشد مرکب ۵/۱۴ درصدی خواهد داشت.

پیشرفت‌های فناوری، شهرنشینی سریع، رشد صنعت مسکن، افزایش درآمد سرانه،





با اشاره به کاهش محدودیت‌های اجتماعی ناشی از شیوع کووید-۱۹ آمده که انتظار می‌رود روند رو به افزایش مهمانی‌ها در فضای باز و آشپزی در تعطیلات آخر هفته و سایر تعطیلات، بازار باربیکیو و کباب‌پزی را در سال ۲۰۲۲ به حرکت درآورد. تغییر سریع سبک زندگی همراه با افزایش فعالیت‌های تفریحی در فضای باز، تقاضا برای دستگاه‌ها و کباب‌پزها را افزایش داده است.

از سوی دیگر کشورهای توسعه‌یافته‌ای مانند ژاپن، سنگاپور، هنگ کنگ و اندونزی رشد فروش لوازم هوشمند را در بازار لوازم خانگی خود می‌بینند که بیشتر به دلیل افزایش هزینه‌های انرژی و نیروی کار، قدرت خرید بالای مصرف‌کنندگان و آگاهی بیشتر در مورد شهرهای هوشمند است. لوازم یکپارچه چین بیشترین تقاضا را برای تهویه مطبوع معمولی، از نظر حجم، در سرتاسر جهان دارد. علت این رشد تقاضا سیاست‌های دولت بوده که به نفع لوازم خانگی با صرفه‌جویی در انرژی، بازار رو به رشد املاک در این کشور و گرم شدن هوا در چین است.

منابع:

<http://fna.ir/fgf>



<http://fna.ir/fgf>



میلیون دلار افزایش یابد. افزایش دسترسی به مکان‌های کمپینگ منحصر به فرد، و افزایش کمپینگ‌هایی با هدف ماجراجویی در مکان‌های دورافتاده و بکر در کنار افزایش درآمد افراد به دلیل بازگشتن زندگی به روند عادی خود باعث خواهد شد که بازار باربیکیو در سطح جهان رونق بیشتری گرفته که به نوبه خود باعث رونق بازار لوازم خانگی در دوره پیش‌بینی شده (۲۰۲۲ تا ۲۰۲۶) برای خانوارها خواهد شد.

در بخش‌های دیگر صنعت لوازم خانگی انتظار می‌رود افزایش تقاضا برای خدمات خشک‌شویی آنلاین بر اساس تقاضا، بازار ماشین‌های لباسشویی خانگی را در دوره پیش‌بینی با کاهش روبه‌رو کرده و درخواست در این بخش را تا حدی تعدیل کند. انتظار می‌رود بازار خدمات لباس‌شویی آنلاین بر اساس تقاضا در کنار پیش‌بینی رشد اقتصادی پایدار در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه رشد داشته باشد.

در بخش دیگری از این گزارش با اشاره به آمارهای جهانی در مورد رشد تولید ناخالص ملی کشورها آمده است: صندوق بین‌المللی پول (IMF) اعلام کرد که رشد تولید ناخالص داخلی واقعی جهانی در سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰؛ ۳/۷ درصد و از سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۳؛ ۳/۶ درصد است. در این گزارش صندوق بین‌المللی پول به عنوان مثال، پیش‌بینی شده چین در سال ۲۰۱۹ رشد تولید ناخالص داخلی ۶/۲ درصدی را ثبت کند. رشد اقتصادی پایدار، افزایش ضریب نفوذ اینترنت و افزایش درآمد همراه با سبک زندگی پر هیجان افراد منجر به افزایش تقاضای خدمات خشک‌شویی شده در عین حال بازار ماشین‌های لباسشویی خانگی را کاهش می‌دهد.

نویسنده و مترجم: محمدحسن گودرزی

بازار لوازم خانگی متشکل از فروش لوازم خانگی توسط نهادها (سازمان‌ها، تجار انحصاری و شرکت‌ها) است که لوازم برقی کوچک، لوازم خانگی برقی و لوازم خانگی عمده تولید می‌کنند. انواع اصلی لوازم خانگی که در این گزارش در مورد بازار آنها آمده عبارتند از: لوازم برقی کوچک، لوازم پخت و پز خانگی، یخچال و فریزر خانگی، تجهیزات لباسشویی خانگی و سایر لوازم خانگی عمده. این دستگاه‌ها به صورت آنلاین و آفلاین کار می‌کنند و برای پخت و پز، تمیز کردن و سایر برنامه‌ها استفاده می‌شوند.

در این گزارش با اشاره به کاهش محدودیت‌های اجتماعی ناشی از شیوع کووید-۱۹ آمده که انتظار می‌رود روند رو به افزایش مهمانی‌ها در فضای باز و آشپزی در تعطیلات آخر هفته و سایر تعطیلات، بازار باربیکیو و کباب‌پزی را در سال ۲۰۲۲ به حرکت درآورد. تغییر سریع سبک زندگی همراه با افزایش فعالیت‌های تفریحی در فضای باز، تقاضا برای دستگاه‌ها و کباب‌پزها را افزایش داده است.

انتظار می‌رود حجم بازار لوازم خانگی در بخش کباب‌پز در اروپا تا سال ۲۰۲۶ به ۵/۹۸

بازار لوازم خانگی در جهان به‌عنوان یک صنعت بزرگ و رو به رشد شناخته می‌شود و براساس گزارش اخیر Market Watch، بازار جهانی لوازم خانگی تا سال ۲۰۳۰ به ۷۷۳/۸۲ میلیارد دلار خواهد رسید و نرخ رشد مرکب ۵/۱۴ درصدی خواهد داشت.

معرفی می کند

۱۰ فناوری برتر

خانه‌های هوشمند

در سال ۲۰۲۱

لوازم خانگی هوشمند که زمانی به‌عنوان لوازمی لوکس و بسیار گران‌قیمت در بازار لوازم خانگی شناخته می‌شد، در سال‌های اخیر و به لطف پیشرفت‌های مرتبط با هوش مصنوعی و فناوری‌های نانو حالا به جزء جدایی‌ناپذیر بازار لوازم خانگی تبدیل شده است. این موضوعی است که در گزارش اخیر نشریه فوربس به آن اشاره شده است.

در این گزارش آمده: هنگامی که برنامه خانه هوشمند (Smart House) در سال ۱۹۹۹ از کانال دیزنی پخش شد، بسیار خيال‌پردازانه به شمار می‌رفت. خوشبختانه فناوری خانه‌های هوشمند تلاش نکرده تا به‌عنوان مادر کسی جای بگیرد، اما راه درازی پیموده است. فناوری‌های جدید برای خانه‌ها با معرفی دستگاه‌هایی برای هر اتاق در خانه، رشد واقعاً خوبی داشتند.

ابزارهای هوشمند دیگر اختصاص به خانه‌های گران‌قیمت ندارند. امروزه مردم در واقع با توجه به فناوری خانه‌های هوشمند موجود که قبلاً در آنها گنجانده شده، خانه‌ها را خریداری می‌کنند. اینها برخی از بزرگترین ابزارهای فناوری خانه هوشمند هستند که در حال حاضر در دسترس است.

۱. یکپارچه‌سازی

یکی از برترین تغییرات در خانه هوشمند در سال ۲۰۲۱ این است که فناوری خانه هوشمند کاملاً یکپارچه شده است. همانطور که در بالا ذکر شد، تقریباً به جای لوکس بودن، هوشمند بودن خانه تبدیل به یک ضرورت شده و اتصال

و سهولت استفاده از آن به وجود آمده است. از نظر یکپارچه‌سازی، دستگاه‌های خانه

هوشمند بیشتری شروع به برقراری ارتباط با یکدیگر می‌کنند. به‌عنوان مثال، چندین اتاق در خانه شما را می‌توان با بلندگوهای Google Home تجهیز کرد که می‌توانند به‌جای واحدهای جداگانه عمل کنند. یک سیستم روشنایی Philips Hue می‌تواند چراغ‌های کل خانه شما را کنترل و می‌تواند از برنامه خاصی پیروی کند که شما برای روشن یا خاموش کردن چراغ‌ها در سراسر خانه ایجاد می‌کنید.

هنگامی که یک یخچال هوشمند تشخیص دهد که شیر شما کم است، می‌تواند آن را به لیست خرید ذخیره شده در دستگاه آمازون الکسا شما اضافه کند.

سهولت استفاده نیز همچنان در حال بهبود است. برای راه‌اندازی بسیاری از دستگاه‌های فناوری هوشمند، نیازی به دانش فنی ندارید. اگر تلفن هوشمند، اتصال Wi-Fi و یک پرز دارید، اکثر مردم خواهند توانست دستگاه‌های زیادی را به هم متصل کنند.

۲. هوش مصنوعی و اینترنت اشیا

به لطف دستیارهای صوتی مانند آمازون الکسا و سیری، اکثر مردم حداقل با برخی از جنبه‌های عملکرد هوش مصنوعی آشنا

هستند. هوش مصنوعی به پیشرفت خود ادامه می‌دهد، دستورات را بهتر درک و به روش‌های بهتری پاسخ می‌دهد. هوش مصنوعی در خانه‌های هوشمند به ساکنان کمک می‌کند موسیقی پخش کنند، فهرست کارهای خود را به‌روزرسانی کنند، چراغ‌ها را خاموش و روشن کنند و خیلی چیزهای دیگر.

اینترنت اشیا (که اساساً همه چیزهای موجود در جهان را در نظر بگیرید و آنها را به اینترنت وصل کنید) هنوز فرآیند پیچیده‌تری برای درک است، اما پیشرفت در دنیای خانه هوشمند در رابطه با اینترنت اشیا مزایای زیادی برای زندگی خواهد داشت. راحت‌تر، به‌ویژه در آشپزخانه هوشمند و فضای حمام هوشمند.

۳. فناوری بدون لمس

این فناوری قبلاً شروع به ورود در عرصه خانه‌های هوشمند کرده بود و همه‌گیری کووید-۱۹ در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ آن را تسریع کرد. احتمالاً دستگاه‌های ضدعفونی‌کننده دست بدون لمس را در محیط‌های خرده‌فروشی دیده‌اید، و در حالی که احتمالاً هوشمند نیستند، مفهوم فناوری بدون لمس در حال گسترش است.

برای مثال، زنگ‌های بدون لمس درب، نوآوری جدیدی برای مهمانان است تا ورود خود را بدون دست زدن به سطح مشترکی که به طور بالقوه می‌تواند میکروب‌ها را پخش کند، اعلام کنند. و البته، بسیاری از دستگاه‌های خانگی از طریق برنامه‌های تلفن همراه کنترل می‌شوند، بنابراین هر فردی که کنترل دارد، فقط تلفن خود را لمس می‌کند و نه خود دستگاه را.





۴. ترموستات هوشمند

به دنبال بلندگوهای هوشمند، ترموستات‌های هوشمند یکی از پرکاربردترین دستگاه‌های فناوری خانه هوشمند بوده‌اند. نصب آنها به طور کلی آسان بوده و می‌توان آنها را به طور کامل با دمای دلخواه و برنامه مورد نیاز خود تنظیم کرد و تنظیم دمای محیط خانه را از هر کجا آسان می‌کند.

ترموستات‌های هوشمند به‌عنوان محصولاتی سازگار با محیط‌زیست نیز معرفی می‌شوند، زیرا می‌توانید به راحتی گرمایش و سرمایش را هنگامی که از خانه دور هستید خاموش و روشن کنید. این فناوری مقرون به صرفه است زیرا استفاده از آن می‌تواند بهای قبض‌های آب و برق شما را کاهش دهد. شرکت Nest ادعا می‌کند که سالانه به طور متوسط بین ۱۰ تا ۱۲ درصد در قبض‌های گرمایشی و حدود ۱۵ درصد در قبوض سرمایشی مشتریان آمریکایی ترموستات‌های هوشمند این شرکت صرفه‌جویی می‌شود.

۵. فناوری سلامت

فناوری دیگری که با همه‌گیری سرعت گرفت، استفاده از فناوری سلامت در خانه‌هاست. اکنون برخی از آنها ویژگی‌هایی مانند سنسورهای رطوبت را برای کمک به کیفیت هوا یکپارچه می‌کنند.

خرید دستگاه‌های تصفیه هوا و تهویه مطبوع هوشمند نیز در حال افزایش است تا به بهبود و حفظ کیفیت هوا در طول این بحران جهانی بهداشتی کمک کنند. برخی از زنگ درهای هوشمند قابلیت اندازه‌گیری دما را ادغام می‌کنند تا افراد بتوانند قبل از ورود میهمانان

خود با یکی از ابتدایی‌ترین شاخص‌های ابتلا کووید-۱۹، آنها را بررسی کنند.

