

۲ رشد صنعت لوازم خانگی در دست انداز موانع

۳ لزوم کاهش سهم کالاهای لوازم خانگی از مصرف انرژی

۶ خبر خوش تسریع در تأمین و تخصیص ارز واحدهای تولیدی

88 The Latest Technologies Reshaping Home Appliance Production

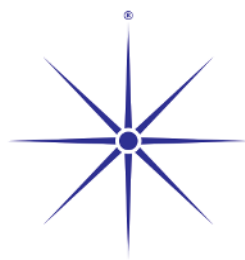
۴ بالاترین رتبه قبولی در کنکور هامکس ۱۴۰۲

۵ پژوهش؛

حلقه مفقوده توسعه صنعت لوازم خانگی ایران

۱۸ جلب رضایت ۹۸ درصدی هامکس؛
در ایستگاه بیست و سوم





PARLAR

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طوع نوآوری...

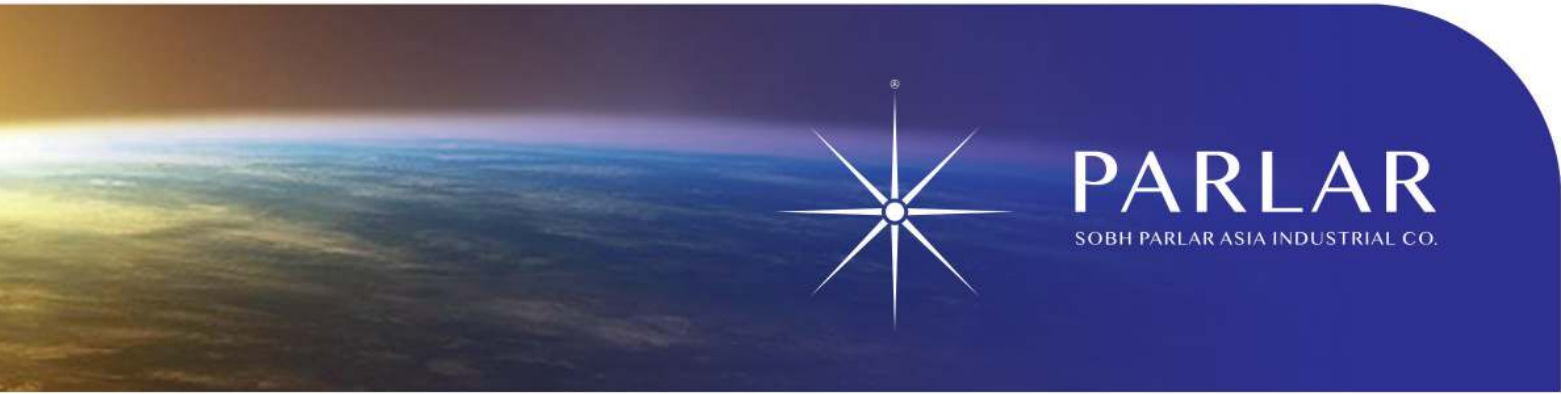
ما **بزرگترین** تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در **منطقه** هستیم

آدرس: پلیس راه تبریز - تهران، جاده باسمنج، شهرک صنعتی الکترونیک سهند آذران

تلفن: ۰۴۱ ۵۱۶۱ ۵۰۰۰ فکس: ۰۴۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

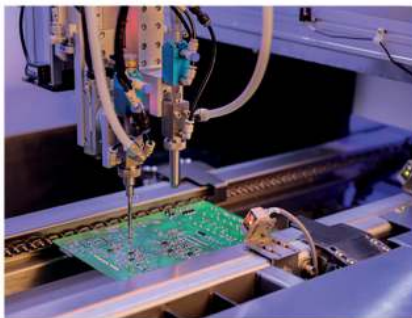
 info@parlar.ir

 www.parlar.ir



PARLAR

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

تایمر الکترونیکی و کنترلر
اجاق گاز و فر 



نمایشگر و کنترلر
هود 



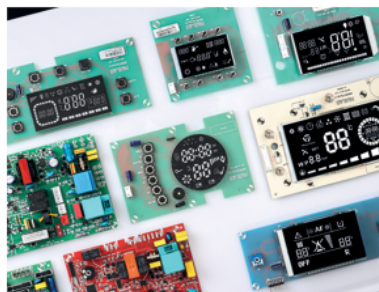
نمایشگر و کنترلر
یخچال 



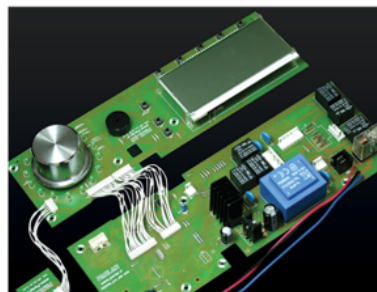
نمایشگر و کنترلر
کولر آبی و گازی 



کنترل اتوماتیک
پکیج های گرمایشی 



نمایشگر و کنترلر
ماشین لباسشویی 



محصولات
خودرویی 

ما بزرگترین تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در منطقه هستیم



واحد برتر و نمونه کشوری
در سال ۱۴۰۵



آدرس: پلیس راه تبریز - تهران، جاده باسمنج، شهرک صنعتی الکترونیک سهند آذران

تلفن: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۰۰۰۰ فکس: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

info@parlar.ir

www.parlar.ir



EMERSUN

BEAUTIFUL | PIONEER | RELIABLE

يک افتخار ناب ...





TAKBAN

CONTROL ENERGY



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳



۱۳۹۸



۱۳۹۹

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

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

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

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

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

THERMOSTATIC
RADIATOR VALVE

دو سال کارانتی

TRV

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

%20
Energy Saving

۲۲ ماه کارانتی



TRV

www.takban.com



محمول جدید



ترموستات دیجیتال یخچالی



TAKBAN
CONTROL ENERGY

limon
KITCHENWARE

WOODEN PRODUCTS



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

تلفن : ۰۲۱-۵۵۰۴۴۲۲۰ تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۵۱۰۴۴۰۰۰

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

WOODEN SERVING BOARD

A gorgeous decoration on your table

NEW PRODUCT



ISO 9001
2008

www.limonware.com

ما کا جلسہ میں کنتم!





SENATOR

شرکت تولیدی و صنعتی سناتور
تولیدکننده انواع شبکه های چدنی اجاق گاز



تلفن دفتر مرکزی

021 777 222 82

آدرس دفتر مرکزی

تهران - فلکه اول تهرانپارس - خیابان امیری طائمه - نبش خیابان کیخسروی - پلاک 13 - واحد 15

آدرس کارخانه

جاده تهران مشهد - بعد از پلیس راه شریف آباد - شهرک صنعتی جنت آباد - انتهای بلوار توسکا - کارخانه سناتور



www.senator.co.ir



تولپس

www.neico-electric.com

لوازم خانگی با تکنولوژی ژاپن
از ناسیونال تا تولپس



شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران با توجه به سیاست سهامداران خود، با هدف ایجاد اشتغال و توسعه ی صنعت لوازم خانگی در کشور فعالیت خود را آغاز کرد. این شرکت با بهره مندی از بروزترین فناوری های موجود، توانسته ضمن تامین نیاز بازار داخلی، کالای با کیفیتی عرضه کند که در رقابت با کالاهای نمونه های خارجی سر بلند بیرون آمده و تجربه متفاوتی از برند ایرانی را در مخاطب ایجاد می نماید.

کارخانجات صنایع الکتریکی ناسیونال ایران، در زمینی به مساحت بیش از ۶۰ هزار متر مربع در شهرک صنعتی محمود آباد اصفهان با زیر بنای بیش از ۲۲ هزار متر مربع با سالن های تولید محصول، کارگاه های جنبی، انبارهای مواد اولیه و محصول نهایی در حال فعالیت می باشد. این شرکت در حال حاضر با بیش از نیم قرن تجربه در تولید و عرضه لوازم خانگی کوچک، بعنوان یکی از قدیمی ترین کارخانجات صنعتی و فعال در کشور می باشد.

هم اکنون نیز با هدف دسترسی آسان مصرف کنندگان عزیز به محصولات تولیدی شرکت، محصولات ناسیونال ایران در اغلب فروشگاه های لوازم خانگی عرضه شده و با توسعه همکاری با فروشگاه های زنجیره ای (هایپر، مادیران، اتکا، شهروند، رفاه و ...) و نیز از طریق فروش غیر حضوری (اینترنتی و تلفنی) تمام محصولات را در دسترس خریداران قرار داده است.



صنایع الکتریکی ناسیونال ایران (سهامی خاص)

National Iran Electric Industries Co. (LTD)





منارک پلاس

سرویس ۱۱ پارچه با پوشش نئوسب گرانیت

Monarch Plus

11 Pcs. Extera Nonstick Granite System



Good heat diffusion
انتشار یکنواخت حرارت

+240°C
-40°C

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

 zarsab
۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴





ناب استیل

با ضمانت ناب رویس

© 021-2708

📷 nabsteel

NAB
STEEL

www.nabsteel.ir

کاجیران

Rose

MODEL: 232+



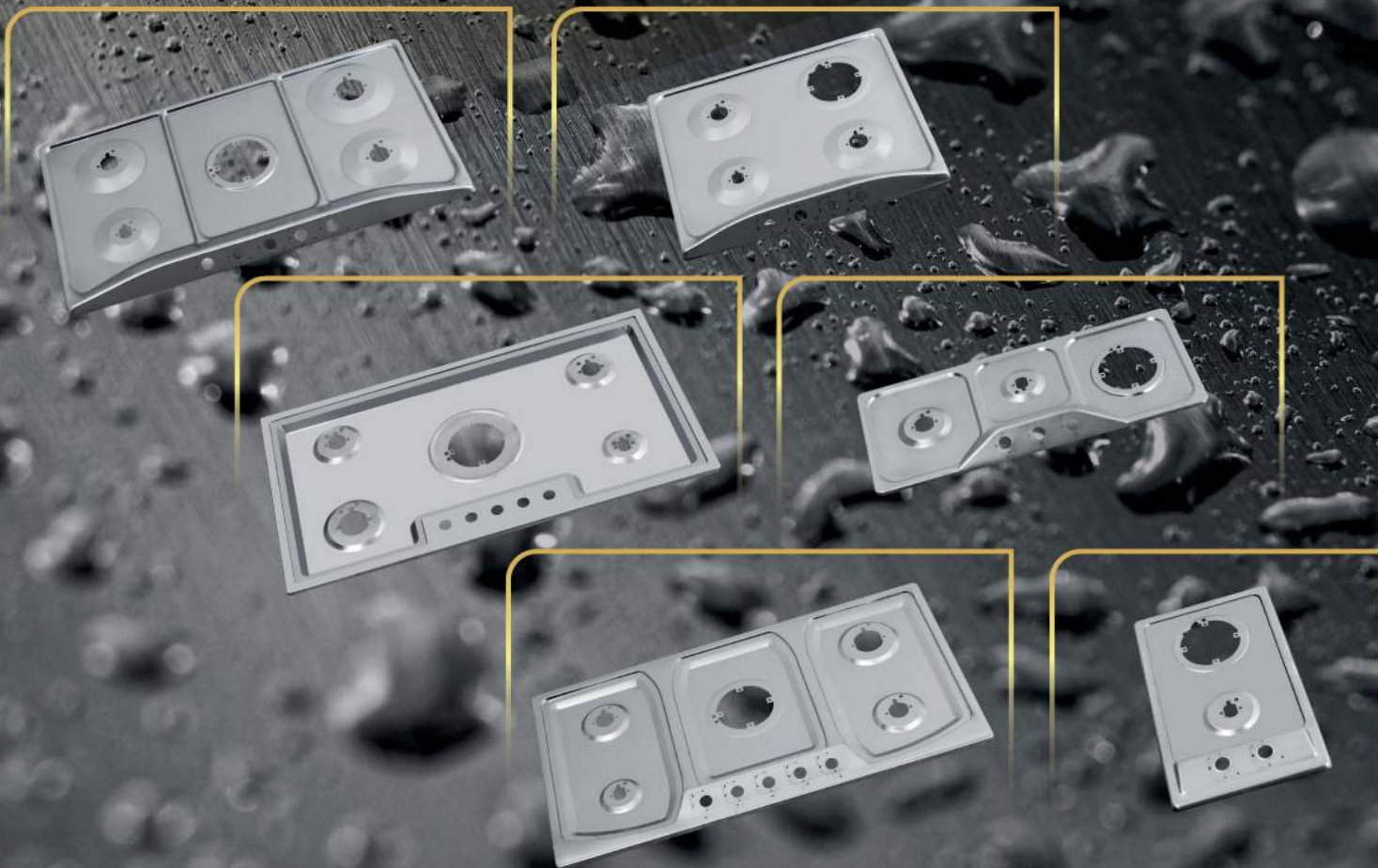
مدل بازو آزاد | ۳۲ مدل دوخت | انتخاب دوخت آسان | دفترچه آموزش فارسی | ۳۶ ماه گارنتی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از پارک ساعی، بن بست یاس، شماره ۳
www.kachiran.com تلفن: ۰۲۱-۴۳۶۰۴ info@kachiran.com





SAMSUNY COMPANY

Manufacturer of steel plates



Management : Shapour Ramezanpour
Production manager : Amir Ramezanpour
CEO : Naeem Ramezanpour

 [samsuny_shapour](#)

 [samsuny_shapour](#)

Address :

No.5 , 6 Shemshad Street
Nasir Abad Industrial Town
Robot Karim , Tehran

Tel :

021-56392011

021-56390172

Mob :

09121243827

09121434614

09126002735



لامپ و چراغ LED

- چراغ های SMD , COB
- پروژکتور
- پانل های توکار و روکار
- لامپ های LED شمعی، هالوژنی، حبابی



دربازکن تصویری

- دربازکن های تصویری
- دارای اپلیکیشن موبایل
- پاسخگویی همزمان از چند موبایل
- نظارت گفتگو و باز کردن درب از راه دور



درب اتوماتیک

- موتور درب های پارکینگی
- راهبندهای الکترومکانیک
- آنتن کارتخوان برد بلند



دوربین مدار بسته

- دوربین های مدار بسته HD و تحت شبکه IP
- دستگاه ضبط تصویر HD و تحت شبکه
- نرم افزار مدیریت تصویر (قابلیت نمایش تا ۳۰۰ دوربین)

سیمارات

لوازم خانگی
HOME APPLIANCES

18 ماه
گارانتی



Simaran



تولید ضربی انواع قطعات پلیمری از جمله قطعات لوازم خانگی
تا ۳ کیلوگرم (ماشین ۸۰۰ تن)

SINGERS

SINGER

خورتیید دریای تشرق

SINGER

ارانه خدمات متمایز در تولید قطعات



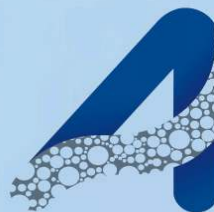
تولید ضربی انواع قطعات پلیمری
از جمله قطعات لوازم خانگی
تا ۳ کیلوگرم (ماشین ۸۰۰ تن)



Tel: (021) **71343**

جاده آریلی، خیابان نشوه (سازمان آب)
نرسیده به پنجم شیدایی، شماره ۱۸
info@khdsh.co
www.khdsh.co
kdsco.ir

گروه صنعتی آبشار
ABSHAR Industrial Group



آبشار فوم گستر آبشار پلاستیک کار آبشار پلیمر کار

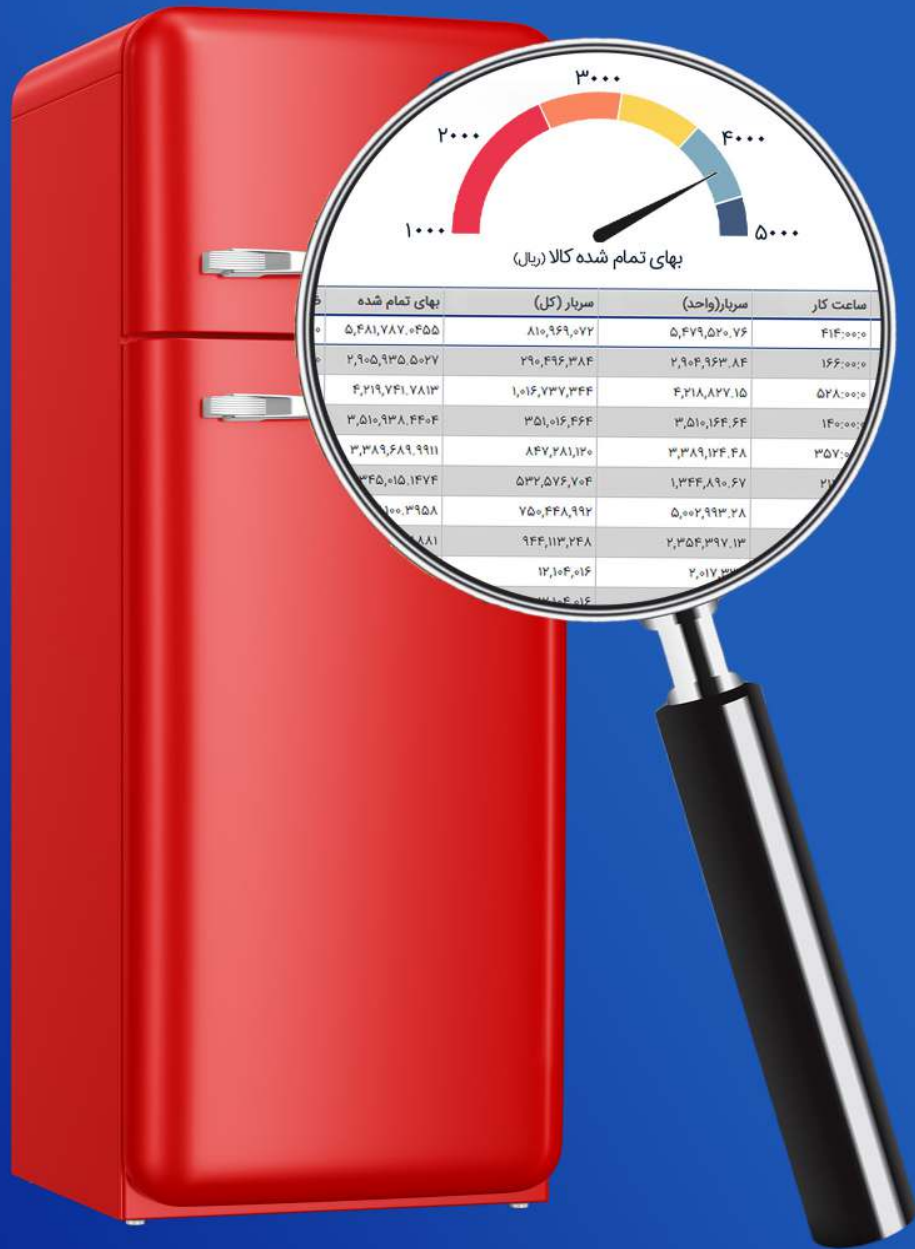
فوم‌های پلی‌استایرن بسته‌بندی و ضربه‌گیر



محافظتی تمام عیار
از تولیدات ارزشمند شما



تهران، خیابان مطهری، خیابان فجر، نبش خیابان غفاری، پلاک ۵۵ کد پستی: ۱۵۸۸۷۴۵۶۴۵
تلفن: ۷۹-۸۸۴۹۲۱۶۹ - ۸۸۸۲۷۰۷۰ - ۸۸۳۰۸۵۴۰ - ۸۸۳۰۴۵۴۳ فکس: ۸۸۸۴۰۷۳۸



بینش عمیق، پیش بینی دقیق داشبورد مدیریتی شماران سیستم



SCAN ME



شماران سیستم

shomaran system

تهران | خیابان شهید بهشتی | خیابان پاکستان
کوچه ساوجی نیا | شماره ۴ | ساختمان شماران
تلفن : ۰۲۱-۸۹۳۳۴ | info@shomaran.com

www.shomaran.com | تولیدکننده نرم افزارهای یکپارچه BPMS/MIS/ERP

Homara®

www.homara.ir



KITCHENWARE



 @homara_ir



تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه |

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

 @homara_ir

POUYA SANAT AKO PARDIS

HOME APPLIANCES



شرکت تولیدی پویا صنعت آکو پردیس

تولیدکننده قطعات اجاق گاز، هود و فر
ترمینال برق، انواع ولوم اختصاصی، روغن گیر با انواع پانچ داخلی و خارجی، صلیبی قهوه جوش، قطعات المنت
انواع لولا و بست و قالب سازی اختصاصی انواع قطعات

✉ pouya.sanat@yahoo.com

☎ More information call us
09123542824 فیاض مدیر عامل

09123871929 جهانبخش مدیر فروش

09383871929 جهانبخش مدیر تولید

02176216451 , 02176216473 , 02176216496 کارخانه

02176216437 فکس



بازگشت یک اسطوره

www.shahabco.ir

Vitally

گرید A انرژی

گروه صنعتی اعتماد
Etemad Industrial Group

اولین تولید کننده
سرشعله های آلومینیومی در ایران

بیش از نیم قرن تجربه



سرشعله های سری H

گرید A انرژی

با قابلیت مونتاژ بر روی صفحه های با پانچ سری ۲

بدون تغییر در فنک و ترموکوپل و ...

AUX	SEMI-RAPID	RAPID	WOK
1.19 kw	1.5 kw	2.17 kw	3.3 kw
66.26% EFF	65.3% EFF	62.73% EFF	55 EFF

تهران. کیلومتر ۴۵ بزرگراه امام رضا. شهرک صنعتی
پایتخت. بلوار سپیدار. بلوار صنوبر. خ نسترن ۰۱ پ ۵۳

۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۴-۵
۰۲۱۳۶۴۶۲۱۷۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۵۰۹۰
۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۶

Vitally
پیشرو در کیفیت و نوآوری





Electro Techno Tak

Design and Production of Resistance Welding Machinery



الکترو تکنوتک

طراحی و تولید انواع دستگاه های جوش مقاومتی

مخصوص تولیدات صنایع لوازم خانگی



با نیم قرن تجربه میراثی ماندگار در صنعت جوش

پرس جوش
Projection Welding



مش جوش
Mesh Welding



جوش سر به سر
Butt Welding



نقطه جوش
Spot Welding



جوش جرقه ای
Flash Butt Welding



درز جوش
Seam Welding



سری S




www.electrotechnotak.com
info@electrotechnotak.com


Factory: No.14, Haghghat Alley, Mohammadian St., End of Rajaie Ave., Shahre-rey, Tehran-Iran
P.O.BOX: 1887865114 TEL/FAX:+98 21 55232432 - 6


کارخانه: تهران، شهر ری، انتهای خیابان شهید رجایی، ضلع جنوبی بیمارستان هفتم تیر، خیابان محمدیان بن بست حقیقت، پلاک 14 کد پستی: 1887865114 تلفکس: 55232432-6



Nike Hypercharge Shaker

 mania_co

 www.mania.ir

 mania_company

 (+98) 21 55 09 92 77

 (+98) 21 55 09 92 75



Villo Coffee Cup

مدیریت تولید

- ردگیری آن لاین محصول در فرایند مونتاژ/ پیش مونتاژ
- برنامه ریزی خرید براساس برنامه ریزی کلان (MPS)
- برآورد بهای تمام شده براساس سناریوهای مختلف
- کنترل کیفیت حین تولید با تبلت/ موبایل
- مدیریت عدم انطباق و دوباره کاری
- ردگیری اجزا در هر سریال محصول
- ارتباط با سامانه جامع صمت
- مدیریت پیمانکاران
- بازیافت و دموونتاژ
- برندینگ و OEM
- رنگ و شید

همه کسب و کار یک راهکار



Scan me



• مدیریت تولید

- مدیریت زنجیره تامین
- مدیریت فروش
- مدیریت خدمات پس از فروش
- مدیریت نگهداری و تعمیرات
- حسابداری مدیریت
- مدیریت مالی
- مدیریت منابع انسانی

سامیار صنعت زاگرس

We bring you not only the motor But also the solution!

- داری قطر ۱۵ استاتور و بوبین
- داری بوش مخصوص آلیاژی
- براکت ها از جنس آلومینیوم
- داری بوبین نسوز
- داری کلاس حرارتی H
- داری ۲۴ ماه گارانتی تعویض
- داری روتور و استاتور از ورق سیلیس



دفتر تهران

خیابان استاد نجات الهی کوچه نوید، پلاک 42، ساختمان سامیار

کارخانه

شهر کرد، شهرک صنعتی، فاز یک، بلوار صنعت، میدان کارآفرین، پلاک 1

02188800225



www.samyargroup.com



@samyarsanat



ما را در اینستاگرام دنبال کنید.

برای دیدن تمام محصولات، کاتالوگ و نقشه فنی به سایت مراجعه کنید.

FGM
FANAVAR
GOSTAR
MOTLAGH

فن آور گستر مطلق

سازنده قالب و تولید کننده قطعات پلاستیک و باکالیت
Mold Maker and Manufacturer of Bakelite
& Plastic Parts



تهران، جاده آبعلی، خیابان اتحاد، خیابان هشتم غربی، شماره 14

فکس : 021 77343405

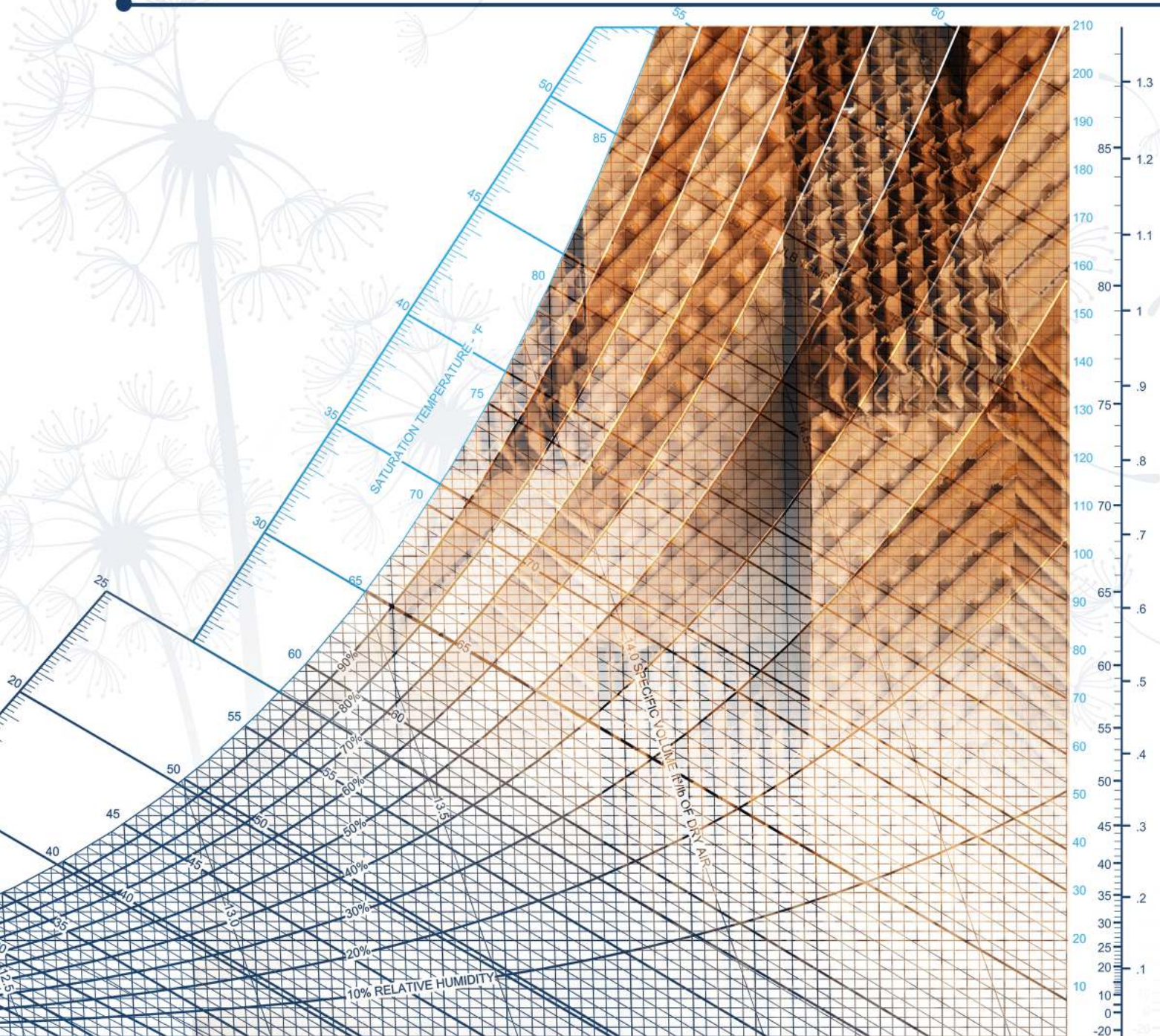
info@fanavargostar.ir

تلفن: 021 77339004

www.fanavargostar.ir

دست و دید باز، در طراحی کولر کاتالوگ مهندسی کولان سل

کولان سل®



koolancel.com

بزرگ‌ترین تولیدکننده‌ی پد سلولزی در خاورمیانه



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

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

اولین و تنها نشریه تخصصی صنعت لوازم خانگی ایران

سال دوم • شماره پانزدهم • شماره پیاپی ۳۹۴ • آذر ۱۴۰۲ • قیمت ۸۵۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

سردبیر: فرشاد براتی

ارتباط با سردبیر: ۰۹۱۲۹۳۶۵۳۰۱

شورای سیاست‌گذاری:

علیرضا محمدی دانیالی، عباس هاشمی، فرشاد براتی

محمدحسین تهرانیچی، محمود قهاری، سام ادیب

داوود نوده فراهانی

تحریریه: اکرم فیض‌آبادی، اعظم زندیه، محمد سعید زارع

امور هنری و فنی: سیما محمدی

امور اجرایی: اعظم زندیه

امور بازرگانی: شبنم شهلا

چاپ: آیین چاپ تابان

توزیع: علی یوسفی، میر سلیم هدایتی

نشانی دفتر نشریه: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی

خیابان صابونچی (مهناز سابق)، کوچه مبینی، پلاک ۸

کدپستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

شبكة‌های اجتماعی: ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

جذب آگهی: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۱)

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

مخاطبان گرامی نشریه می‌توانند در جهت ارتقاء جایگاه این رسانه‌ی مکتوب، پیشنهادات و

نقطه نظرات سازنده‌ی خود را به روابط عمومی انجمن از طریق

پست الکترونیکی pr@ahamiran.com منعکس فرمایند.

نقطه نظرات و تحلیل‌های اشخاص حقیقی و حقوقی به معنای دیدگاه این ماهنامه نیست.