۶. ورزش در خانه

یک فناوری مرتبط با سلامتی که در طول همه‌گیری نیز بیشتر به آن توجه شد، ورزش در خانه بود زیرا به دلیل بسته شدن باشگاه‌های تناسب اندام و افزایش زمان صرف شده در خانه، ورزش در خانه مبتنی بر فناوری در سال ۲۰۲۱ به رشد خود ادامه می‌دهد. فناوری تمرین هوشمند مانند Mirror (که توسط Lulu- lemon در ژوئن ۲۰۲۰ خریداری شد)، مربی هوشمند سامسونگ و برنامه Ultrahuman که برای اتصال به اپل واچ کاربر ساخته شده است، همگی علاقه‌مندان جدیدی پیدا کرده‌اند.

۷. دفتر کار در خانه

با گرایش گسترده به کار از خانه، نوآوری‌های خانه هوشمند، به‌ویژه برای دفاتر خانگی، سال گذشته توجهات را به خود جلب کرد و همچنان که شرکت‌ها تعطیلی دفاتر خود را افزایش می‌دهند و حتی به سیاست‌های کار ترکیبی یا دائمی از خانه تغییر می‌دهند، با استقبال روبه‌رو شده است. فناوری از پنجره‌های حذف صدا برای حذف صدای همسایه‌ای که در حال چمن‌زنی است تا فیلترهای هوش مصنوعی برای مخفی کردن اتاق نشیمن نامرتب وقتی با رئیس خود تماس ویدئویی برقرار می‌کنید، فقط شروع پتانسیل بالای رشد در این فضا است.

۸. اتصال با سرعت بالا

یکی از مقدمات خانه‌های هوشمند آینده، اتصال به اینترنت پرسرعت از طریق مش وای‌فای (Mesh WiFi) است. سرعت کم و نقطه

کور که هنگام دور شدن از روتر رخ می‌دهند، دیگر مشکل قدیمی است. با استفاده از این فناوری کل خانه دارای اتصال پرسرعت برای بقیه دستگاه‌های خانه هوشمندی است که نصب می‌کنید.

۹. امنیت با فناوری بالا

برای اطمینان از ایمنی تمام فناوری خانه‌های هوشمند در داخل، سیستم‌های امنیتی خانه هوشمند در حال توسعه هستند. این دستگاه‌ها به هم متصل‌تر می‌شوند و به شما این امکان را می‌دهند که خانه‌تان را از هر جایی بررسی کنید و از دور به کنترل‌ها دسترسی داشته باشید (مانند باز کردن درب برای تحویل‌دهنده یا روشن کردن چراغ‌ها در صورت مشاهده فرد مشکوک در پیاده‌رو).

۱۰. ویژگی‌های حریم خصوصی

فناوری خانه‌های هوشمند با مشکلاتی در مورد نقض حریم خصوصی داده‌های افراد و هک مواجه شده است. برای حفظ ارتباط با مصرف‌کنندگان باهوش امروز، شرکت‌ها در حال پیشرفت در ویژگی‌هایی هستند تا به کاربران این دستگاه‌ها اطمینان دهند که اطلاعات و زندگی خصوصی آنها در خانه‌هایشان ایمن است.

منبع:

<http://fna.ir/fgi>



نگاهی به لوازم خانگی هوشمند مورد نیاز هر خانه مدرن

انجام کار دیگری رفته و شاهد پاشیدن و سوختن غذا یا چیز دیگر باشید؟ مایکروفر هوشمند که مجهز به کنترل صوتی است این مشکل را برطرف کرده و تنها با فرمان صوتی شما شروع به کار و متوقف می‌شود. بنابراین دیگر نگران تمیز کردن مایکروفر از بقایای غذا نباشید!

۳. توستر هوشمند پرسرعت

این سرعتی نیست که نان تست خود را بسوزانید، بلکه این است که چقدر می‌توانید هوشمند باشید. بله، کمی دور از ذهن به نظر می‌رسد که بگوییم یک توستر می‌تواند هر کار دیگری بکند جز تست کردن نان تست، اما می‌تواند! ترفندهای سرگرم‌کننده دیگری که این توسترها می‌توانند انجام دهند شامل پختن انواع نان در دماها، سرعت‌ها و تنظیمات شخصی متفاوت است.

۴. سرخ‌کن دیجیتال چندمنظوره

سرخ‌کن‌ها، یکی از وسایل ضروری در آشپزخانه مدرن هستند و همیشه بهتر می‌شوند. چه چیزی بهتر از یک سرخ‌کن کوچک و بسته که تقریباً هر ماده غذایی را در کمتر از نیمی از زمان و تنها با یک قاشق غذاخوری روغن می‌پزد؟ این سرخ‌کن‌ها این کار را با استفاده از فرامین صوتی شما انجام می‌دهند.

۵. فر هوشمند

برخی از فرها بسیار بیشتر از فر هستند. به نوعی سگ‌های نگهبانی هستند که با دستورالعمل‌های شما همگام می‌شوند تا به درستی گرم شوند یا وقتی غذای شما آماده است (قبل از اینکه آن را بسوزانید) به طور خودکار خاموش می‌شوند. این فرها برای دستور پخت‌هایی که به رطوبت بیشتری نیاز دارند و هوای بیشتری برای کالاهایی مانند شیرینی‌ها بخار می‌افزایند. حتی اگر شما در بیرون از خانه هستید، فر را خاموش می‌کنند. علاوه بر این، امروزه اکثر اجاق‌های دیواری و صفحه‌های اجاق‌های هوشمند دارای روکش‌های مقاوم در برابر گرد و غبار هستند تا اجاق‌ها تمیزتر باشند.

بلند شدن از رختخواب برای چرخیدن در خانه به دلیل اطمینان از خاموش بودن همه چراغ‌ها، بسته بودن پرده‌ها و قفل شدن درها موضوعی است که همه ما به نوعی در حال تجربه آن هستیم. اگر پرده‌ها، درها و چراغ‌های شما همگی به تلفن هوشمندتان وصل بودند، لازم نبود بلند شوید. شما فقط برنامه‌ریزی می‌کنید که همه آن کارها به طور خودکار در یک زمان مشخص هر روز اتفاق بیفتند یا اینکه به سادگی همه این اقدامات را با چند ضربه روی تلفن خود انجام می‌دهید.

سوالی که در حال حاضر بین مشتریان لوازم خانگی هوشمند مطرح است این است که آیا این لوازم هوشمند ارزشش را دارند؟ به طور کلی یک لوازم خانگی هوشمند ابزاری با قابلیت اتصال به Wi-Fi است که با یک هاب هوشمند یا سیستم فرمان صوتی مانند دستیار گوگل یا آمازون الکسا یا برنامه خانه هوشمند متصل می‌شود.

همه ما زمان بیشتری برای استراحت می‌خواهیم، و هیچ‌کس دوست ندارد به محض نشستن از جای خود بلند شود، فقط به این دلیل که فراموش کرده در حین خوردن تنقلات، چراغ آشپزخانه را خاموش کند (چیزی که خیلی رایج است). آشپزخانه جایی است که بیشترین حضور وسایل هوشمند در آن وجود دارد. در ادامه به تعدادی از این وسایل هوشمند در آشپزخانه و سایر نقاط خانه اشاره شده است.

۱. یخچال با صفحه نمایش لمسی

یخچال‌ها در چند دهه اخیر واقعاً تغییر نکرده‌اند. اما یک یخچال هوشمند بالاخره تفاوت‌هایی دارد. این یخچال‌ها می‌توانند دستورالعمل‌های تهیه غذا را جست‌وجو و مراحل را در حین آشپزی برای شما بخوانند، لیست‌های مواد غذایی را ایجاد کنند که روی درهای فرانسوی آنها نمایش داده شود، و لیست‌ها را به تلفن هوشمند شما اضافه کنند. آنها حتی می‌توانند در صورت فاسد شدن یک ماده غذایی برای شما اعلان ارسال کنند.

۲. مایکروفر با کنترل صوتی

آیا تا به حال چیزی را در مایکروویو قرار داده‌اید، سپس برای

یک ماشین ظرفشویی که نگران محیط زیست و تامین آب شیرین ما است! ماشین‌های ظرفشویی هوشمند می‌توانند با تنظیم مقدار آب و برق مصرفی آن بر اساس اندازه تعداد ظروف، در هزینه، زمان و انرژی خانه شما صرفه‌جویی کنند.



۱) دستگاه تصفیه هوای متصل به وای فای

اگر یک دستگاه تصفیه هوا قدیمی دارید، ممکن است متوجه شوید که فراموش کرده‌اید آن را روشن یا خاموش کنید. اگر می‌خواهید دستگاه خود را طولانی‌تر نگه دارید و مصرف برق را کاهش دهید، ممکن است چیزی مورد علاقه شما نباشد که فراموش کنید. تنظیم تایمر، کنترل تصفیه‌کننده از راه دور از روی تخت، و حتی تنظیم برنامه برای زمان‌هایی که معمولاً آشپزی می‌کنید، همه قابلیت‌های یک تصفیه‌کننده هوای هوشمند است.

۲) جاروبرقی ربات

اگر می‌خواهید کارهای خانه خود را خودکار کنید و تعداد کارهای دستی را کاهش دهید، پس به یک جاروبرقی Romba نیاز دارید

تا برای شما وارد تمام آن گوشه‌ها و شکاف‌ها شوید.

اگر حیوان خانگی یا بچه دارید احتمالاً چندین بار در هفته (اگر نه چندین بار در روز) جاروبرقی می‌کشید و تمیز می‌کنید. بگذارید یک ربات این کار را برای شما انجام دهد. ربات Romba® نه تنها طبق برنامه‌ای که برای آن تعیین کرده‌اید، جارو می‌کند، برخی نیز می‌توانند خانه شما را ترسیم کنند و روال شما را یاد بگیرند تا بفهمند بیشتر وقت خود را کجا تمرکز کنید.

۳) ترموستات و تهویه مطبوع کم‌مصرف

اگر مانند بسیاری از خانواده‌ها در مورد دمای خانه خود بحث می‌کنید، ترموستات و تهویه هوای هوشمند چیزی هست که به کار شما

می‌آید. ترموستات‌های هوشمند سازش بین کل خانواده آسان می‌کنند. اکثر ترموستات‌های هوشمند دارای حسگرهای مستقل هستند که می‌توانید آنها را در اتاق‌های مختلف در سراسر خانه خود قرار دهید. شما می‌توانید هر کدام را روی دمای متفاوتی تنظیم کنید، و شب‌ها، شما به طور جادویی خانه‌ای با دمای دقیق دارید که مناسب همه است.

علاوه بر این، این ترموستات‌ها الگوهای زندگی شما را درک می‌کنند و یاد می‌گیرند که از کدام اتاق‌ها بیشترین یا کمترین استفاده را می‌کنید و بر اساس آن دما را تنظیم می‌کنند تا در هزینه و انرژی شما صرفه‌جویی کنند.

همچنین می‌توانید این ترموستات‌ها برای رفتن به تعطیلات یا محل کار، شب‌ها و ساعات اوج روز برنامه‌ریزی کنید.



۴) شست‌وشو و خشک کردن هوشمند

در اینجا شاهد ترکیب عالی دیگری از لوازم خانگی هوشمند هستیم. چند بار لباس‌های خیس خود را در ماشین لباسشویی رها کرده‌اید و مجبور شده‌اید دوباره آنها را بشویید زیرا بوی لباس‌های خیس و کپک‌زده می‌دهند؟ رایحه‌ای که حتی بهترین تقویت‌کننده‌های بو نیز نمی‌توانند از شر آن خلاص شوند. (ما سرکه را توصیه می‌کنیم.)

یک ماشین لباسشویی و خشک‌کن هوشمند می‌تواند با قدرت هوش مصنوعی از این اتفاق جلوگیری کند. شروع کار این دستگاه از راه دور یا برنامه‌ریزی شده برای ماشین لباسشویی یا خشک‌کن است. اعلان‌هایی که پس از اتمام کار به تلفن شما ارسال می‌شود، تنظیم دوز مواد شوینده و شست‌وشوهای قابل تنظیم از طریق کنترل برنامه یا فرمان صوتی است.

۵) روشنایی هوشمند

شاید یکی دو بار به قابلیت جادویی خاموش کردن تمام چراغ‌های خانه با کلیک یک دکمه اشاره کرده باشیم.

اما نورپردازی هوشمند می‌تواند کمی بیشتر از اضافه کردن کمی راحتی به زندگی شما اضافه کند.

برخی از چراغ‌های هوشمند با دستور تغییر رنگ می‌دهند یا حتی با فیلم‌ها و موسیقی شما هماهنگ می‌شوند تا نمایشی خیره‌کننده و بهتر داشته باشند. یا اگر هنگام تماشای تلویزیون مستعد به خواب رفتن هستید و تلو تلو خوردن در خانه دقیقاً کاری نیست که می‌خواهید انجام دهید، می‌توانید چراغ‌ها را طوری برنامه‌ریزی کنید که در زمان خاصی خاموش یا روشن‌تر شوند تا شما را بیدار کنند.

۶) پاک‌کننده‌های هوشمند

علیرغم اینکه جاروبرقی‌های رباتی بازار را طوفانی کرده است (شما از آن استقبال می‌کنید)، واقعاً راه حل‌های زیادی برای تمیز کردن توالت با ربات وجود ندارد. اما چند مورد در حال ظهور وجود دارد، مانند پاک‌کننده‌های هوشمند توالت.