حق جرح و تعدیل و انتشار مطالب دریافتی برای انجمن محفوظ است.



www.ahamiran.com



info@ahamiran.com



[ahamiran1361](https://www.instagram.com/ahamiran1361)



مجوز نشریه: ۹۱۴۴۶

۲ یادداشت مدیرمسئول: رشد صنعت لوازم خانگی در دست‌انداز موانع

۳ یادداشت: لزوم کاهش سهم کالاهای لوازم خانگی از مصرف انرژی

۴ سخن سردبیر: بالاترین رتبه قبولی در کنکور هامکس ۱۴۰۲

۵ گفتگوی اختصاصی: پژوهش؛ حلقه مفقوده توسعه صنعت لوازم خانگی ایران

۶ کمیسیون تخصصی: خبر خوش تسریع در تأمین و تخصیص ارز واحدهای تولیدی

۱۴ گزارش: ماراتن ۹۰ روزه تا تخصیص ارز

۱۸ اخبار هامکس ۱۴۰۲: جلب رضایت ۹۸ درصدی هامکس؛ در ایستگاه بیست‌وسوم

۲۳ اینفوگرافیک

۲۸ گفتگوی اختصاصی: فرسودگی ناوگان معضل جدی برای حمل‌ونقل کالاهای لوازم خانگی

۳۰ گزارش: شاخص مدیران خرید اقتصاد در آبان به ۵۰/۹۶ رسید

۳۴ کمیسیون تخصصی

۳۷ گفتگوی اختصاصی: دور باطل در عرصه پژوهش

۴۱ سند سیاستی

۴۲ انتصابات

۴۶ اخبار اتاق: بخش خصوصی را به تصمیم‌گیری‌ها بازگردانیم

۵۲ اخبار برندها

۵۴ اینفوگرافیک: ناترازی انرژی در ایران

۵۶ گفتگوی اختصاصی: صنعت لوازم خانگی و چالشی به نام حمل‌ونقل

۶۲ گزارش: ۶۹۰ واحد صنعتی در شهرک‌ها تعطیل هستند

۶۵ گفتگوی اختصاصی: تحقق و توسعه بدون رکن «پژوهش» امکان‌پذیر نیست

۶۸ مقاله

۶۹ گفتگوی اختصاصی: ضعف سیستم حمل ریلی و دریایی برای جابجایی کالا

۷۳ گفتگوی اختصاصی: تأثیرپذیری تولید لوازم خانگی از حمل‌ونقل

۷۴ اخبار برندها

۷۸ گزارش: دگردیسی تولید لوازم خانگی با فناوری‌های نوین

۸۱ مدیران نسل دوم: روایت دستاوردی عظیم از صفر!

۸۶ کتابکده

۸۸ متن انگلیسی



رشد صنعت لوازم خانگی در دست‌انداز موانع



علیرضا محمدی دانیالی

رئیس هیات مدیره انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول ماهنامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی

در صنعت لوازم خانگی و در طول ۳ سال گذشته سرمایه‌گذاری رشد مناسبی داشته است. در سال ۱۳۹۸ حدود ۸ میلیون قطعه لوازم خانگی در کشور تولید می‌شد، اما خوشبختانه حالا به ۱۶ میلیون دستگاه در طول سال رسیده است سال قبل رشد ۲۵ درصدی را ثبت کردیم و در چهار ماه اول سال اخیر نیز رشد ۱۴ درصدی برای صنعت لوازم خانگی ایران ایجاد شده است. این آمارها نشان می‌دهد این صنعت در حال رشد بوده و بنابراین سرمایه‌گذاری در آن نیز هنوز توجیه اقتصادی دارد. این صنعت رشد کمی و کیفی داشته و این اتفاق مرهون تلاش‌های تولیدکنندگان و سرمایه‌گذارها بوده است. در این میان دولت نیز کمک‌هایی داشته که سبب این موفقیت‌ها شده است. اما با این وجود صنعت لوازم خانگی ایران با مشکلات عدیده‌ای دست‌وپنجه نرم می‌کند.

فراهم کند، اما به جای حمایت با قیمت‌گذاری دستوری و ممنوعیت و محدودیت‌های متعدد مسیر رشد این صنعت را دچار چالش کرده است.

با عدم تخصیص ارز توسط بانک مرکزی، تولیدکنندگان و واردکنندگان با چالش‌هایی برای خرید مواد اولیه موردنیاز خود مواجه شده‌اند. ما نمی‌دانیم چرا داریم تنبیه می‌شویم و هزینه‌های مازاد را پرداخت می‌کنیم. باید افای تی اف را تصویب کنیم و به سمت کاهش تحریم‌ها حرکت کرده و با دنیا آشتی کنیم. تنش‌زدایی با کشورها را به صورت قدرتمند انجام دهیم تا بتوانیم منافع ملی را حفظ کنیم. در شرایط فعلی اقتصاد ملی نمی‌تواند با این مشکلات نفس بکشد و ۸ درصد رشد اقتصادی که مدنظر حاکمیت است محقق نخواهد شد.

بنابراین لازم است که مسئولان برای ایجاد رشد اقتصاد و در پی آن افزایش سرانه ملی، این مسائل را حل کنند.

همچنین، قاچاق و کالای تقلبی را یکی از معضلات اصلی صنعت لوازم خانگی است اما خوشبختانه حرکت خوبی از سوی وزارت صمت در حوزه قاچاق و کالای تقلبی آغاز شده است، اما حذف کامل آن نیاز به عزم ملی دارد.

این در حالی است که متأسفانه دولت‌ها به دنبال آن هستند که با سرکوب نرخ ارز، قیمت‌گذاری دستوری و آزادسازی واردات، رفاه کاذبی برای مردم ایجاد کنند. در حالی که تا مسائل اقتصاد کلان با روش‌های معقول و جهانی برطرف نشود، راه‌کارهای مقطعی در درازمدت نتیجه‌ای معکوس خواهد داشت. قطعاً با همراهی وزارت صمت و بانک مرکزی به نتایج خوبی در موضوع تامین ارز تولیدکنندگان در دومین صنعت کشور دست پیدا می‌کنیم؛ چرا که به‌رغم تحریم، این صنعت رشد کمی و کیفی شایان توجهی را تجربه کرده است.

اما به‌طور کلی بر این باور هستیم سرکوب نرخ ارز و محدودیت‌های شدید تامین ماشین‌آلات و مواد اولیه قدرت رقابت تولیدکنندگان داخلی را تضعیف کرده است، از همین رو ابتدا باید مشکلات اقتصاد کلان کشور حل شود تا بتوان صنایعی رقابت‌پذیر داشت.

در حال حاضر یکی از مهم‌ترین مشکل صنعت کشور قیمت‌گذاری دستوری است و هیچکس نمی‌داند این نوع قیمت‌گذاری از کدام تجربه موفق جهانی الگوبرداری شده است؛ این درحالی است که استراتژی صنعتی باید زیر سایه استراتژی کلان اقتصادی باشد، اما قیمت‌گذاری دستوری منجر به نابودی صنعت و اقتصاد می‌شود.

امروز در صنعت لوازم خانگی در کنار قیمت‌گذاری دستوری با مشکل تامین ارز مواد اولیه، تخصیص سهمیه ارزی و معطوف کردن آن به سهمیه دو تا سه سال گذشته و ملاک قرار دادن برگ سبز گمرکی مواجه است و این مشکلات، مسائلی را برای صنایع به ویژه صنایعی که زمینه‌ساز رشد صنعت و اقتصاد کشور هستند، مواجه کرده است.

دخالت دولت در کل اقتصاد و خصوصاً بحث قیمت‌گذاری باید به حداقل برسد. متأسفانه در حال حاضر مداخله دولت در قیمت‌گذاری را به صورت حداکثر داریم و تقریباً ۸۰ درصد اقتصاد ایران دولتی است.

بنابراین جزو اقتصادهای دولتی در دنیا هستیم که مشارکت بخش خصوصی در آن ناچیز است. این مدل قطعاً پاسخگو نخواهد بود و دارای اثرات منفی زیادی است. اگر می‌خواهیم اقتصاد قدرتمندتری داشته باشیم، دولت باید برای ایجاد زیرساخت‌ها و بستر فعالیت بخش خصوصی اهمیت بیشتری قائل شده و با قوانین مناسب، امنیت سرمایه‌گذاری را افزایش دهد.

دخالت دولت در قیمت‌گذاری و سرکوب قیمت‌ها، هیچ کمکی به تولیدکننده، مصرف‌کننده و در نهایت اقتصاد ملی نکرده و نتیجه معکوس خواهد داشت. بنابراین مناسب است که هرچه زودتر دولت و حاکمیت از اعمال این سیاست منصرف شده تا رشد اقتصادی کشور افزایش پیدا کند.

از طرف دیگر، مشکلات تامین قطعات و ماشین‌آلات را نیز باید به دیگر سختی‌ها در این بخش افزود. مجموع مشکلات نشأت گرفته از سیاست‌های ضد توسعه بود که زمینه‌ساز توقف تولید در بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی خواهد شد. معتقدم دولت باید با تدوین سیاست‌ها و استراتژی توسعه‌ای ملی مسیر را برای رشد صنعت لوازم خانگی

لزوم کاهش سهم کالاهای لوازم خانگی از مصرف انرژی

به تازگی وزیر نیرو اعلام کرده است که واردات لوازم خانگی بی کیفیت و پرمصرف به کشور در پی مصوبه هیات دولت، ممنوع و از ورود اینگونه کالاها به شدت جلوگیری خواهد شد. حال این سوال در بین بسیاری از مردم مطرح شده که وضعیت کیفیت لوازم خانگی داخلی از لحاظ گرید آیا مطلوب است یا خیر؟



عباس هاشمی

دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

در بازار ایران محدود به یکسری کالاها مانند قهوه ساز، مایکروویو، چندکاره ها و غیره است که اغلب این کالاها به دلیل تنوع گسترده در بازار ایران نیز مشاهده می شوند. با وجود تولید انبوه و باکیفیت لوازم خانگی در کشور، کماکان بخشی از مردم به علت ذهنیت های قبلی، هنوز به سمت خرید کالاهای خارجی گرایش دارند، غافل از اینکه این کالاها عمدتاً به صورت قاچاق به کشور وارد شده و از کیفیت کالای اصلی برخوردار نیست. البته ثبت شناسه کالا و کد رهگیری به جلوگیری از قاچاق کمک کرده است، کالاهای قاچاق به خاطر نداشتن ۳۰ درصد هزینه های عوارض و مالیات، ارزان تر عرضه می شوند ضمن اینکه باید تولیدکنندگان داخلی با ارتقای کیفیت خدمات پس از فروش و قیمت مناسب سهم خود را در بازار حفظ نمایند.

ایجاد موانع فنی و جلوگیری از واردات کالاهای بی کیفیت و پرمصرف اقدام درستی است، در خصوص وضعیت لوازم خانگی داخلی باید عنوان کرد که تمام تولیدات در بخش صنایع لوازم خانگی از استانداردهای ملی که رعایت آن ها اجباری است، پیروی می کند. حال هر چه سطح کیفیت استاندارد ملی بالاتر برود قطعاً این موضوع به نفع مصرف کننده، کاهش مصرف انرژی، کاهش آلودگی زیست محیطی و ... خواهد شد.

در حال حاضر در دنیا توجه ویژه به مسئله بازیافت شده است؛ از همین رو تولیدات لوازم خانگی به سمت و سوی این رفته که آسیب زیست محیطی کمتری داشته باشند.

برای تحقق این جایگزینی زمان بندی منطقی لازم است.

لازم به تاکید است که شرکت های تولیدکننده لوازم خانگی و انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با سازمان ملی استاندارد، وزارت نیرو، شرکت بهینه سازی مصرف سوخت در وزارت نفت و ... در تعامل و ارتباط هستند و این روند بسترسازی شده و در حال ادامه است.

همچنین با توجه به رشد زندگی شهرنشینی و بحث هوشمندسازی لوازم خانگی، موضوع گرید انرژی و سازگاری با محیط زیست در حوزه صنعت لوازم خانگی مطرح است و این مسیر در ایران نیز باید دنبال شود؛ چرا که به مرور منابع طبیعی محدودتری در اختیار خواهیم داشت از همین رو باید به سمت و سوی تولیدات لوازم خانگی هوشمند به منظور استفاده از کمترین انرژی پیش برویم. در واقع پیشرفت در این زمینه می تواند منجر به مدیریت مصرف انرژی و بالا بردن سطح کیفی تولیدات لوازم خانگی در ایران نیز بشود. در دنیا تولید لوازم خانگی با معیارهای «دوستدار محیط زیست»، «هوشمند سازی»، «کم مصرف»، «ساده سازی» و انجام می شود تا مصرف انرژی بهینه گردد. در ایران نیز باید این مقوله مورد توجه قرار گیرد.

در حال حاضر سهم بازار لوازم خانگی حجیم برقی تولید داخل، نسبت به کالاهای خارجی ۸۰ درصد است و حدود ۲۰ درصد بازار داخل در اختیار برندهای خارجی است. اغلب محصولات لوازم خانگی خارجی

وضعیت کیفیت لوازم خانگی داخلی از لحاظ گرید انرژی، کالا به کالا متفاوت است. برای مثال در حال حاضر یخچال فریزر در ایران با گرید انرژی های مختلف از جمله A+++، A+ و A... تولید می شود. خوشبختانه وضعیت استاندارد در حوزه گرید انرژی در کشور ما مطلوب است و اغلب کالاهای تولیدی داخل ایران در اروپا و مناطق سردسیر گرید انرژی به مراتب بالاتری را کسب می نمایند.

تعیین رتبه انرژی بر اساس یکسری فاکتورها و الزامات در آزمایشگاه ها تعیین و مشخص می شوند، از همین رو کالاهایی که انرژی بر هستند به ویژه با توجه به محدودیت تامین انرژی و رقابت پذیری حتماً بایستی این الزامات رعایت شود.

حتی اخیراً در تولید کولر آبی الکتروموتورهای معمولی حذف و موتورهای BLDC و موتورهای کم مصرف جایگزین آن شده است. در همین زمینه به تازگی اولین خط تولید انبوه موتور BLDC برای کولرهای آبی با ظرفیت تولید سالانه ۱۰۰ هزار موتور در فاز اول و ۵۰۰ هزار موتور در فاز نهایی با افتتاح شد. بنا بر اعلام کارشناسان، نسل موتورهای BLDC نسبت به موتورهای القایی قدیمی ۳۰۰ وات کاهش توان خواهند داشت و با ساخت و جایگزینی سالانه ۵۰۰ هزار موتور جدید به جای موتورهای کولر قدیمی، زمینه صرفه جویی ۲۳٪ مگاواتی فراهم خواهد شد. البته

بالاترین رتبه قبولی در کنکور هامکس ۱۴۰۲



فرشاد براتی

معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی
انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران
پژوهشگر، مولف و مدرس علوم اجتماعی و رفتاری

فارغ از میزان توسعه یافتگی کشورها، صنعت نمایشگاهی از جایگاه بالایی در به تصویر کشیدن توانمندی تولیدی و صادراتی کشورهای برخوردار بوده و نیاز به حضور در بازارهای رقابتی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی را همواره به عنوان رکن رکن برنامه‌های یک بنگاه اقتصادی حائز اهمیت کرده است. علی‌رغم ظهور و بروز فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، کماکان نمایشگاه مرکزی است که می‌تواند با وجود محدودیت‌های زمانی و مکانی، نشانگر چشم‌انداز پیشرفت صنعت یک کشور باشد. صنعت مردمی لوازم خانگی که کسوت‌دار دومین صنعت بزرگ و پیش‌بران کشور است نیز از این قاعده مستثنی نبوده و برگی از تقویم سالانه‌ی نمایشگاهی بین‌المللی کشور در تهران بزرگ را در طول ۲۳ سال گذشته با برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس (HAMEx) به خود اختصاص داده است.

گذشته، این مهم، بی‌سابقه و در قله‌ی افتخارات مجری رویداد نمایشگاهی هامکس در نوبت بیست‌وسوم قرار می‌گیرد.

گرچه مکفی نبودن زیرساخت‌ها و سطح نازل استانداردهای نمایشگاهی در پایتخت و مشابهاً شهرهای بزرگ و خاصه صنعتی کشور نظیر: اصفهان، تبریز، مشهد و...، هم‌تراز و درخور عنوان بین‌المللی و ظرفیت‌های بالای صنایع بزرگ کشور منجمه صنعت پیش‌بران لوازم خانگی و بازدیدکنندگان و مخاطبان عام و خاص نیست، ضروری است متولیان امر فارغ از شعارزدگی و سیاست‌زدگی، نسبت به ترمیم و بهبود وضع موجود در روش‌ها و رویکردها، طرح‌ها و برنامه‌های عاجل عملیاتی و به‌روزی را در مسیر خطیر میزبانی و به تصویر کشیدن سیمای شایسته‌ی ظرفیت‌های بالای تولیدی صادراتی که در شرایط جاری کشور حیاتی و اساسی است، در دستور کار خود قرار دهند.

این نکته را نباید از نظر دور داشت که در تعیین زمان و تاریخ برگزاری رویدادهای تجاری بین‌المللی در کشور، کماکان اخذ نقطه نظرات کارشناسی و تخصصی از انجمن‌های ملی و اقتصادی برای مدیران و مسئولان دستگاه‌های ناظر بر صنعت منجمه بخش نمایشگاهی کشور، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر بوده و بی‌شک بهره‌برداری چندوجهی و حداکثری از فرصت‌های قابل بهره‌برداری از برگزاری رویدادهای تجاری و نمایشگاهی را برای مشارکت‌کنندگان و هیات تجاری خارجی تسهیل خواهد نمود.

انجمن ملی و اقتصادی صنایع لوازم خانگی ایران که برابر ضوابط سازمان توسعه‌ی تجارت ایران، برای آخرین بار خود را در قامت مجری مستقیم نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس می‌دید، علی‌رغم گذر از بارش‌های موسمی موانع و مشکل‌آفرینی‌های متعدد در مسیر برگزاری این رویداد بزرگ صنعتی کشور، بحمد... توانست در مسیر میزبانی موفق ۲۲ نوبت گذشته‌ی این رویداد، بالاترین رتبه قبولی خود را در کنکور هامکس ۱۴۰۲ به دست آورد.

بر این اساس، از این پس انجمن با ساختاری دیگر در قالب «شرکت تابناک توسعه فیدار» به عنوان بازوی صادراتی و نمایشگاهی خود و با در اختیار قرار دادن تجربه‌ی علمی و عملی ۲۳ نوبت برگزاری موفق رویداد بین‌المللی نمایشگاهی هامکس به این فرزند نوپا و باتجربه‌ی انجمن، به ایفای نقش پیش برنده‌ی خود در مسیر توسعه‌ی کمی و کیفی صنعت مردمی لوازم خانگی، کماکان ادامه خواهد داد.

انجمن ملی و اقتصادی صنایع لوازم خانگی ایران در قامت بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین شکل ملی صنعت پیش‌بران لوازم خانگی کشور و مجری رویداد بزرگ و بین‌المللی هامکس تلاش داشته با ظرفیت‌سازی صاحبان این صنعت در دو طیف اصلی محصول‌سازان و قطعه‌سازان و تبیین قابلیت‌ها و توانمندی‌های تولیدی - صنعتی این بخش از صنعت، اعتماد و اتکا کشور را در توانمندسازی اقتصاد بدون نفت به این حوزه را جلب نموده و بازوی کارآمد تولیدی و صادراتی کشور باشد.

هامکس به عنوان بزرگ‌ترین رویداد سالانه‌ی صنعت لوازم خانگی کشور، پس از کسب بالاترین میزان موفقیت در نوبت بیست‌ودوم خود (هامکس ۱۴۰۱) که شاهد بالاترین میزان پوشش متراژ نمایشگاهی قریب به ۴۲۰۰۰ متر مربع، با ۵۱۶ مشارکت‌کننده داخلی و خارجی و ۹۷ درصدی رضایتمندی از دو طیف مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان بود، براساس سیاست‌های مرجع صدور مجوز نمایشگاه‌های بین‌المللی کشور در نوبت بیست‌وسوم، بالأجبار از فیض حضور صنعتگران متعهد و متخصص گروه‌های کالایی غیر انرژی‌بر که سکان‌دار صادرات لوازم خانگی کشور هستند، محروم گردید.

هامکس ۱۴۰۲ با تمرکز بر حضور مشارکت‌کنندگان گروه کالایی انرژی‌بر، با اتخاذ تدابیر لازم از افتتاحیه‌ی متفاوت تا برنامه‌های جانبی متنوع که عمده‌ی آن‌ها برای اولین بار در این نوبت از نمایشگاه اعم از: رویداد مرور تجربه‌ی Ted Talk، تور فناوری‌های Tech Tour، رویداد ارائه‌ی معکوس Reverse Pitch، برگزاری تور صنعتی - فرهنگی راهیان پیشرفت ویژه‌ی دانشجویان و دانش‌آموزان و رونمایی از نخستین سامانه‌ی اشتغال‌زایی و بهمرسانی کارجویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی (sid.ir/ahamiranjob) برگزار گردیدند، توانست نتیجه‌ی درخشان دیگری را در کارنامه مجری این رویداد نمایشگاهی با سبقت بیست‌وسه نوبت برگزاری موفق، ثبت و ضبط نماید.

از آنجا که امروزه افکارسنجی و نظرسنجی به عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر در خدمت رشد و تحول سازمانی و اتخاذ تصمیمات راهبردی و کاربردی درآمده، نتایج رسمی طرح جامع نظرسنجی رویداد هامکس ۱۴۰۲ در دو طیف مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان که توسط مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی به عنوان نهاد معتبر علمی در کشور صورت پذیرفت، از کسب رضایتمندی ۹۸ درصدی از ابعاد مختلف این رویداد بزرگ بین‌المللی حاکمیت دارد که با مروری بر روند میزان رضایتمندی مکتسبه در ۲۲ نوبت

حلقه مفقوده توسعه صنعت لوازم خانگی ایران

توسعه اقتصادی و صنعتی کشور بدون پرداختن به امر پژوهش با موفقیت چندانی همراه نخواهد بود، در واقع پژوهش موتور محرک پیشرفت و توسعه پایدار در هر کشور به شمار می‌آید. بدون انجام پژوهش امور آموزشی نیز از پویایی و نشاط لازم نیز برخوردار نخواهد بود، همه آنچه به عنوان پیشرفت علوم در دوره‌های گوناگون تاریخ می‌شناسیم، حاصل تلاش افرادی بوده که در کار خود رویکردی پژوهشی داشته‌اند و ذهن پرسشگرشان همواره محرکی برای فعالیت‌های پژوهشی آنان بوده است.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، تقویت و توجه به پژوهش در تمام صنایع به‌ویژه صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت پیشران اقتصادی کشور بسیار حائز اهمیت است؛ اما از این بخش به عنوان حلقه مفقوده صنعت لوازم خانگی یاد می‌شود این در حالی است که صنعت لوازم خانگی ظرفیت و پتانسیل بالایی برای رشد سرمایه‌گذاری، صادرات، تولید و ... دارد که عدم توجه به مسئله پژوهش در کنار مشکلات و موانع تولید مانع رشد کمی و کیفی این صنعت شده است. هفته پژوهش و فناوری سال ۱۴۰۲ با شعار «پژوهش و فناوری پیشران رشد تولید و مهار تورم» محوری شد تا پای گفتگو با حمیدرضا مهدیان، مدیرعامل شرکت انرژی کشور بنشینیم و در خصوص اینکه تا چه میزان در صنعت لوازم خانگی به امر پژوهش توجه شده گفتگو کنیم.

به اعتقاد شما در حوزه صنعت لوازم خانگی به چه میزان به موضوع پژوهش توجه شده است. آیا تولیدکنندگان در این زمینه موفق عمل کرده‌اند؟

متأسفانه متولیان صنعت لوازم خانگی ایران در طی سال‌های گذشته عمدتاً نیازی به پژوهش ندیده‌اند و توجه زیادی به آن نداشته‌اند. البته تولیدکننده بر حسب اقتضای وضعیت کلان اقتصاد عمل می‌کند که در کشور ما چنین نیازی احساس نشده، این در حالی است که آموزش و پژوهش در سده گذشته به عنوان دو محور اصلی توسعه هر کشوری شناخته شده است.

بی‌توجهی به موضوع «پژوهش» منجر به ایستایی و عدم پویایی اقتصاد و صنعت کشور شده است که سرچشمه آن در عدم توجه مدیران به موضوع پژوهش نشأت می‌گیرد، این در حالیست که پژوهش محور بودن موجب تولید فکر و محتوا در سیستم اقتصادی اجتماعی، صنعتی کشور می‌گردد و به تبع آن امور اجرایی و عملیاتی از حالت تکرار، عدم پیچیدگی و سادگی در سیستم اقتصادی اجتماعی خارج و ایستایی جای خود را به پویایی در سیستم می‌دهد.

چه راهکاری برای گسترش امر پژوهش در حوزه صنعت لوازم خانگی وجود دارد؟ آیا تصور می‌کنید دولت نیز در این زمینه باید پای به میدان بگذارد؟

واقعی‌سازی قیمت‌ها و قطع یارانه‌ها می‌تواند اقتصاد و به تبع آن پژوهش را به وضع نرمال درآورد؛ چرا که معتقدم واقعی‌سازی قیمت‌ها و اصلاح یارانه‌ها در واقع حمایت از بخش تولید است و لازمه رشد توسعه توجه به بروزرسانی دانش و توجه به معقوله پژوهش است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که انباشت سرمایه، بهره‌وری نیروی کار و رشد تکنولوژی همچنان مهم‌ترین عوامل رشد اقتصادی در نظر گرفته می‌شوند؛

اما تغییرات سطح تکنولوژی یک کشور تأثیر بیشتری نسبت به مدل‌های قبل دارد که این مسئله نیز در گرو توجه به مسئله پژوهش است.

در واقع پژوهش محور بودن در بخش صنعت موجب مهندسی ساخت تجهیزات، مواد و مصالح مختلف می‌شود که در نهایت منتج به شکل‌گیری صنعت نوین داخلی و برون رفت از صنعت فرسوده و تکراری خواهد شد.

به اعتقاد شما توسعه پژوهش در صنعت لوازم خانگی نیازمند ارتباط دو سویه بین صنعت و دانشگاه است یا اینکه شرکت‌ها به تنهایی در این زمینه موفق‌تر عمل خواهند کرد؟

ماموریت دانشگاه در کشور ما فقط علم زدگی و صدور مدرک است و نمی‌تواند تعامل سازنده‌ای با صنعت داشته باشد. متأسفانه حرکت دانشگاه، برای کشف و شناسایی مسائل صنعت که لازمه ارتباط دوسویه این دو بخش است، در مسیر درستی قرار نگرفته است. موضوع ارتباط صنعت با دانشگاه سال‌هاست توسط مسئولان و دانشگاهیان مطرح می‌شود، اما متأسفانه در حد شعار باقی مانده است.

آیا متولیان صنعت لوازم خانگی توانسته‌اند در راستای توسعه پژوهش و نوآوری موفق عمل کنند؟

با شرایط کلان جامعه نیازی پیدا نکرده‌اند که در این مقوله فعالانه اقدام کنند. در حال حاضر صنعت لوازم خانگی ایران برای حرکت به سمت هوشمندسازی تولیدات لوازم خانگی، افزایش عمق ساخت اجزاء و قطعات، افزایش کارایی انرژی محصولات، نوسازی تجهیزات و ماشین‌آلات، بهبود بهره‌وری و ... نیازمند نوآوری و توجه و ورود جدی به حوزه پژوهش است و این میسر نخواهد شد مگر با تمرکز روی ابعاد مختلف امر پژوهش و فناوری در کشور.



در کمیسیون تخصصی «صنعت» انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران مطرح شد خبر خوش تسریع در تأمین و تخصیص ارز واحدهای تولیدی



روز (یکشنبه ۱۲ آذرماه ۱۴۰۲) کمیسیون تخصصی صنعت انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با حضور سید علی لطفی‌زاده مشاور و دستیار ویژه وزیر صمت و گلنار نصراله‌ی مشاور وزیر صمت و برخی از اعضای انجمن در خانه تشکلهای اتاق بازرگانی تهران با موضوع «بررسی مشکلات ارزی واحدهای تولیدی» برگزار شد.

تأمین ارز مواد اولیه، تخصیص سهمیه ارزی و معطوف کردن آن به سهمیه دو تا سه سال گذشته و ملاک قرار دادن برگ سبز گمرکی مواجه هستیم که مسائلی را برای صنایع به ویژه صناعی که زمینه‌ساز رشد صنعت و اقتصاد کشور هستند، مواجه کرد.

محمدی دانیالی با تأکید بر اینکه صنعت لوازم خانگی از صنایع پیشران کشور است، ابراز داشت: با سیاست‌های عمومی دولت و بخش حکمرانی مغایرت‌هایی در این بخش صورت گرفت که امید می‌رود با مساعدت وزارت صمت این مشکلات مرتفع شوند.

او با اشاره به اینکه مشکلات تأمین قطعات و ماشین‌آلات را نیز باید به دیگر سختی‌ها در این بخش افزود، گفت: مجموع مشکلات نشأت گرفته از سیاست‌های ضد توسعه بود که زمینه‌ساز توقف تولید در بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی خواهد شد.

وی با ابراز امیدواری نسبت به همراهی مسئولان وزارت صمت افزود: همکاران حاضر در کمیسیون

دانشگاهی، با رضایت ۹۸ درصدی مخاطبان مواجه شد؛ از این رو جای دارد از تولیدکنندگان گروه کالایی انرژی‌بر حاضر در نمایشگاه تقدیر ویژه صورت بگیرد.

براتی در انتها عنوان کرد که در هفته‌های پایانی سال گذشته، موضوع تأمین ارز واحدهای تولیدی نه تنها در صنایع لوازم خانگی بلکه در تمام صنایع، منجر به ایجاد دغدغه‌هایی برای تمامی صنعتگران شد که خوشبختانه با تلاش‌های مجدانه مسئولان در دولت سیزدهم و وزارت صمت، تمهیداتی اندیشیده شد تا این مهم با تغییراتی موثر روبه‌رو شود.

تأمین قطعات و ماشین‌آلات چالش مهم صنعت لوازم خانگی

در ادامه این جلسه علیرضا محمدی دانیالی، رئیس هیات مدیره انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با ابراز امیدواری به جهت رفع تمامی مشکلات بخش صنعت و رشد و بالندگی آن، گفت: امروز در صنعت لوازم خانگی با مشکل

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران در ابتدای این نشست، فرشاد براتی، دبیر کمیسیون صنعت عنوان کرد: انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در پنجمین دهه از نقش‌آفرینی خود در دومین صنعت پیشران کشور، تلاش خود جهت رفع موانع در این صنعت را همواره مورد دقت نظر خاص قرار داده است. وی افزود: این انجمن با ۲۳۰ عضو در دو طیف اصلی محصول‌سازان و قطعه‌سازان به عنوان تشکل اثرگذار در صنعت لوازم خانگی که جایگاه ویژه‌ای به عنوان دومین صنعت پیشران کشور در اقتصاد بدون نفت را دارد، محور اصلی گردهمایی بزرگان این صنعت شده است.

معاون اجرایی، برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی از حضور مسئولان وزارت صمت در کمیسیون تخصصی «صنعت» در راستای بررسی مشکلات تأمین ارز تولیدکنندگان صنایع لوازم خانگی تشکر کرد و گفت: بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) بر اساس نظرسنجی رسمی جهاد



با توجه به اهمیت صنعت لوازم خانگی که در دو سال اخیر با پیشرانی خود رشد خوبی را به جهت کمی و کیفی تجربه کرده‌اند، مشکلات را عنوان کنند تا خروجی مناسب از آن حاصل شود.

دانیالی به رشد ۱۶ درصدی در چهار ماهه اخیر صنعت لوازم خانگی اشاره داشت و تصریح کرد: قطعا با همراهی وزارت صمت و بانک مرکزی به نتایج خوبی در موضوع تأمین ارز تولیدکنندگان در دومین صنعت کشور دست پیدا می‌کنیم؛ چرا که به‌رغم تحریم‌ها، این صنعت رشد کمی و کیفی شایان توجهی را تجربه کرده است.

بنا به گفته وی صنعت لوازم خانگی یارام به عنوان دومین صنعت پیشران اقتصادی کشور، در ماه‌های گذشته با مشکل تخصیص ارز درگیر بود و ما امروز در کنار هم جمع شدیم تا بتوانیم این موضوع را بررسی و برای آن راه‌حل بیندیشیم.

صف تخصیص ارز صنایع جدا شد

در ادامه نشست کمیسیون صنعت، سیدعلی لطفی‌زاده دستیار ویژه وزیر صمت در کمیسیون تخصصی صنعت، عنوان کرد: همان‌طور که استحضار دارید امسال، سال جهش تولید است و طبیعتاً تمام تلاش دولت بر این است که از تولید حمایت کند و اگر جایی خلاف آن مشاهده می‌شود به علت فهم نادرست از حمایت تولید است.

او از آغاز به کار دفتر مخصوص تخصیص ارز لوازم خانگی خبر داد و افزود: در گذشته در وزارت صمت فقط یک صف ارز داشتیم، یعنی همه کسانی که نیازمند ارز بودند پشت سر هم در یک صف قرار می‌گرفتند و فارغ از اینکه کدام‌یک در صنعت کشور نقش کلیدی‌تری ایفا می‌کنند و بایستی در زمان کوتاه‌تری ارز دریافت کنند همه به‌نوبت و بر اساس زمان ثبت سفارش، ارز دریافت می‌کردند؛ اما تصمیم جدید وزارت صمت برای جدا کردن صف ارز با این هدف است که هر بخش مانند لوازم خانگی، خودرو و غیره در صف مختص خود خواهند ایستاد و بر اساس سهمیه ارزی که برای هر کدام از این حوزه‌ها تعریف شده است، هر کسی سهمیه مختص خود را دریافت می‌کند.

لطفی‌زاده به توقف اجرای کار در ابتدای این طرح اشاره کرد و توضیح داد: حدود یک ماه است که در حوزه صنعت لوازم خانگی صف انتظار ارز نداریم؛ یعنی اگر کسی ثبت سفارش مجازی را به ثبت می‌رساند بلافاصله ارز آن تأمین و تخصیص می‌گیرد. معتقدم این دستاورد بسیار مهمی در تمام حوزه‌ها به‌ویژه در بخش

صنعت لوازم خانگی است. مشاور وزیر صمت خاطرنشان کرد: هفته گذشته نیز لیست

واحد‌های تولیدی توسعه‌یافته واجد شرایط برای دریافت ارز به ما اعلام شد، در همین راستا این واحدها نیز می‌توانند از این هفته سهمیه ارز خود را دریافت کنند.

برای تخصیص ارز هیچ مشکلی وجود ندارد

وی با بیان این مطلب که خوشبختانه در تأمین و تخصیص ارز هیچ‌گونه مشکلی وجود ندارد و واحدهای تولیدی با اطمینان می‌توانند کار خود را دنبال کنند، اظهار داشت: خوشبختانه در حال حاضر نیز ارز مازاد مصرف در اختیار داریم و تلاش می‌کنیم که آن را در اختیار تولیدکنندگان حقیقی قرار دهیم تا مطمئن شویم که ارز به‌دست مصرف‌کننده اصلی خواهد رسید.

بنا به گفته وی، در حال حاضر در پنج دفتر تخصصی وزارت صمت، صف تخصیص ارز وجود دارد که یکی از آنها دفتر خودرو است که چون تقاضا عرضه زیادی دارند و منشأ ارز آنها ارز نیمایی نیست، اما خوشبختانه کسی در این صف در انتظار تخصیص ارز نیست.

او خطاب به تولیدکنندگان و صنعتگران عنوان کرد: نابسامانی‌هایی که به وجود آمده دلایل مختلف دارد ولی در هر صورت وظیفه ما نسبت به صنعتگران عذرخواهی بابت تاخیرات و نگرانی‌هایی است که برای آن‌ها به جهت تأخیر در تخصیص ارز به وجود آمده است؛ امیدواریم به کمک تولیدکنندگان این مشکلات را برطرف کنیم.

لطفی‌زاده با تأکید بر اینکه برای تأمین ارز مشکلی وجود ندارد اما سازوکارهای تخصیص منجر به تأخیر تخصیص ارز شده‌است، بیان کرد: بخشی از تعرفه‌های لوازم خانگی در دفاتری به‌جز دفتر لوازم خانگی تأیید می‌شود که به

علت اینکه این دفاتر آگاهی لازم را نسبت به نحوی کار این صنعت نداشتند منجر به تأخیر شد. مشکل اصلی صنعت لوازم خانگی برای تخصیص ارز، مراجعه به دفاتر دیگر و قرار گرفتن در سیکل طولانی بود.

برای سال آینده هدف ما این است که بر اساس برنامه‌ای که خود واحدهای تولیدی ارائه می‌دهند برای آن‌ها ارز را تأمین و فریز کنیم؛ در واقع بر اساس برنامه واحدهای تولیدی که به چه میزان نیازمند ارز هستند، ارز برای آن‌ها تأمین خواهد شد.

مشاور وزیر صمت اعلام کرد: در همین راستا به دنبال ایجاد زیرساختی هستیم تا شرکت‌ها و واحدهای تولیدی بتوانند برنامه تولید و ارز موردنیاز خود را در سامانه ثبت کنند.

انتظار ما از تولیدکنندگان پوشش کامل بازار لوازم خانگی است

وی با بیان اینکه انتظار است که صنعت لوازم خانگی بتواند در سال ۱۴۰۳ به طور کامل نیاز کشور را تأمین کند، گفت: البته رویکرد وزیر صمت این نیست که تولید و تأمین کامل لوازم خانگی در کشور به‌منزله ممنوعیت کامل واردات لوازم خانگی به کشور باشد؛ چراکه مطالبه بخشی از بازار، لوازم خانگی خارجی است و نباید آن را به قاچاق و مبادی غیررسمی واگذار کرد.

لطفی‌زاده به ظرفیت‌سازی برای صادرات لوازم خانگی تأکید کرد و افزود: یکی از سیاست‌های اصلی ما در مدیریت ارزی کشور این است که بدون محدودیت از کسانی که در عرصه صادرات قدم برمی‌دارند حمایت کنیم.

وی از امضای تفاهم‌نامه با بانک مرکزی و وزارت اقتصاد برای تخصیص ۲ هزار ۲۰۰ همت

به صنایع در راستای حمایت از تولید خبر داد و گفت: امیدواریم این اقدام منجر به خبرهای خوبی برای صادرات محصولات تولیدی شود. توسعه صادرات از مهم‌ترین دغدغه‌های ما در وزارت صمت است که در وزارت صمت برای هم‌فکری و هم‌اندیشی برای رسیدن به این مهم باز است.

انتظار برای تخصیص ارز به یک هفته رسید

در ادامه گلنار نصرالهی، مشاور وزیر صمت به علت سهمیه‌بندی ارز اشاره کرد و گفت: از اواخر سال گذشته شاهد این بودیم که حدود چهار ماه تخصیص‌ها صورت نمی‌گرفت و سپس ناچار شدیم هماهنگی خاصی انجام دهیم و برخی را در دستگاه اولویت تخصیص بزنیم و این کار بسیار سختی بود که این موضوع منجر به مشکلاتی در صنعت لوازم خانگی شد که خوشبختانه توانستیم از آن مقطع عبور کنیم. او ادامه داد: در اوایل سال جاری تقریباً تخصیص ارز به بن بست خورد وزارت صمت علیرغم میل باطنی خود ناچار به سهمیه‌بندی شد. اگر این سهمیه‌بندی صورت نمی‌گرفت بیم آن بود که برخی از واحدهای تولیدی با مشکل مواد اولیه روبه‌رو شوند.

نصرالهی به نامه انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به معاون اول رئیس‌جمهور در آبان ماه سال جاری اشاره کرد و توضیح داد: در بخشی از این نامه اشاره شده بود که اعمال محدودیت‌های ثبت سفارش و تخصیص ارز به‌صورت فصلی برای واحدهای تولیدی، مغایر با برنامه‌ریزی‌های سالیانه فعالان صنعتی است. از این رو نیاز است تا تخصیص ارز به صورت فصلی منتفی شود. پس از آن ما بلافاصله این سهمیه فصلی را آزاد کردیم.

وی با بیان اینکه سهمیه مواد اولیه نیز تصحیح شد، ابراز کرد: در بخش دیگری از این نامه به فرایند کُند ثبت سفارش و انتظار در صف طولانی واحدهای تولیدی برای تخصیص ارز اشاره شده بود که خوشبختانه حداکثر زمان تخصیص ارز به یک هفته رسیده است این در حالیست که این مدت حتی به حدود چهار ماه می‌انجامید.

تامین ارز مورد نیاز خرید مواد اولیه این صنعت با سهولت انجام بگیرد

در بخش دیگری از این جلسه عباس هاشمی دبیر و رئیس ستاد برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران نیز به عنوان

کسی که از نزدیک با مشکلات صاحبان صنایع لوازم خانگی آشنا است، گفت: مسئولان وزارت صمت حاضر در هفتمین کمیسیون «صنعت»، به‌رغم ضیق‌وقت و مشغله فراوان دعوت ما را پذیرفتند تا به طور مستقیم مشکلات این صنعت را از زبان صاحبان صنایع و تولیدکنندگان شنیده و کمک انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران باشند تا تامین ارز مورد نیاز خرید مواد اولیه این صنعت با سهولت انجام بگیرد.

عباس هاشمی با اشاره به رشد قابل‌قبول صنعت لوازم خانگی در دوسال اخیر از اعضای حاضر کمیسیون خواست تا با بیان مشکلات، خود مسئولان را از نزدیک در جریان امور تامین ارز خرید مواد اولیه قرار دهند.



انتظار برای تخصیص ارز، تولید را کاهش داد

در ادامه سید سعید رضوانی، مدیرعامل شرکت نیکسان در نشست کمیسیون تخصصی صنعت انجمن ملی صنایع لوازم خانگی عنوان کرد: وزارت صمت به خوبی از جزئیات میزان مواد اولیه، تولید، فروش و ... آگاهی داشت؛ چرا که تمام جزئیات تولید واحدهای تولیدی قابل رصد و شناسایی بود؛ اما اتفاقی صورت گرفت که تمام واحدهای تولیدی دچار کاهش تولید شدند که در راستای آن تولید ما نیز حدود ۳۰ درصد کاهش یافت.

او بیان کرد: به علت کمبود نقدینگی و عدم تأمین ارز، ناچار شدیم مواد اولیه خود را از بازار آزاد تهیه کنیم. می‌گویند که چه کنیم که بتوانیم به بازارهای صادراتی دست پیدا کنیم اما با شرایط فعلی نمی‌توان به در بازارهای صادراتی رقابت

کرد. رضوانی تأکید کرد: باید به تولیدکنندگان فضا داده شود که اگر فردا درهای واردات لوازم خانگی باز شد بتوانند همچنان تولید کنند، لازم است که تأمین و تخصیص ارز به‌درستی صورت بگیرد، و از بازار حذف نشوند خاطرنشان کرد: متأسفانه بخشنامه‌های خلق‌الساعه از وزارت نیرو گرفته تا گمرک، مشکلات جدی را پیش روی تولید گذاشته است.



کانتینرها در انتظار تخصیص ارز

شاهین علی‌محمدی، مدیرعامل شرکت ناسیونال ایران نیز در بخش دیگری از کمیسیون تخصصی «صنعت» انجمن ملی صنایع لوازم خانگی در توضیح مشکلات ناشی از عدم تخصیص به موقع ارز به تولیدکنندگان صنعت لوازم خانگی، گفت: در حال حاضر این شرکت در گمرکات کشور حدود ۴۰ کانتینر در انتظار ترخیص دارد و هر ماه حداقل ۴۰ کانتینر به آن اضافه می‌شود. امیدواریم که تخصیص ارز برای ترخیص، هر چه زودتر صورت بگیرد.

وی در ادامه گفت: حدود یک ماه و نیم است که مواد اولیه این شرکت در گمرک در انتظار ترخیص است و تقریباً مواد اولیه برای تولید رو به پایان است. از سوی دیگر ما برای واردات یک دستگاه حدود سه بار ثبت سفارش کرده‌ایم اما هر بار به عناوین مختلف آن را رد کرده‌اند؛ این در حالی است که این دستگاه تولید داخل ندارد و ما چاره‌ای جز واردات آن نداریم.

او گفت: با وجود اخذ تبصره ۱۸ و مصوبه رفع موانع تولید اما موفق به دریافت تسهیلات از بانک نشده‌ایم.

مجدداً برای ثبت سفارشات خود اقدام کردیم که از همان ابتدا در سامانه ثبت سفارشات این شرکت را مردود کردند. وی از مشکلات ثبت سفارش برای واردات ماشین‌آلات انتقاد کرد و افزود: امیدواریم تأمین مالی و تخصیص ارز برای واحدهای تولیدی به‌زودی برطرف شود.



مزیت رقابتی برای صادرات نداریم

در ادامه حمیدرضا مهدیان، مدیرعامل شرکت انرژی با بیان این مطلب که حدود ۸۰ درصد صادرات لوازم خانگی با کالای کولرآبی بود که این محصول یک کالا قدیمی ۷۰ ساله است که بیشتر تقاضا آن در بازار عراق بود، گفت: سهم بازار صادراتی این محصول نیز در چند سال اخیر به دلیل تغییر سلیقه مردم کشور عراق به طور چشمگیری کاهش یافته و درآمد صادراتی این کالا به شدت ریزش داشته است. وی با تأکید بر اینکه توسعه صادرات، نیازمند روش صحیح و رقابت‌پذیری است، عنوان کرد: برای مثال در حال حاضر یک عدد کولرآبی با وزن ۱۰۰ کیلو را ۴۰۰ دلار صادر می‌کنیم این در حالی است که برای واردات یک گوشی موبایل ۶۰۰ دلار ارز خارج می‌کنیم؛ از همین رو می‌توان نتیجه گرفت که ما به هیچ عنوان مزیت رقابتی برای صادرات نداریم.



جایگاه ویژه صنعت لوازم خانگی در اشتغال‌زایی

علیرضا عراقی، مدیرعامل تکبان انرژی در نشست کمیسیون تخصصی صنعت مسبب اصلی مشکلات ارزی را بانک مرکزی دانست و عنوان کرد: به صورت ناگهانی برای تأمین ارز بانک مرکزی به مشکل خورد و بسیاری از این واحدهای تولیدی ثبت سفارش کردند و پول‌های خود را واریز کردند که بر اساس آن بایستی یک ماهه تخصیص ارز صورت می‌گرفت، اما به یکباره بانک مرکزی اعلام کرد که امکان تخصیص ارز را ندارد. او ادامه داد: با وجود اینکه عمق تولید این واحد تولیدی ۸۰ درصد



پیش از اجرای برنامه‌ها، از بخش خصوصی مشورت بگیرد

قاسم مصطفوی از گروه صنعتی بوتان در خصوص برنامه وزارت صمت مبنی بر ثبت منابع ارزی واحدهای تولیدی که قرار است از سال آینده صورت بگیرد، عنوان کرد: این موضوع می‌تواند منجر به ایجاد تورم و عملاً سهمیه‌بندی مجدد ارز شود؛ از همین رو درخواست داریم قبل از اینکه این برنامه به مرحله اجرا برسد با بخش خصوصی برای بررسی تمام ابعاد آن، مشورت شود تا به این نتیجه برسیم که آیا این طرح قابلیت اجرا دارد یا خیر.

وی با بیان اینکه تأمین ارز برای سیستم‌های پشتیبان به‌کندی صورت می‌گیرد، گفت: متأسفانه چندین سال است که صنایع در تابستان با مشکل کمبود برق و در زمستان با کمبود گاز مواجه هستند و همین مسئله باعث شده تا شرکت‌ها به سمت تأمین سیستم‌های جایگزین بروند. در این زمینه شرکت‌هایی که صادرات محور هستند جریمه می‌شوند چرا که وقتی به دلایل مختلف همچون کمبود برق و گاز نمی‌توانند به تعهدات خود عمل کنند بسیاری از قراردادهای صادراتی آنها کنسل شده است. او اضافه کرد: برداشت بنده این است که گزارش‌های دولتی با آن چیزی که تولیدکنندگان با آنها برخورد می‌کنند تا حدودی از یکدیگر متفاوت است. برخی از ثبت سفارشات بیش از ۶۰ روز به علت ناهماهنگی بین دو دفتر لوازم خانگی و ماشین‌سازی به طول انجامیده است.

برای مثال محصول پکیج شوفاژ دیواری سه قطعه آن در لوازم خانگی و چهار قطعه آن در دفتر ماشین‌سازی است؛ همین مسئله باعث شد دو قطعه‌ای ماشین‌سازی که به آن ارز تخصیص نیافت را نتوانیم وارد کنیم و همین مسئله منجر به توقف تولید پکیج شوفاژ دیواری شد.



ثبت سفارش برای واردات ماشین‌آلات با مشکل جدی روبه‌رو است

در بخش دیگری اشکان کاووسی از مدیرعامل ارج به راه‌اندازی مجدد این شرکت با فراز و نشیب‌های بسیار اشاره کرد و توضیح داد: ما امسال

تامین کند بر چه اساس و محاسباتی به دنبال واردات لوازم خانگی است؟

اجازه دهید تولیدکننده آزادانه از ارز خود استفاده کند

نوید ایزد پناه مدیرعامل استیل البرز و عضو هیات مدیره انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در ادامه کمیسیون صنعت با بیان اینکه بیش از دو هزار و ۵۰۰ پرسنل در واحد تولیدی استیل البرز مشغول به کار هستند، گفت: سال‌ها صادرکننده نمونه بودن خود گویای تلاش این مجموعه برای حفظ تولید کیفی لوازم خانگی در کشور است.

او با استناد به دیدارهای مکرر خود با آقای لطفی‌زاده به منظور تسهیل در ثبت سهمیه ارزی، افزود: امروز که در خدمت شما هستیم به جرات می‌گویم هیچ اتفاقی تازه‌ای در این زمینه در مجموعه استیل البرز نیفتاده است. قوانین دست‌وپا گیر و بروکراسی حاکم بر صنعت موضوع دیگری بود که وی به آن اشاره داشت و افزود: نافی زحمات شما به نمایندگی از بخش تولید در همراهی با تولیدکنندگان نیستیم، اما این تلاش‌ها برای تولیدکنندگان تسهیل خاصی را در بر نداشته است.

ایزدپناه به نامه اخیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی به معاون اول رئیس جمهور و اشاره کرد و افزود: از گشایش پرونده تا تحویل کالا به درب کارخانه در صنعت لوازم خانگی بیش از ۸ ماه زمان نیاز است، لذا چنانچه نسبت ثبت سفارش را به نسبت ثبت برگ سبز تعیین کنیم باید نسبت ۲۰ به دوازدهم رعایت شود.

او ابراز داشت: برخی از واحدهای تولیدی که امروز بلوغ و کف ندارند. به اعتقاد ایزدپناه، سرکوب قیمت نتیجه‌ای جز سهمیه‌بندی را به دنبال ندارد. وقتی بانک مرکزی اعلام کرد که تمام ارز کشور را باید خریداری کرده و به فروش برساند و قیمت در کنترل این بخش باشد، زنگ هشدار کاهش صادرات زده شد! به همین علت باید صنعتگر مجاز باشد تا از ارز خود آزادانه استفاده کند. او در انتها پیشنهاد داد تا تولیدکنندگان لوازم خانگی لیست کالاهای استفاده از غیر را به وزارت صمت اعلام کنند.



است، اما به چالش جدی کشیده شده‌ایم. عراقی به سهم بالای اشتغال‌زایی در صنعت لوازم خانگی اشاره کرد و خواستار توجه ویژه به این صنعت شد.



دولت باید ما را از محدودیت ارزی مطلع می‌کند

در انتهای نشست تخصصی کمیسیون صنعت حسین رمضان‌زاده، مدیرعامل شرکت دیپوینت نیز با تشریح مشکلاتی که این صنعت با آن‌ها مواجه است، گفت: مایه تعجب است که مسئولان حاضر از عدم وجود مشکل در بخش تامین ارز سخن می‌گویند، این در حالی است بر هیچ یک از صاحبان صنعت پوشید نیست که مشکل تامین ارز خرید مواد اولیه به قوت خود باقی است.

او معتقد است: در حال حاضر مجموعه دیپوینت ۱۵ پرونده تخصیص ارز دارد که انجام نشده، با حذف ترخیص ۹۰ درصدی، ما دیگر نمی‌توانیم مواد اولیه را تامین کنیم. اما کاش قبل از اعلام به تولیدکنندگان و ایجاد تکلیف برای ما، مسئولین به طور صریح بفرمایند که مشکل محدودیت ارز وجود دارد تا تولیدکننده با شفافیت پاسخ سوال خود را دریافت کند.

به گفته رمضان‌زاده؛ در حال حاضر جلوی واردات قالب‌ها و ماشین‌آلات گرفته شده است. متأسفانه درخواست واردات برای دستگاه‌های خاص تولید بارها رد می‌شود و این برای شرکت دیپوینت که در حال طرح توسعه است، مشکل بزرگی است. وی بیان کرد: در حال حاضر بار این شرکت رسیده و بیش از ۳۰ کانتینر در گمرکات در انتظار ترخیص است. ای کاش قبل از اینکه دولت تولیدکنندگان را ترغیب و تشویق به افزایش تولید می‌کردند عنوان می‌کرد که محدودیت ارزی وجود دارد تا هر کس با علم به این موضوع زیرمجموعه خود را تجهیز و توسعه دهد. این شرکت ۴۰۰ پرسنل خود را به هزار پرسنل افزایش داده و همه به خوبی می‌دانند زمانی که شرکت‌ها توسعه پیدا می‌کنند به راحتی نمی‌توانند تلاطم‌ها را کنترل کنند.

وی در انتها به موضوع آزادسازی واردات صنعت لوازم خانگی اشاره کرد و گفت: زمانی که وزارت صمت نمی‌تواند ارز صنایع داخلی را







ماراتن ۹۰ روزه تا تخصیص ارز



بنگاه‌های اقتصادی در وضعیتی پیچیده‌تر از قبل مشغول دریافت ارز هستند. تاخیر در تخصیص ارز به بیش از یک فصل رسیده و به این ترتیب، شرایط تامین و واردات مواد اولیه و تجهیزات لازم برای تولید سخت‌تر شده است. با این تاخیر در تخصیص ارز، استفاده از مواد اولیه و در نتیجه تولید با تاخیر روبه‌رو شده است. دنیای اقتصاد نوشت: میزان تخصیص ارز به تولیدکنندگان و به‌خصوص واردکنندگان در ماه‌های اخیر به دلایلی همچون منابع محدود ارز با کاهش مواجه شده است. با توجه به محدودیت در منابع، دور از انتظار نیست که زمان تخصیص ارز هم طولانی‌تر و پیچیده‌تر شود و به بیش از ۹۰ روز برسد. در حال حاضر و به گفته فعالان اقتصادی، فرآیند تخصیص ارز بیش از یک‌ماه است که کندتر شده و بنگاه‌ها و صنایع به نوعی در بلاتکلیفی به سر می‌برند. از سوی دیگر، رسوب کالا در گمرکات به دلیل کندی فرآیند تخصیص ارز، باعث شده است تا جریمه تاخیر از سوی سازمان‌های دولتی سفارش‌دهنده و جریمه دیرکرد ناشی از عدم پرداخت تعهدات به تامین‌کنندگان خارجی، بر بنگاه‌های تولیدی و تجاری تحمیل شود.

دنیای اقتصاد نوشت: کندی روند تخصیص ارز، دلیلی بر کند شدن واردات مواد اولیه و تجهیزات و در نتیجه آن، کاهش سرعت تولید شده است. صنایع و واردکنندگان با گلایه از وضعیت نابسامان این سامانه‌ها، بازه‌های زمانی طولانی‌مدت آنها را دلیلی بر وضع جریمه‌های متعدد دانسته‌اند. جریمه تاخیر از سوی سازمان‌های دولتی سفارش‌دهنده و جریمه دیرکرد ناشی از عدم پرداخت تعهدات به تامین‌کنندگان خارجی، عمده جرایمی است که بر بنگاه‌های تولیدی و تجاری تحمیل شده است.

وضعیت کنونی باعث شده است تا صنایع و تولیدکنندگان نتوانند مبادله شایان توجهی با خارج از کشور داشته باشند و به نوعی، شرایطی که ناشی از تحریم‌های خارجی و خودتحریمی‌هاست باعث شده است تا

حصاری بزرگ دور صنعت و تجارت ایران کشیده شود؛ حصاری که مانع گسترش و رشد تولید ناخالص داخلی کشور می‌شود و در نهایت، نتیجه‌ای جز عقب‌ماندگی ایران از دیگر کشورهای جهان در زمینه‌های مختلف نخواهد داشت. به نوعی، مساله تخصیص ارز، بخشی از دومینوی بزرگی است که نتیجه آن، متضرر شدن صنعت و اقتصاد ایران از چند جهت است. حال باید دید آیا مسوولان دولتی فکری به حال بهبود شرایط ارزی کشور و سامانه‌های تخصیص ارز می‌کنند؟

تامین؛ محرک اصلی تولید

صنایع برای گسترش تولید خود و تحرک چرخ اقتصاد و صنعت کشور، نیاز مبرمی به تامین مواد اولیه دارند. تامین، کلمه‌ای حیاتی در تولید محسوب می‌شود و بدون

تامین مواد اولیه و تامین مالی، راهی برای بقای صنایع وجود ندارد. در وضعیت اقتصادی سال‌های اخیر ایران، عبارتی به نام تامین و تخصیص ارز نیز ایجاد و به اصلی مهم در تولید بدل شده است. تامین تجهیزات و مواد اولیه الزاما از داخل کشور ممکن نیست و باید صنایع به واردات نیز مشغول شوند. این موضوع در وضعیتی که بانک مرکزی به شبکه جهانی بانکی متصل نیست، بانک‌های کشور قدرت بین‌المللی ندارند و کشور تحت تحریم‌های شدید اقتصادی است، باعث بروز مشکلات ارزی خواهد شد.

به این ترتیب دولت و بانک مرکزی مجبورند منابع ارزی اندکی را که در اختیار دارند به صورت سهمیه‌بندی شده به صنایع تخصیص دهند. این موضوع اما با ایجاد برخی وقفه‌ها، اکنون به زخمی

بر پیکر صنایع تبدیل شده است. تاخیر در تخصیص و تامین ارز باعث شده است نگاه‌ها نتوانند به‌موقع به قراردادهای و تعهدات داخلی و خارجی خود عمل کنند و برخلاف تصورات، به جای آنکه تخصیص ارز آبراهی کوچک برای حیات صنایع باشد، دلیلی برای تعطیلی آنها شده است.

در ابتدای کار سامانه تخصیص ارز، این سامانه در بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت به صنایع و واردکنندگان ارز لازم را تخصیص می‌داد، اما با گذشت زمان، بازه رسمی این فرآیند به ۴۵ تا ۶۰ روز افزایش یافته است.

حال آنکه فعالان اقتصادی گاه از این خبر می‌دهند که همین بازه ۴۵ تا ۶۰ روزه نیز به بیش از ۹۰ روز بدل شده است. با وقوع این اتفاق، صنایع و واردکنندگانی که تعهدات مالی نسبت به تامین‌کنندگان خارجی دارند و فرضاً باید تا ماه آتی، مبلغی را به تامین‌کنندگان خارجی بپردازند، با تاخیر در تامین ارز موردنیاز خود مواجه می‌شوند و به همین صورت، از سوی تامین‌کننده خارجی با جریمه مواجه خواهند شد.

رسوب کالا؛ نتیجه کندی تخصیص ارز

تاخیر پیش‌آمده در تخصیص ارز درحالی رخ می‌دهد که مسئولان دولتی بارها از تسهیل شرایط تخصیص ارز و تامین آن خبر داده‌اند، اما این فرآیند، هنوز هم در شرایطی نابسامان به سر می‌برد. از جمله دلایل این کندی که بر کمبود منابع ارزی بانک مرکزی اثر گذاشته است، مساله ارز حاصل از صادرات است و گاه برخی صنایع که در زمان واردات، منابع ارزی با قیمتی پایین‌تر از بازار آزاد دریافت کرده‌اند، قصدی برای بازپرداخت ارز حاصل از صادرات خود با قیمتی که ارز را دریافت کرده‌اند ندارند و ارز را در اختیار بانک مرکزی و دولت نمی‌گذارند.

تأثیرات فرآیند کندی تخصیص ارز به همین موارد خلاصه نمی‌شود و به‌دلیل کندی فرآیند تخصیص ارز و مشکل بودن تهاتر ارز حاصل از صادرات برای واردات، رسوب کالا در گمرک تشدید شده و واردکنندگان قانونی با مشکل مواجه شده‌اند. این موضوعی است که علیرضا مناقبی، رئیس مجمع عالی واردات در گفت‌وگویی به آن اشاره و تأکید کرد: هیچ واردکننده قانونی به دلیل منافع خود کالای وارداتی را در گمرک نگه نمی‌دارد بلکه به دلیل مشکلات دولتی مانند تخصیص ارز و... واردکننده مجبور

به انبار کالا می‌شود. رئیس مجمع عالی واردات همچنین در ادامه با بیان اینکه تهاتر ارز صادرکننده با واردکننده سخت است، گفت: به طور کلی به‌دلیل کندی فرآیند تخصیص ارز و مشکل بودن تهاتر ارز حاصل از صادرات برای واردات، رسوب کالا در گمرک تشدید شده است و واردکنندگان قانونی با مشکل مواجه شده‌اند.