این نه تنها هوشمند است زیرا آب الکترولیز شده را به توالت شما پمپ می‌کند تا همیشه آن را تمیز نگه دارد، بلکه به این دلیل که به لوله‌های شما متصل می‌شود تا میزان مصرف آب را ردیابی کند و به شما زمانی که توالت شما بیش از آنچه باید آب مصرف می‌کند، هشدار دهد.

منبع:

<http://fna.ir/fgk>



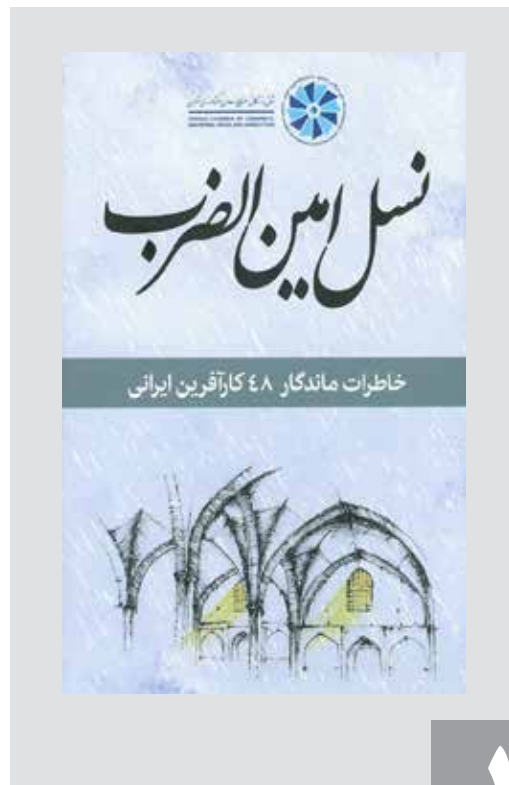
معرفی



۲

اقتصاد توسعه دانش بنیان
(توسعه به‌مثابه ساخت اکوسیستم‌های دانش بنیان)
نویسنده: یعقوب انتظاری
انتشارات: موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی

این کتاب در ۱۰ فصل تدوین شده و مولف در پیشگفتار کتاب چنین بیان کرده است: در قرن بیست و یکم مسأله توسعه نه تنها حل نشده است، بلکه پیچیده‌تر و بغرنج‌تر نیز شده است. به نظر من مسأله توسعه اقتصادی در عصر حاضر، یک مسأله چند لایه است. در نگاه اول به نظر می‌رسد با تولید، توزیع، تبدیل و اشاعه دانش جدید و بهره‌برداری شایسته از آن در زمینه‌ها، حوزه‌ها و رشته‌های متنوع، می‌توان مسأله توسعه را حل کرد. اما با نگاه عمیق‌تر می‌توان دریافت که در کشورهایی مانند ایران، تولید، توزیع، تبدیل، اشاعه و بهره‌برداری کارا و اثربخش دانش جدید، خود مسأله اساسی‌تری است که نیاز به راه‌حل اساسی‌تری دارد؛ راه‌حل آن نیز صرفاً به توسعه دانش بر نمی‌گردد. چون، تجربه جهانی نشان می‌دهد که توسعه دانش و بهره‌برداری شایسته از آن در هر زیست بومی تحقق نمی‌یابد، بلکه نیازمند زیست‌بوم مناسب است.



۱

نسل امین‌الضرب
(خاطرات ماندگار ۴۸ کارآفرین ایرانی)
نویسنده: مجموعه نویسندگان
انتشارات: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

کتاب «نسل امین‌الضرب» حاوی خاطرات ماندگار ۴۸ کارآفرین ایرانی توسط اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران منتشر شد. این کتاب در قالب یک مجموعه ۱۱ جلدی از خاطرات بزرگان چهار دوره جشنواره اهدا لوح و نشان کارآفرینی امین‌الضرب انتشار یافته است. مجموعه نویسندگان کتاب نسل امین‌الضرب، زندگی و زمانه کارآفرینان بنام از علی رحیمیان، بنیانگذار صنعت خوراک دام تا علی سالک نجات، بنیانگذار گروه صنعتی آتانا و مهدی خان محمدی، مدیرعامل گروه صنعتی نان سحر، را به تصویر کشیده‌اند تا به گفته رئیس اتاق تهران، اینگونه گام در متن زندگی این بزرگان بگذاریم و از نزدیک با تجربه‌های زیستی آنان آشنا شویم و حتی فراتر از آن، در تجربه زیست آنها شریک شویم، نه با نگرشی کلی و از دور، بلکه آنقدر نزدیک که هرم نفس‌های دغدغه‌مندشان را حس کنیم و صدای تپش قلبشان را وقتی از هیجان یک کشف، یک شروع، یک اقدام، یک موفقیت سرشار می‌شوند یا شاهد تماشای اندوه و بغض‌شان باشیم.

کتاب



۴

حل و فصل اختلافات دولت - سرمایه گذار در آنسیترا
نویسنده: علیرضا داوری و معین فروغی
انتشارات: میز آنسیترا اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

مجموعه حاضر با در نظر گرفتن اسناد آنسیترا، مهم‌ترین و آخرین نقطه نظرات کشورها در ارتباط با مباحث مرتبط است و به‌عنوان اولین کتاب از مجموعه کتب مرتبط با آنسیترا و حقوق تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی توسط میز آنسیترا اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران به چاپ رسیده است. سرفصل‌های کتاب: فصل اول - موافقت‌نامه سرمایه‌گذاری بین‌المللی، فصل دوم - شناسایی مهم‌ترین انتقادات و نگرانی‌های موجود در نظام سنتی حل و فصل، فصل سوم - مروری بر طرح ایجاد نهادهای دائمی بین‌المللی و بررسی مهم‌ترین ویژگی‌های آن و فصل چهارم - انتقادات و موانع جدی پیش روی طرح ایجاد نهادهای دائمی بین‌المللی.



۳

کارآفرینی و تجاری سازی فناوری
(رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان)
نویسنده: حسنعلی آقاجانی، علی‌اکبر حسین‌زاده
و پژواک مهدی‌پور
انتشارات: مینوفر

در کتاب کارآفرینی و تجاری‌سازی فناوری (رویکرد بلوغ روانشناختی کارکنان) به مباحثی همچون سیر تکاملی نسل‌های دانشگاهی، ایده‌پردازی، خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی، تشریح فناوری، تجاری‌سازی فناوری، معرفی اهرم‌های تجاری‌سازی فناوری دانشگاهی، تشریح بلوغ روانشناختی کارکنان و نیز معرفی مدل ارزیابی بلوغ روانشناختی کارکنان پرداخته شده است.

فرانسیس بیکن معتقد است: کتاب، سفینه‌ای است که اقیانوس بیکران زمان را درمی‌نوردد.

انتصاب مدیرکل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری وزارت صمت

وزیر صمت با صدور حکمی محسن شکراللهی را به‌عنوان مدیرکل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری وزارت صنعت، معدن و تجارت منصوب کرد.

رضا فاطمی‌امین - وزیر صمت - در حکم محسن شکراللهی آورده است: «انتظار می‌رود با همکاری همه بخش‌های مرتبط در وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر سازمان‌های حاکمیتی در خدمت به مردم و کسب و کارها کوشا باشید.»

پیش از این، محمد وصالی قمصری مسئولیت این بخش را بر عهده داشته است که با بازآفرینی و بازطراحی ساختار وزارت صمت، دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری ایجاد و محسن شکراللهی به‌عنوان مدیرکل این دفتر منصوب شد.



انتصاب زمانی به عنوان معاون استان‌ها و تشکل‌های اتاق

جواد زمانی، طی حکمی از سوی غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به عنوان معاون استان‌ها و تشکل‌ها منصوب شد.

در متن حکم انتصاب آمده است:

«جناب آقای سیدجواد زمانی؛

با توجه به تجارب و سابقه مفید جنابعالی و سنوات خدمت در اتاق ایران به موجب این حکم از تاریخ ۱۴۰۱/۰۱/۰۱ به عنوان معاونین استان‌ها و تشکل‌ها منصوب می‌شوید. مزید توفیقات جنابعالی را از خداوند منان خواستارم.»

بیکزاده

سرپرست سازمان حمایت شد

وزیر صنعت، معدن و تجارت در حکمی صدف بیکزاده را به عنوان سرپرست سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان منصوب کرد.

به گزارش شاتا، در حکم رضا فاطمی‌امین آمده است:

«نظر به شایستگی، تعهد و تجارب ارزنده جنابعالی، به موجب این حکم به سمت سرپرست سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان منصوب می‌شوید.»

در بخش دیگری از این حکم آمده است: «انتظار می‌رود با همکاری همه بخش‌های مرتبط در وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر سازمان‌های حاکمیتی در خدمت به مردم و کسب‌وکارها کوشا باشید.»



مدیریت دانش بنیان لازمه اقتصاد دانش بنیان است



رئیس جمهوری تأکید کرد: تحقق شعار سال صرفاً وظیفه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیست، بلکه باید همه دستگاه‌ها در این زمینه احساس مسئولیت کنند.

زمینه احساس مسئولیت کنند.

رئیس جمهوری ایجاد تحول نهادی را گام سوم در مسیر دستیابی به موفقیت دانست و اظهار داشت: در تحول نهادی لازم است دستگاه‌ها و مجموعه‌های مرتبط با شرکت‌های دانش بنیان متحول شوند و در این راستا به جای اینکه شرکت‌های دانش بنیان به سراغ دستگاه‌های اجرایی بروند، این دستگاه‌های مختلف باشند که دغدغه‌ها و مشکلات شرکت‌های دانش بنیان را با جدیت پیگیری می‌کنند.

رئیس با اشاره به اینکه کشورمان از نیروی انسانی کارآمد و ظرفیت‌های اقتصادی، مالی و تولیدی ارزشمندی برخوردار است، گفت: اگر ظرفیت‌های موجود با سازوکارهای مناسب سامان پیدا کند، بسیاری از مسایل و مشکلات کشور از جمله بیکاری برطرف شده و با ایجاد رشد اقتصادی و افزایش ارزش پول ملی، مشکلات کشور سر و سامان می‌یابد.

رئیس جمهوری واردات بی‌رویه را از موانع جدی توسعه شرکت‌ها و تولیدات دانش بنیان دانست و اظهار داشت: مسئولین مربوطه لازم است با جدیت جلوی اینگونه واردات را بگیرند و اگر دست‌های پنهانی در این زمینه وجود دارد، آنها را شناسایی کنند. وی افزود: وقتی محصولی با فناوری پیشرفته و با استانداردهای لازم و قابل رقابت در کشور وجود دارد، نباید مشابه آن وارد کشور شود و به هیچ عنوان اجازه داده نشود افرادی با زد و بندهایی به دنبال واردات بی‌رویه باشند.

رئیس جمهوری در ادامه دستور داد کارگروهی با محوریت معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری و مشارکت وزارتخانه‌های ذیربط برای هدایت، حمایت و نظارت بر شرکت‌های دانش بنیان تشکیل شود.

وی در ادامه تصریح کرد: ساختار نظام آموزش عالی باید به سمت مهارت‌آفرینی سوق یافته و متناسب با فعالیت‌های دانش بنیان تغییر یابد.

رئیس جمهوری با بیان اینکه در کشورمان علم و دانش و ظرفیت‌ها و توانایی‌های فراوانی وجود دارد، اظهار داشت: اگر دانایی و توانایی‌های موجود در کشور با ساز و کارهای مناسب به یکدیگر ضمیمه شوند، می‌تواند بسیاری از راه‌ها را هموار کند و این کار باید در کشورمان اتفاق بیفتد.

در این نشست که در آن مدیران و نمایندگان بیش از ۴۰ شرکت دانش بنیان از سراسر کشور حضور داشتند، ۱۱ نفر از مدیران شرکت‌های دانش بنیان در سخنان جداگانه ای دغدغه‌ها مشکلات و راهکارهای خود را برای توسعه فعالیت‌های دانش بنیان در کشور مطرح کردند.

به گزارش پایگاه خبری معاونت

علمی و فناوری ریاست جمهوری، سید ابراهیم رئیسی در نشست هم‌اندیشی با کارآفرینان و فعالان تولید دانش بنیان که با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و سیدرضا فاطمی امین، وزیر صنعت، معدن و تجارت، برگزار شد، با بیان اینکه ضرورت دارد نگاه دست‌اندرکاران امور اجرایی به حوزه دانش بنیان متحول شود، گفت: امروز باید دولتمردان و کارآفرینان در تلاش مجاهدانه وضعیت موجود را به وضعیت مطلوب نزدیک کنند و لازمه این کار و ایجاد تحول، تغییر نگرش‌هاست.

رئیس جمهوری با تأکید بر اینکه مدیریت در کشور باید دانش بنیان شود، اظهار داشت: بر این باور هستم که لازمه حرکت به سمت اقتصاد دانش بنیان این است که باید به دنبال مدیریت دانش بنیان بود لذا تحول در حوزه‌های مدیریتی از ضرورت‌های جدی جامعه است.