کاهش سهمیه ارزی که دیر پرداخت می‌شود

در همین راستا مازیار نوربخش، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» در خصوص وضعیت کنونی سامانه تخصیص ارز مباحث مهمی را مطرح کرده و از طولانی‌تر شدن فرآیندهای تخصیص ارز و همچنین تغییر سهمیه واردات تجار صحبت کرد. با بخشنامه وزارت صمت، صنایع مجاز به دریافت ارز بیشتری برای واردات هستند، اما کاهش ارز تخصیصی واردکنندگان، اتفاق قابل تامل این روزهای تجارت ایران است.

مازیار نوربخش، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران، درباره بازه زمانی تخصیص ارز گفت: زمانی که برای واردات کالا در سامانه‌های وزارت صمت، ثبت‌سفارشی انجام می‌شود، فرآیند تخصیص ارز کلید می‌خورد.

این فرآیند در ابتدای کار مدت زمانی حدوداً یک‌هفته‌ای داشت، اما با گذشت زمان و براساس آخرین بار که سامانه تخصیص ارز فعال بود، این مدت زمان، به بازه‌ای ۴۵ تا ۶۰ روزه تبدیل شده بود و تنها با گذشت چنین مدت زمانی ارزهای مصوب به صنایع و واردکنندگان تعلق می‌گرفت. در حال حاضر این مدت به‌بیش از ۹۰ روز رسیده است و اینکه چه مقدار و چه نوع ارزی تعلق گیرد، بسته به کالای وارداتی است. در نتیجه این امر، کالاهای وارداتی در گروه‌بندی‌های خاصی در زمینه تخصیص ارز قرار گرفته‌اند و هر کالا با اولویت متفاوت، نوع متفاوتی از ارزهای مصوب را به خود تخصیص داده است. برای مثال، کالاهای تکنولوژی بین دسته‌های ۲۲ تا ۲۵ دسته‌بندی شده‌اند. نوربخش درباره میزان ارز تخصیصی به هر صنعت و واردکننده، اضافه کرد: با توجه به سقف فعالیت تجاری هر شرکتی در دو سال گذشته، میزان ارز یکسانی با بیشترین سقف این دو سال به شرکت اعطا می‌شود. یعنی اگر شرکتی در سال ۱۴۰۰، ۱۰ میلیون دلار داشت و این میزان واردات در سال ۱۴۰۱ به ۱۲ میلیون

رسید، سقف در نظر گرفته‌شده برای سال ۱۴۰۲ نیز ۱۲ میلیون دلار خواهد بود. این موضوع برای شرکت‌های با سابقه بازرگانی طولانی‌تر به صورتی است که اگر سقف و سابقه با فرمول میانگین دو سال واردات همان کالا یک میلیون دلار باشد، در سال جاری نیز همان مقدار ارز تخصیص خواهد یافت.

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران اضافه کرد: البته برای شرکت‌هایی که به‌تازگی کارت بازرگانی خود را دریافت کرده و به فعالیت بازرگانی مشغول شده‌اند، این تخصیص ارز در حالتی تشویقی، از حداقل ۵۰۰ هزار دلار شروع خواهد شد و در صورت ارائه مجوزهایی خاص از دستگاه‌های ذی‌ربط، این عدد افزایش خواهد داشت. البته اگر قراردادی از سمت شرکتی که به دنبال واردات است با دستگاه اجرایی دولتی بسته شود، این قرارداد ارز تخصیصی جداگانه‌ای دریافت خواهد کرد و سقف تخصیص ارز واردات بیشتر می‌شود.

وی افزود: از سوی دیگر، کاهش ارز تخصیصی به واردکنندگان و تجار به عنوان متخصصان حوزه تجارت نیز ضربه‌ای کاری بر پیکر صنعت و اقتصاد ایران است. بر این اساس، ملاک سهمیه‌بندی تامین ارز برای صنعت میانگین دو سال گذشته با احتساب ضریب ۱/۲۵ و برای بخش بازرگانی میانگین دو سال گذشته با احتساب ضریب ۰/۸۵ است. تعیین این میزان سهمیه برای بخش بازرگانی در حالی است که ۷۰ تا ۸۰ درصد تجار، تامین‌کننده مواد اولیه واحدهای تولیدی هستند و میزان ارز اختصاص‌یافته براساس سهمیه، پاسخگوی شرایط فعلی تولید کشور نیست.

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران در خصوص تغییر سقف واردات تولیدکنندگان و واردکنندگان عنوان کرد: یک‌ماه پیش بود که بخشنامه‌ای از سمت وزارت صمت ابلاغ شد تا سقف سهمیه ارز تولیدکنندگان از ۱۰۰ درصد میزان تخصیص ارز سال گذشته، به ۱۱۵ تا ۱۲۵ درصد افزایش یابد و از طرف دیگر تجار و واردکنندگان با ۱۵ درصد کاهش سقف، ۸۵ درصد سقف تخصیص ارز سال گذشته خود را دریافت خواهند کرد. به این ترتیب واردات تجار کمتر می‌شود، اما بازهم واردات همان میزان است. به نوعی وزارتخانه قصد دارد ماجرا را به سمتی ببرد که کالا به ایران وارد شود و سپس در ایران با مونتاژ به اسم تولید داخل به بازار برود.

برای وفادارسازی مشتریان باید به دنبال خدمات «متمایز» بود

همایش مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی خدمات توسط شرکت قاصدک سنتر در آذرماه سال جاری با حضور جمعی از مدیران شرکت‌های فعال در حوزه لوازم خانگی با میزبانی شرکت قاصدک سنتر در هتل ارم تهران برگزار شد. موسی احمدزاده، نائب رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران در همایش مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی خدمات با بیان این مطلب که دانش، تجربه و هنر، سه راس مهم «حوزه آموزش» هستند، عنوان کرد: متأسفانه در ایران شخصی که در بازار فعالیت کرده است به دنبال علم آن نبوده که همین مسئله منجر به این شده است که در بسیاری از موارد از دنیا عقب باشیم. او معتقد است که در دنیای امروز، افرادی هوشمند هستند که این سه ضلع را در کنار هم پیش می‌برند.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، در ابتدای این همایش، احمدزاده با تأکید به این مسئله که باید با جریان جهانی حرکت کرد، افزود: ایران به دلیل موقعیت ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیک از دانش، تجربه و نیروی انسانی متخصص برخوردار است؛ اما متأسفانه با وجود این همه مزایا، حرفی در اقتصاد جهانی برای گفتن ندارد. وی با بیان اینکه لازمه حفظ مشتریان، جلب رضایت آنهاست، تصریح کرد: اگر ما در زنجیره تامین خود، خلق ارزش جهانی نداشته باشیم و تنها بازارهای داخلی را فتح کنیم این هنر نیست.

نائب رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران با طرح این پرسش که چرا ایران نمی‌تواند به بازارهای جهانی ورود کند، توضیح داد: از چندین دهه گذشته تا به امروز در کشور ما فقط «خام فروشی» صورت گرفته است و هرگز به دنبال ایجاد ارزش افزوده نبوده‌ایم و همین مسئله اصلی‌ترین عامل برای عدم ورود به بازارهای جهانی شده است.

او خاطرنشان کرد: بسیاری از شرکت‌ها با توجه به اینکه در فضای بسته کار می‌کنند، نتوانسته‌اند سهم مناسبی در بازارهای جهانی کسب کنند؛ اگر ما می‌خواهیم به برند معتبر و جهانی تبدیل شویم، باید قلب و ذهن مشتریان خود را تسخیر کنیم.

احمدزاده با طرح این پرسش که چرا برندهای ایرانی بیش از ۵۰ سال عمر نمی‌کنند و بسیاری از برندها با مرگ بنیان‌گذارانشان از بازار حذف می‌شوند، توضیح داد: دلیل این موضوع آن است که درک درستی از برند شدن نداریم؛ این در حالی است که برندهای چندملیتی بیش از ۱۰۰ سال قدمت دارند چرا که به سوی سهامی شدن شرکت خود حرکت کرده‌اند. اما این نوید را می‌توان داد که نسل جدید این موضوع را به خوبی درک کرده و به سمت آن در حرکت است.

نائب رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران با بیان این مطلب که متأسفانه ارتباط صنعت با دانشگاه به درستی شکل نگرفته است، عنوان کرد: بیش از ۸۰ درصد اقتصاد ایران دست دولت است و این بزرگ‌ترین مشکل اقتصاد کشور محسوب می‌شود، از سوی دیگر صدور بخشنامه‌ها بدون در نظر گرفتن دیدگاه‌ها و نظرات بخش خصوصی منجر به مشکلات متعددی پیش روی فعالان اقتصادی شده است.

تولید برند ایرانی، خلق ارزش جهانی

او ادامه داد: متأسفانه نگاه بلندمدتی به حوزه تجارت وجود ندارد؛ این در حالی است که واردات و صادرات بایستی متوازن با یکدیگر پیش برود؛ ما حتی در ارتباط با رقبای منطقه‌ای خود عقب هستیم.

ورود به عرصه کارآفرینی بعد از دو دهه تجربه

ابراهیم قاصدی، موسس و مدیرعامل شرکت قاصدک در همایش مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی خدمات به میزبانی «قاصدک سنتر» عنوان کرد: خدروشاگر هستیم که بعد از ۲۲ سال کارمندی، موفق به ورود به عرصه کارآفرینی شدم.

وی ابراز داشت: از شرکت اخوان کمال تشکر و قدردانی را دارم که به بنده و مجموعه قاصدک سنتر اعتماد کردند و اولین نمایندگی را به این مجموعه دادند. قاصدی مشتریان بالقوه و وفادار را مهم‌ترین سرمایه مجموعه قاصدک سنتر که در زمینه خدمات پس از فروش، نصب و تعمیر تمامی محصولات لوازم خانگی و تهیه مطبوع فعالیت می‌کند، دانست و گفت: مهم‌ترین هدف مجموعه قاصدک سنتر به‌کارگیری تمامی توان، منابع و نیروها به منظور ارائه خدمات متمایز است.

موسس استارت‌آپ خدماتی قاصدک سنتر، خطاب به کارآفرینان گفت: به استارت‌آپ‌های خدماتی که تقاضا برای همکاری دارند، اعتماد کنید و دست آن‌ها را بگیرید؛ اگر درخواست همکاری داشتند با بی‌میلی و بی‌مهری با آن‌ها برخورد نکنید. شرکت‌هایی که به استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکاری نوپا کمک



می‌کنند تا خود را نشان دهند باید قدردان آن‌ها بود. قطعا آینده کسب‌وکار از آن شرکت‌های استارت‌آپی می‌باشد، در نتیجه توصیه می‌کنم این مجموعه‌ها را به عنوان شرکای تجاری وفادار در کنار خود داشته باشید.

خدمات متمایز وجه تمایز قاصدک سنتر است

او خاطرنشان کرد: وجه تمایز مجموعه استارت‌آپی «قاصدک سنتر» ارائه خدمات متمایز است؛ اگر کالایی برند می‌شود به این علت است که خدمات متمایز و متفاوت ارائه کرده است؛ از همین رو مجموعه قاصدک سنتر تمام تلاشش بر این است که «متمایز» شود.

قاصدی اظهار داشت: کافی است با کمی تحلیل در بازار لوازم خانگی پی ببریم که تقریباً طراحی محصولات، سیاست‌گذاری قیمت محصولات و حتی مراکز توزیع مشابهی بر برندها حاکم است، اما فرایندی که خلق ارزش برای برند و البته مشتریان را در پی خواهد داشت، خدمات پس از فروش با ماهیت «متمایز» است. وی معتقد است که فرایند صنعت خدمات پس از فروش در ایران مدیون شرکت‌های کره‌ای و فرانسوی است و در این رابطه افزود: در صنعت لوازم خانگی، شرکت‌هایی نظیر ال جی و سامسونگ به ما آموزش داده‌اند که چگونه فرآیندهای خدمات پس از فروش به کمک برندها در جهت خلق ارزش و وفادارسازی مشتریان می‌آیند تا یک برند با تمام رقاباتی که در بازار دارد سهم خود را داشته و برند بماند. قاصدی با بیان اینکه مجموعه «قاصدک سنتر» اولین استارت‌آپ پیشگام در صنعت لوازم خانگی ایران است، عنوان کرد: به عنوان فردی که ۲۲ سال سابقه فعالیت در صنعت لوازم خانگی را دارد، معتقدم صنعت لوازم خانگی، یک صنعت مادر است. برای مثال شما یک نصاب لباسشویی را در نظر بگیرید، این فرد بایستی دارای چندین ویژگی و مهارت باشد؛ یعنی به مهارت لوله‌کشی آب و تاسیسات، برق کاری، استانداردهای لوازم خانگی و غیره حتما بایستی مسلط باشد و بهتر از هر کسی مسیرها و لوکیشن‌های سطح شهر را بداند.



او گفت: نکته مهم‌تر این است، زمانی که یک نصاب وارد منزل مشتری می‌شود بجز ارتباط موثر که جزو زیربنایها و زیرساخت‌های آموزش آن فرد است؛ باید بازاریاب باشد و بتواند پرزنت درستی داشته باشد. در این شغل بازاریابی و مارکتینگ نیز مستتر است. بنا به گفته وی، گروه قاصدک سنتر هر آن چیزی که در فرایند خدماتی برای مشتریان که به خدمات بیرون از سازمان محول می‌شود را پوشش داده است. قاصدی معتقد است که جهت‌گیری صنعت خدمات پس از فروش نباید تنها اکتفا به رضایت مشتریان باشد بلکه باید مشتریان را مشعوف کرد؛ چرا که جلب رضایت مشتری وظیفه است. باید مشتری را با خدمات متمایز و اضافه مشعوف و سوپررایز کرد.



بگیرد.

وهاب آقایی در همایش مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی خدمات بیان کرد: مشتری نباید بگوید که به چه خدمتی نیاز دارد؛ در واقع مدیر خدمات پس از فروش سازمان‌ها، وظیفه شناسایی نیازهای جدید مشتریان را بر عهده دارند.

این مدرس با بیان اینکه هر سازمانی یک واحد خدمات پیش از فروش که به نام «مارکتینگ» شناخته می‌شود، یک واحد در حین فروش و یک واحد پس از فروش دارند، خاطرنشان کرد: واحد خدمات مشتریان از لحظه ورود تا لحظه خروج مشتریان، وظیفه سرویس‌دهی به مشتریان را بر عهده دارد.

بنا به گفته او، کار خدمات پس از فروش وفادارسازی مشتریان است که این اقدام از طریق شناسایی و برآورده‌سازی نیاز مشتریان امکان‌پذیر است. همچنین لازم به تاکید است، تا زمانی که نیاز مشتریان به درستی درک نشود، نمی‌توان مشتریان وفادار جذب کرد. متأسفانه بسیاری از کسب‌وکارها در این زمینه ضعیف عمل می‌کنند.

پرورش نیروی متخصص در آموزشگاه فنی و حرفه‌ای قاصدک تدبیر

موسس مجموعه قاصدک سنتر در انتهای سخنان خود اظهار داشت: تیم قاصدک تکنسین‌های ماهر استخدام نمی‌کند، این مجموعه به دنبال جذب تکنسین‌های باشخصیت و با دیسپلین است و سپس به آن‌ها مهارت آموزش داده می‌شود. در همین راستا آموزشگاه فنی و حرفه‌ای قاصدک تدبیر احداث شد تا پرسنل وارد این آموزشگاه شوند و پس از آن با کسب مهارت‌های لازم با همکاری سازمان فنی حرفه‌ای جذب بازار کار شوند.

تغییر مسیر خدمات پس از فروش به مسیر مارکتینگ

در ادامه این همایش نادر وهاب آقایی، مدرس حوزه تدوین استراتژی با بیان اینکه بسیاری تصور می‌کنند که کار خدمات پس از فروش یعنی کار فنی و تکنیکال، این در حالی است که امروزه خدمات پس از فروش در علم بازاریابی آمده است، عنوان کرد هدف از این کار جذب مشتریان و توسعه بازار است به همین علت بسیاری از سازمان‌ها، خدمات پس از فروش زیر نظر مارکتینگ می‌گنجانند. او با تاکید بر اینکه خدمات پس از فروش برای حفظ و وفاداری مشتریان است، تصریح کرد: این اقدام بایستی از طریق شناسایی نیازهای جدید مشتریان صورت

جلب رضایت ۹۸ درصدی هامکس؛ در ایستگاه بیست و سوم

نظرسنجی ابزاری است که برای درک مشتری، شرکت و ذی‌نفعان تمرکز دارد. این ارتباط امروزه در هسته تحقیقات بازاریابی قرار دارند. برگزارکنندگان رویدادهای علمی و یا نمایشگاه‌های تخصصی باید انتظار مشارکت‌کنندگان از نحوه ارائه سرویس‌ها، برآورده شدن انتظارات و همچنین مقایسه آن با رویدادهای مشابه در مکان‌های دیگر و یا در ادوار دیگر را بدانند.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، بنابر تفاهم‌نامه همکاری منعقد شده میان انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی همچون سال‌های گذشته پیمایشی از جامعه مخاطبان در دو گروه مجزا غرفه‌داران (صاحبان صنایع و شرکت‌ها) و بازدیدکنندگان از نمایشگاه صورت گرفت. سنج‌های این نظرسنجی در قالب دو پرسشنامه مستقل متناسب با دو طیف مخاطب طراحی شده‌اند. هدف از پرسشنامه اول: سنجش کیفیت ارائه خدمات به نمایندگان شرکت‌های حاضر در نمایشگاه در دو مقطع زمانی پیش از برگزاری (کیفیت سامانه ثبت‌نام، کیفیت پاسخگویی و اطلاع‌رسانی پیش از برگزاری رویداد و ...) و در زمان برگزاری (رضایت از جانمایی - مسئولین برگزاری - اطلاع‌رسانی، افتتاحیه و کیفیت ارائه خدمات) از غرفه‌داران و شرکت‌های مشارکت‌کننده در نمایشگاه و پرسشنامه دوم با هدف سنجش کیفیت برگزاری نمایشگاه میزان محصولات تحت پوشش و کیفیت محصولات ارائه شده و همچنین تنوع آن‌ها از منظر بازدیدکنندگان از نمایشگاه، جمع‌آوری اطلاعات از غرفه‌داران از طریق پیمایش ۲۹۷ شرکت دارای غرفه در این دوره از نمایشگاه از طریق مراجعه حضوری پرسشگرها و جمع‌آوری اطلاعات از بازدیدکنندگان از طریق نمونه‌گیری (نمونه‌های در دسترس) از طریق پرسشگر انجام گرفت.

مخاطبان گروه اول سنج‌های نظرسنجی، بازدیدکنندگان بودند که سوالات زیر از آن‌ها پرسش شد:

- شما در کدام یک از بازه‌های سنی زیر قرار دارید؟
- میزان تحصیلات شما چقدر است؟
- آیا شغل شما با موضوع نمایشگاه مرتبط است؟
- چگونه از برگزاری نمایشگاه مطلع شدید؟
- کدام سالن‌ها هدف اصلی بازدید شما است؟
- کدام مورد علت بازدید شما از این نمایشگاه است؟
- آیا دوره‌های قبل نیز از این نمایشگاه بازدید داشته‌اید؟

- به نظر شما سطح ارائه فناوری‌ها و محصولات جدید در این نمایشگاه چگونه است؟
- آیا روزه‌های برگزاری این نمایشگاه مناسب است؟
- آیا ساعت برگزاری نمایشگاه‌ها مناسب است؟
- اطلاع‌رسانی محیطی در داخل نمایشگاه برای راهنمایی بازدیدکنندگان چطور است؟
- ارزیابی شما از کیفیت این نمایشگاه نسبت به دوره قبل که شرکت داشته‌اید، چگونه است؟
- نحوه برخورد غرفه‌داران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
- ارزیابی شما از کیفیت برگزاری این نمایشگاه چیست؟
- ارزیابی شما از رعایت پروتکل‌های بهداشتی در محیط این نمایشگاه چیست؟

گروه دوم مخاطبان سنج‌های نظرسنجی نمایندگان غرفه‌ها، یعنی همان مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه بودند که سوالات زیر از آن‌ها پرسش شد:

- لازم قبل از برگزاری نمایشگاه چگونه است؟
- چگونه از برگزاری نمایشگاه مطلع شدید؟
- آیا از نحوه برخورد و خدمات همکاران مجری نمایشگاه در طول فرآیند ثبت‌نام رضایت دارید؟
- به نظر شما مراسم افتتاحیه چگونه برگزار شد؟
- میزان رضایت شما از محل استقرار غرفه خود (جانمایی) در چه سطحی است؟
- چه روزهایی برای شروع این نمایشگاه مناسب است؟
- بازه زمانی مناسب جهت برگزاری این نمایشگاه کدام است؟
- اطلاع‌رسانی محیطی در داخل نمایشگاه برای راهنمایی بازدیدکنندگان چطور است؟
- استفاده از فرآیند الکترونیکی جهت ثبت‌نام مشارکت‌کنندگان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
- میزان رضایت شما از زمان و نحوه تحویل غرفه‌ها چگونه است؟
- به نظر شما سطح ارائه فناوری‌ها و محصولات جدید در این نمایشگاه چگونه است؟
- کدام یک از موارد زیر علت نارضایتی غرفه‌داران از سالن‌ها است؟
- ارزیابی شما از کیفیت این نمایشگاه نسبت به دوره قبل حضور شما چگونه است؟
- ارزیابی شما از کیفیت برگزاری این نمایشگاه چیست؟

- میزان رضایت شما از همکاری و پیگیری مدیر سالن در چه سطحی است؟
 - آیا در نمایشگاه سال بعد نیز مشارکت خواهید کرد؟
 - ارزیابی شما از رعایت پروتکل‌های بهداشتی در محیط این نمایشگاه چیست؟

فراوانی مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی

در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) در مجموع از ۹۵۴ نفر شامل بازدیدکنندگان و غرفه‌داران نظرسنجی صورت گرفت که از این تعداد ۶۷۵ نفر بازدیدکننده و ۲۷۹ مشارکت‌کننده بودند. آمار فوق‌گویی میزان بالای مشارکت‌کنندگان در این نظرسنجی است که در راستای آن بیش از ۹۴ درصد مشارکت‌کنندگان در طرح نظرسنجی پوشش داده شده‌اند.

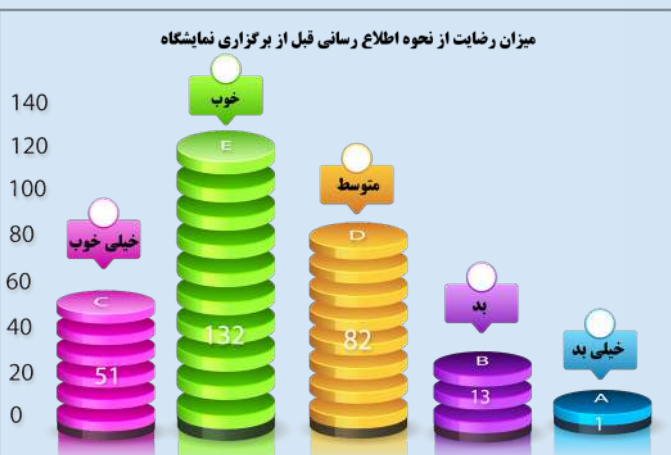
نفر از نحوی اطلاع‌رسانی قبل از برگزاری نمایشگاه اظهار رضایت کرده‌اند و تنها ۱۴ نفر اظهار ناراضی داشتند. این نظرسنجی نشان می‌دهد اخبار منتشر شده در سایت و نشریه داخلی انجمن با بیش از ۸۰ درصد نقش بسزایی در اطلاع‌رسان برگزاری این دوره از نمایشگاه داشته است. لازم به ذکر است که شماره سیزدهم و چهاردهم نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به صورت تفصیلی و پرونده‌ای به برگزاری نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ پرداخت.



حضور نزدیک به ۱۲٪ مخاطب جدید در این دوره از نمایشگاه

میزان رضایت از محل استقرار غرفه و جانمایی

میزان رضایت از محل استقرار غرفه و جانمایی یکی دیگر از مواردی بود که مورد نظرسنجی قرار گرفت که از ۲۷۹ مشارکت‌کننده، ۴۰ نفر از این موضوع اظهار ناراضی کردند. در واقع بر اساس ارزیابی نتایج نظرسنجی نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ از سوی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، شرکت‌کنندگان از محل استقرار و جانمایی با ۶۹ درصد میزان رضایت خود را اعلام داشتند.



روزهای منتخب برگزاری نمایشگاه

بررسی‌های طرح نظرسنجی نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که روزهای جمعه و پنجشنبه بیشترین اقبال را از سوی مخاطبان دارد؛ به طوری که از مجموع ۲۷۹ مشارکت‌کننده در این طرح ۱۸۲ نفر خواستار برگزاری نمایشگاه در این دو روز بوده‌اند.

از دیگر سو، روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه در رتبه‌های بعدی برای روزهای برگزاری نمایشگاه قرار گرفته‌اند. بررسی این نظرسنجی نشان می‌دهد روزهای شنبه و یکشنبه بدترین روزها برای برگزاری نمایشگاه هستند که نشان از استقبال ضعیف در این روزها دارد.



پوشش بیش از ۹۶٪ از حجم کل مشارکت‌کنندگان در طرح نظرسنجی

چند درصد مخاطبان نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ جدید بودند؟

یکی از سوالات در طرح نظرسنجی بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) از بازدیدکنندگان این بود که آیا سابقه حضور در دوره‌های قبل این نمایشگاه داشته‌اید؟ آمار این نظرسنجی نشان می‌دهد که تنها ۱۲ درصد از بازدیدکنندگان سابقه بازدید از نمایشگاه‌های قبلی را نداشته و در واقع «مخاطب جدید» این دوره از نمایشگاه بودند؛ در واقع تعداد مشارکت‌کنندگان دارای تجربه حضور در ادوار گذشته نمایشگاه هامکس، ۸۸ درصد است. از ۲۷۹ نفر بازدیدکننده‌ای که در این طرح نظرسنجی شرکت کرده‌اند ۲۶۵

مشارکت‌کنندگان در این بخش به علت وقفه چند روزه سایت ثبت‌نام بود که دسترسی مشارکت‌کنندگان را با مشکل مواجه ساخت که در نهایت در این نظرسنجی عیان شد.



در این نظرسنجی کیفیت مراسم افتتاحیه نمایشگاه بیست‌وسوم هامکس ۱۴۰۲ مورد ارزیابی قرار گرفت که از مجموع ۲۷۹ مشارکت‌کننده در طرح نظرسنجی از کیفیت مراسم افتتاحیه اظهار رضایت داشتند. زنگ شروع بزرگترین رویداد سالانه صنعت پیشران لوازم خانگی کشور روز سوم آبان در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران بزرگ با حضور مقاماتی از وزارت صمت، مجلس شورای اسلامی و اتاق‌های بازرگانی و... با افتتاحیه‌ای متفاوت و پر سر و صدا و با بریدن روبان افتتاحیه توسط دو بانوی نخبه‌ی فناوری و دانش‌آموز ممتاز به صدا درآمد.



صنعت لوازم خانگی در طول این رویداد شاهد برگزاری برنامه‌های محتوایی تازه‌ای برای نخستین بار نظیر: رویداد مرور تجربه‌ی Ted Talk،



فصل مناسب برگزاری نمایشگاه

واضح است که عوامل بسیار زیادی در شکست خوردن یک رویداد نقش دارند و این شکست‌ها در زمینه‌های گوناگونی می‌توانند دامن‌گیر برگزارکنندگان شوند که یکی از این موارد فصل نامناسب برای برگزاری رویداد است. همان‌طور که اشاره شد انتخاب زمان مناسب برای برگزاری نمایشگاه نیز بسیار مهم است؛ از همین رو فصل مناسب جهت برگزاری نمایشگاه هامکس یکی دیگر از مواردی بود که مورد نظرسنجی قرار گرفت که در راستای آن فصل پاییز بیشترین اقبال عمومی را به خود اختصاص داد و فصل زمستان و تابستان در رتبه بعدی قرار گرفت. لازم به ذکر است در این نظرسنجی فصل بهار با ۱۸ درصد در پایین‌ترین رتبه را کسب کرد.



کیفیت اطلاع‌رسانی و راهنمای محیطی نمایشگاه

مهم‌ترین بخشی که در یک نمایشگاه دسترسی بازدیدکنندگان را به خود جلب می‌کند تا با سهولت بیشتری به آنچه مدنظر دارند، دست پیدا کنند «کیفیت اطلاع‌رسانی و در اختیار داشتن راهنمای محیطی نمایشگاه» است که طبق نظرسنجی مرکز خدمات علمی جهاد دانشگاهی، در هامکس ۱۴۰۲ تنها ۵۱ درصد از مخاطبان به‌طور نسبی از تابلوهای اطلاع‌رسانی و راهنماهای محیطی داخل نمایشگاه رضایت داشتند.

رضایت از فرآیند و سامانه الکترونیکی

طرح نظرسنجی جهاد دانشگاهی نشان می‌دهد که بیش از ۳۷ درصد مشارکت‌کنندگان از سامانه الکترونیکی ثبت‌نام کاملاً ناراضی و حدود ۲۵ درصد آن را متوسط ارزیابی کرده‌اند. یکی از دلایل عدم رضایت‌مندی

جهاد دانشگاهی در ادامه تکمیل فرم نظرسنجی خود این بار «سطح ارائه فناوری‌ها و محصولات جدید در دور بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی هامکس ۱۴۰۲» مورد هدف قرار داده است که بر اساس آن حدود ۷۰ درصد از مشارکت‌کنندگان سطح فنی محصولات را قابل قبول و جدید دانسته‌اند.

نقاط ضعف نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲

نظرسنجی فوق نشان می‌دهد، همچون سنوات گذشته نمایشگاه، پایین‌ترین نمره مربوط به رعایت نظافت سرویس‌های بهداشتی و همچنین تهویه هوا بوده است؛ به طوری که از ۲۷۹ مشارکت‌کننده در این نظرسنجی ۱۷۳ نفر در بخش نظافت سرویس‌های بهداشتی اظهار عدم رضایت کرده‌اند. در رتبه بعدی مشکل سیستم تهویه، اینترنت، صوت سالن، سیستم روشنایی، مدیر سالن قرار گرفته‌اند که از آن‌ها می‌توان به عنوان عوامل اصلی نقاط ضعف این دوره از نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ نام برد.



میزان رضایت از همکاری و پاسخگویی مدیران اجرایی نمایشگاه

یکی دیگر از بخش‌های مدنظر مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی در نظرسنجی، میزان رضایت از همکاری و پاسخگویی مدیران اجرایی نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ در ایستگاه بیست‌وسوم بود که بر اساس آن بیش از ۸۰ درصد مخاطبان از نحوه پاسخگویی و برخورد مدیران اجرایی در زمان برگزاری نمایشگاه رضایت داشته‌اند. از ۲۷۹ مشارکت‌کننده در این نظرسنجی تنها چهار نفر در این بخش اظهار نارضایتی کرده‌اند.



مقایسه کیفیت برگزاری نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ نسبت به دور قبل

نظرسنجی در این بخش نشان می‌دهد که بیش از ۹۲ درصد مشارکت‌کنندگان از کیفیت برگزاری این دوره نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ را پیشرفته‌تر از سال گذشته ارزیابی کرده‌اند. از ۲۷۹ مشارکت‌کننده ۲۲۵ نفر

تور فناورانه‌ی Tech Tour، رویداد ارائه‌ی معکوس Reverse Pitch، برگزاری تور صنعتی [فرهنگی راهیان پیشرفت ویژه‌ی دانشجویان و دانش آموزان و رونمایی از نخستین سامانه‌ی اشتغال‌زایی و بهم رسانی کارجویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی بود.

میزان رضایت از زمان و نحوه تحویل غرفه‌ها

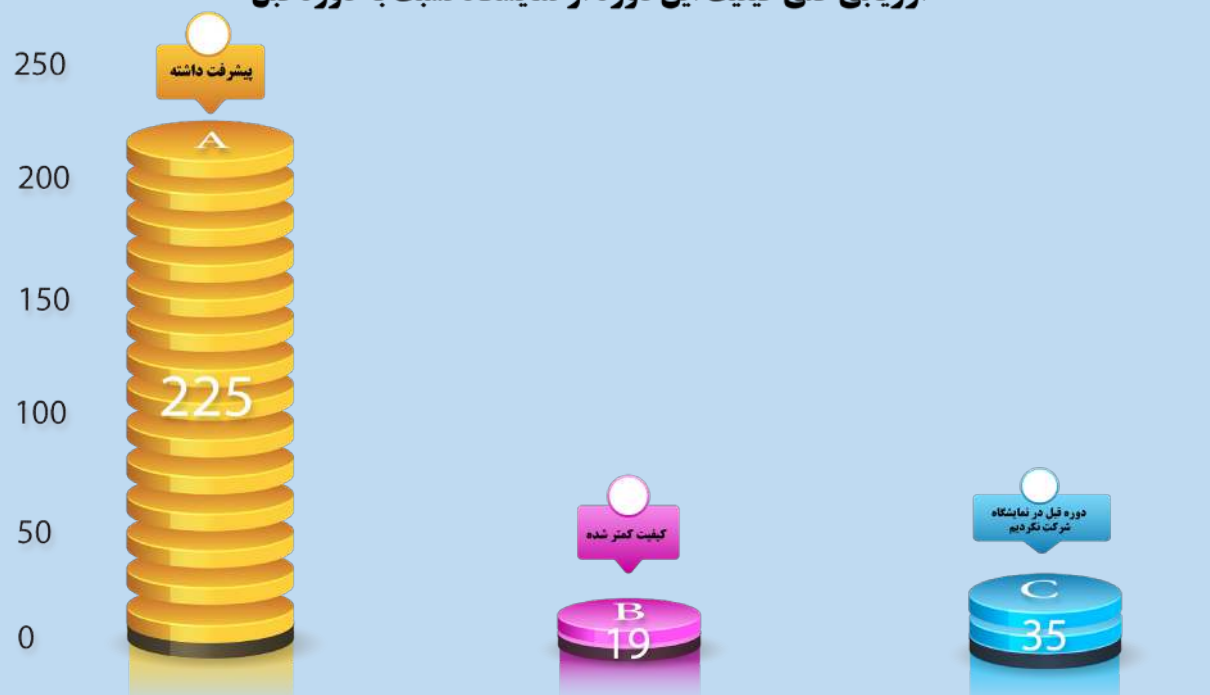
نمایشگاه‌های تجاری مکانی مناسب برای ارتباط چهره‌به‌چهره با طیف وسیعی از مشتریان هستند. بنابراین بهترین مکان و زمان برای نمایش نام تجاری، نمایشگاه‌ها هستند، اما این موضوع برای تداوم حضور شرکت‌ها در نمایشگاه به مسئله جلب رضایت آن‌ها بازمی‌گردد. در همین زمینه، میزان رضایت از زمان غرفه و نحوه تحویل آن به مشارکت‌کنندگان، بخش دیگری از نظرسنجی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی را به خود اختصاص داد. در واقع از ۲۷۹ مشارکت‌کننده در این طرح ۲۵۳ غرفه‌دار ابراز رضایت و ۲۶ غرفه‌دار ابراز نارضایتی از زمان و نحوه تحویل غرفه‌ها داشتند. آمار فوق در نظرسنجی نشان می‌دهد، حدود ۷۱ درصد از مشارکت‌کنندگان از نحوه و سرعت تحویل غرفه‌ها رضایت داشته‌اند.



سطح ارائه فناوری‌ها و محصولات جدید در نمایشگاه

نمایشگاه‌ها شبیه یک ابزار تبلیغاتی قدرتمند و قوی هستند که نقش بسزایی در ترویج محصولات و خدمات شرکت‌ها دارند. این رویدادها فرصتی عالی برای معرفی و نمایش محصولات جدید و فناورانه را به مخاطبان هدف فراهم می‌کنند. در این رویدادها، شرکت‌ها می‌توانند با نمایش محصولات و خدمات خود، مزایا و ویژگی‌های آن‌ها را به مخاطبان معرفی و برای جذب مشتریان جدید اقدام کنند. در همین راستا، مرکز

ارزیابی کلی کیفیت این دوره از نمایشگاه نسبت به دوره قبل



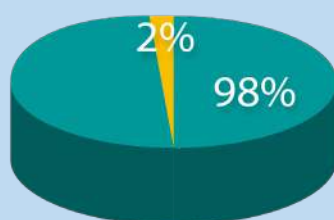
تمایل به مشارکت در دوره‌های آتی نمایشگاه

در انتها لازم به ذکر است که حدود ۸۸ درصد از مخاطبان دارای غرفه در نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲، تمایل خود را جهت شرکت در سایر رویدادها و نمایشگاه‌های انجمن اعلام داشته‌اند؛ از همین رو باید عنوان کرد که به این ترتیب نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲، موفق شد تا بیشترین رضایت را در طول عمر ۲۳ ساله این نمایشگاه را به خود اختصاص دهد.

اعتقاد داشتند که کیفیت بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۲، نسبت به دوره قبل پیشرفت داشته است و ۱۹ شرکت‌کننده معتقدند بودند که کیفیت کاهش یافته است. از این تعداد ۳۵ مشارکت‌کننده به علت اینکه در دوره قبلی نمایشگاه حضور نداشتند امکان مقایسه نداشتند.

تمایل به مشارکت در دوره‌های آتی نمایشگاه

از منظر مشارکت‌کنندگان



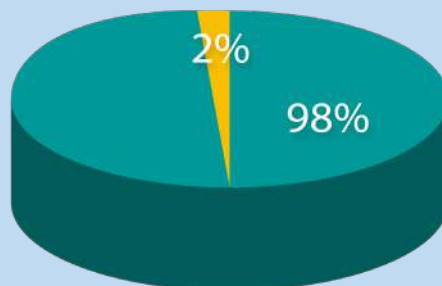
■ برگزاری موفق
■ برگزاری ناموفق

از منظر بازدیدکنندگان



■ برگزاری موفق
■ برگزاری ناموفق

از منظر کلی مخاطبان

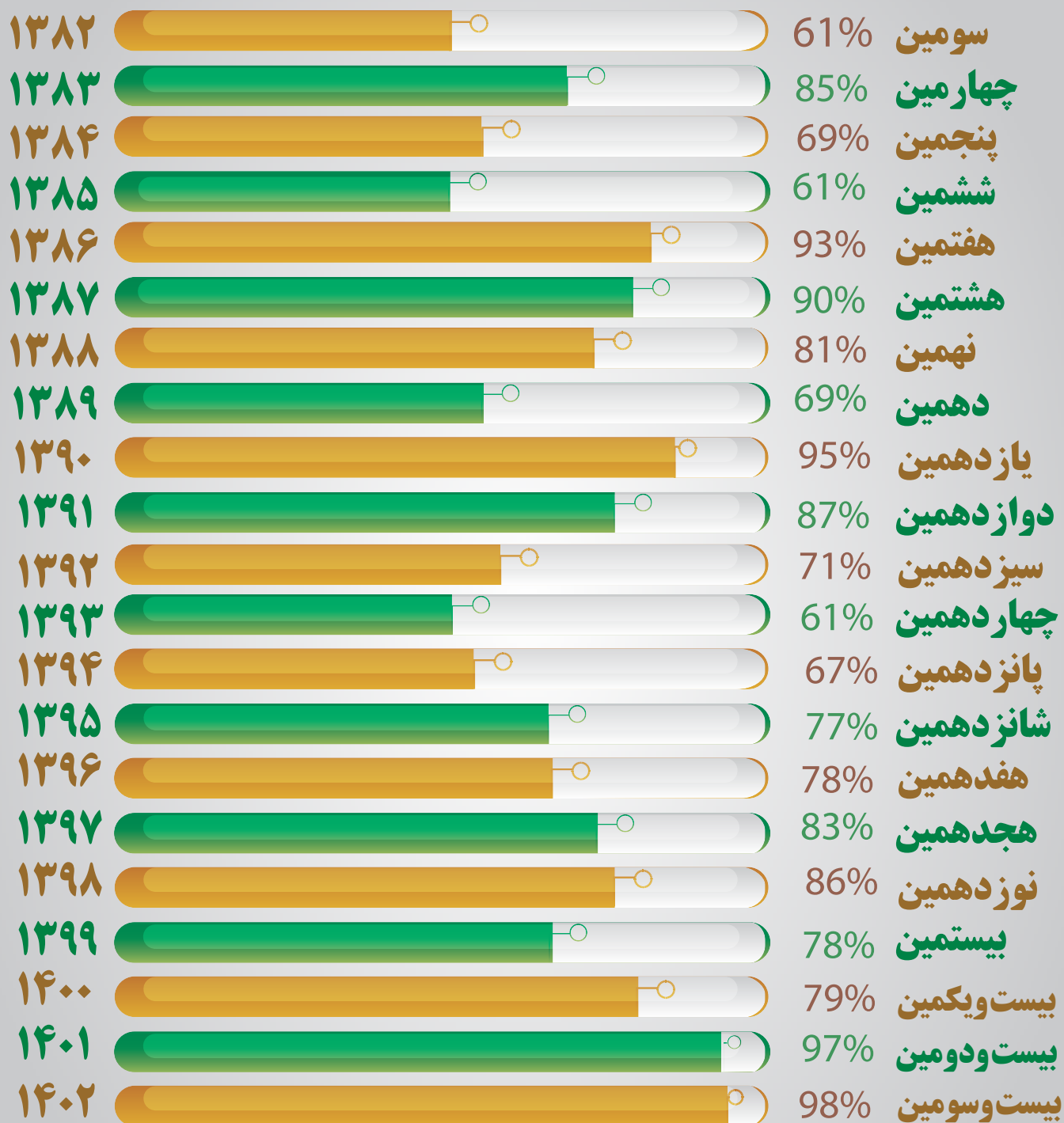


■ برگزاری موفق
■ برگزاری ناموفق




میزان رضایتمندی مشارکت‌کنندگان از نحوه‌ی برگزاری دوره‌های پیشین

نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوازم خانگی ایران



استودیو هامکس ۱۴۰۲






23rd Home Appliance Manufacturers Exhibition
HAMex 2023

بیست و سومین
نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی

۳ الی ۶ آبان ۱۴۰۲



استودیو هامکس ۱۴۰۲

یادمان بزرگترین رویداد سالانه صنعت لوازم خانگی کشور

سید علی

حکومت محترم اقتصاد کشور
برای دانش بنیان شدن اقتصاد
اجتناب ناپذیر است
مجلسدای گرامی وقت در حمایت از این
رویداد ملی ۱۴۰۲ با صفت
آیا تا به حال به کشور ما صدماتی از جهت
مدیریت ناپیم و مبارک بازار داخلی
کشور و تقاضای بیشتر دانش بنیان
مدیران و صنعتی در زمینه عرضه
دانشین مالی در زمینه عرضه
کتابچه این جشنواره است
توفیق محترم خاور، هلیج لوازم خانگی
در این زمینه از خداوند متعال بخواستیم

علی آقا محمدی
۱۳۰۲/۹/۴

هدیه الهام

توفیق روز افزون
از خداوند متعال

سید علی

با سلام و احترام
بزرگواران، در خصوص
موضوع در نظر گرفته شده
بسیار سپاسگزارم
با احترام
۱۴۰۲/۸/۵

سید علی

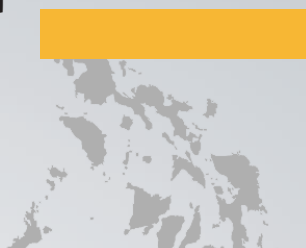
با سلام و احترام
بزرگواران، در خصوص
موضوع در نظر گرفته شده
بسیار سپاسگزارم
با احترام
۱۴۰۲/۸/۵

سید علی

با سلام و احترام
بزرگواران، در خصوص
موضوع در نظر گرفته شده
بسیار سپاسگزارم
با احترام
۱۴۰۲/۸/۵

در نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ چه گذشت؟

افتتاحیه متفاوت
هامکس ۱۴۰۲



تورهایی
صنعتی - فرهنگی
دانش آموزی
راهیان پیشرفت



تورهایی
صنعتی - فرهنگی
دانشجویی
راهیان پیشرفت



اولین رویداد
مرور تجربه Ted Talk
صنایع لوازم خانگی ایران





اولین رویداد فناورانه
Tech Tour
در هامکس ۱۴۰۲



میز اشتغال



میز خدمت



اولین
رویداد ارائه معکوس
reverse pitch



اولین جایزه
ملی نوآوری و فناوری
در صنایع لوازم خانگی ایران



نگاهی به مشکلات حمل‌ونقل در حوزه لوازم خانگی در گفتگو با مدیرعامل نانیوا: فرسودگی ناوگان معضل جدی برای حمل‌ونقل کالاهای لوازم خانگی

حمل‌ونقل به‌عنوان جزئی اساسی از زندگی روزمره، نقش بسیار مهمی در اقتصاد و توسعه کشورها دارد. ۲۶ آذر، روز ملی حمل‌ونقل در ایران است؛ چرا که در تاریخ تحولات صنعت حمل‌ونقل در کشور، روزهای سرنوشت‌سازی بوده‌اند که نقشی تعیین‌کننده در انسجام شبکه حمل‌ونقل داشته‌اند؛ در ۲۶ آذرماه سال ۱۳۶۱، از شمار چنین روزهایی است. در این روز و در بحبوحه جنگ تحمیلی، حدود یکصد کشتی حامل کالا در بنادر جنوبی کشور، در انتظار تخلیه بار بود و بروز بحران ناشی از اتمام ذخیره کالاهای اساسی در کشور، تهدید کشتی‌های منتظر از سوی عراق و نگرانی‌هایی را برای مسئولان فراهم آورده بود. در همین روزها، رهبر انقلاب، در پیامی تاریخی، کامیونداران کشور را به مشارکت در تخلیه هر چه سریع‌تر کشتی‌ها فراخواندند و با همت آن دلیرمردان، کشور از وضعی بحرانی خارج و این روز، به عنوان «روز حمل‌ونقل» نامیده شد.



است مشکلات ایمنی جاده‌های کشور منجر به افزایش ریسک حمل‌ونقل جاده‌ای شده است. تهرانچی در این باره گفت: کیفیت پایین جاده‌های کشور که بسیاری از آن‌ها خطرآفرین و حادثه‌آفرین هستند، هزینه و ریسک جابجایی بار را افزایش داده است؛ اما در کنار این موضوع در حال حاضر بیشتر کامیون‌داران مشکل تأمین لاستیک و قطعات یدکی را دارند.

مدیرعامل شرکت نانیوا به مشکلات حمل‌ونقل در بخش بین‌المللی اشاره و خاطرنشان کرد: ما به دلیل تحریم‌ها ناچار هستیم تا جای ممکن کالاهای خود را با کشتیرانی جمهوری اسلامی حمل کنیم. اما متأسفانه کشتیرانی جمهوری اسلامی قیمت‌های رقابت‌پذیری نسبت به رقبای خود ندارد. از سوی دیگر در اغلب موارد با کمبود کانتینر نیز مواجه هستیم که این موضوع منجر به رسوب کالا تا مدت طولانی در بنادر کشور شده است.

تهرانچی تصریح کرد: بعضاً پیش آمده است حجم زیادی از کالاهای ما بین ۴۵ روز تا دو ماه معطل کانتینر بوده‌است و نتوانستیم بارگیری کنیم؛ بعد از مدتی که موجود شده عنوان کرده‌اند که برای مثال در بندر شانگهای کانتینر نداریم و باید کالای خود را با هزینه شخصی تا بندر تایشانگ ببرید و در آنجا کانتینر بگیرید. وی با بیان اینکه مشکلات زیرساختی حمل‌ونقل منجر به این شده که به دلایل مختلف کالاهای مواداولیه در بنادر رسوب کند، گفت: همین مسئله منجر به این شده قراردادهای صادراتی بسیاری از شرکت‌ها به دلیل عدم تحویل و ترخیص به موقع مواد اولیه و کالا فسخ شود چرا که تولیدکننده نتوانسته به تعهدات خود در زمان مشخص قرارداد پایبند باشد و همین موضوع خسارت بسیاری را متوجه تولیدکننده و یا صادرکننده کرده است.

به گزار آینده‌سازان لوازم خانگی، با وجود اینکه حمل‌ونقل و باربری در ایران به صورت گسترده انجام می‌شود، اما با برخی از چالش‌ها و مسائل جدی در این بخش روبه‌رو هستیم. در همین رابطه محمدحسین تهرانچی، مدیرعامل نانیوا، در گفتگو با ماهنامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به مشکلات حوزه حمل‌ونقل در صنعت لوازم خانگی اشاره کرد و آن را به دو بخش داخلی و بین‌المللی تقسیم کرد.

وی در ادامه در خصوص مشکلات حمل‌ونقل داخلی توضیح داد: متأسفانه ناوگان حمل‌ونقل داخلی بسیار فرسوده هستند و عمر بسیاری از ناوگان به بیش از ۳۰ الی ۴۰ سال می‌رسد که این موضوع بسیار خطرآفرین است.

بارها شاهد این بودیم که بارهای تولیدی ما که توسط شرکت‌های باربری به شهرستان ارسال می‌شد به علت فرسودگی و یا مشکل قطعات یدکی در میان راه آتش گرفته و یا اینکه واژگون شده است از همین رو متحمل خسارت بسیار زیادی شده‌ایم. همین موضوعات باعث شده که لوازم خانگی که همراه ناوگان بوده یا به طورکلی از بین رفته و یا آسیب جدی ببیند. او به مشکلات بیمه‌ای ناوگان حمل‌ونقل اشاره داشت و در این باره توضیح داد: معمولاً ناوگان شرکت‌های حمل‌ونقلی بیمه نیستند، اگر هم باشند شرکت‌های حمل‌ونقلی برای اینکه حق بیمه کمتری پرداخت کنند ناوگان خود را با مبلغ بسیار ناچیزی بیمه می‌کنند.

همین مسئله باعث شد در صورت خسارت کالا نه خریدار و نه شرکت باربری مسئولیتی را بر عهده نگیرند و در نتیجه تولیدکنندگان باید زیان سنگینی را متحمل شوند؛ به شخصه چندین بار ناچار شده‌ایم زیان بسیار سنگینی را در این زمینه پرداخت کنیم.

این فعال حوزه صنعت لوازم خانگی معتقد

بنا به گفته وی، خدماتی که در بنادر ارائه می‌دهند مطلوب نیست، حتی در برخی از مواقع هزینه کانتینر معیوب را از تولیدکنندگان دریافت می‌کنند. تهرانچی در پاسخ به این سوال که نرخ کرایه حمل‌ونقل چند درصد از هزینه تولید است، توضیح داد: این بستگی به نرخ کرایه حمل دارد؛ معمولاً یکی دو سال قبل بود که نرخ کرایه یک کانتینر ۴۰ فوت به ۹ هزار و نرخ کرایه کانتینر ۲۰ فوت به ۴ الی ۴ هزار و ۵۰۰ دلار رسیده بود، در این راستا هزینه تمام شده «حمل‌ونقل» در تولید بین ۵ الی ۱۰ درصد می‌شد. او اضافه کرد: اما در حال حاضر قیمت کانتینر افت کرده و نرخ کرایه یک کانتینر ۴۰ فوت حدود ۲ هزار دلار و نرخ کرایه کانتینر ۲۰ فوت به حدود ۱۵۰۰ دلار رسیده است؛ در این شرایط نرخ حمل‌ونقل در هزینه تمام شده تولید کالا، ۱ الی ۲ درصد خواهد شد.

این فعال بخش خصوصی در پایان تأکید کرد: نرخ حمل‌ونقل در هزینه تمام شده تولید لوازم خانگی زیاد نیست، اما حمل‌ونقل در آن نقش بسیار پررنگی دارد.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار می کند

مهارت های نوین مذاکره و فروش

← عناوین و مدرسان دوره >



مهارت های نوین
بازاریابی و فروش

مدرس: دکتر سعید وفايي



مهارت های فن بیان و
اصول مذاکره

مدرس: دکتر رضا رنجبر



مهارت های رفتارشناسی
با مدل جهانی DISC

مدرس: دکتر صالح زعيم

مکان: خانه شکل های اتاق بازرگانی تهران

خیابان شهید بهشتی، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه میرزا حسینی، پلاک ۱۸، طبقه اول، سالی امین الفرب

زمان: دوشنبه ۱۴۰۲/۱۰/۴

ساعت: ۸ الی ۱۲



Creative style advertisement

جهت هماهنگی و ثبت نام با شماره

۲۱۸۸۵۱۲۱۲۷ داخلی ۱۰۹ تماس حاصل فرمائید.

شاخص مدیران خرید اقتصاد در آبان به ۵۰/۹۶ رسید عقب‌گرد تولید با فشار کمبود نقدینگی و کاهش فروش



گزارش شامخ آبان ۱۴۰۲ حاکی از این است که بنگاه‌های اقتصادی به دلیل کمبود نقدینگی و کاهش فروش و صادرات، قادر به حفظ مقیاس تولید نیستند و برخی با تعطیلی خطوط تولید مواجه شده‌اند. گزارش دوره پنجاهم طرح شاخص مدیران خرید (PMI) اقتصاد نشان می‌دهد در آبان امسال، کلیت اقتصاد ایران شرایط منقبض‌تری را نسبت به ماه‌های قبل تجربه کرده و با رسیدن عدد شامخ به ۵۰/۹۶، عملاً به مرز رونق و رکود برگشته است. گرچه در این ماه شامخ بخش صنعت تغییر محسوسی نسبت به ماه قبل نداشته و شامخ این بخش روی رقم ۵۳/۲۳ ایستاده است؛ اما اوضاع در سایر بخش‌های اقتصاد چندان مساعد نبوده است. طبق بررسی‌های مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در آبان ماه سال ۱۴۰۲، شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار (۵۱/۴۳) کمترین مقدار چهارماهه اخیر را به ثبت رسانده و شاخص میزان سفارش‌های جدید مشتریان (۴۶/۸۹) نیز به کمترین مقدار سه ماه اخیر رسیده است

شدیدتری در مقایسه با سایر مؤلفه‌ها داشته است. شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار (۵۱/۴۳) کمترین مقدار چهارماهه اخیر از مردادماه را به ثبت رسانده است. شرایط ضعیف تقاضای داخل کشور، کاهش فروش خارجی و کمبود شدید نقدینگی و با توجه به مشکلات تأمین سرمایه در گردش برای مواد اولیه موردنیاز باعث شده تا طرف عرضه یعنی تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات نیز از فعالیت خود بکاهند. به‌خصوص که بخش ساختمان شاهد کاهش بیشتری در فعالیت‌ها بوده است.

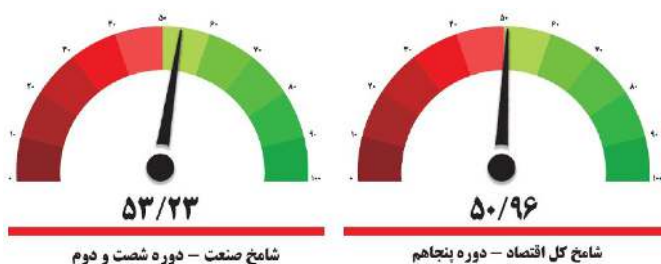
همچنین در این ماه شاخص میزان صادرات کالا و خدمات (۴۹/۸۱) برای پنجمین ماه متوالی کاهش یافته و شاخص میزان فروش کالاها یا خدمات (۴۹/۲۲) نیز در مقایسه با ماه قبل کاهش داشته و کمترین مقدار سه‌ماهه اخیر را به ثبت رسانده است.

نکته قابل‌توجه در گزارش شامخ آبان ۱۴۰۲ این است که برخلاف بسیاری از ماه‌های گذشته، این بار انتظارات فعالان اقتصادی نسبت به فعالیت‌ها در ماه آتی (۵۶/۰۱) نیز به میزان قابل‌توجهی کاهش یافته و به کمترین مقدار در ۸ ماه اخیر رسیده است.

بررسی مؤلفه‌های شاخص مدیران خرید (PMI) و اظهارات فعالان اقتصادی حاکی از این است که در آبان ماه، کسب‌وکارها با کمبود شدید نقدینگی و سرمایه در گردش مواجه بوده و در تأمین مواد اولیه موردنیاز دچار چالش شده‌اند. عدم ارائه تسهیلات از سوی بانک‌ها و عدم تخصیص ارز در شرایطی که شرکت‌ها با کمبود تقاضا و عدم وصول مطالبات از سوی دولت و سایر مشتریان روبرو هستند، باعث شده تا علی‌رغم فراهم بودن امکانات و تجهیزات برای تولید در ظرفیت‌های بالاتر، امکان افزایش تولید وجود نداشته باشد و بسیاری با تعطیل شدن خطوط تولید نیز مواجه باشند. علاوه بر این، سیاست‌ها و قوانین غیرکارشناسی مانع صادرات نیز کاهش فروش خارجی را به دنبال داشته است.

شاخص مدیران خرید ترکیبی کل اقتصاد

آخرین نظرسنجی گردآوری شده، نشان می‌دهد که شاخص ترکیبی مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در آبان ماه عدد ۵۰/۹۶ گزارش شده است که در مقایسه با مهرماه، کاهش (۵۴/۱۵) داشته است. در میان مؤلفه‌های اصلی شاخص میزان سفارش‌های جدید مشتریان کاهش



در آبان ماه، کسب‌وکارها تقاضای ضعیف‌تری را از بازارهای داخلی گزارش کرده‌اند. شاخص میزان سفارش‌های جدید مشتریان (۴۶/۸۹) کمترین مقدار سه ماه اخیر را به ثبت رسانده است. تقاضا، عمدتاً توسط بخش خدمات به‌شدت کاهش یافته است. مشتریان بعد از فشارهای تورمی پی‌درپی همچنان با کاهش قدرت خرید روبرو هستند. بعد از دو ماه بهبود در تقاضا مجدداً شرکت‌ها شاهد کاهش سفارش‌های مشتریان بوده‌اند، شرایط مالی سخت‌تر و محدودیت در تقاضای مصرف‌کننده ناشی از افزایش هزینه‌های زندگی، به کاهش بیشتر سفارش‌ها در آبان

مقایسه شاخص کل اقتصاد



می‌دهد که وضعیت تقاضا در بخش صنعت به‌طور نسبی بهتر از کل اقتصاد است. شاخص میزان صادرات کالا در آبان ماه با عدد ۴۷/۷۷ با سرعت بیشتری در مقایسه با ماه قبل کاهش داشته است و برای پنجمین ماه پیاپی صادرات کاهشی ثبت شده است. بخشی از کاهش صادرات به دلیل قیمت تمام‌شده بالای محصولات و قوانین مربوط به تعهد ارزی است (به‌خصوص آن دسته که مواد اولیه خود را با ارز بازار آزاد تأمین می‌کنند) که باعث شده تا توان رقابتی برای صادرات کالا کاهش یابد و در نهایت صادرات به‌صرفه نباشد. سیاست‌هایی که منجر به عدم حمایت از صادرات شده است باعث کاهش تجارت حتی با کشورهای همسایه شده است. تولیدکنندگان برای پنجمین ماه متوالی همچنان در تأمین مواد اولیه موردنیاز خود

کاهش قدرت خرید مشتریان و عدم اطمینان اقتصادی مرتبط می‌دانند.

شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت در آبان‌ماه با ثبت عدد ۵۳/۲۳ تقریباً مشابه ماه گذشته است و اندکی از شرایط انقباضی بیرون آمده است. باین‌حال شاخص کل صنعت در بیش از نیمی از رشته فعالیت‌ها یا کاهش همراه بوده است. در میان مؤلفه‌های اصلی شاخص موجودی مواد اولیه بیشترین کاهش را داشته است. شاخص سفارش‌های جدید مشتریان (۵۱/۳۱) در مقایسه با مقدار ماه قبل با کاهش همراه بوده است اما مقایسه این شاخص با شاخص متناظر کل اقتصاد، نشان

ماه کمک کرده است. علاوه بر تقاضای ضعیف داخلی، شاخص میزان صادرات کالا و خدمات در آبان ماه با مقدار ۴۹/۸۱ برای پنجمین ماه متوالی، کاهش یافته است. به‌طورکلی به دلیل هزینه تمام‌شده بالای فعالیت‌ها، مشکلات ارزی موجود و عدم حمایت از صادرات، توان صادراتی شرکت‌ها پایین آمده و فروش صادراتی کسب‌وکارها به‌خصوص در بخش صنعت کاهش داشته است. شاخص قیمت محصولات تولیدشده و خدمات ارائه شده (۵۱/۱۱) در مقایسه با مهرماه (۵۹/۹۶) با کاهش قابل‌توجهی در سرعت افزایش قیمت‌ها همراه بوده و شرکت‌ها با توجه به قدرت خرید پایین مشتریان، برای تقویت تقاضا قیمت فروش را ثابت نگه داشته‌اند و تغییری در قیمت‌ها نداشتند.