وی در ادامه تحول در فرآیندها را به عنوان دومین گام در ایجاد تحول موفق مورد تأکید قرار داد و گفت: برای انجام کارهای بزرگ در کشور لازم است فرآیندها تغییر پیدا کند در غیر این صورت در نظام پیچیده اداری موجود، نمی‌توان کاری از پیش برد، از این روی لازم است فرآیند شکل‌گیری ایده تا تبدیل آن به محصول متحول و تسهیل شود.

رئیس جمهوری با اشاره به نقش مهم صنایع و شرکت‌های بزرگ در تقویت شرکت‌های دانش بنیان، گفت: صنایع بزرگ کشور باید فعالیت و تولید خود را دانش بنیان کنند و اگر چنین اتفاقی نیافتد بدون تردید شرکت‌های کوچک دانش بنیان نمی‌توانند رشد مؤثری داشته باشند. ضروری است شرکت‌ها و صنایع بزرگ کشور از همین امروز خود را موظف به فعالیت و حمایت از محصولات دانش بنیان بدانند و اقدامات لازم را در این راستا انجام دهند.

وی خاطر نشان کرد: دستگاه‌های دولتی با قرار دادن مشوق‌های لازم می‌توانند صنایع و شرکت‌های بزرگ را به سمت فعالیت‌های دانش بنیان و حمایت از تولیدات شرکت‌های دانش بنیان سوق دهند.

رئیس تأکید کرد: تحقق شعار سال صرفاً وظیفه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیست، بلکه باید همه دستگاه‌ها در این

عیدی مالیاتی شورای گفت‌وگو به صادرکنندگان

سرانجام با پیگیری‌های صورت گرفته، خوشبختانه سازمان امور مالیاتی با صدور بخشنامه شماره ۲۰۰/۱۴۰۱/۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۰ به ادارات مالیاتی سراسر کشور ابلاغ کرد که:

«از آنجا که سود تفاوت نرخ ارز حاصل از صادرات از هرگونه مالیات معاف است و قانون‌گذار هیچ‌گونه حصر یا استثنای درآمدی را نسبت به این معافیت در نظر نگرفته است؛ لذا سود تفاوت نرخ تسعیر ارز کلیه درآمدهای صادراتی با رعایت سایر مقررات مشمول حکم فوق است. لازم به ذکر است با صدور این بخشنامه، بخشنامه شماره ۲۰۰/۱۴۰۰/۴۷ مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۲۴ موضوع تنفیذ و ابلاغ صورتجلسه شماره ۱۵-۲۰۱ مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۰۹ شورای عالی مالیاتی بلااثر می‌شود.»

سرانجام پس از ۲ سال پیگیری اتاق ایران در جلسات شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی و در آستانه عید سعید فطر، بخشنامه معافیت مالیاتی سود ناشی از تسعیر نرخ ارز در انواع صادرات ابلاغ شد.

به گزارش اخبار شورای گفت‌وگو، به موجب بند (ب) ماده (۴۵) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور مصوب ۱۳۹۵/۱۱/۱۰ سود تفاوت نرخ ارز ناشی از تسعیر ارز حاصل از صادرات از هرگونه مالیات معاف شده بود، بدین معنا که هرگونه کاهش یا افزایش قیمت ارز چنانچه حاصل از درآمد صادراتی باشد، به طور عام و تمام از مالیات معاف است. لیکن با تصویب و ابلاغ قانون بودجه سال ۱۳۹۹ و برخی ابهامات در آن، سازمان امور مالیاتی اعلام کرد که درآمد ناشی از تسعیر ارز صادرات نیز به عنوان درآمد حاصل از صادرات می‌باشد و لذا درآمد تسعیر ارز حاصل از صادرات در عملکرد سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ مشمول حکم جزء (۱) بند (ک) تبصره (۶) قانون بودجه سال ۱۳۹۹ است.

پس از این اقدام و ابلاغ بخشنامه‌های سازمان امور مالیاتی، فعالان اقتصادی به رویه سازمان اعتراض کردند و معتقد بودند که استفاده از نرخ صفر مالیاتی و معافیت مالیاتی هیچگاه به کالا و خدمات معاف و غیر معاف تقسیم نشده و تصریحی به درصدهای ذکر شده در ماده (۱۴۱) ق.م.م.ن ندارد و هرگونه نرخ صفر و معافیت‌های مالیاتی برای درآمدهای حاصل از صادرات کالا و خدمات از جمله کالاهای غیرنفتی و مواد خام، صرفاً مشروط به برگرداندن ارز به چرخه اقتصادی کشور و رفع تعهد ارزی است.

تمرکز بر نظارت پسینی جهت تحقق شعار سال ۱۴۰۱

از این رو با افزایش هزینه‌های مترتب بر تولید نظیر: افزایش حقوق و دستمزد، افزایش نرخ ارز ترجیحی به ارز نرخ روز نیمایی، سهم محسوس بهای مواد اولیه و اجزاء و قطعات در قیمت تمام شده‌ی محصول نهایی، اهمیت و ضرورت مانع‌زدایی و رفع مشکلات پیش روی فعالان صنعت و بهبود فضای کسب و کار را دو چندان کرده است.

این انجمن با اعتقاد راسخ به دستاوردهای مثبت الگوهای دانش محورانه‌ی اجرا شده در اکثر کشورها مبنی بر تبعیت از مکانیزم عرضه و تقاضا، ضمن مخالفت و ناموثر دانستن شیوه‌ی قیمت‌گذاری دستوری در توسعه و رشد اقتصادی کشور، جهت همکاری و همراهی با سیاست‌های اجرایی جاری به عنوان راهکاری کوتاه‌مدت و در چارچوب ضوابط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، پیشنهاد تمرکز بر نظارت پسینی و عالییه که پیشتر نیز اجرا و پیاده‌سازی شده و نتایج موفقی به دنبال داشته، جهت تحقق حداکثری شعار دانش‌محورانه‌ی سال مورد تأکید و تصریح قرار می‌دهد.»

عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، با ارسال نامه‌ای خطاب به رضا فاطمی‌امین، وزیر صنعت، معدن و تجارت، ضمن برشمردن هزینه‌های مترتب بر تولید نظیر افزایش حقوق و دستمزد، افزایش نرخ ارز ترجیحی به ارز نرخ روز نیمایی، سهم محسوس بهای مواد اولیه و اجزاء و قطعات در قیمت تمام شده‌ی محصول نهایی و اعلام مخالفت و ناموثر دانستن شیوه‌ی قیمت‌گذاری دستوری در توسعه و رشد اقتصادی کشور؛ پیشنهاد تمرکز بر نظارت پسینی و عالییه که پیشتر نیز اجرا و پیاده‌سازی شده و نتایج موفقی به دنبال داشته را جهت تحقق حداکثری شعار دانش‌محورانه‌ی سال مورد تأکید قرار داد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در متن نامه دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران خطاب به رضا فاطمی‌امین، وزیر صمت؛ عزت‌آکبری تالارپشتی، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی؛ شمس‌الدین حسینی، رئیس کمیسیون ویژه جهش و رونق تولید و سعید عمرانی، معاون قضائی دادستان کل کشور؛ آمده است:

«جناب آقای دکتر سیدرضا فاطمی‌امین

مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت

با سلام و احترام و آرزوی قبولی طاعات و عبادات جنابعالی در ماه ضیافت الهی،

نظر به جایگاه صنعت لوازم خانگی به‌عنوان یکی از صنایع پیشران و قابل اتکا و مؤثر در جهت توان‌افزایی ملی و کاهش وابستگی به نفت و تأکیدات مقام معظم رهبری (مد) بر محوریت تولید به‌عنوان خط‌مشی کلان کشور و شعار سال در یک دهه اخیر، وظیفه ملی یکایک نقش‌آفرینان چرخه صنعت و اقتصاد کشور است که ضمن حمایت قاطع و عملی از تولیدکنندگان و حفظ شأن و جایگاه ایشان در جهت بهبود فضای کسب و کار تلاش و همت مضاعف خود را معطوف کنند.

شرکت آروین آزما سارمد



تفاهم‌نامه‌ی همکاری مابین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و شرکت آروین آزما سارمد امروز (بیستم فروردین ماه ۱۴۰۱) در محل انجمن به امضاء رسید.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در راستای تعمیق تعاملات و نقش آفرینان صنعت لوازم خانگی و با هدف هم‌افزایی فعالان بخش خصوصی این صنعت، تفاهم‌نامه‌ی همکاری بین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نمایندگی عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و شرکت آروین آزما سارمد به نمایندگی محسن مداحی، مدیرعامل این شرکت، منعقد شد.

بر اساس این گزارش، همکاری در زمینه مشاوره، تحقیق و اجرا شامل ارائه خدمات آزمون شامل آزمون‌های تطبیقی با استانداردهای ملی و بین‌المللی مرتبط با لوازم خانگی و تجاری برقی و همچنین آزمون‌های مورد درخواست که در توانایی و امکانات مورد تایید آزمایشگاه است به واحدهای تولیدی معرفی شده توسط انجمن، آزمون و صدور تست رپورت لاتین جهت ارائه به شرکت‌های بازرسی کشور مقصد جهت محصولات صادراتی واحدهای تولیدی مورد درخواست، ارائه خدمات آموزشی شامل برگزاری دوره‌های آموزشی برابر نیازسنجی آموزشی مشترک با انجمن به صورت حضوری یا مجازی و به صورت متمرکز در محل آزمایشگاه، محل انجمن یا محل واحد تولیدی متقاضی و صدور گواهی مورد تأیید سازمان ملی استاندارد و آموزش حضوری و آموزش الکترونیکی و مجازی صادره از سازمان ملی استاندارد ایران توسط آزمایشگاه از جمله موضوعات این تفاهم‌نامه است.

همچنین، تهیه و ساخت انواع تجهیزات مورد نیاز جهت استفاده در آزمایشگاه‌های واحدهای تولیدی و دستگاه‌های مخصوص تست‌های کنترل مواد اولیه‌ی ورودی، حین خط تولید و تست نهایی پیش از بسته‌بندی برای واحدهای تولیدی معرفی شده توسط انجمن، مشارکت در انجام طرح‌های مشترک مانند نظارت بر بازار از طریق معرفی انجام آزمون‌های معتبر بر روی نمونه‌های جمع‌آوری شده در سطح بازار و ارائه گزارش آزمون معتبر جهت شناسایی و پیگیری کیفیت محصولات و مشارکت با انجمن و اعضای انجمن در زمینه تدوین استانداردهای ملی و ارائه مشاوره‌های فنی لازم جهت ارتقای کیفیت قطعات و محصولات تولیدی به واحدهای تولیدی عضو انجمن؛ از دیگر موضوعات مطرح‌شده در این تفاهم‌نامه به شمار می‌آیند.



تفاهم‌نامه‌ی همکاری مابین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با:

SGS

شرکت اس‌جی‌اس ایران لیمیتد

SGS، انجمن لوازم صنایع خانگی ایران را قادر می‌سازد تا نشان دهید که محصولات شما، فرآورده‌ها، سیستم‌ها و با خدمات با استانداردهای بین‌المللی و ملی و قوانین ملی و یا استانداردهای تعیین شده مشتری هماهنگی دارند و برای این موارد گواهی صادر می‌شود. خدمات تایید SGS، در برابر استانداردهای مختلف فنی، ایمنی و نظارتی به مقامات محلی و مشتریان این اطمینان را می‌دهد که محصولات و خدمات، با استانداردهای جهانی، مقررات محلی و الزامات خاص آنها مطابقت دارند. ترکیب پوشش جهانی با دانش محلی و تجربه و تخصص بی‌نظیرمان تقریباً در تمام صنایع، SGS را قادر به پشتیبانی از کل زنجیره تأمین ساخته است؛ از مواد اولیه گرفته تا کالای مصرفی نهایی، که این امر منجر به کاهش خطرات و افزایش بهره‌وری می‌شود.

بازرسی‌های پیش‌رو در حوزه مواد معدنی، کالاهای کشاورزی، مواد غذایی، کالاهای مصرفی، کالاهای وارداتی، تأمین نیروی انسانی متخصص، خدمات مرتبط با موسسات و دولت‌ها، خدمات ممیزی و صدور گواهی‌نامه‌های استانداردها و خدمات آموزشی SGS تطابق کیفیت و کمیت کالاهای معامله شده را با استانداردهای ملی و بین‌المللی در زمینه آزمون و صدور گواهی‌نامه، مورد بررسی قرار می‌دهد و این خدمات از مرحله بازرسی کارخانه در حین تولید تا بازرسی تصادفی از محصول نهایی انبار شده، و از آزمایشگاه تا بازرسی در محل، هم در ایران و هم در خارج از ایران را شامل می‌شود.

یادداشت تفاهم مابین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و شرکت اس‌جی‌اس ایران لیمیتد در محل انجمن به امضا رسید.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، هدف از این یادداشت تفاهم ایجاد چارچوبی برای همکاری، تسهیل، توسعه کانال‌های ارتباطی بین طرفین، استفاده از فرصت‌های کاری برای فعالان بازار در زمینه تبادل و تسهیل اطلاعات و تخصص است که بین انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به نمایندگی عباس هاشمی، دبیرکل و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و شرکت اس‌جی‌اس ایران لیمیتد به نمایندگی علی ابراهیم‌زاده، مدیر عامل، منعقد شد.

گفتنی است؛ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران دارای تجربه عالی در مواردی همچون ارائه راه حل برای اعضا و سعی در حل مشکلات آنها، بهره‌مندی و بکارگیری از پتانسیل‌های بالفعل و بالقوه فنی، اقتصادی، مالی و علمی خود جهت موضوعات مربوط به خدمات بازرسی، ممیزی و آموزش است.

همچنین، SGS شرکت پیشرو جهانی در زمینه بازرسی، تأیید، آزمون و صدور گواهی است. گستره وسیع بازرسی و خدمات گواهی SGS در سطح جهان مانند کنترل وضعیت و وزن کالاهای تجاری و خسارت‌های احتمالی در هنگام جابه‌جایی و حمل وسایل به انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در کنترل کیفیت و کمیت کمک می‌کند و می‌تواند تمامی الزامات قانونی مربوطه را در مناطق و بازارهای مختلف برآورده کند.

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



تولید دانش بنیان

چگونه؟

حسین سلاح‌ورزی

نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران

برای رسیدن به تولید دانش بنیان که شعار سال به شمار می‌رود، مسیری سخت و طولانی در پیش داریم. تولید دانش بنیان سه رکن اساسی دارد: «قرار گرفتن در زنجیره ارزش جهانی تولید و تجارت»، «جابه‌جایی ساده و مطمئن نهاده‌های تولید در اکوسیستم تولید و تجارت» و «زیربنای انسانی».

قرار گرفتن در زنجیره ارزش جهانی تولید و تجارت از دو جهت برای تولید دانش بنیان حائز اهمیت است. اول اینکه تولید دانش بنیان به شدت نسبت به صرفه ناشی از مقیاس حساس است و تنها در سطح یک بازار جهانی شده به لحاظ اقتصادی معنادار خواهد شد و دوم اینکه رقابت پذیری تولید دانش بنیان نیاز به استفاده بهینه از انبار دانش و فناوری موجود بشری برای کنترل هزینه‌ها دارد. در واقع تعقیب ایده «خودکفایی» از سوی مسوولان در کنار روابط پرتنش با جهان موانع اصلی قرار گرفتن ایران در زنجیره ارزش جهانی تولید و تجارت است و یکی از موانع پیش روی تولید دانش بنیان.

جابه‌جایی ساده و مطمئن نهاده‌های تولید بیش و پیش از هر چیز به کیفیت حکمرانی اقتصادی بازمی‌گردد. اساس این جابه‌جایی علامت‌دهی سیگنال بهره‌وری به سرمایه است و انتقال این علامت از طریق نظام قیمت و نظم طبیعی بازار صورت می‌گیرد. اگر می‌خواهیم سیگنال بهره‌وری هادی تصمیمات بازیگران نظام اقتصادی ایران باشد، باید دولت از اخذ مالیات توری بی‌رویه، مداخله در نظام قیمتی و نظم طبیعی بازار جدا خودداری کند.

همچنین جابه‌جایی سریع و راحت نهاده‌های تولید نیازمند عرضه خدمات عمومی با کیفیت در حوزه اقتصادی است که استانداردهای حاکمیت شرکتی، ضمانت اجرایی قراردادهای، کارآیی بازار دارایی‌های نامشهود و بازارهای مالی، به‌ویژه بازار ریسک (که در حال حاضر در ایران عملاً وجود ندارد) ارتقا یابد.

از سوی دیگر درباره زیربنای انسانی هم باید مراقب باشیم که گرفتار اشتباهات محاسباتی نشویم. بسیار ناصحیح است اگر قرار باشد هر فارغ‌التحصیل مقطع تحصیلات تکمیلی هر دانشگاه بی‌کیفیتی را سرمایه انسانی در نظر بگیریم. سرمایه انسانی ملتی مرفه با تحصیلات ابتدایی و متوسطه با کیفیت، دانشگاه‌هایی در اتصال به شبکه جهانی نهادهای آکادمیک و فرهنگ و جامعه‌ای آزاد و پویا و شکوفا است که قادرند تنازعات طبیعی تعاملات اجتماعی را به تعادل ظرفیتی از همکاری و رقابت تبدیل کنند.

در جمع‌بندی حرکت به سوی تولید دانش بنیان جهت‌گیری خوبی است؛ اما مقیاس این هدف‌گذاری سال نیست؛ دهه و نسل

است. مهم‌ترین باید و نبایدهای موضوع هم در حال حاضر به دولت (در معنای وسیع کلمه) بازمی‌گردد:

نخست: دولت باید از ایجاد تنش در سطح بین‌المللی پرهیز کند و با جامعه بین‌الملل راه صلح و دوستی پیش بگیرد.

دوم: از دخالت در نظم طبیعی بازار و نظام علامت‌دهی قیمت و توزیع سوبسید فله‌ای و وضع موانع ساختاری در تجارت داخلی و خارجی خودداری کند.

سوم: از کارفرمایی و حمایت مستقیم پروژه‌های های تک جدا خودداری کند. اما آیا چنین توانی در بدنه حاکمیت وجود دارد؟ در فقدان چنین ملزوماتی آنچه اتفاق می‌افتد، صرفاً تزیین منابع ملی نخواهد بود؟

چهارم: از حیف و میل اموال ملی و برهم زدن نظم بازار از طریق توزیع وام کم‌بهره و تسهیلات مشابه میان شرکت‌های مدعی تولید دانش بنیان به‌شدت پرهیز کند.

پنجم: از مداخله در تنظیم هنجارهای فرهنگی و اجتماعی دست بکشد و اجازه دهد «بازار آزاد ایده‌ها» مانند تمام کشورهای توسعه‌یافته ساختارهای اجتماعی و فرهنگی را شکل دهند. امر خصوصی جمعی و اجتماعی را به رسمیت بشناسد، امر سیاسی را زیرمجموعه امر اجتماعی ببیند و نه برعکس و به خاطر داشته باشد سیاستمداران نه می‌توانند و نه شایسته‌اند که همزمان نقش رهبران و گروه‌های مرجع اجتماعی و فرهنگی جامعه را ایفا کنند.

ششم: در کنار این موارد بهبود کیفیت خدمات عمومی برای ارتقای ضمانت اجرایی قراردادهای و توسعه و ارتقای کارآیی بازارهای دارایی نامشهود و بازار ریسک را در دستور کار قرار دهند.

با تعقیب چنین مسیری می‌توان امیدوار بود که در مقیاس ۲ تا ۳ دهه، کشور جایگاه قابل ملاحظه‌ای در اکوسیستم تولید دانش بنیان پیدا کند. منبع: دنیای اقتصاد

در مسیر توسعه صنعتی

علیرضا کلاهی صمدی

رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران

اقتصاد ایران در طول ۲۰ سال اخیر، در مسیری با شیب تند به سمت حذف مزیت‌های اقتصادی تولید در بطن ساختارهای ناکارآمد، نوسانات مستمر و سیاستگذاری‌های نامناسب، حرکت کرده است. این حرکت پرشتاب و ناکامی ما در

ایجاد مزیت‌های نسبی

برای صنایع ساخت‌محور طی دو دهه اخیر، عملاً صنعتگران ایرانی را برای سرمایه‌گذاری و تولید به سمت کشورهای همسایه، نظیر ترکیه و امارات سوق داده است. بنابراین به جرات می‌توان گفت، صنایع در ایران مزیتی به‌جز دسترسی به انرژی ارزان‌قیمت و منابع طبیعی ندارند. با وجود این نتوانسته‌ایم از این مزیت‌ها به نفع توسعه متوازن صنعتی کشور بهره‌گیری و در مقابل، آنها را به ابزاری برای کسب سودهای هنگفت افسانه‌ای در صنایع بالادستی انرژی‌بر و منابع‌محور تبدیل کرده‌ایم.

به همین دلیل، در اتاق بازرگانی ایران، موضوع لغو معافیت‌های مالیاتی صادرات مواد خام، به‌ویژه در صنایع بالادستی را در دستور کار قرار دادیم و به شکل جدی دنبال کردیم. هدف ما این بود که در کنار امتیاز انرژی ارزان و دسترسی گسترده به منابع طبیعی که در پله اول تولید به این صنایع اختصاص داده شده و به تولید مواد اولیه ارزان‌قیمت، صادرات گسترده و حاشیه سود بسیار بالا برای آنها منجر شده است، مشوق مضاعف و هزینه‌بر دیگری برای ارجحیت صادرات به تامین مواد اولیه صنایع داخلی در اختیار آنها قرار داده نشود. لغو معافیت مالیاتی صادرات صنایع بالادستی و مواد خام، درآمد ۱۰ میلیارد دلاری برای دولت در پی خواهد داشت که می‌تواند، از مسیر یک‌صندوق و به شکل هدفمند به توسعه زنجیره ارزش و صنایع ساخت‌محور با ارزش‌افزوده بالا تخصیص داده شود.

تقویت زنجیره ارزش و توسعه صنایع ساخت‌محور با ارزش‌افزوده بالا از مسیر توزیع متناسب و عادلانه منابعی که به شکل گسترده در اختیار صنایع بالادستی قرار گرفته، باید هدف غایی سیاست‌هایی نظیر عوارض صادرات باشد که برای تنظیم بازار در دستور کار دولت قرار می‌گیرند. تامین مواد اولیه صنایع پایین‌دستی ساخت‌محور با قیمت مناسب، به منظور ایجاد مزیت رقابتی، به‌ویژه با هدف توسعه صادرات، کلیدی‌ترین اقدام برای دستیابی به توسعه صنعتی است.

به هر حال، موضوع عوارض صادرات، به‌عنوان یک راهبرد جدید برای تنظیم بازار داخلی مدنظر قرار گرفته که به‌رغم امتیازات و نقاط مثبت قابل اتکا، مشمول اما و اگرهای بسیاری است. آنچه نباید از نظر دور داشت، این است که در طول چهار دهه

اخیر، راهکارهای متعددی را برای توسعه صنعتی و ایجاد مزیت نسبی در صنایع داخلی آزموده‌ایم. به‌عنوان مثال، قیمت‌گذاری دستوری، جلوگیری از واردات و سرکوب قیمت محصولات داخلی نسبت به نوع مشابه خارجی، یکی از راه‌حل‌های سنتی است که سال‌ها دنبال کردیم و این امر نتیجه‌ای جز ایجاد رانت و فساد به دنبال نداشت. به همین دلیل است که باید بپذیریم، بهترین راهکار تنظیم بازار داخلی، از مسیر سیاست‌های مالیاتی و تعرفه‌ای است. باید زمینه‌ای را فراهم کنیم تا قیمت مواد اولیه موردنیاز صنایع کشور به نقطه تعادل منطقی برسد. این نقطه تعادل، کمی (تاکید می‌کنم کمی) پایین‌تر از قیمت‌های بین‌المللی و منطقه‌ای است.

این تجربیات به‌درستی نشان می‌دهد که اخذ عوارض صادرات، در صورتی که به شکل هوشمندانه، با دقت، بدون ساده‌انگاری و با سنجش تمام جوانب صورت گیرد، می‌تواند راهکاری منطقی و موثر برای توسعه صنعتی باشد و به ایجاد مزیت نسبی برای تولید داخل منجر شود. از این رو الزامی است، این اقدام با مشورت فعالان و صاحب‌نظران همه حوزه‌ها، به‌ویژه بخش خصوصی انجام شود؛ تنها در این صورت است که اخذ عوارض صادراتی، به‌عنوان جایگزین مناسب برای قیمت‌گذاری دستوری به‌راهدر موثر تنظیم بازار تبدیل شود.

ما در بخش خصوصی، الزاما با پیاده‌سازی این سیاست مخالف نیستیم؛ اما پیش از آن باید به شکل شفاف مشخص شود که عوارض، مشمول صادرات کدام کالاها خواهد بود و منابع مالی حاصل از آن، کجا و چگونه هزینه خواهد شد؟

هدف عوارض چیست و وضع آن، چه تأثیری بر زنجیره ارزش و اهداف استراتژیک صنعت کشور خواهد داشت. به‌عنوان مثال، در حوزه کشاورزی اخذ مالیات نیم‌درصدی، می‌تواند بخشی از منابع مالی لازم را برای اصلاح ساختارهای آبرسانی در حوزه کشاورزی تامین کند. اگر قیمت عمده‌فروشی هر کیلوگرم پسته صادراتی، به‌عنوان یکی از گران‌ترین و لوکس‌ترین محصولات صادراتی کشور را ۵ دلار در نظر بگیریم، عوارض آن ۲/۵ سنت خواهد بود. این مبلغ نباید و نمی‌تواند مانع صادرات این محصول باشد.