شاخص میزان فروش کالاها یا خدمات (۴۹/۲۲) در مقایسه با ماه قبل کاهش داشته و کمترین مقدار سه‌ماهه اخیر را به ثبت رسانده است. با کاهش فروش داخلی و همچنین کاهش فروش صادراتی، فروش در هر سه بخش صنعت، خدمات و کشاورزی و به‌خصوص ساختمان کاهشی بوده است. انتظارات نسبت به فعالیت‌ها در ماه آتی (۵۶/۰۱) به میزان قابل‌توجهی در مقایسه با ماه قبل کاهش داشته و کمترین مقدار ۸ ماه اخیر را ثبت کرده است. بیشترین میزان کاهش شاخص در بخش ساختمان بوده و شرکت‌های این بخش نسبت به ماه آینده بدبین هستند و در کل اگرچه در میان تولیدکنندگان انتظارات منفی نبوده اما انتظارات خوش‌بینانه نیز کاهش داشته است که شرکت‌ها بیشتر آن را ناشی از اعتماد پایین به تقاضای مشتریان و نگرانی‌های در مورد

شاخص کل اقتصاد - شاخص مدیران خرید (PMI) آبان ۱۴۰۲

شاخص	شهریور ۱۴۰۲	مهر ۱۴۰۲	آبان ۱۴۰۲
شاخص کل اقتصاد	۵۴/۳۴	۵۴/۱۵	۵۰/۹۶
مؤلفه‌های اصلی	میزان فعالیت‌های کسب و کار	۵۸/۵۶	۵۱/۴۳
	میزان سفارشات جدید مشتریان	۵۵/۰۲	۵۳/۳۸
	سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۶/۴۰	۵۹/۱۰
	موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۵۰/۹۷	۴۷/۱۰
	میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۴۸/۲۰	۴۹/۵۶
مؤلفه‌های کمکی	قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۶۸/۸۶	۷۲/۳۵
	موجودی محصول در انبار یا کارهای موقوف	۵۳/۱۸	۵۴/۰۹
	میزان صادرات کالا یا خدمات	۴۸/۷۷	۴۹/۰۰
	قیمت محصولات تولیدشده یا خدمات ارائه‌شده	۵۳/۵۰	۵۹/۹۶
	مصرف حامل‌های انرژی	۴۱/۳۷	۵۸/۲۵
میزان فروش کالاها یا خدمات	۴۹/۹۳	۵۳/۴۷	۴۹/۳۲
انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده	۷۰/۵۰	۶۵/۷۸	۵۶/۰۱

مقایسه روند شاخص بخش صنعت



ضعیف شدن تقاضا و کمبود قدرت خرید مشتریان باعث مشکل در تأمین سرمایه در گردش شرکتها شده و در شرایطی که خریداران کمتر می‌خرند تولیدکنندگان نقدینگی لازم برای خرید مواد اولیه را ندارند. از سوی دیگر به دنبال کمبود شدید قدرت خرید مشتریان، بسیاری از چکها وصول نمی‌شود.

برخی از صنایع به دلیل عرضه محدود کالاها در بورس کالا که برای نیازهای تولید بسیار کم است ناچارند مواد اولیه موردنیاز خود را از بازار آزاد تهیه کنند. (صنایع فلزی)

معطلی در گمرکات و همچنین سامانه گمرک برای ترانزیت و حمل‌ونقل زیاد است و عوارضی ترانزیتی بالا باعث شده تا ترانزیت به کشورهای همسایه هم به‌صرفه نباشد.

علیرغم اینکه پول از طرف شرکتها از مدت‌ها قبل در بانک واریز شده اما تخصیص ارز به‌موقع انجام نمی‌شود و شرکتها در تأمین مواد اولیه با مشکل روبرو هستند.

عدم ارائه تسهیلات و وام بانکی شرکتها را با چالش تأمین مالی روبرو کرده است و حتی امکان خرید مواد اولیه موردنیاز نیز وجود ندارد و بسیاری از خطوط تولید رو به تعطیلی است.

بعضی از شرکتهایی که مشتری دولتی دارند به دلیل عدم دریافت مطالبات خود با مشکل کمبود نقدینگی روبرو هستند و علیرغم این‌که امکانات و آمادگی لازم برای توسعه کسب‌وکار را دارند اما به دلیل کمبود منابع مالی و عدم پرداخت تعهدات از سوی دولت امکان سرمایه‌گذاری جدید و توسعه کار را ندارند.

با کمبود روبرو هستند و در آبان ماه شاخص موجودی مواد اولیه خریداری‌شده مقدار ۴۸/۸۵ به ثبت رسیده است.

این در حالی است که قوانین جدید گمرک در خصوص محدودیت و سهمیه‌بندی واردات مواد اولیه، بسیاری از شرکتها را دچار نگرانی کمبود مواد اولیه موردنیاز طی ماه‌های آتی کرده است. همچنین تداوم مشکل عدم تخصیص ارز و عدم پرداخت تسهیلات و تأمین مالی از سوی بانکها نیز باعث شده تا شرکتها در تأمین مواد اولیه موردنیاز خود به‌شدت با مشکل نبود نقدینگی روبرو باشند.

به‌خصوص که به دلیل عدم پرداخت مطالبات شرکتها از سوی برخی از دستگاه‌های دولتی و وصول نشدن چک‌های مشتریان به دلیل پایین بودن قدرت خرید آن‌ها، شرکتها منابع مالی لازم برای تأمین سرمایه در گردش را ندارند. تقاضای ضعیف داخل و کاهش صادرات و فروش خارجی باعث شده تا در آبان ماه شرکت‌های تولیدی شاخص میزان فروش مشتریان (۴۹/۸۲) را برای پنجمین ماه متوالی کاهش ثبت کنند، هرچند شاخص در مقایسه با ماه قبل کاهش ملایم‌تری داشته است.

ادامه روند کاهش قدرت خرید و کمبود نقدینگی مشتریان از یک‌سو و کاهش فروش صادراتی در بخش تولید برای پنجمین ماه متوالی از سوی دیگر (به دلیل موانع صادراتی ناشی از قوانین غیرکارشناسی)، باعث شده تا صادرات هم نتواند برای جایگزینی شرایط ضعیف تقاضای داخل به کمک تقویت فروش بیاید.

مشکلات اصلی از دید برخی از فعالان اقتصادی در آبان ماه ۱۴۰۲

اکثر تولیدکنندگان در تأمین مواد اولیه به‌شدت با مشکل روبرو هستند. از یک‌سو پس از گذشت چندین ماه از واریز پول و بلوکه شدن آن توسط بانک جهت تخصیص ارز موردنیاز مواد اولیه، همچنان ارزی تخصیص داده نشده و از سوی دیگر عدم ترخیص کالاها و مواد اولیه در گمرک که با دریافت هزینه اضافی نگهداری در گمرک نیز همراه است، شرکتها را در تأمین مواد اولیه دچار هزینه و مشکلات زیادی کرده است (صنایع شیمیایی).

قوانین و مقررات جدید گمرکی مربوط به سهمیه‌بندی واردات بدون در نظر گرفتن نیازهای تولیدکنندگان بسیاری از شرکتها را با مشکل کمبود مضاعف مواد اولیه روبرو خواهد کرد و مشکلات جدیدی را بر سر راه تولیدکنندگان قرار خواهد داد.

به دلیل محدودیت در منابع ارزی دولت،

وضعیت شاخص‌های صنایع منتخب از نگاه طرح شاخص مدیران خرید آبان ۱۴۰۲

شاخص	صنایع لاستیک و پلاستیک	صنایع فرآورده‌های نفت و گاز	صنایع نساجی	ماشین‌سازی و لوازم خانگی	صنایع کانی غیر فلزی	صنایع فلزی	صنایع غذایی	صنایع شیمیایی	چوب، کاغذ و پنبان	وسایل نقلیه و قطعات وابسته	تورینگ و ترم	شاخص صنایع
شاخص گروه	۶۳/۸	۳۶/۰	۷۶/۹	۶۰/۳	۵۱/۷	۴۷/۸	۵۵/۷	۵۵/۵	۴۸/۲	۴۷/۱	۴۷/۴	۳۵/۷
مشار تولید محصولات	۶۸/۸	۳۶/۷	۸۸/۹	۶۳/۶	۴۶/۹	۵۰/۰	۵۸/۶	۵۲/۴	۴۵/۵	۴۲/۹	۴۴/۴	۷۵/۷
میزان سفارشات جدید	۵۶/۷	۲۶/۷	۷۷/۸	۵۹/۱	۵۹/۲	۴۴/۴	۵۱/۴	۵۲/۳	۴۵/۵	۴۶/۲	۴۸/۹	۷۱/۴
سرعت انجام و تحویل سفارشات	۸۱/۲	۵۰/۰	۸۱/۳	۶۱/۴	۶۴/۵	۵۲/۳	۶۱/۴	۶۲/۰	۵۲/۵	۵۲/۶	۵۵/۶	۵۰/۰
موجودی مواد اولیه	۶۳/۵	۵۲/۳	۵۵/۶	۵۲/۴	۳۶/۹	۴۴/۴	۵۰/۰	۵۵/۴	۵۰/۰	۴۱/۱	۵۰/۰	۹۸/۶
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۵۶/۳	۵۰/۰	۶۶/۷	۶۱/۴	۶۰/۶	۴۸/۹	۵۹/۱	۵۶/۵	۵۰/۰	۵۱/۸	۵۵/۶	۵۰/۰
قیمت خرید مواد اولیه	۷۵/۰	۵۶/۷	۶۶/۷	۵۲/۵	۲۸/۱	۵۲/۵	۵۲/۷	۷۰/۷	۵۲/۵	۶۲/۵	۶۱/۳	۶۲/۳
موجودی معمولی (انبار)	۷۵/۰	۵۲/۳	۳۸/۹	۵۶/۸	۶۸/۸	۵۲/۴	۵۲/۹	۵۶/۵	۵۹/۱	۵۸/۹	۵۵/۶	۴۲/۹
میزان صادرات کالا	۵۶/۳	۴۰/۰	۶۱/۱	۵۲/۴	۵۰/۰	۳۷/۸	۵۸/۶	۴۷/۸	۴۰/۹	۴۶/۶	۴۸/۹	۴۲/۹
قیمت محصولات تولیدشده	۶۳/۵	۵۲/۳	۵۰/۰	۵۴/۵	۵۰/۰	۴۴/۴	۵۵/۷	۵۴/۳	۴۰/۹	۵۱/۸	۵۰/۰	۵۷/۹
مصرف حامل‌های انرژی	۵۰/۰	۵۰/۰	۸۸/۹	۶۸/۲	۴۲/۸	۵۲/۳	۶۱/۴	۵۸/۷	۵۴/۵	۵۱/۸	۵۵/۶	۶۴/۳
میزان فروش محصولات	۴۳/۸	۵۶/۷	۷۷/۸	۶۱/۴	۴۳/۸	۴۹/۱	۵۸/۶	۴۹/۱	۴۰/۹	۴۱/۱	۴۰/۰	۵۰/۰
انتظارات تولید برآمده آینده	۸۷/۵	۶۰/۰	۷۲/۴	۶۳/۶	۶۴/۵	۵۲/۳	۶۹/۳	۶۶/۳	۵۹/۱	۵۵/۲	۶۶/۷	۵۷/۱



شماران سیستم
shomaran system



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

قابل توجه اعضای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

در راستای روزآمدسازی، تسریع و تسهیل مکاتبات اداری، بزودی کارتابل الکترونیکی اعضا با همکاری شرکت دانش بنیان شماران سیستم در اختیار اعضای محترم قرار خواهد گرفت.

- امکان انجام فرآیند ثبت نام اعضا بصورت غیرحضوری از طریق کارتابل شخصی
- امکان انجام فرآیند تمدید عضویت بصورت غیرحضوری از طریق کارتابل اعضا
- امکان دریافت جدیدترین دستورالعمل ها، اطلاعیه ها و بخشنامه ها از طریق کارتابل
- امکان ارتباط مستقیم با انجمن و نامه نگاری سریع
- امکان دسترسی به سوابق نامه نگاری های هر یک از اعضا با انجمن
- تسهیل در ارسال مستندات و مدارک مورد نیاز
- انجام تمامی فرآیندها در بستر اینترنت

با حضور رئیس اتاق بازرگانی تهران؛

مشکلات تولیدکنندگان بخاری گازسوز دودکش‌دار بررسی شد



جلسه رسیدگی به مشکلات بخاری‌سازان با حضور محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق بازرگانی تهران، عباس هاشمی دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران، فرامرز لطافتی دبیر کمیسیون‌های تخصصی این انجمن به همراه نمایندگان شرکت‌های عمده تولیدکننده بخاری‌های گازسوز دودکش‌دار رایج کشور برگزار شد.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، در ابتدای جلسه، عباس هاشمی، دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران، ضمن تشکر از همراهی خوب رئیس اتاق تهران در دیدار با علی آقامحمدی از بیت مقام معظم رهبری، از تصمیمات برخی از نهادهای متولی در خصوص صنعت لوازم خانگی بدون دریافت نظر از تولیدکنندگان و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران فارغ از تبعات مخرب این تصمیمات ابراز تأسف کرد و اظهار داشت: اجرایی نشدن طرح جایگزینی ۲۰ میلیون بخاری گازسوز با راندمان بالا، با بخاری‌های فرسوده با مشکلاتی مواجه شد.

وی افزود: به‌رغم تصویب یارانه حدود ۴۰۰ دلاری برای هر بخاری دارای راندمان بالا، تمامی بخاری‌سازان اعتقاد داشتند که بخاری‌های جایگزین حتما باید «هرماتیک» باشند که داشتن دودکش دوجداره، فن فورس بودن و لزوم دارا بودن محل نصب مناسب عملا امکان اجرای طرح را ناممکن ساخته است. وی افزود: ما از چندین ماه قبل نیز پیشنهادات خود جهت اجرای طرح حذف سه‌گرید انتهایی برچسب بخاری را به صورت کتبی به محمدمهدی برداران معاون وزیر صمت و چند تن از مقامات مسئول کشور منعکس کردیم.

ایمنی فدای ارتقاء راندمان نشود

در ادامه جلسه نمایندگان شرکت‌های تولیدکننده بخاری مواردی نظیر عدم فدا کردن ایمنی در مسیر ارتقاء راندمان بویژه در بخاری‌های دودکش‌دار با راندمان زیر ۵۵۰۰ کیلو کالری اشاره کردند و گفتند: در کشور ۱۶ میلیون خانوار مصرف‌کننده بخاری گازی دودکش‌دار است به همین منظور، نیاز کشور تولید حدود یک میلیون دستگاه بخاری در سال است.

در همین راستا لازم است که شرایط ایمنی خانواده‌ها فراهم شود سپس به فکر صرفه‌جویی در مصرف انرژی باشیم.

به عنوان اولین گام در مسیر صرفه‌جویی صحیح انرژی لازم است دولت سوبسید اندکی به بخاری‌سازها بدهند تا بخاری‌سازها روی تمام مدل‌های بخاری از شیر کنترل ترموستاتیک استفاده نمایند.

بنا به گفته بخاری‌سازان، حذف سه‌گرید مصرف انرژی در طول یکسال در هیچ جای دنیا پذیرفته نیست و باید توجه داشت که برخی از ۶۸ شرکت تولیدکننده بخاری در کشور، حتی آزمایشگاه نیز ندارند و از آزمایشگاه‌های دیگر کارخانجات استفاده می‌کنند که حذف این‌ها در بازه زمانی اعلام شده از سوی سازمان ملی استاندارد ایران به معنی نابودی صنعت بخاری‌سازی کشور است.

در این جلسه که به منظور رسیدگی به مشکلات ناشی از حذف سه‌گرید انتهایی برچسب مصرف انرژی بخاری تشکیل شده بود نمایندگان شرکت‌های نیک کالا، آبسال، توان گاز، مشهد دوام، سپهر الکترونیک و ارج حضور داشتند. مصطفی درویشی مدیر حوزه ریاست و روابط عمومی اتاق، غلامرضا ملکی مدیر امور تشکلهای و مسئولیت اجتماعی و بهراد مهرجو مشاور رئیس اتاق تهران نیز در این جلسه میزبان مدعوین بودند.

قطعی گاز صنایع در زمستان

در ادامه این نشست، محمود نجفی‌عرب رئیس اتاق بازرگانی تهران نیز با بیان این مطلب که در سال گذشته حدود ۲۰۰ میلیون مترمکعب ناترازی گاز طبیعی داشتیم که این رقم در سال جاری به حدود ۳۰۰ میلیون مترمکعب خواهد رسید، عنوان کرد: مصرف انرژی گاز در بخش خانگی حدود ۳۰ درصد است که امکان قطع گاز خانوارها در زمستان وجود ندارد؛ در بخش برق هم در سال گذشته ۱۵۰۰۰ مگاوات ناترازی انرژی را شاهد بودیم که ناگزیر از قطع گاز صنایع به مدت ۲ روز هفته در طول تابستان شدیم.

وی افزود: باید به بحث بومی‌سازی قطعات توجه ویژه شود؛ در همین زمینه اتاق تهران آمادگی دارد تمام نهادهای متولی نظیر شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت، شرکت ملی گاز ایران، سازمان ملی استاندارد ایران و ... را گردهم آورد تا بحث بخاری ساماندهی شود.

نجفی‌عرب تصریح کرد: طرح مدنظر ما این است که تولیدکننده بخاری راندمان بالا، تولید کنند و شرکت گاز مقدار گاز صرفه‌جویی شده را در بورس عرضه نماید تا خریدارانی نظیر کارخانجات سیمان و ... این گاز را خریداری و هزینه بخاری‌سازان از این طریق جبران شود.

این مقام مسئول با اعلام آمادگی به منظور برگزاری جلسات بیشتر برای بررسی مشکلات برچسب بخاری با انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران، گفت: در صورت انجام چنین مهمی، نتایج را به جلسه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی منتقل خواهیم کرد.

روابط سرد تجاری بین ایران و ویتنام

جلسه کمیسیون صادرات، روز شنبه یازدهم آذرماه سال جاری در سالن جلسات انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد. در این جلسه علاوه بر نمایندگان برخی از شرکت‌های عضو انجمن، ساجد نیک‌مهر دبیر اتاق مشترک بازرگانی ایران و ویتنام و علی قنبری کارشناس و قائم مقام دبیر این اتاق ایران نیز حضور داشتند.



ویتنام به چشم می‌خورد؛ حتی علیرغم سفر ۲ ماه پیش رئیس مجلس ویتنام به ایران، این سردی روابط تجاری هنوز هم پایدار است. بنا به گفته ولی نیروی کار ارزان، ویتنام را تبدیل به محل تولید و مونتاژ برندهای معروف آمریکایی و اروپایی کرده است.

برگزاری نمایشگاه لوازم خانگی و خانه هوشمند در ویتنام

در ادامه جلسه، قنبری نائب دبیر اتاق مشترک بازرگانی ایران و ویتنام ضمن اشاره به نمایشگاه لوازم خانگی و خانه هوشمند که تا ۲۰ روز دیگر در ویتنام برگزار می‌شود، تصریح کرد: همچنین نمایشگاه لوازم الکترونیکی در ماه می در این کشور برگزار خواهد شد. او در مرحله اول بازدید و در مرحله بعد دایر نمودن غرفه در این نمایشگاه‌ها را در کنار استفاده از راهنمایی‌های نماینده اتاق مشترک مستقر در ویتنام و ارتباط با رایزن تجاری ایران در ویتنام را برای استارت صادرات به ویتنام مورد تأکید قرار داد. وی همچنین استفاده از سایت‌های فروش اینترنتی نظیر LAZADA، VM، SHOPEE، VM، آمازون و علی بابا را از دیگر مجاری ارتباطی با بازار ویتنام برشمرد و افزود: در وضعیت فعلی اقتصاد کشور، توصیه اکید ما این است که حتما در مقابل صادرات، واردات انجام بگیرد. لازم به ذکر است که در مردادماه سال جاری، هیات ویتنامی به سرپرستی رئیس مجلس این کشور به ایران سفر کردند تا فصل جدیدی از روابط دو کشور ایران و ویتنام رقم بزنند اما روابط تجاری با ویتنام مانند سایر کشورها در گرو تسهیل روابط بانکی است. بر اساس آمار گمرک ایران، در سال ۱۴۰۱، ایران کمتر از ۹۵ میلیون دلار صادرات و نزدیک به ۴۶ میلیون دلار از این کشور واردات داشته؛ در واقع سهم ایران از تجارت ویتنام چیزی در حدود ۰/۰۳ درصد محاسبه شده است. این در حالی است که درآمد سرانه ۴ هزار دلاری این کشور نشان می‌دهد که از نظر شاخص‌های رفاهی، ویتنام جزو کشورهای با درآمد متوسط طبقه‌بندی می‌شود. نکته‌ای که در رابطه با ویتنام اهمیت بالایی دارد، توجه به رشد پیوسته و قابل توجه این کشور است. بر اساس آمارهای بانک جهانی، رشد اقتصادی این کشور در سال ۲۰۲۲ میلادی، ۸ درصد و در سال ۲۰۱۹ معادل ۷/۴ درصد بوده است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، در ابتدای جلسه دبیر اتاق بازرگانی مشترک ایران و ویتنام مقدمه‌ای در خصوص وضعیت اقتصادی، سیاسی و جغرافیایی کشور ویتنام ارائه داد و گفت: کشور ویتنام با دارا بودن حدود ۹۷ میلیون نفر جمعیت دارای مساحتی کمتر از ایران است و با کشورهای کامبوج و چین مرز مشترک زمینی دارد و بزرگترین شهر این کشور هوشی‌مین (سایگون سابق) و پایتخت آن شهر «هانوی» است. وی در ادامه افزود: بیشترین صادرات ایران به این کشور از طریق بندر هایفونگ ویتنام صورت می‌گیرد و کشتی‌هایی که از ایران به مقصد چین می‌روند امکان تخلیه در هوشی‌مین را هم دارند. نیک مهر با بیان اینکه واحد پول این کشور دونگی بوده و تمام تعاملات کشور لائوس هم به دلیل نداشتن بندر از طریق ویتنام انجام می‌شود، خاطر نشان کرد: تجارت خارجی ویتنام در سال گذشته میلادی ۶۶۸ میلیارد دلار بوده و نرخ تولید ناخالص داخلی این کشور از ۲/۵۸ درصد در ابتدای سال ۲۰۲۳ به ۲۷/۵۳ میلیارد دلار در جولای همین سال افزایش یافته است. میزان واردات فعلی کشور ویتنام نیز به ترتیب ۳۶ درصد از کشور چین، ۱۸ درصد از کره جنوبی، ۵ درصد از آمریکا و ۲/۵ درصد از اندونزی است.

نگاهی به بازار صادراتی و وارداتی ویتنام و ایران

وی در ادامه به نوع کالاهای وارداتی ویتنام اشاره و اظهار داشت: حدود ۳۶ درصد از کالاهای وارداتی ویتنام را کالاهای الکترونیکی و ماشین‌آلات تشکیل می‌دهد و در رتبه بعدی مواد پتروشیمی قرار دارد. همچنین در حوزه فولاد خام هم وارداتی از ایران انجام می‌گیرد.

دبیر اتاق مشترک بازرگانی ایران و ویتنام در ادامه به بحث صادرات ویتنام پرداخت و گفت: مجموع صادرات این کشور در ژوئن سال ۲۰۲۳، ۲۹/۴۵ میلیارد دلار اعلام شده که از این میزان ۲۹ درصد فقط به کشور آمریکا صادرات انجام گرفته و از میزان کل صادرات این کشور، ۳۹ درصد کالاهای الکترونیکی و در رتبه‌های بعدی کفش و نساجی (تن‌پوش‌ها) و مبلمان در رده آخر قرار داشته است. نکته قابل توجه این است که ۸۰ درصد واردات قهوه ایران از ویتنام بوده و ویتنام اگرچه خط ساحلی طولانی دارد ولی هنوز هم واردکننده میگو و ماهی از کشورهای دیگر از جمله ایران به شمار می‌رود. نیک مهر صادرات فعلی ایران به ویتنام را اوره، شمش آهن، فولاد خام، انجیر و گل گوگرد (به‌صورت مستقیم) و ید، کائوچو، کربن، زعفران و قیر (به‌صورت غیرمستقیم) عنوان کرد و افزود: پای مرغ نیز از ایران و از طریق ویتنام به چین صادر می‌شود.

دیوار بی‌اعتمادی بین تجار ایران و ویتنام

وی در بخش دیگری از سخنان خود عنوان کرد: متأسفانه بازار ویتنام بازاری حاوی بی‌اعتمادی است و دیوار بی‌اعتمادی بین بازرگانان ایران و

کمیسیون تدوین استاندارد انجمن ملی صنایع لوازم خانگی برگزار شد

فرایند تدوین استاندارد کارخانه‌های سرشعله اجاق گاز در جلسه روز هشتم آذرماه سال جاری در دفتر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد. در این جلسه که نمایندگان فنی برخی از اعضای انجمن حضور داشتند، نتایج بررسی‌های دقیق کارشناسی به عمل آمده روی سرشعله شرکت «دیفندی» با نام تجاری pyral (سرشعله پلوپزسری shof) خطاب به حاضرین ارائه شد.

است. وقتی قطر لعاب بیشتر می‌شود تحمل شوک حرارتی کمتر شده و جرقه‌زنی مشکل پیدا می‌کند.

نتایج بررسی تست‌های دمایی لید

بررسی آیت‌های عملکردی سرشعله دیفندی شامل نرخ جریان نامی بر حسب وات، نرخ جریان کمینه بر حسب وات، درصد مونو اکسید کربن در فشار نامی، درصد مونو اکسید کربن در فشار حداکثر، درصد مونو اکسید کربن در ۱/۲ دبی نامی، درصد راندمان بررسی شد.

بررسی گشتاور مونتاژ پیچ، مهره کاپ و ژینگور (شامل: مهره (الیو)، پیچ زیر کاپ (پیچ خودرزوه)، پیچ برنر (ورقکاری) و مشخصات نازل دقت به حدود مجاز نشستی و تیرانس دبی جریان (در فشار ۱۵۰ میلی بار نشستی مجاز کاپ به صورت انفرادی با سیال هوا حداکثر باید ۲۰ سی سی بر ساعت باشد).

در بخش نهائی جلسه، جمع بندی گزارشات خدمات پس از فروش چند شرکت در خصوص ایرادات پیش آمده برای سر شعله‌ها مورد بررسی قرار گرفت و مقایسات لازم انجام شد.

سرشعله‌ها (قهوه جوش، پلوپز و ...) نمی‌تواند یک دمای واحد در نظر گرفت. در این جلسه عنوان شد که برای بررسی سرشعله‌های مختلف باید جداول یا نمودار تهیه شود.

توجه به این نکته که وقتی دما از ۴۵۰ درجه سلسیوس فراتر می‌رود لعاب دچار تاول می‌شود.

بحث پرش شعله شامل زردسوزی، پف شعله، کشیدگی شعله به داخل یا بیرون، ثبات شعله در ۱۰ الی ۶۰ ثانیه از جمله موارد مورد بحث بود. تست ریالیتی سرشعله به این نحو که به مدت ۳ ساعت ظرف حاوی ۳ لیتر آب با قطر میلی متر ۲۶ جوشانده شده و تست می‌گردد نیز صحبت شد.

تست تخریب

قطعه کاپ دو آزمون ویژوال و کاندیشنال دارد

باتوجه به اینکه هر اجاق در دمای ۱۵۰ میلی بار ۱۰۰ درجه سانتی گراد نشستی مجاز دارد، کنده نشدن لعاب با ناخن و عدم وجود تاول لعاب و تاول شبیه جوش روی قطعه بررسی می‌شود. قطر لعاب پیشنهادی بین ۸۰ تا ۱۶۰ میکرون

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی در ابتدای جلسه، فرامرز لطافتی دبیر کمیسیون انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران از مکاتبه به عمل آمده با دفتر تدوین استانداردهای ملی سازمان ملی استاندارد ایران خبر داد و گفت: عبدالرضا تقوی مدیر آزمایشگاه‌های گروه صنعتی بوتان به عنوان دبیر تدوین استانداردهای کارخانه ای لوله اصلی انشعاب اجاق گاز و سرشعله به دفتر تدوین سازمان استاندارد معرفی شده است.

در ادامه جلسه، موارد به شرح زیر مورد بحث و بررسی اعضاء کمیسیون قرار گرفت:

در سرشعله پلوپز دیفندی دما بعد از یک ساعت کارکرد حداکثر به ۳۰۰ درجه می‌رسد، اما در سرشعله‌های ایرانی دما به ۴۴۰ درجه سلسیوس نیز می‌رسد. بررسی دستورالعمل کنترلی بخش‌های کاپ، برنر و لید مجموعه سرشعله شامل: آزمون مقاومت حرارتی در بخش برنر، آزمون نشستی در بخش کاپ، ضخامت لعاب آزمون شوک حرارتی (در بخش لید) بررسی میزان تست دمایی روی برنرها و اینکه برای تمام



دور باطل در عرصه پژوهش

هفته پژوهش فرصتی شد تا به موضوع بررسی نقش پژوهش در صنعت لوازم خانگی بپردازیم و این مسئله را مورد نظر قرار دهیم که در طی سال‌های اخیر متولیان امر به چه میزان به اهمیت و نقش پژوهش در این صنعت توجه کرده‌اند. در همین زمینه نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی گفتگویی با افسانه شفيعی، نویسنده کتاب بازآفرینی یک صنعت داشت که در ادامه مشروح آن را خواهید خواند:



ما زمانی که صحبت از پژوهش می‌کنیم از همان ابتدای امر باید ابعاد مختلفی را در نظر بگیریم و برای ورود به پژوهش به یک نظامی متفق‌نظر باشیم که این ورود پژوهشی می‌تواند مباحث فراکلان، لایه میانی و سطح خرد را در برگیرد.

زمانی که ما به سطح خرد می‌رسیم، لازمه آن ذهن بهینه‌ساز است و در عین حال نیز ذهن دیگری را نیاز داریم که بتواند بهترین مداخله را کند؛ حال بخشی که می‌خواهد به بهترین مداخله بپردازد مرهون ورود سیاست‌گذار است، اما مابقی این امر که اتفاقاً فعالان بخش خصوصی را برمی‌گردد؛ همان جریانی را تسری می‌دهد که اگر به درستی اتفاق بیفتد، اساساً دلیلی برای ورود سیاست‌گذار در این لایه باقی نمی‌گذارد.

از سمت دیگر، ما در بسیاری موارد شاهد این هستیم که بخش خصوصی تنها به اداره‌سازی کسب‌وکار خود بسنده می‌کند که متأسفانه با مفاهیم کسب‌وکار بسیار فاصله دارد. البته به سبب بی‌ثباتی فضای کسب‌وکار تا حدی باید به فعالان بخش خصوصی حق داد چرا که در شرایط فعلی اقتصادی هر حرکت اضافه ممکن است هزینه‌ی بالا با بازدهی دور را برای آن‌ها در برداشته باشد.

در این موارد سیاست‌گذار باید نقش تأمین‌کننده منابع مالی و حمایت‌های لازم را داشته باشد. اما زمانی که نهادگرایان ظهور کردند، عنوان داشتند که شاید سیاست‌گذار نخواهد به این حوزه ورود کند، حال باید بخش خصوصی چه کند؟ این شد که به دنبال استفاده از ظرفیت نهادسازی یا همان اتحادیه‌ها و انجمن‌ها رفتند.