مساله کلیدی این است که دولت، منابع حاصل از اخذ عوارض از صادرات محصولات کشاورزی را به بهینه‌سازی فرآیندها، تجهیزات آبرسانی کشاورزی، آبیاری قطره‌ای و آموزش کشاورزان برای استفاده بهینه از منابع آبی اختصاص دهد؛ آن هم در شرایطی که بحران آب کل موجودیت کشور ایران را تهدید می‌کند و می‌تواند طی چند سال آینده برای اقتصاد و حتی کل جامعه به تهدید مخرب جدی تبدیل شود.

در مورد سایر رشته‌های صنعتی هم صرف هوشمندانه، هدفمند و سنجیده منابع حاصل از اخذ عوارض برای توسعه صنعتی و بهبود وضعیت رقابت‌پذیری در کل زنجیره ارزش صنایع کشور بسیار مهم و حیاتی است. بنابراین باید گفت که اثربخشی اخذ عوارض از صادرات کالاها در شرایط فعلی تا مشخص شدن چارچوب‌ها، سیاست‌ها و رویکردهای آن، همچنان در بند اما و اگرهای بسیار است. سیاستگذار نباید در دام همیشگی تصمیمات خلق‌الساعه، ساده‌انگاری و ندیدن ارتباطات پیچیده و چندوجهی اقتصاد و نداشتن استراتژی گرفتار شود. منبع: دنیای اقتصاد

تجارت کالایی ایران در سال ۱۴۰۰

است. ارزش واردات ایران نیز با نوساناتی همراه بوده و در سال ۱۴۰۰ علیرغم اینکه در سال ۱۳۹۹ کاهش یافته بود، افزایش یافته و به ۵۳ میلیارد دلار رسیده بوده است.

در سال ۱۴۰۰ حدود ۱۲۳ میلیون تن کالا به ارزش حدود ۴۹ میلیارد دلار صادر شده که از لحاظ ارزشی با افزایش حدود ۴۰ درصدی و از لحاظ وزنی با افزایش حدود ۹ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۹ همراه بوده است. طی بازه مورد بررسی همچنین حدود ۴۱ میلیون تن کالا به ارزش حدود ۵۳ میلیارد دلار به کشور وارد شده که در مقایسه با سال قبل از آن، به ترتیب افزایش حدود ۳۶ درصدی و ۲۲ درصدی داشته است. در سال ۱۴۰۰ حدود ۱۳/۳ میلیارد دلار از صادرات متعلق به کالاهای فصل ۲۷ بدون احتساب نفت خام بوده که معادل ۲۷/۴ درصد کل صادرات کالای بدون نفت خام در این سال است. تراز تجاری بدون نفت خام ایران نیز طی بازه مذکور همواره با نوساناتی همراه بوده و در سال ۱۴۰۰ برای سومین سال پیاپی کسری تراز تجاری افزایش یافته و به منفی ۴/۴ میلیارد دلار رسیده است. این رقم نسبت به سال ۱۳۹۹، تقریباً حدود ۵۰۰ میلیون دلار تضعیف شده است.

در سال ۱۴۰۰ حدود ۱۲۳ میلیون تن کالا به ارزش حدود ۴۹ میلیارد دلار صادر شده که از لحاظ ارزشی با افزایش حدود ۴۰ درصدی و از لحاظ وزنی با افزایش حدود ۹ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۹ همراه بوده است. طی بازه مورد بررسی، همچنین حدود ۴۱ میلیون تن کالا به ارزش حدود ۵۳ میلیارد دلار به کشور وارد شده که در مقایسه با سال قبل از آن، به ترتیب افزایش حدود ۳۶ درصدی و ۲۲ درصدی، داشته است.

تجارت کالایی ایران (بدون احتساب نفت خام) از ابتدای سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ از لحاظ ارزشی با نوساناتی همراه بوده است.

بیشترین ارزش تجارت ایران طی بازه مذکور مربوط به سال ۱۳۹۰ و حدود ۱۰۶ میلیارد دلار بوده است. از این میزان حدود ۴۴ میلیارد دلار مربوط به صادرات و حدود ۶۲ میلیارد دلار آن مربوط به واردات ایران است. علت بالا بودن رقم تجارت ایران در این سال، بالا بودن ارزش واردات ایران، در مقایسه با سایر سال‌های مورد بررسی است. ارزش صادرات ایران از سال ۱۳۹۷ به بعد روند کاهشی را طی کرده، اما این روند در سال ۱۴۰۰ متوقف شده و ارزش صادرات به حدود ۴۹ میلیارد دلار رسیده



عمده‌ترین مقاصد صادراتی و مبادی وارداتی

پنج کشور چین، عراق، ترکیه، امارات متحده عربی و افغانستان عمده‌ترین مقاصد صادرات کالایی (بدون نفت خام) ایران در سال ۱۴۰۰ بوده‌اند؛ به گونه‌ای که نزدیک به ۷۵ درصد از ارزش کل صادرات ایران به مقصد کشورهای مذکور در سال ۱۴۰۰ را به خود اختصاص داده‌اند. چین با سهم ۲۹ درصدی (حدود ۱۴/۳ میلیارد دلار) بالاترین ارزش صادرات ایران را در سال ۱۴۰۰ داشته که در مقایسه با سال ۱۳۹۹ افزایش حدود ۶۰ درصدی را تجربه کرده است. پس از چین، عراق با سهم ۱۸ درصد (۸/۹ میلیارد دلار) و ترکیه با سهم ۱۲/۵ درصد (۶/۱ میلیارد دلار) در رده دوم و سوم قرار گرفته‌اند. در سال ۱۳۹۹ صادرات ایران به کلیه کشورهای مذکور به غیر از افغانستان نسبت به سال ۱۳۹۹ با افزایش همراه بوده که بیشترین افزایش نیز در صادرات به ترکیه (افزایش بیش از دو برابری) رخ داده است. عمده‌ترین مبادی وارداتی ایران در سال ۱۴۰۰ نیز امارات متحده عربی، چین، ترکیه، آلمان و روسیه بوده‌اند که میزان واردات از امارات متحده عربی به ارزش ۱۶/۵ میلیارد دلار و سهم ۳۱ درصدی از سایر کشورها بیشتر بوده است. پس از این کشور، چین (۱۲/۷ میلیارد دلار) و ترکیه (۵/۳ میلیارد دلار) به ترتیب با سهم ۲۴ درصدی و ۱۰

درصدی قرار دارند. شایان ذکر است در میان کشورهای ذکر شده واردات از کلیه کشورها در سال ۱۴۰۰ در مقایسه با سال ۱۳۹۹ افزایش یافته و بیشترین افزایش بیش از دو برابری متعلق به روسیه بوده است.

منبع: معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران



رشد تولید لوازم خانگی بزرگ

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 ۱۳۹۹ نزدیک به ۹۶۰ هزار و یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه بود. تولید کولر آبی هم در این مدت ۵.۲ درصد افزایش یافت و به حدود ۹۱۳ هزار دستگاه رسید.

در این میان تولید تلویزیون با کاهش جزئی ۰.۱ درصدی مواجه بود و تولید آن در ۱۰ ماهه ۱۴۰۰ معادل بیش از یک میلیون دستگاه بوده است.

تولید ۱۰ کالا کاهش یافت

از بین ۲۸ کالای منتخب صنعتی تولید ۱۰ کالا کاهش داشت 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 بوده است. کمترین کاهش تولید نیز مربوط به انواع تلویزیون با ۰.۱ درصد بوده است.

وانت، پودر شوینده و انواع کفش نیز دیگر کالاهایی هستند که تولیدشان در این مدت کاهش یافته است.

تولید ماشین لباسشویی نیز با ثبت رشد ۲۱.۴ درصدی به یک میلیون و ۳۲۶ هزار و ۴۰۰ دستگاه رسید.

با این حال، تولید کولر آبی در این مدت با کاهش همراه بود، به طوری که با ثبت افت ناچیز یک دهم درصدی در مقایسه با ۱۱ ماهه ۹۹ به یک میلیون و ۵۴ هزار و ۷۰۰ دستگاه رسید.

*تولید لوازم خانگی تا پایان دی‌ماه

همچنین، آمار منتشر شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۰ 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 ۱۳۹۹ افزایش داشت و تولید ۱۰ کالا نیز کاهش یافت.

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

تولید لوازم خانگی بزرگ از ابتدای سال ۱۴۰۰ تا پایان بهمن‌ماه با رشد ۷.۶ درصدی در هم‌سنجی با سال ۹۹ به چهار میلیون و ۵۸۸ هزار و ۳۰۰ دستگاه رسید. مطابق آمارهای رسمی منتشره وزارت صنعت، معدن و تجارت، در ۱۱ ماهه سال ۹۹ تعداد پنج میلیون و ۱۹۴ هزار و ۴۰۰ دستگاه لوازم خانگی بزرگ شامل تلویزیون، یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی و کولر آبی در کشور تولید شده بود.

بر پایه این آمارها در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۰ تولید تلویزیون با رشد ۱.۹ درصدی به یک میلیون و ۱۶۲ هزار و ۵۰۰ دستگاه رسید.

این در حالی است که تولید تلویزیون تا پایان دی‌ماه با افت همراه بود که کارشناسان دلیل اصلی آن را بحران جهانی میکروچیپها و محدودیت‌های موجود بر سر راه این قطعه عنوان می‌کردند.

بر پایه این گزارش، تا پایان بهمن‌ماه پارسال ۲ میلیون و ۴۴ هزار و ۷۰۰ دستگاه یخچال و فریزر توسط کارخانجات داخلی تولید شد که حاکی از رشد ۷.۳ درصدی است.



کدام بازار بیشترین رشد را داشت؟

کالاهای بادوام

در وجه دیگری از بازدهی بازارها در فروردین ۱۴۰۱، بازار کالاهای بادوام (خودرو و لوازم خانگی) نیز در ماه گذشته صعودی بود.

شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور در این گروه، در فروردین ۱۴۰۱ نسبت به ماه قبل ۲/۷٪ رشد کرد.

سیگنال‌های مختلف برای بازارها

در مدت اخیر بازارهای مالی، تحت تاثیر مذاکرات وین و انتشار اخبار مربوط به آزادسازی هفت میلیارد دلار ارزهای مسدودی ایران قرار داشتند.

از سوی دیگر، رشد نقدینگی نیز در کشور همچنان و با سرعت ادامه دارد. چندی پیش تسنیم در گزارشی، از افزایش ۱۳۰۰ هزار میلیارد تومانی نقدینگی، در سال گذشته خبر داد. برخی کارشناسان معتقدند در سال جاری بازدهی هیچ‌یک از بازارهای مالی به اندازه تورم نخواهد بود. در مورد خودرو (کالاهای بادوام)، علاوه بر مذاکرات، نوسانات قیمت دلار و ابهام در واردات نیز تاثیر خود را بر بازار گذاشته است.

در بازار مسکن گزارش‌های مرکز آمار از کاهش تورم نقطه‌ای، ماهانه و سالانه مسکن در تهران در اسفند ۱۴۰۰ خبر می‌دهند. اما با افزایش اخیر قیمت میلگرد، این موضوع می‌تواند بر قیمت مسکن (و البته خودروی کارخانه‌ای) موثر باشد.

بورس اما با آغاز سال ۱۴۰۱ در وضعیت خوبی به سر می‌برد و کارشناسان بازار سرمایه معتقدند اگر بخشنامه‌های یک‌شبه صادر نشود، این بازار می‌تواند روند خوبی داشته باشد.

۶/۸۴ درصد بود.

قیمت سکه در آخرین روز کاری اسفند سال گذشته، ۱۲ میلیون و ۲۸۰ هزار تومان بود و در روز پایانی فروردین به ۱۳ میلیون و ۱۲۰ رسید.

قیمت طلا و سکه، نیز در اولین ماه سال، نوسانات زیادی داشت. به گونه‌ای که هر دو وارد کانال بالاتری شدند. طلا تا حدود یک میلیون و ۲۲۰ هزار تومان نیز صعود کرد. سکه نیز مرز ۱۳ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان را رد کرد. اما هر دو در ادامه تا حدودی نزولی شدند.

قیمت جهانی طلا نیز در ماه گذشته نوساناتی داشت و بازدهی آن به ۰/۷۲٪ رسید.

بورس

در وجه دیگری از بازدهی بازارها در فروردین ۱۴۰۱، شاخص کل بورس نیز در ماه فروردین رشد کرد. بورس اسفند ۱۴۰۰ را در سطح یک میلیون و ۳۴۵ هزار و ۳۰۰ هزار واحدی به پایان رساند. این در حالی است که شاخص کل بورس در آخرین روز کاری فروردین، یک میلیون و ۵۱۲ هزار و ۲۱۹ واحد بود. این ارقام به معنای رشد ۱۲/۴۳ درصدی شاخص کل است.

مسکن

در ادامه بررسی بازدهی بازارها در فروردین ۱۴۰۱، باید به مسکن اشاره کرد که با رشد همراه بود. به گزارش مرکز آمار شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور در این گروه، در فروردین ۱۴۰۱ نسبت به ماه قبل ۲/۱٪ درصد افزایش داشت.

نخستین ماه سال ۱۴۰۱ با رشد همه بازارها همراه بود. در این میان بورس بیشترین و دلار کمترین رشد را تجربه کردند. بازدهی بازارها در فروردین ۱۴۰۱ چگونه بود؟

به گزارش تجارت‌نیوز، نخستین ماه سال در حالی به پایان رسید که بازارهای مختلف رشد داشتند. بازدهی بازارها در فروردین ۱۴۰۱ چگونه بود؟

قیمت دلار

قیمت دلار در فروردین، ۱/۱۴ درصد رشد داشت. صرافی ملی، در روز ۲۸ اسفند سال گذشته، نرخ فروش دلار را ۲۴,۹۹۴ تومان اعلام کرد.

در این راستا نرخ صرافی ملی در روز ۳۱ فروردین، ۲۵,۲۷۹ تومان به ثبت رسید.

نرخ دلار در بازار آزاد نیز در ماه فروردین نوساناتی داشت و به کانال ۲۸ هزار تومان هم رفت. اما مجدداً به کانال ۲۷ هزار تومانی بازگشت. اسفند سال گذشته، قیمت دلار تحت تاثیر خوش‌بینی‌ها به اتمام مذاکرات هسته‌ای، در سطوح ۲۵ و ۲۶ هزار تومان نوسان داشت.

قیمت طلا

در وجه دیگری از بازدهی بازارها در فروردین ۱۴۰۱، قیمت طلا اما در ماه فروردین، ۶/۳۸ درصد رشد کرد.

قیمت طلا در آخرین روز کاری اسفند ۱۴۰۰، یک میلیون و ۲۲۵ هزار و ۸۱۳ تومان بود. در حالی که بازار در آخرین روز فروردین، با قیمت یک میلیون و ۳۰۴ هزار و ۷۱ تومان به کار خود پایان داد.

قیمت سکه

خریداران بازار سکه نیز ماه گذشته سود کردند. رشد قیمت سکه طرح جدید،



۴ راه اثر بخشی تجارت

الکترونیک بر توسعه صادرات

اینترنت تجارت را
دگرگون می کند

پیامدهای موثر توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات

۴. ایجاد اشتغال برای قشر عظیمی از نیروی کار ماهر و نیمه‌ماهر با توجه به مزیت کشورهای در حال توسعه در برخورداری از نیروی انسانی فراوان و ارزان و ایجاد فرصت‌های شغلی بین‌المللی و جلوگیری از خروج نیروی کار دانش‌آموخته و متخصص.

در ایران، با وجود ضریب نفوذ اینترنت که بیش از ۷۰ درصد و ضریب نفوذ موبایل که بیش از ۱۲۰ درصد اعلام شده، سهم کشور از تجارت الکترونیک اندک است. در شاخص تجارت الکترونیکی آنکتاد، ایران با تنزل رتبه از جایگاه ۶۹ جهان از بین ۱۳۰ کشور به رتبه ۷۷ از ۱۳۷ کشور سقوط کرده است.

این در حالی است که مطالعات داخلی بسیاری از اثر مثبت فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توسعه صادرات ایران می‌گویند. یک بررسی ایرانی در سال ۹۵، روابط تجاری ایران را در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۱ با ۱۸ شریک برتر تجاری بررسی کرده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران، بر الگوی تجاری این کشورها اثر مثبت دارد. یک پژوهش ایرانی دیگر می‌گوید به طور متوسط افزایش یک درصدی در آمار استفاده‌کنندگان از اینترنت در هر یک از کشورها، به رشد ۰/۴۴ درصدی افزایش در صادرات آنها می‌انجامد.

پژوهشگران ایرانی به سیاستگذاران توصیه کردند با توجه به اثر مثبت توسعه بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات و بهینه‌سازی اینترنت در بخش تجاری کشور، اصلاح زیرساخت‌های مخابراتی و تقویت بخش خصوصی را دنبال کنند. حذف هزینه‌های حمل و نقل، بهبود روابط مالی و تعمیق ارتباطات نوین بین بنگاه‌های اقتصادی کشورها از دیگر پیامدهای موثر توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

مقاله: تاثیر اینترنت بر تجارت دوجانبه ایران؛ رویکرد مدل جاذبه تعدیل شده

منبع: وبسایت خبری اتاق بازرگانی تهران

حذف هزینه‌های حمل و نقل، بهبود روابط مالی و تعمیق ارتباطات نوین بین بنگاه‌های اقتصادی کشورها از پیامدهای موثر توسعه زیرساخت‌های

فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

براساس گزارش آنکتاد، ارزش جهانی تجارت الکترونیکی در سال ۲۰۱۷ به ۲۹ تریلیارد دلار رسیده است. آنکتاد می‌گوید نزدیک به ۸۸ درصد از این معاملات از نوع B2B یا معاملات بنگاه-بنگاه است. علاوه بر این، رشد تجارت الکترونیکی بنگاه-مصرف‌کننده یا B2C در سال‌های گذشته بسیار سریع بوده به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۷، این رشد بالغ بر ۲۲ درصد برآورد شده است. تجارت الکترونیکی بین مرزی در سال ۲۰۱۷، بیش از ۴۱۲ میلیارد دلار برآورد شده است. بیش از ۵۰ درصد از این نوع معاملات در ۱۰ کشور نخست از این نوع تجارت انجام می‌شود و آمریکا، چین و ژاپن سه کشور برتر در این زمینه‌اند.

رشد معاملات B2C در قاره آسیا و آفریقا هم سرعت بیشتری یافته است. تعداد خریداران بین‌المللی این معاملات از ۱۶۳ میلیون خریدار در سال ۲۰۱۵ به ۲۷۷ میلیون خریدار در سال ۲۰۱۷ رسیده است که رشد ۷۰ درصدی را نشان می‌دهد. رشدی که در سال‌های همه‌گیری کرونا در سراسر جهان، بیشتر هم شده است. تجارت الکترونیک از ۴ مسیر بر توسعه صادرات اثر می‌گذارد:

۱. تسهیل راه صنعتگران و بنگاه‌های کوچک و متوسط برای دسترسی به معاملات جهانی از طریق حذف موانع سنتی مثل فاصله جغرافیایی، تفاوت زمانی و هزینه ارتباطات و دسترسی به بازارهای بین‌المللی، که به طور معمول مانع رقابت آنها با بنگاه‌های بزرگ می‌شود.

۲. هموار کردن راه ورود محصولات کشاورزی به بازارهای جهانی، از طریق ارائه اطلاعات مربوط به قیمت و کیفیت که ضروری‌ترین اطلاعات در این بخش‌هاست.

۳. افزایش توان بنگاه‌های کوچک و متوسط خدماتی برای فعالیت و ارائه مستقیم خدمات به مصرف‌کنندگان در دورترین نقاط عالم مثل خدمات مسافرتی و جهانگردی که نقش اطلاعات در آن بسیار مهم است.

روند تورم در

اقتصاد ایران

تجربه تورم تکرریمی فقط در ۴ سال

مرکز آمار ایران، نرخ تورم سال ۱۴۰۰ را برابر با ۴۰/۲ درصد اعلام کرد که بالاترین نرخ تورم طی ده سال اخیر منتهی به سال مزبور است.

• بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران و بانک مرکزی، از سال ۱۳۵۷ تاکنون یعنی طی ۴۴ سال منتهی به ۱۴۰۰، اقتصاد ایران فقط طی ۴ سال تورم تکرریمی را تجربه کرده است.

• طی دوره مورد بررسی، تواتر تجربه نرخ تورم ۱۰ الی ۲۰ درصد با تواتر نرخ تورم بالاتر از ۲۰ درصد یکسان و برابر با ۲۰ بار است.

• بعد از سال ۱۳۷۴ با نرخ تورم ۴۹/۴ درصدی، سال ۱۴۰۰ دومین سالی است که اقتصاد ایران نرخ تورم بالای ۴۰ درصد را داشته است. بانک مرکزی نرخ تورم سال ۱۳۹۸ را برابر با ۴۱/۲ درصد اعلام کرده بود که در صورت مینا قراردادن نرخ مزبور، تواتر تجربه نرخ تورم بالای ۴۰ درصد طی دوره مزبور به ۳ سال و نرخ تورم ۳۰ الی ۴۰ درصد به ۴ بار تغییر خواهد کرد.

تورم ۱۴۰۰

در دوازدهمین ماه سال ۱۴۰۰، نرخ تغییرات ماهانه شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور به ۱۳/۳ درصد رسید که نسبت به رقم مشابه ماه قبل، از سرعت افزایش ماهانه شاخص کاسته شد.

• تورم نقطه به نقطه اسفند ۱۴۰۰ (نسبت به اسفند سال قبل)، ۳۴/۷ درصد و طی دوازده ماه منتهی به اسفند ماه نیز ۴۰/۲ درصد (همان تورم کل سال) اعلام شده است.

• نرخ تورم برای خانوارهای روستایی در سال ۱۴۰۰ برابر با ۴۲/۸ درصد و برای خانوارهای شهری برابر با ۳۹/۷ درصد بوده است.

عوامل دخیل در تورم ۱۴۰۰

بر تحقق نرخ تورم ۴۰/۲ درصدی، مشارکت ۸۲/۸ واحد درصدی گروه کالایی و ۱۱/۴ واحد درصدی گروه خدمات است.

بر اساس تفکیک گروه‌های عمده، مهمترین عوامل مشارکت‌کننده در تورم سال ۱۴۰۰، گروه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها با سهم ۱۶/۷ واحد درصد، مسکن (شامل اجاره و خدمات تعمیر مسکن) با سهم ۶/۶ واحد درصد، حمل و نقل با سهم ۴/۵ واحد درصد، پوشاک و کفش با سهم ۲/۷ واحد درصد، میلمان و لوازم خانگی با سهم ۲/۴ واحد درصد و بهداشت و درمان با سهم ۲/۲ واحد درصد و در مجموع برای هر سهم ۳۰/۷ واحد درصدی هستند.

افزایش شاخص بهای گروه انرژی (آب، برق و سوخت) در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال قبل، حدود ۲۴/۵ درصد و میزان مشارکت آن در تورم سال مزبور رقمی کم و حدود ۰/۷ واحد درصد است.

کمترین افزایش شاخص بهای مصرف‌کننده در سال ۱۴۰۰ مربوط به گروه خدماتی ارتباطات، با نرخ ۶/۴ درصد و کمترین مشارکت نیز متعلق به این گروه با سهم ۰/۱۲ واحد درصدی است.

در میان اقلام خوراکی و آشامیدنی سه گروه کالایی شامل؛ نان و غلات، گوشت قرمز و ماکیان و سبزیجات در مجموع به حدود ۵۰ درصد از مشارکت ۱۶/۷۴ واحد درصدی گروه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها را در تورم ۱۴۰۰ تشکیل داده‌اند.

از منظر طبقه‌بندی کالایی بر حسب ماندگاری، بیشترین مشارکت در تورم سال ۱۴۰۰ مربوط به گروه کالایی بی‌دوام با ۲۱/۴ واحد درصد سهم است.

منبع: اتاق بازرگانی تهران

اعضای جدید انجمن لوازم خانگی ایران

جهان مارک



نام شرکت: جهان مارک
مدیرعامل: جناب آقای صفاپور
محصولات: انواع مارک لوازم خانگی و لیبل

نام شرکت: سیم و کابل کاوه تک
مدیرعامل: جناب آقای ملاسلمانی
محصولات: انواع سیم و دسته سیم لوازم خانگی



ProVision

نام شرکت: تدبیران صنعت سپید (پروویژن)
مدیرعامل: سرکار خانم سلاسل
محصولات: انواع تلویزیون رنگی LED، گیرنده دیجیتال، آنتن
گیرنده دوقطبی ساده و انواع چای ساز برقی

نام شرکت: ماهان نورد شرق
مدیرعامل: جناب آقای پیرهادی
محصولات: پروفیل فولادی، رول فرم، بست و اتصالات فلزی

ماهان نورد شرق
MNS
MAHAN NAVARD SHARGH



روند سرمایه‌گذاری

خارجی

طی ۲۰ سال

در سال ۱۳۹۹ سرمایه‌گذاری خارجی ایران حدود ۱/۴ میلیارد دلار بوده که این رقم در مقایسه با سال ۱۳۹۸ حدود ۳۹ درصد افزایش یافته است.

عمده سرمایه‌گذاری خارجی در ایران از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی صورت گرفته است و سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار، سهم اندکی از سرمایه‌گذاری خارجی را تشکیل می‌دهد. شایان ذکر است در سال ۱۳۹۹، سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار، با افزایش حدود ۶۹ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۸ به حدود ۱۶۵ میلیون دلار رسیده و سهم حدود ۱۲ درصدی از کل سرمایه‌گذاری خارجی کشور را در این سال به خود اختصاص داده است.