به نظر شما به چه میزان پژوهش‌های صورت گرفته کاربرد عملی در صنعت پیدا کرده است؟

باید در پاسخ به این سوال به عارضه بخش صنعت و پژوهش پرداخت. مشکل اصلی در صنایع برمی‌گردد به موضوع تفاوت در زنجیره تأمین و تولید و همین‌طور زنجیره ارزش که

به اعتقاد شما در حوزه صنعت لوازم خانگی به چه میزان به موضوع پژوهش توجه شده است. تجربه شما از این موضوع در نگارش کتاب بازآفرینی یک صنعت چه بود؟

در فرآیند نوشتن کتاب بازآفرینی یک صنعت با تعداد زیادی پژوهش در صنعت لوازم خانگی مواجه بودیم، اما ضعف اساسی این دست مطالعات ماهیت سطحی آن بود چرا که از یک نظام سیستماتیک پیروی نمی‌کرد تا از طریق آن بتوانیم به یک بینش در صنعت برسیم؛ در واقع مطالعات صورت گرفته تنها در حد داده‌های پردازش شده موجود بود.

نقیصه دومی که در خصوص این مطالعات می‌توان عنوان کرد، ماهیت کپی‌برداری بود. برای مثال برخی از مطالعات به تاریخچه صنعت لوازم خانگی ورود کرده بود؛ در واقع یک شخص زحمت مطالعه اصلی را کشیده بود و در مطالعات بعدی به کرات اقدام به تکرار آن با نگارش مختلف شده بود. از این رو می‌توان گفت در پایان این مطالعات هیچ دستاوردی که بتواند چالش‌های صنعت را ابعاد مختلف مورد بررسی قرار دهد، یافت نمی‌شد.

به طور کلی در پاسخ به این سوال باید عنوان کرد که مطالعاتی در زمینه صنعت لوازم خانگی وجود داشت، اما به سبب اینکه نظام تسلسلی را دنبال نکرده بود صرفاً مسئولیت‌پذیری در قبال تبدیل اطلاعات موجود به یک بینش برای خواننده نداشت و نمی‌توانست به آن اتکای جدی برای سیاست‌گذاری کرد؛ از همین رو به کرات شاهد این بودیم که سیاست‌گذار به جای یک جریان هدفمند به صورت موردی و مقطعی بر حسب صلاحدید و ضرورت اقدام به ورود در حوزه سیاست‌گذاری در صنعت کرده است.

آیا از نظر شما لازم است فقط سیاست‌گذار به حوزه پژوهش ورود کند یا اینکه زمان آن رسیده بخش خصوصی نیز پای به میدان بگذارد؟

مفاهیم مربوط به خدمات متصل به تولید را در برمی‌گیرد و در بخش پژوهش نیز همین‌گونه است. سالهاست که بودجه‌های سنگینی صرف تولید محتوا به نام پژوهش شده است، اما متأسفانه زنجیره ارزش پژوهش کامل نیست. این نقیصه از نظر بنده برمی‌گردد به محملی که می‌خواهد خاستگاه پژوهشگران باشد؛ پرورشگاه این پژوهشگران دانشگاه و نظام آموزشی است.

زمانی که نظام آموزشی بچه‌ها را در قبال یک جریان شرطی‌سازی «پاداش و تنبیه» پیش می‌برد، سعی می‌کنند خود را از آزمون و خطا دور نگه دارند؛ از همین رو تنها سعی آن‌ها خروجی محتوا است.

با این توصیف برخی در بخش پژوهش تنها به دنبال این هستند که بیلان عملکردی خود را بالا ببرند و در بخش دیگر که باید تقاضای پژوهش را دنبال کنیم که آن‌ها نیز صنایع و بهره‌برداران هستند، آنها نیز قصد دارند بیلان عملکردی خود را در شرایط بی‌ثبات اقتصادی حفظ نگه دارند؛ از همین رو از تجربه‌های شخصی خود استفاده می‌کنند.

ما سال‌های سال است که در مسیر منتهی به دور باطل در عرصه پژوهش و عملیات مولد، خود را غوطه‌ور می‌بینیم.

مواد اولیه داخلی صنعت لوازم خانگی ۷۰ درصد گران‌تر از مشابه خارجی



صنعت لوازم خانگی در شرایطی به هدف‌گذاری تولید سالانه بیش از ۱۸ میلیون دستگاه متعهد شده است که برخی از تولیدکنندگان مواد اولیه مورد نیاز صنعت را به طور میانگین ۷۰ درصد گران‌تر از بازار جهانی تامین می‌کند. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به نقل از تسنیم، صنعت لوازم خانگی بعد از گذشت هشت دهه از فعالیت خود در فضای تولید و تجارت، توانست با تمرکز بر حوزه تحقیق و توسعه (R&D) از شدت وابستگی خود به مواد اولیه و قطعات مورد نیاز وارداتی کم کرده و با تامین نیازهای خود از تامین‌کنندگان و قطعه‌سازان داخلی عمق ساخت لوازم خانگی را به متوسط ۷۵ درصد نزدیک کند. با وجودی که رسیدن به این هدف به عنوان یک دستاورد بسیار مهم است، اما ارتباط مستقیم مواد اولیه داخلی همچون فولاد و پتروشیمی با نرخ دلار کماکان تاثیرپذیری قیمت تمام شده این صنعت از ارز را بالا نگه داشته است.

گذشته در بازارهای جهانی و ایران (بورس کالا) نشان می‌دهد که امروزه صنعت لوازم خانگی ایران به طور متوسط هر کیلوگرم ورق سرد را حدود ۷۰ درصد گران‌تر از قیمت جهانی می‌تواند تهیه کند که این موضوع از یک سو و از سوی دیگر قیمت‌گذاری دستوری به نحوی دو لبه قیچی هستند که در حال بریدن ریشه‌های تولید کارخانه‌ای در ایران عمل می‌کنند.

نرخ قطعات لوازم خانگی متأثر از تورم تولید ۶۰ درصدی

در حوزه قطعات مورد نیاز هم وابستگی ۷۰ تا ۸۰ درصدی صنعت لوازم خانگی به قطعات داخلی هرچند به لحاظ عمق ساخت داخل می‌تواند در رده مزیت‌های این صنعت شمرده شود، اما تاثیرپذیری صنعت قطعه‌سازی ایران از تورم تولید که به حدود ۶۰ درصد می‌رسد، اثر جبری در قیمت تمام شده محصول نهایی

حجم و نرخ تامین موادی مانند آلومینیوم، ورق سرد، گالوانیزه و ... با موانعی روبرو بوده‌اند؛ از همین رو دولت ساز و کار بورس کالا را به عنوان راهکار رفع این مانع به تولیدکنندگان عرضه کرد، اما نحوه عرضه کالاهایی همچون ورق سرد و پتروشیمی در بورس کالا به گونه ای رقم خورد که تولیدکنندگان لوازم خانگی تنها قادر به تامین حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد از نیاز خود از این کانال بودند و بازار آزاد تنها راه باقی مانده برای تامین مابقی مواد اولیه مورد نیاز تولید بوده است که با نرخی بیشتر از نرخ تعیین شده در بورس کالا قیمت‌گذاری می‌شود.

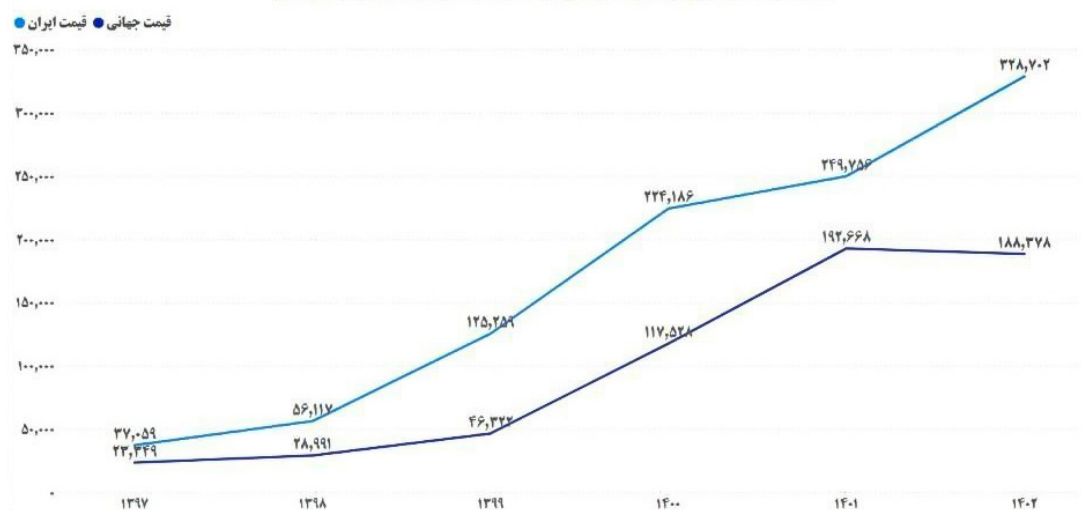
عرق سرد ورق فولادی روی تن صنعت

علاوه بر حجم، نرخ موادی مانند ورق سرد و آلومینیوم برای تولیدکننده ایرانی در قیاس با رقبای خارجی تفاوت معناداری دارد به طوری که بررسی روند قیمت‌گذاری ورق سرد طی ۵ سال

هرچند ساز و کار تعیین شده برای تامین ارز تولید هم در گذر زمان دچار نوسانات متعددی شده است و هدف‌گذاری دولت برای تخصیص با نیازهای واقعی تولید همخوانی نداشته است، اما تصمیم سیاست‌گذار مالی برای تعریف کانال های کمکی تخصیص ارز، نشان می‌دهد در بالاترین لایه‌های تصمیم‌گیری هم دلیلی برای انکار تاثیر نرخ ارز در قیمت‌گذاری محصولات نهایی تولید وجود ندارد و این واقعیت خود را در قالب حمایت‌های ارزی نشان داده است.

تسنیم در این باره نوشت: بخشی از مواد اولیه وارداتی صنعت لوازم خانگی، در شرایط تحریم و با قیمت بالاتر از قیمت جهانی رقم می‌خورد و اگر هم در بخشی از تامین مواد اولیه راه واردات را به خرید از داخل ترجیح دهیم با تولیدکننده ایرانی طبق معادلات بازار جهانی رفتار نمی‌شود. از نوسانات نرخ ارز که بگذریم در حوزه مواد اولیه هم تولیدکنندگان ایرانی طی ۵ سال گذشته در

مقایسه قیمت هر کیلوگرم ورق سرد لوازم خانگی در ایران و بازار جهانی (ریال)



نقطه‌ای که صنعت لوازم خانگی اکنون در آن قرار دارد و با شواهد آمار و ارقام سیر صعودی را در پیش گرفته است، با گذر از مسیری محقق شده که موانعی همچون تحریم، واردات دشوار تکنولوژی، کمبود نقدینگی، تورم تولید، افزایش سالانه هزینه‌های سربار، نرخ بهره بانکی و ... را از سر گذرانده است و نتوانسته در شرایط برابر و منصفانه با رقیب خارجی رقابت داشته باشد. فضای کسب‌وکار در کشورهای رقیب صنعت لوازم خانگی ایران در حوزه زیرساخت، نقدینگی و دسترسی به لبه‌های فناوری با امکاناتی که در اختیار تولیدکننده داخلی قرار دارد، قابل قیاس نیست حال در چنین شرایطی سیاست‌گذار حوزه تولید به جای حل مسائل به دنبال تغییر صورت مسئله و پیچیدن آسان‌ترین نسخه برای حل آن است.

حالی که شرکت‌های خارجی به علت تحریم‌ها بازار ایران را خالی کردند، نیاز مصرف‌کننده داخلی را با افزایش ظرفیت تولید تامین کند. بر اساس گزارش وزارت صمت، رشد تولید در صنعت لوازم خانگی و در ۱۰ گروه کالایی مهم، طی سال‌های ۹۶ تا ۱۴۰۱ به ۵۶ درصد افزایش پیدا کرد و به همین تناسب بازار هم از تولیدات لوازم خانگی ایرانی تامین نیاز شد و صف‌های خرید که در ماه‌های ابتدایی خروج شرکت‌های خارجی از ایران برای برخی محصولات شکل گرفته بود، با برنامه‌ریزی تولیدکنندگان لوازم خانگی حذف شد. همچنین به گفته محمدمهدی برداران، معاون صنایع عمومی وزارت صمت در سال ۱۴۰۱ حدود ۲۰۰ میلیون دلار صرفه جویی ارزی از محل تامین قطعات موردنیاز صنعت از محل تولیدات داخلی حاصل شد.

لوازم خانگی ایرانی داشته است. برآیند نرخ قطعات و قیمت مواد اولیه به اضافه هزینه‌های نیروی انسانی و انرژی خود را در تورم تولید و محصول نهایی نشان داده است با این وجود قیمت‌گذاری لوازم خانگی هنوز با تصدی‌گری سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار و براساس مکانیزم «دستورالعمل تعیین قیمت کالای تولید داخل» صورت می‌گیرد که در این فرمول هزینه‌های مواد اولیه کیفی، نرخ ارز آزاد و هزینه‌های گذر از کانال‌های پیچیده تحریم‌ها در معادلات تصمیم‌سازان لحاظ نشده و فاکتور موثر میانگین نرخ‌های بورس کالا است.

خصوصیت یا رقابت!

صنعت لوازم خانگی در بیش از ۵ سال گذشته با شرایط خاصی که بر بازار حاکم شد توانست در

صادرات به آفریقا نصف شد

کالاهای ایرانی در قاره آفریقا با خرید کمتر از یک میلیون دلار بودند. سخنگوی کمیسیون توسعه تجارت خانه‌ی صمت در خصوص مبدا واردات کالاهای آفریقایی به ایران توضیح داد: در هفت ماهه نخست امسال آفریقای جنوبی با فروش ۱۱.۵ میلیون دلار، زامبیا با ۶.۴ میلیون دلار، غنا ۵.۹ میلیون دلار، تانزانیا ۵.۴ میلیون دلار، سیشل ۵.۳ میلیون دلار، کنیا ۵.۲ میلیون دلار، اوگاندا ۲.۹ میلیون دلار، کنگو ۱.۷ میلیون دلار، اتیوپی ۱ میلیون دلار و سوازیلند، مصر، موریتس، مراکش، سیرالئون، نیجریه، رواندا، جیبوتی، ماداگاسکار و الجزایر به ترتیب کشورهای فروشنده کالا به ایران بودند. وی گفت: از ابتدای سال تا پایان مهرماه ۳۸ کشور آفریقایی خریدار مستقیم کالا از ایران و ۱۹ کشور آفریقایی هم فروشنده مستقیم کالا به ایران بودند.

بوده است. لطیفی در خصوص مقاصد صادراتی کالاهای ایران به قاره آفریقا گفت: غنا با خرید ۱۱۶.۳ میلیون دلار، مقصد نخست صادرات کالاهای ایرانی بوده و پس از آن آفریقای جنوبی با خرید ۸۹.۵ میلیون دلار، تانزانیا با ۶۱.۴ میلیون دلار، نیجریه با ۴۶.۵ میلیون دلار، موزامبیک با ۴۰ میلیون دلار، کنیا ۲۸.۳ میلیون دلار و سومالی با ۱۶.۵ میلیون دلار، سودان ۷.۱ میلیون دلار، لیبی با ۵.۵ میلیون دلار، جیبوتی ۵.۱ میلیون دلار، الجزایر با ۴.۹ میلیون دلار، کنگو با ۳.۴ میلیون دلار، ساحل عاج ۳.۴ میلیون دلار به ترتیب خریداران بالای یک میلیون دلار کالاهای ایرانی بودند. وی افزود: مراکش، سنگال، اوگاندا، تونس، مولداوی، اتیوپی، بورکینافاسو، مصر، موریتانی، کامرون، موریتس، مالی، نیجر، گابن، برونئی، سیشل، گینه، زامبیا، بنین، آنگولا، گواتمالا، ماداگاسکار، زیمباوه، گویان و رواندا خریداران

در هفت ماهه امسال به قاره آفریقا یک میلیون و ۲۰۵ هزار تن کالا به ارزش ۴۳۴ میلیون دلار صادرات صورت گرفت که نسبت به مدت مشابه پارسال ۳۳ درصد در وزن و ۵۳ درصد در ارزش کاهش را نشان می‌دهد. سید روح‌اله لطیفی در خصوص کارنامه تجارت ایران با آفریقا اظهار کرد: صادرات کشور در هفت ماهه امسال به قاره آفریقا یک میلیون و ۲۰۵ هزار تن کالا به ارزش ۴۳۴ میلیون دلار بوده که این میزان نسبت به مدت مشابه ۳۳ درصد در وزن و ۵۳ درصد در ارزش کاهش داشته است. سخنگوی کمیسیون روابط بین‌الملل و توسعه تجارتخانه صنعت معدن و تجارت ایران افزود: واردات از آفریقا هم در هفت ماهه امسال ۳۸ هزار و ۱۲۲ تن کالا به ارزش ۴۷ میلیون و ۴۳۴ هزار دلار بوده که نسبت به مدت مشابه با کاهش ۴۲ درصدی در وزن و ۲۱ درصدی در ارزش همراه

«منتشر شد»



«باز آفرینی یک صنعت»

هفت دهه تحولات صنایع لوازم خانگی ایران
(منضم به سند سیاستی پیشنهادی)

علاقه‌مندان جهت تهیه‌ی این مجلد نفیس می‌توانند با روابط عمومی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران
از طریق تلفن ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۴ و ۱۰۶)
تماس حاصل فرمایند.

www.ahamiran.com

گذری بر فصل هفتم و هشتم کتاب «بازآفرینی یک صنعت»

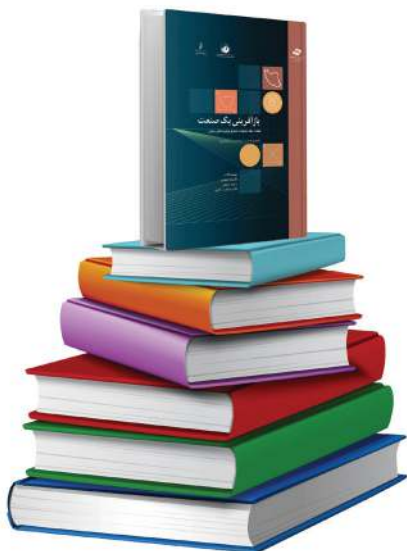
نگاهی به روند تحولات صنایع لوازم خانگی کشور نشان می‌دهد که این صنعت با وجود بهره‌مندی ۱۷ درصدی از تعداد بنگاه‌های صنعتی، کمتر از ۱/۵ درصد ارزش افزوده کل صنعت را به خود اختصاص می‌دهد. به بیان دیگر، طی یک دهه اخیر، این صنعت نتوانسته خروجی متناسب با تعداد بنگاه‌های فعال خود را داشته باشد. با توجه به روند کاهشی تشکیل سرمایه صنعت لوازم خانگی در دوره بررسی، این نگرانی وجود دارد که روند عملکرد این صنعت طی سال‌های آتی با نزول بیشتری همراه باشد. پس ضرورت پیگیری سیاست‌های ناظر بر این صنعت در یک مسیر نظام‌مند و مدون بیش از پیش مشخص می‌گردد.

مسائل استراتژیک یک صنعت استخراج می‌گردد، خود محصول بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مقابل آن بوده و در نهایت چارچوبی را برای شناخت جامع در اختیار تصمیم‌سازان و برنامه‌ریزان قرار می‌دهد.

به علاوه گام بسیار مهمی نیز در هدف‌گذاری سیاستی جهت تامین نیازها و زیرساخت‌های پشتیبان، به شمار می‌رود.

در این فصل، ضمن استخراج جدول تکافت صنعت لوازم خانگی برچسب هر دو گروه محصولات انرژی‌بر و غیرانرژی‌بر، مسائل استراتژیک نیز مورد بررسی قرار گرفته است تا از طریق راهکارهای ارتقاء و حفظ قدرت رقابت‌پذیری صنایع مذکور در بازارهای داخلی و بین‌المللی شناسایی شود. همچنین، تحلیل صنعت لوازم خانگی از منظر عملکرد محصولات واسطه‌ای نیز به تدقیق این بررسی‌ها کمک شایانی می‌کند که در این فصل بدان پرداخته شده است.

تمرکز مطالعه حاضر بر تدوین سندی است که هدف آن ارتقاء رقابت‌پذیری صنایع لوازم خانگی در طول زنجیره تامین و تولید است که در گام اول این فصل، به تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید مقابل صنایع لوازم خانگی کشور از مجرای عملکرد تولیدکنندگان پرداخته شده است.



ماهانامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به دنبال این است به صورت سلسه‌وار در هر شماره از نشریه، اقدام به معرفی دو فصل کتاب «بازآفرینی یک صنعت» برای علاقه‌مندان به این حوزه کند؛ در این شماره نگاهی به بخش هفتم و هشتم این کتاب خواهیم داشت.

فصل هفتم: نوسازی فناوری در صنایع لوازم خانگی ایران و موانع پیش‌رو

مقوله فناوری در صنایع لوازم خانگی از پیچیدگی‌های خاصی برخوردار است. این پیچیدگی از یک سو به دلیل تنوع بالای محصولات لوازم خانگی و از سوی دیگر به دلیل تفاوت در سطوح فناوری مورد استفاده در صنعت لوازم خانگی است.

از منظر کلی توسعه فناوری در صنعت لوازم خانگی از دو محور می‌تواند بر خروجی‌های صنعت مذکور اثرگذار باشد؛ نخست از طریق تغییر و بهبود در فرآیندها و دیگری از طریق تحول و بهبود عملکرد محصول.

در این راستا و با عنایت به اهمیت موضوع فناوری و در رشد و رقابت‌پذیری پایدار صنعت لوازم خانگی، در این فصل به معرفی سطوح مختلف و تحولات فناوری در صنایع لوازم خانگی پرداخته شده است و همچنین اثرات هوشمندسازی و سایر مصادیق انقلاب صنعتی فصل چهارم و پنجم بر بازار این صنعت و همچنین چالش‌های پیش روی آن بررسی خواهد شد.

فصل هشتم: مسائل استراتژیک صنایع لوازم خانگی: انرژی‌بر و غیرانرژی‌بر

شناخت مسائل استراتژیک برای هر صنعت از جمله صنعت لوازم خانگی چه به منظور بهبود فرآیندها در سطح بنگاه و صنعت و چه برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سطح کلان، امری ضروری است. اطلاعاتی که از تبیین

انتصاب مدیران جدید در وزارت صمت



«ابوذر جمشیدیوند» به‌عنوان مدیرکل صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی، معدنی و کشاورزی، «حمید زادبوم» به‌عنوان مشاور وزیر در امور پیشران خدمات فنی و مهندسی و دانش‌بنیان‌ها، «حسن ممتحن» به‌عنوان مشاور وزیر در امور ایثارگران، «گلنار نصراللهی» به‌عنوان مشاور وزیر و «عزت‌اللهی زارعی» به‌عنوان مشاور وزیر در امور دولت معارفه شدند. در این نشست همچنین از خدمات شایسته «رضا صادقیان‌طهرانی» مشاور وزیر در امور مربوط به جلسات مصوبات هیات دولت و مشاور قائم مقام وزیر در امور بازرگانی، «سعید جعفر کرهرودی» رئیس دبیرخانه شورای عالی صنایع دریایی کشور، «علیرضا شجاعی» مشاور وزیر در امور ارتباطات راهبردی، «فرحناز رافع» رئیس مرکز ملی فرش ایران، «سید مجید هدایت» مشاور وزیر و رئیس ستاد سرمایه‌گذاری‌های ویژه، «علیرضا پیمان پاک» دبیر شورای عالی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی قدردانی شد.

آئین تکریم و معارفه تعدادی از مدیران وزارت صنعت، معدن و تجارت در جلسه شورای معاونان این وزارتخانه و با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت برگزار شد. در جریان نشست شورای معاونین وزارت صمت که در محل ساختمان شهیدان مهری این وزارتخانه برگزار شد، آئین تکریم و معارفه تعدادی از مدیران وزارت صمت برگزار شد. در این مراسم، «سیدعلی لطفی‌زاده» به‌عنوان مشاور عالی، دستیار ویژه وزیر و دبیر شورای عالی نظارت بر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، «علی گلشنی» به‌عنوان نماینده ویژه وزیر، «مهدی زندوکیلی» به‌عنوان مشاور وزیر در طرح نهضت ملی مسکن و مسئول پیگیری امور مسکن کارکنان و توسعه ساختمان‌های وزارت صمت و «محمد مهدی سالاری» به‌عنوان مشاور وزیر در امور دریایی و سرپرست دبیرخانه شورای عالی صنایع دریایی کشور معرفی شدند. همچنین «کوروش جدی ثانی» به‌عنوان رئیس مرکز فن‌آوری داده، اطلاعات و امنیت فضای مجازی،

آیا واردات لوازم خانگی آزاد شد؟

آزادسازی صورت نگرفته است؛ در واقع این بحث در وزارت صمت مطرح شده بود و صحبت‌هایی مبنی بر اینکه آزادسازی صورت بگیرد، با فعالین مطرح شد.

وزارت صمت اعتقاد دارد که اگر از محل صادرات محصولات لوازم خانگی بتوان کالایی را وارد کرد، آزادسازی می‌تواند صورت بگیرد. البته این صحبت هنوز هم به نتیجه نرسیده است.

او در ادامه اظهار کرد: این مصوبه دیروز اصلاً ارتباطی با آزادسازی ندارد، زیرا در حال حاضر با وجود محدودیت، برخی کالاها ورودشان آزاد است. او در این رابطه ادامه داد: «به دلیل کافی نبودن تولیدات داخلی، هم‌اکنون کالاهایی مثل اسپلیت، ششوار و برخی اقلام لوازم خانگی کوچک به کشور وارد می‌شوند.

این وسایل از طریق راه‌هایی مثل کولبری، تهنجی، بازار مرزی، پیلهوری و مناطق آزاد، به صورت محدود وارد می‌شود.

هاشمی ادامه داد: این مصوبه می‌گوید اگر کالایی می‌خواهد وارد کشور شود، باید استانداردهای بالای انرژی را داشته باشد، اما این به معنای آزادسازی نیست.

در نتیجه این مصوبه هیئت دولت در واقع برای واردات کالاهای با رتبه انرژی A و B است. یعنی در اصل محدودیتی قائل شده‌اند که از این پس کالایی با رتبه انرژی پایین‌تر از آنچه اعلام شد، به کشور وارد نشود.

مجوز واردات لوازم و تجهیزات برقی و گازسوز (لوازم خانگی) با استاندارد و برچسب انرژی فقط با دو رتبهی برتر انرژی صادر شد. معاون اول رئیس‌جمهور در بخشنامه‌ی مصوبه‌ی هیئت‌وزیران، مجوز واردات لوازم و تجهیزات برقی و گازسوز (لوازم خانگی) با استاندارد و برچسب انرژی فقط با دو رتبهی برتر انرژی را ابلاغ کرد.

در این بخشنامه آمده است: «هیئت‌وزیران در جلسه ۱۵ آذر به پیشنهاد مورخ ۳۱ اردیبهشت سال جاری سازمان ملی استاندارد ایران و به استناد اصل یکصد و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، این مجوز را تصویب کرد.»

بند (۴) تصویب‌نامه‌ی مورخ ۱۷ مرداد ۱۳۸۸ به شرح زیر اصلاح می‌شود: «واردات لوازم و تجهیزات برقی و گازسوز مشمول مقررات اجرای اجباری استاندارد معیار مصرف و برچسب انرژی فقط با دو رتبهی برتر انرژی و براساس آخرین ویرایش استاندارد ملی معیار مصرف انرژی تجهیزات انرژی بر برقی خانگی و گازسوز مشمول مقررات اجرای اجباری مجاز بوده و باید از واردات تجهیزات مذکور با رتبه‌های انرژی کمتر جلوگیری به عمل آید.»

در همین رابطه عباس هاشمی، رئیس انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در گفتگو با دیجیاتو، در پاسخ به این پرسش که آیا این بخشنامه به معنای آزادسازی لوازم خانگی است؟ توضیح داده است: در حال حاضر



شرکت تابناک توسعه فیدار
Tabnak Tose'e FIDAR Co.

مجری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی
ارائه‌دهنده خدمات نمایشگاهی
مجری تورهای تخصصی نمایشگاهی، علمی و صنعتی
انجام طرح‌های پژوهشی و تحقیقات بازار

TTFIDAR.com

کدام کشورها سرمایه خارجی صید کردند؟

ایران در میان ۱۰ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا با اختلاف اندک نسبت به اردن در جایگاه نهم قرار گرفته است.



۱/۵
میلیارد دلار

مجموع سرمایه خارجی جذب شده توسط ایران برابر با ۱/۵ میلیارد دلار بوده که به گفته برخی اقتصاددانان مسائل سیاسی عمده دلیلی است که موجب شده تا ایران نتواند جایگاه مناسبی در جذب سرمایه گذاری خارجی داشته باشد.

امارات با افزایش ۱۰ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۱ حدود ۲۳ میلیارد دلار سرمایه گذاری مستقیم خارجی را جذب کرد.

اسرائیل با جذب حدود ۲۸ میلیارد دلار سرمایه گذاری مستقیم خارجی، رتبه پنزدهم در جهان را کسب کرده است.

جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی عربستان سعودی در سال گذشته، ۵۹ درصد کاهش یافت و به حدود ۷/۹ میلیارد دلار رسید.



۱۰ کشور حوزه خاورمیانه و شمال آفریقا با بیشترین حجم سرمایه گذاری خارجی در سال ۲۰۲۲

بر اساس گزارش پایش تحولات تجارت جهانی مرکز پژوهش های اتاق ایران در سال گذشته میلادی ایالات متحده و چین، برای دو سال متوالی، در رتبه های اول و دوم جذاب ترین مقاصد سرمایه گذاری خارجی قرار گرفتند.

۵

ایالات متحده جذب ۸۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ (هر چند که بیش از ۵۰ میلیارد دلار نسبی است).

بر اساس گزارش سرمایه گذاری جهانی اسرانیل و امارات متحده عربی از بالاترین حجم سرمایه گذاری خارجی در خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) برخوردار هستند و به ترتیب در رده های پنزدهم و شانزدهم جهان قرار گرفته اند.



در رتبه سوم جهان قرار دارد که در سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۱۴۱ میلیارد دلار سرمایه گذاری مستقیم را پذیرا شد و رتبه هتنگونگ با جذب ۱۱۸ میلیارد دلار دارد.

چین موفق به جذب ۱۸۹ میلیارد دلار سرمایه گذاری خارجی شده است.