طی ۲۰ سال منتهی به سال ۱۳۹۹، روند سرمایه‌گذاری خارجی ایران با فراز و نشیب‌های زیادی مواجه بوده که از جمله مهم‌ترین دلایل آن را می‌توان تحریم‌های بین‌المللی عنوان کرد. طی این مدت، بالاترین میزان سرمایه خارجی، در سال ۱۳۹۱ و به مبلغ حدود ۴/۵ میلیارد دلار جذب شده است. پس از آن، جذب سرمایه خارجی در کشور، روند نزولی را در پیش گرفته و در سال ۱۳۹۴ به کمترین میزان خود طی ۲۰ سال گذشته رسیده است (۹۴۵ میلیون دلار).

به دنبال امضای برجام در سال ۱۳۹۴، مجدداً سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۱۳۹۵ افزایش پیدا کرد، اما پس از آن، به دلیل سیاست‌های آمریکا و زمزمه‌های خروج این کشور از برجام مجدداً سرمایه‌گذاری خارجی روند کاهشی را در پیش گرفت و پس از خروج کامل آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷، رقم سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۱۳۹۸ به شدت کاهش یافت و به حدود ۱ میلیارد دلار رسید.

وضعیت سرمایه‌گذاری خارجی طی ۲۰ سال منتهی به سال ۱۳۹۹ (میلیون دلار)



Smart thermostats are also touted as eco-friendly because you can easily turn heating and cooling off and on when you're away from the home, and budget-friendly because using one can cut down your utilities bills. Nest claims to save U.S. customers an average of %10 to %12 on their heating bills and about %15 on their cooling bills annually.

Health Tech

Another trend that was accelerated by the pandemic, plenty of smart home tech started to either focus completely on, or at least emphasize, health benefits for 2021. As mentioned, smart thermostats have been one of the most popular smart tech devices for a while, but now some are integrating features like humidity sensors to help with air quality; stand-alone humidity sensors are a growth area, too.

Smart air purifiers and air conditioners are also on the rise to assist in elevating and maintaining air quality during this global health crisis. Some smart doorbells are integrating temperature-taking functionality so that people can screen their guests for one of the most basic Covid19-indicators before allowing them inside.

In smart home tech that is less Covid-inspired, smart water filtration systems are helping with overall health. Far beyond your typical toilet, advanced smart toilets are going so far as to use sensors to analyze waste and skin to provide insight into the user's health and alert them about any issues that may arise, with the hope that users can seek professional attention before a problem worsens.

At-Home Exercise

A health-related trend that was also stimulated further during the pandemic, because of the closing of gyms and fitness studios and the increase in time spent at home, tech-based at-home exercise is continuing to grow in 2021.

Smart workout tech like the Mirror (which was acquired by Lululemon in June 2020), Samsung's Smart Trainer and the Ultrahuman app built to connect to a user's Apple Watch,

have all found increased interest.

Home Office

With the widespread pivot to working from home, smart home innovations, specifically for home offices, garnered attention last year and continue to evolve as companies extend office closures and even switch to hybrid or permanent work from home policies. Tech from noise-canceling windows to drown out the neighbor mowing their lawn to AI filters to hide the messy living room when you jump on a video call with your boss are just the beginning of the potential for growth in this space.

High-Speed Connection

One of the premises for smart homes of the future is high-speed internet connection via mesh Wi-Fi. Slow connections and dead zones that occur when you walk away from your router will be a problem of the past when mesh Wi-Fi connects your main router straight to the well. The whole house will have high-speed connection for the rest of the smart home devices you install.

High-Tech Security

To ensure the safety of all of the smart home tech inside, smart home security systems are being developed to protect the outside. These devices will get more interconnected, allowing you to check on your home from anywhere and access the controls from afar (like opening the door for a delivery person or turning lights on if you see a suspicious person on the sidewalk).

Privacy Features

Smart home tech has faced issues with data breaches and security hacks. To remain relevant to savvy consumers today, companies are advancing features to ensure users of these devices that their info and their private lives inside their homes are safe.

<http://fna.ir/fgi>



10 Smart Home Trends This Year

When Smart House aired on Disney Channel in 1999, it was a massive stretch of the imagination; while smart home technology has thankfully not tried to take over as anyone's mother, it has come a long way. New technologies for homes have really taken off as devices are being introduced for every room in the house.

Smart trends are no longer reserved for the most high-end homes or saved for an upgrade years down the line—people are actually buying homes today with an eye on the existing smart home tech that's already included. These are some of the biggest smart home tech trends happening right now.

Integration

One of the top smart home trends for 2021 is just how fully integrated smart home tech is becoming. As mentioned above, it has almost become an expectation instead of a luxury, and along with higher expectations has come connectedness and ease of use.

From a pure integration standpoint, more smart home devices are starting to communicate with one another. For instance multiple rooms in your home can be outfitted with Google Home speakers that can function in a group(s) instead of individual units. A Philips Hue lighting system can control the lights in your entire home and can follow specific routines that you create to turn the lights on or off across the household according to your schedule and needs.

When a smart refrigerator detects you're low on milk it could add it to the shopping list stored on your Amazon Alexa device. Connection is key when it comes to expanding the smart home system.

Ease of use continues to improve, too. You don't need to be tech-savvy to set up many smart tech devices. If you have a smartphone, a Wi-Fi connection and an outlet, most people are set to connect a lot of devices—which makes

the barrier to entry lower for smart home tech across the board.

Artificial Intelligence and Internet of Things

Thanks to voice assistants like Amazon Alexa and Siri, most people are familiar with at least some aspects of AI functionality. Artificial intelligence continues to improve, understanding commands better and responding in more relevant ways. AI in smart homes helps residents play music, update their to-do list, turn lights off and on and much more.

The internet of things (essentially taking all the things in the world and connecting them to the internet) is still a more complicated process to understand, but progress made in the smart home world in regards to IoT will have a lot of implications for making life easier, particularly in the smart kitchen and smart bathroom space.

Touchless Tech

This trend had already started to permeate the smart home arena and the Covid19- pandemic accelerated it in 2020 and 2021. You've likely seen touchless hand sanitizer dispensers in retail environments, and while they're likely not smart-enabled, the potential is there—and the touchless concept is expanding.

For example, touchless doorbells are a new innovation for guests to announce their arrival without touching a shared surface that could potentially spread germs. And of course, many home devices are controlled via mobile apps so each individual that has control touches only their own phone and not the device itself.

Smart Thermostats

Following smart speakers, smart thermostats have been one of the most widely adopted smart home tech devices. They are generally easy to install and can be completely customized to your preferred temperature, as well as your routines, making it easy to adjust the environment in your home from anywhere.

Choose shelves to display antique kitchenware.

If you've got stoneware, matching glasses, or other harmonious, beautiful kitchenware, choose to make them a part of your kitchen storage shelves. Not only are they easy to use, but they offer options for seasonal decorating that offers decorative novelty without breaking the bank.

What you'll need:
Floating Shelves
Shelving Unit

Pick an understated, coordinated backsplash.

Your kitchen backsplash is key to the room's aesthetic. One dated backsplash can really spoil the look of the kitchen and prompt you to look for kitchen remodel ideas, so look into an understated neutral backsplash. If you prefer, a bold color can also be the perfect option when you've already redone the whole kitchen in neutral tones.

What you'll need:
Neutral Backsplash (Peel and Stick)
Bright Blue Backsplash Option

Add an island for storage

Some kitchens are just not set up to hold everything a modern home chef needs, instead, focusing on ample floor space. Adding an island to the middle or edge of your kitchen offers a spot to put more of your items, freeing up counter space and keeping everything close at hand.

What you'll need:
Kitchen Cart
Island With Storage and Seating

Remove bulky islands for more space.

On the other hand, life without the island might be better if you constantly have to squeeze past fellow cooks. Try removing an island or stand of cabinets and see if having more space is a great trade-off to feel the airy lightness of a modern kitchen in your DIY kitchen remodel, maybe even making room for a breakfast nook.

Add a butcher-block countertop for warmth

If you aren't ready to put in new granite, marble, or laminate countertops, one modern choice that is also economical are butcher-block countertops.

Not only do they look nice even after being a bit weathered, but they add the comfortable glow of stained or raw wood.

What you'll need:
Dark Walnut Option
Light Maple Option

Add bar stools for camaraderie.

If you have a bar or other medium-high countertop in your kitchen, see what it'd be like to add bar stools. They are a great fit for drawing people to spend time near the kitchen without getting in the way, and are especially nice if there's somewhere to tuck them away when not in use.

What you'll need:
Basic White Barstools
Dark Leather Barstools

Purchase new stainless-steel appliances.

If you're overdue for a new appliance, see what is available for a bargain in stainless steel. This style is one of the most modern looks in appliances

these days, and can add a sleek look to any kitchen. Remember, no need to get them all at once, since stainless steel is popular and can be fairly easily coordinated piecemeal.

What you'll need:
Stainless Steel Cleaner
Matching Utensil Holder

Stow small appliances to prioritize counter space.

Toasters, blenders, cutting boards... before long, the countertop is covered! Find or make space for all small appliances so that you can maximize kitchen space. Even if this means adding a hutch or cabinet in a nearby room or closet, make the space to have those beautiful clear counters.

What you'll need:
Mixer Lift
Blind Corner Trays

Add jars, vases, or bowls for elegance.

No kitchen remodeling budget to speak of? You can still spruce it up! A visit to a local thrift store or big box store can yield inexpensive and simple jars, vases, or bowls to make the focal point of a shelf, counter, or tabletop. Don't clutter, just add a little ambiance – vases can easily be storage for wooden spoons and other utensils too!

What you'll need:
Vintage Pitcher
Ceramic Jars.

Source:
<http://fna.ir/fhr>



15 Kitchen Remodel and Renovation Ideas

Even minor kitchen remodel ideas can generate major expenses, with Remodeling Magazine reporting that the minor kitchen remodel these days averages around ۲۳,۰۰۰\$. Even people who are excited about kitchen renovation may balk at the price tag and opt for a smaller facelift that adds a fresh look without breaking the bank. If you want your kitchen before and after to look great even when you do the DIY kitchen makeovers yourself, try some of these small and large projects yourself in ۲۰۲۱.

Turn busy, dark colors bright and neutral.

In general, adding lighter colors will make your kitchen remodel look brighter and more airy, a modern trend. Whether you add white furniture, beige walls, or buy a bright white refrigerator, you'll be adding a more modern edge to the space. Note at least one place in your kitchen that could really look better with a touch of brightness.

What you'll need:

White Kitchen Island
Breakfast Bar

Make clever use of small spaces.

Note your kitchen's assets, not just its shortcomings. Some small galley kitchens have high ceilings, allowing you to store rarely-used items very high up. Other kitchens may have too many appliances and lack counter space – consider adding an island, moving an appliance, or adding a rolling cart for storage.

What you'll need:

Rolling Cart
In-Cabinet Organizers

Choose bright cabinet paint or add glass.

Your cabinets take up a lot of kitchen real estate, so make them count. You can repaint the outside a satin white or a matte eggshell or some other neutral that looks bright and cheery in your kitchen remodel before and after. You can also opt to see everything inside by installing panes of glass in the cabinets instead.

What you'll need:

Glass-Front Cabinets
White Paint

Opt for vintage hardware.

If you can only do one thing, adding new hardware in a kitchen with very dated drawer pulls will do wonders. Just picking a beautiful antiqued bronze style or modern sleek chrome can completely change the vibe of your kitchen renovation.

What you'll need:

Ceramic Knobs
Vintage Scrollwork Handles

Replace cabinets with drawers.

In some cases, a new set of drawers will serve you even better than cabinets, and having them along the bottom half of your kitchen will look beautiful and modern. Sleek options are available for affordable prices.

What you'll need:

Drawers For Inside the Cabinets
Overdoor Organizers

Splurge on a big-basin farmhouse sink.

One modern fixture we're starting to see everywhere is the large basin or two basin porcelain sink. The apron front looks beautiful in a modern bright kitchen remodel, and if you want something that will feel practical and luxurious at once, this is the thing! If you already have a large farmhouse sink, consider adding a more modern faucet with new features.

What you'll need:

Farmhouse Sink
Stainless Steel Sink

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 نمائید:

اعضای انجمن: محصول سازان قطعه سازان

غیر اعضای انجمن:

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

بسیار خوب خوب متوسط ضعیف بسیار ضعیف

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

بسیار خوب خوب متوسط ضعیف بسیار ضعیف

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

بسیار زیاد زیاد متوسط کم بسیار کم

۴- طراحی هنری و صفحه آرایی 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 سردبیر ارسال فرمائید



۰۹۱۲-۹۳۶-۵۳۰۱





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*





FARA DID AFZAR®

Inspire the future ...

Electronics

E Systems
embedded

SMART
LINK

TOUCH
CONTROL

Silent



گرمای در راه است...



www.Aabsalco.com

فروش: ۷۷۴۵۱۰۹۴-۷۷۴۵۵۰۹۵

خدمات پس از فروش: ۷۷۲۰۹۰۰۷