۱۸۹

میلیارد دلار

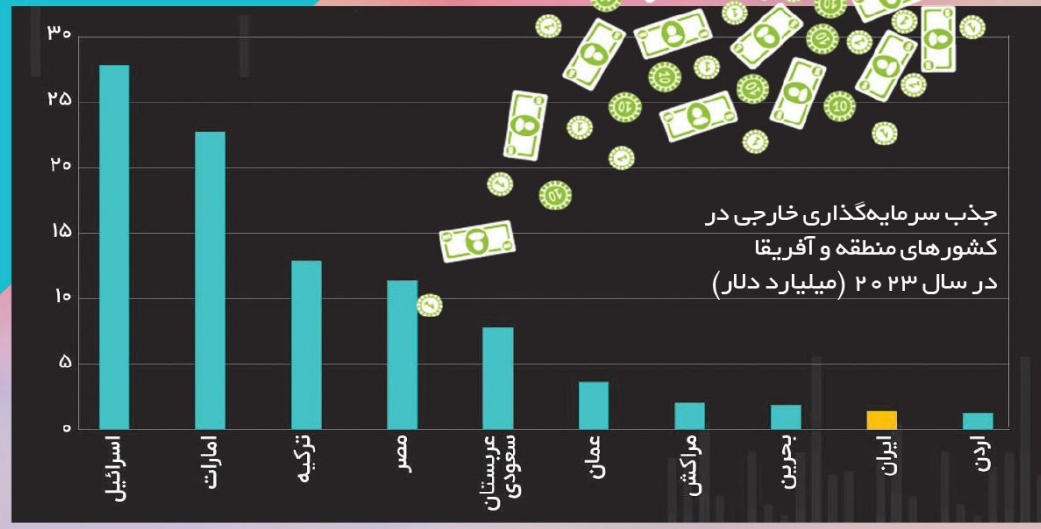


UNITED NATIONS
UNCTAD
منبع: گزارش سرمایه گذاری جهانی ۲۰۲۲
آنکتاد

۲۸

بخده موفق به
۲۰۲۲ میلیارد دلار
شد
که این رقم،
۱۰ میلیارد
ت به سال
هش داشته

سنگاپور
سال ۲۰۲۲
دلار
نقیم خارجی
به بعدی به
سرمایه‌ای
تعلق

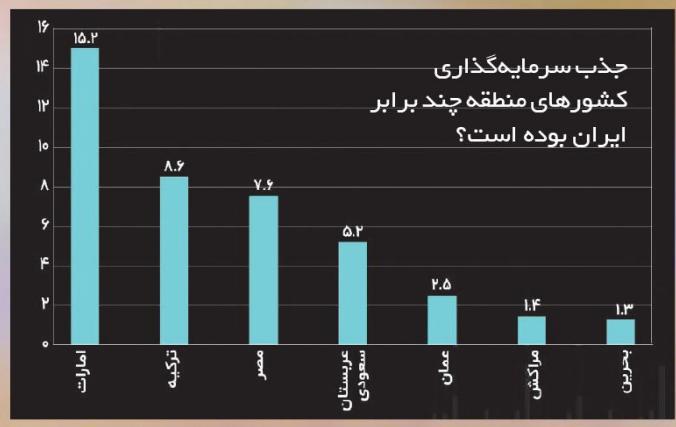
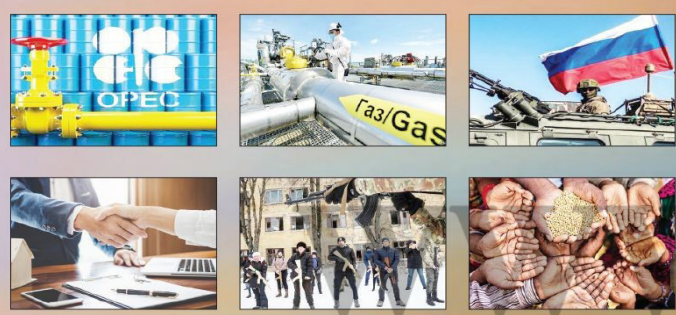


در گزارش سرمایه‌گذاری آمده است که در پی افزایش نرخ بهره و بازارهای سرمایه نامطمئن، تامین مالی پروژه‌های بین‌المللی و به ویژه ادغام‌ها و تملک‌های فرامرزی با مشکل مواجه شده است.

کاهش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به دلیل وقوع بحران‌های متعدد جهانی از جمله حمله روسیه به اوکراین، قیمت‌های بالای مواد غذایی و انرژی و فشار بدهی‌ها بوده است.

جریان جهانی سرمایه‌گذاری ۱/۳ تریلیون دلار کاهش پیدا کرده است. این کاهش عمدتاً ناشی از حجم کمتر جریان‌های مالی و معاملات در کشورهای توسعه یافته بوده است.

-۱/۳



بخش خصوصی را به تصمیم‌گیری‌ها بازگردانیم

محمود نجفی‌عرب‌رئیس اتاق تهران این روزها در هر محفل و نشست، صحبت از بحران در اقتصاد ایران و عبور از نقاط وخیم و تجربه عینی «اقتصاد تکیده» است. متأسفانه و حتی بدون اتکا به آمارهای رسمی هم تجربه ملموسی از شرایط نامطلوب اقتصادی برای عموم شهروندان وجود دارد. نمونه بارز اینکه گزارشی از مرکز پژوهش‌های مجلس، تعداد فقرای کشور را ۲۵ میلیون نفر نشان می‌دهد. بدتر اینکه طی یک‌دهه گذشته ۱۱ میلیون نفر به این جمعیت افزوده شده است. البته همه این اعداد بر مبنای رقم درآمدی ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تا سال ۱۴۰۰ یا ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تا سال ۱۴۰۱ برای یک‌خانوار چهارنفره برآورد شده است که خود این رقم درآمدی مبنای دقیقی برای سنجش فقر در شهرهای بزرگی مانند تهران نیست. همین گزارش بر کاهش ۵۱ درصدی مصرف شیر یا کاهش ۲۸ درصدی مصرف برنج تأکید دارد. افت مصرف گوشت سفید و قرمز و جایگزینی کالاهای دیگری مانند تخم‌مرغ در سبد مصرفی خانوار، نمودهای دیگری از وضعیت نامطلوب درآمدی خانوارها به‌شمار می‌آیند.



ترسید. برای هر دردی، درمانی وجود دارد. خوشبختانه همه مسائل اقتصادی با روش‌های علمی و نه شبه‌علمی قابل‌حل‌اند؛ به چند شرط:

- ایجاد عزم ملی برای بهبود
- بازگشت به مدار کارشناسی
- واگذاری امور اقتصادی به بخش خصوصی
- جذب سرمایه‌های جدید خارجی و داخلی
- پرهیز از اعمال خطا مانند استفاده بی‌فایده از مکانیزم اقتصاد دستوری
- اصلاحات واقعی اقتصادی به معنای حذف قیمت‌گذاری دستوری، حذف ارز ترجیحی و چندنرخ‌ی. باید به سمتی حرکت کرد که مانع از رفتارهای سیاست‌زده در حوزه اقتصاد شد. هم‌زمان باید به فکر اصلاح روابط خارجی کشور و ایجاد امکان مرادفات خارجی به‌دور از سایه سیاه تحریم‌ها بود. در این صورت امکان بهبود روابط بانکی خارجی و ازسرگیری مبادلات بانکی با جهان هم ایجاد می‌شود. این‌گام‌ها می‌تواند مسیر اقتصاد ایران را به سمت بهبود تغییر دهد. در ایران به‌اندازه کافی نیروهای کارآزموده، دلسوز و صاحب دانش وجود دارد. با دعوت از آنها برای مشارکت در حل مسائل و مشارکت دادن بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌ها می‌توان با کمی صبر، از تنگناها عبور کرد. رهبری وقتی شعار سال را «مهار تورم، رونق تولید» قرار دادند، نگاه به همین موضوع داشتند.

از همه اینها ناگوارتر اینکه بر مبنای اطلاعات گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، فاصله خانوارهای طبقه متوسط با خط فقر کاهش یافته و از طرف دیگر فاصله خانوارهای زیر خط فقر تا نقطه بهبود یا خروج از این وضعیت زیاد شده است. حالا اگر همه این اعداد در دسترس نباشد، باز هم درک بحران معیشت در میان مردم ممکن است. یعنی کسی نمی‌گوید: «چون خط فقر فلان عدد است، افزایش تعداد فقرا را درک می‌کنم.» با روابط عادی انسانی و حتی مشاهده عینی زندگی مردم هم می‌توان به تصویری از وضعیت فقر در هر کشوری از جمله ایران دست پیدا کرد. همین قاعده برای صنعت هم وجود دارد. اینکه گفته می‌شود میزان

مساله کجاست؟ چرا آنها توانستند؟

طی چند دهه گذشته اقتصاد ایران سردرگم شده است و مدام خطاهای ساختاری را تکرار می‌کند. مثلاً در حالی که تحریم‌های خارجی باعث بروز انواع محدودیت‌ها شده، مدیریت نامطلوب داخلی هم اوج گرفته و در نهایت نه سرمایه به کشور وارد می‌شود و نه سرمایه در کشور می‌تواند باقی بماند. همه اینها درحالی است که اقتصاد ایران به بهره‌مندی از منابع نفتی عادت داشت و همیشه عدم‌ورود سرمایه خارجی را با درآمدهای نفتی جایگزین می‌کرد، ولی حالا، هم خبری از درآمدهای نفتی نیست و هم اینکه سرمایه خارجی به کشور وارد نمی‌شود. اساساً سرمایه داخلی و خارجی در محیطی جذب و فعال می‌شود که آینده روشنی برای آن ترسیم شده باشد. در کنار این‌ها بروز فساد گسترده و از میان رفتن میدان رقابت و بی‌عدالتی در بازاری اقتصاد را هم نباید از یاد برد. جای تأسف است که ناگهان در این اقتصاد، تورم‌های مزمن ۵۰ درصدی هم ظهور کرده است. چه فعالیت تولیدی و صنعتی را می‌شناسید که ۵۰ درصد بازدهی داشته و تازه پس از آن به نقطه سر به‌سر برسد؟ اما همه اینها باعث و پایه ناامیدی نیست. اینها حقیقت است، ولی نباید از حقیقت

استهلاک از سرمایه‌گذاری بیشتر شده، دلالتی رسمی و متکی بر آمار برای اثبات بحران اقتصادی دارد؛ آن‌هم در کشوری که از منابع سرشار نفتی و معدنی بهره‌مند است و تا همین چند سال قبل به این موضوع فخر می‌فروخت که به نیروی کار ارزان و تحصیلکرده دسترسی گسترده دارد.

در اغلب شهرک‌های صنعتی سوله‌های خالی، خاک‌گرفته و متروکه بسیار است. پنجره‌های شکسته و تارنکیوت‌پسته، تصویر تعدادی از شهرک‌های صنعتی شده است. در برخی شهرک‌های صنعتی پرندۀ پَر نمی‌زند. از چند کارخانه و سوله‌های کنار هم به‌ندرت یکی یا چندتا کار می‌کنند و بقیه تعطیل هستند. شهرک‌ها پر از ساختمان‌های نیمه‌ساز و سوله‌های نیمه‌کاره شده‌اند؛ آن هم نه در نقاط دورافتاده کشور، بلکه در همین شهرک‌های کنار گوش پایتخت که روزگاری صنایع مهم برای در اختیار گرفتن زمین و احداث کارخانه در آنها سر و دست می‌شکستند. حالا چه شده است؟ همه اینها بیان شد برای اینکه حرف دیگری زده شود. آیا ما اولین کشور جهان به شمار می‌رویم که چنین بحرانی را تجربه می‌کنند؟ ویتنام، سنگاپور، آفریقای جنوبی، مالزی، تایوان و حتی چین و هند



مؤسسه خیریه کهریزک
سرکمرنگستان، تهران
آموزش، مشاوره و بهداشت
تولید، توزیع و فروش
آسایشگاه معلولین
و سالمندان کهریزک
استان تهران

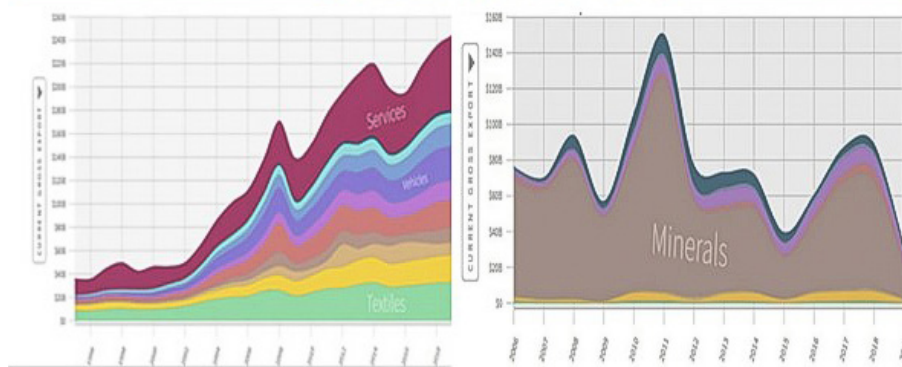
در سکوتی که دلت دست دعا باز نمود یاد ما باش که محتاج دعاییم هنوز

روابط عمومی آسایشگاه خیریه کهریزک: ۵۶۵۲۳۱۳۱ و ۵۶۵۲۳۱۳۲

مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد: سهم صادرات صنعتی با فناوری بالا، تنها ۰/۵ درصد

بنابر اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس، ۵۴ درصد از صادرات صنعتی کشور، بر پایه محصولات منبع‌محور بوده و تنها نیم‌درصد از آن‌ها بر پایه فناوری بالا هستند. همچنین صنایع تولیدی بیش از ۹۰ درصد بر بازار داخلی تمرکز دارند. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به بررسی ابعاد رقابت‌پذیری تولیدات داخلی پرداخته است. بر اساس این گزارش اگرچه در برنامه ششم توسعه رشد ۸ درصدی تولید ناخالص داخلی و رشد سالانه صادرات غیرنفتی ۲۱/۷ درصدی (کالا و خدمات بدون میعانات گازی) پیش‌بینی شده بود تا میزان صادرات از ۴۲ میلیارد دلار در سال ۹۵ به ۱۱۲/۷ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ افزایش پیدا کند، اما این پیش‌بینی محقق نشد. در واقع تولید ناخالص داخلی کشور به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ در سال ۱۴۰۰ نسبت به مقدار مشابه در سال ۱۳۹۵ تغییر چندانی نداشت و میزان صادرات غیرنفتی کشور در سال ۱۴۰۰ حدود ۴۸/۶ میلیارد دلار بود و نسبت به سال ۱۳۹۵ فقط حدود ۱۶ درصد رشد داشته است.

شکل ۱. تنوع محصولات صادراتی ایران و ترکیه طی سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۸ (۳)



ترکیه

ایران

مالی با میانگین نمره ۸/۱۵ از ۱۰ بیشترین تأثیر منفی را بر محیط کسب‌وکار داشته و عدم تنوع تأمین مالی بخش تولید و سهم غالب نظام بانکی در تأمین مالی (نزدیک به ۸۰ درصد سهم نظام بانکی در تأمین مالی بخش صنعت و معدن) از جمله چالش‌های این بخش بوده است.

عدم توجه به آمایش سرزمین و کیفیت جانمایی طرح‌ها و ضعف در زیرساخت‌های حمل‌ونقل، باعث افزایش هزینه‌های لجستیک و به دنبال آن افزایش قیمت تمام‌شده محصول و در نتیجه کاهش رقابت‌پذیری تولیدات داخلی شده است. بر اساس آمار کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر در سال ۱۳۹۸ متوسط هزینه پرداختی بخش صنعت برای حمل‌ونقل حدود ۲۳ درصد از کل پرداختی‌های غیر صنعتی این بخش (شامل حق بیمه، خدمات آموزشی، کارمزد بانک، هزینه تبلیغات و اجاره و سایر موارد) بوده است. همچنین نرخ دستمزد و هزینه انرژی به

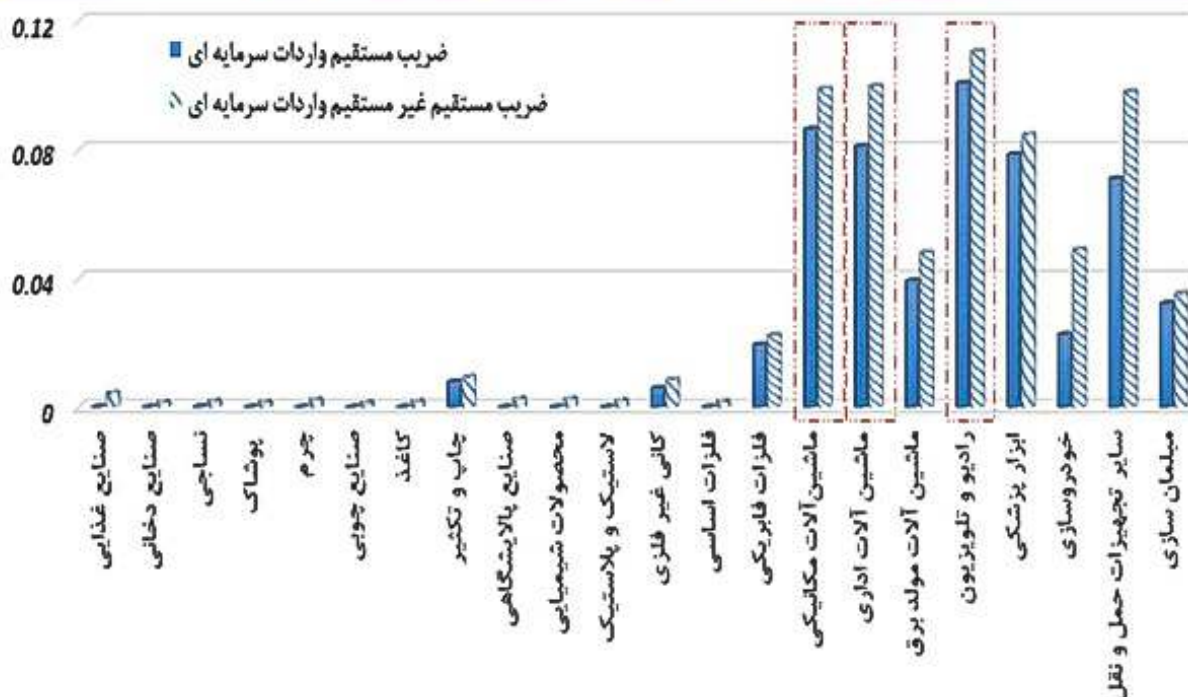
ماشین‌سازی که باید تأمین‌کننده ماشین‌آلات صنایع مادر و صنایع ساخت‌محور باشد، بیشترین وابستگی به واردات را دارد. به عبارتی کشور همچنان به ماشین‌آلات و کالاهای سرمایه‌ای وارداتی وابسته است. همچنین صنایع بزرگ و مادر ارتباط پیشین ضعیف با صنایع ماشین‌سازی و ارتباط پسین ضعیف با بخش تولید کالایی دارند.

مطالعه مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد، از دیگر موضوعاتی که باعث افزایش قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی در کشور می‌شود، هزینه تأمین مالی از جمله تأمین سرمایه در گردش است. نتایج پایش ملی کسب‌وکار نشان می‌دهد که در محیط مالی مؤلفه‌های «غیرقابل پیش‌بینی بودن تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات» و «تأمین مالی از سیستم بانکی»، بیشترین سهم را در ایجاد شرایط نامناسب برای فعالان اقتصادی کشور داشته است. در سال ۱۴۰۰ شاخص محیط

به علاوه ترکیب صادرات صنعتی کشور نیز نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۹ بیش از ۵۴ درصد محصولات صادرات صنعتی کشور منبع‌محور و شامل فرآورده‌های حاصل از نفت و گاز و محصولات شیمیایی، کانی‌های فلزی و غیرفلزی و محصولات کشاورزی بوده و فقط ۵ درصد از صادرات صنعتی کشور با فناوری بالا بوده است. این موضوع از ضعف رقابت‌پذیری در اقتصاد، حکایت دارد. البته خود آن هم، ناشی از ضعف تولید، ضعف سرمایه‌گذاری و سهم کم روش‌های تولیدی دانش‌بنیان است.

مقایسه شاخص‌های جهانی صادرات ایران و کشورهای رقیب همسایه نیز حاکی از سهم پایین ایران در عرصه رقابت‌پذیری تولیدات در دنیاست. برای نمونه روند تغییرات تنوع محصولات صادراتی دو کشور ایران و ترکیه طی سال‌های ۱۳۷۹ الی ۱۳۹۸ نشان می‌دهد، اقتصاد ترکیه، در طول ۲۵ سال گذشته موفق به تنوع‌بخشی و افزایش پیچیدگی تولید و صادرات خود شده است، در حالی که ایران در این دوره عمدتاً صادرکننده مواد خام و منابع معدنی باقی مانده است. در سال ۱۴۰۰ سهم ایران از صادرات جهانی حدود ۰/۳ درصد بوده و شاخص تمرکز صادراتی ایران حدود ۰/۱۳ است. در حالی که ترکیه، سهم حدود یک درصدی از بازار جهانی داشته و شاخص تمرکز صادراتی آن نیز حدود ۰/۰۳ است. نمره بالای شاخص تمرکز، نشان‌دهنده تنوع پایین کالاهای صادراتی یک اقتصاد و ضرورت تغییر ساختار تولید و تجارت آن است. همان‌طور که در نمودار زیر مشخص است صنعت مبنایی کشور یعنی صنعت

شکل ۷. ضریب وابستگی وارداتی به تجهیزات سرمایه‌ای در رشته‌های فعالیت‌های صنعتی [۶]



فقط ۵ درصد از محصولات صادراتی کشور با فناوری بالا بوده است. بر اساس یافته‌های گزارش، بلوغ زنجیره‌های پستی و پیشینی و تأمین مواد اولیه با قیمت و کیفیت مناسب، سیاست‌های مناسب ارزی و تنوع‌بخشی به روش‌های تأمین مالی، کاهش هزینه‌های لجستیک و رعایت صرفه‌های مقیاس، از مسیر تقاضا و قیمت تمام‌شده بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است.

همچنین سیاست‌های حمایتی هدفمند برای تقویت کارایی بازار، استفاده مناسب از شیوه‌های تولید و بهره‌مندی از فناوری‌ها، افزایش سهم عوامل تولید از محصول و ارتقای بهره‌وری از طریق خلق ارزش افزوده و درنهایت ارتقای فضای کسب‌وکار و حکمرانی کشور بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است.

یکسو غالب بنگاه‌های بخش خصوصی، کوچک است و عمده بنگاه‌های بزرگ، تحت مالکیت یا مدیریت دولتی هستند و ازسوی دیگر وجود سیاست‌های حمایتی غیر هدفمند و بدون زمان‌بندی مشخص به دلیل فقدان استراتژی توسعه صنعتی، سبب شده که فضای رقابتی در ساختار بازار کشور ضعیف باشد.

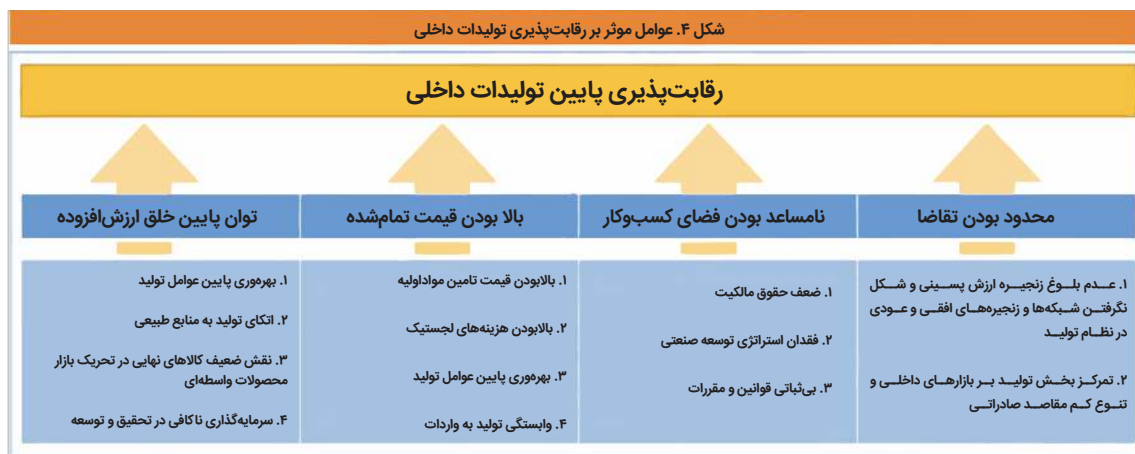
در همین راستا عملکرد فعالیت‌های صنعتی کشور برای تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و محتوای مناسب فناوری برآمده از فضای رقابتی، در حد ضعیف ارزیابی می‌شود.

بر اساس گزارش عملکرد رقابت صنعتی منتشر شده توسط یونیدو در سال ۱۳۹۹ بیش از ۵۴ درصد محصولات صادرات صنعتی کشور منبع‌محور، ۱۳ درصد با فناوری پایین، ۳۲/۵ درصد با فناوری متوسط و

عنوان بخشی از هزینه‌های عوامل تولید نیز بر قیمت تمام‌شده مؤثر و رابطه مستقیم با آن دارد. با افزایش قیمت تمام‌شده از یکسو رقابت‌پذیری محصولات داخلی تضعیف و ازسوی دیگر واردات به صرفه می‌شود که یا از طریق واردات رسمی یا از طریق قاچاق تأمین می‌شود.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر قیمت فروش محصول، کارایی بازار است. کارایی بازار تحت تأثیر رقابتی بودن بازار بوده و بر قیمت فروش محصولات اثر می‌گذارد. افزایش رقابتی بودن بازار، موجب ارتقای انگیزه تحقیق و توسعه صنعتی شده و نوآوری بهبود می‌یابد. علاوه بر این، افزایش رقابتی بودن موجب افزایش کارایی و کاهش رقابت‌پذیری محصولات وارداتی شده و فروش تولیدات داخلی را افزایش می‌دهد. در ایران به دلیل اینکه از

شکل ۴. عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی



تبلیغات در مترو تهران و حومه

Tehran metro

asanegargar

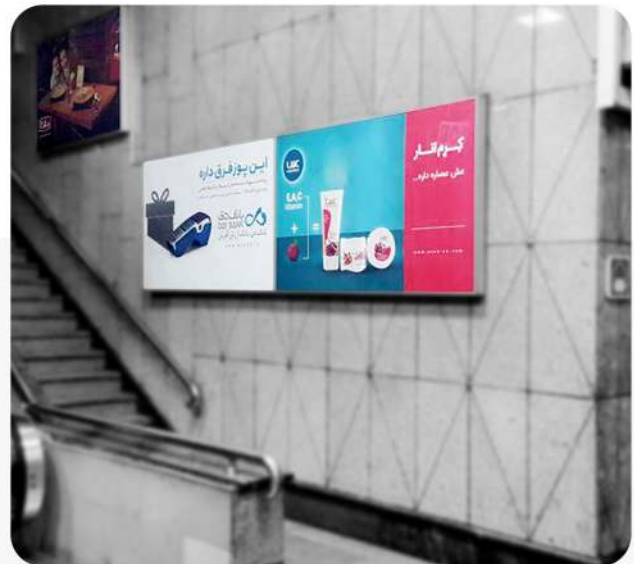
عطف به تفاهم نامه آسانگار و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران کانون تبلیغاتی آسانگار به عنوان کارگزار رسمی تبلیغات در مترو تهران و حومه ، آمادگی خود را برای حمایت از اعضای رسمی انجمن صنفی لوازم خانگی ایران، اعلام داشته و امکان بهره مندی از تسهیلات و تخفیفات ویژه را برای اعضای محترم این انجمن فراهم می کند. لذا کلیه اعضای توانند با درخواست رسمی انجمن از کانون تبلیغاتی آسانگار، از این تسهیلات ویژه بهره مند شوند.





asanegar group

Creative style advertisement



شکسته شدن رکورد تولید لباسشویی

به همت کارگران و پرسنل پرتلاش کارخانه لوازم خانگی مادیران رکورد تولید لباسشویی با ثبت ۵۲۰ دستگاه مدل TG به ثبت رسید. این در حالی است که رکورد قبلی تولید با ۵۰۰ دستگاه مربوط به مدل TE۶۲ بود. گفتنی است خط تولید لباسشویی در مهر ۱۳۹۸ به بهره‌برداری رسید و ظرفیت اسمی آن ۲۰۰ هزار دستگاه در سال است.



تولیدات شرکت ناسیونال ایران به ۶۰ قلم رسید

ناسیونال
ایران

مدیرعامل شرکت ناسیونال ایران اعلام کرد: تنوع محصولات در دورانی که ژاپنی‌ها حضور داشتند ۱۲ قلم بود چرا که آن‌ها مانع از ورود کامل تکنولوژی در ایران می‌شدند اما بعد از خروج ژاپنی‌ها از شرکت و با وجود تحریم‌ها و فرمان مقام معظم رهبری مبنی بر رشد تولید، تمرکز ما بر داخلی‌سازی و رشد تولید بود که خوشبختانه نتیجه آن تولید بیش از ۶۰ قلم محصول در سال جاری است. این میزان رشد در فاصله سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ صورت گرفته است و در تلاش هستیم در سال آینده این تعداد را به ۷۵ محصول ارتقا دهیم.

با ۱۲ سوله تولیدی مشغول به فعالیت است که قرار بر این بود که تبدیل به هاب ژاپن و شرکت پاناسونیک در خاورمیانه شود که متأسفانه به دلیل تحریم‌ها، عملی نشد، اما شرکت توانست بازار داخلی را حفظ کند. در شرکت ایران ناسیونال ۸۰۰ نفر نیروی ثابت و

آن توسط ایرانی‌ها انجام گرفته است. عنوان کرد: اولین محصول تولیدی شرکت در آن دوران چرخ خیاطی و سپس پلویز بود که می‌توان گفت شرکت ما اولین تولیدکننده پلویز ایرانی در کشور است. این کارخانه به مساحت ۱۰۰ هزار متر در اصفهان

شاهین علی‌محمدی، با بیان اینکه شرکت ناسیونال ایران در سال ۱۳۴۴ توسط محمد فرد قاسمی شروع به فعالیت کرد، گفت: این مجموعه اولین کارخانه‌ای بود که با همکاری ژاپنی‌ها در ایران آغاز به کار کرد که ۳۰ درصد سرمایه‌گذاری آن توسط ژاپنی‌ها و ۷۰ درصد



کوماناهت

بزرگترین کمک دولت به تولیدکنندگان لوازم خانگی

این فعال اقتصادی در رابطه با حمایت‌های دولتی بیان کرد: از کمک‌های دولت به تولیدکنندگان لوازم خانگی می‌توان به منع ورود کالاهای کره‌ای اشاره کرد که در مقطعی فرصتی برای رشد تولیدات داخلی داد و دیگر اینکه در سال‌های گذشته بر خلاف سال جاری مشکلات ارزی کمتری داشتیم و مواد اولیه تا حدودی به موقع تامین می‌شد.

صنعت لوازم خانگی ایران نیاز به کاهش هزینه‌های مالیاتی دارد

وی اظهار داشت: دولت برای تحریک بازار و کمک به مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌تواند ارزش افزوده کالاها را به مدت یکسال کاهش دهد تا هر دو طرف هزینه کمتری پرداخت کرده و بازار از حالت رکود خارج شود. علیرغم اینکه قیمت‌گذاری لوازم خانگی کوچک دستوری نیست ولی با وجود وارد شدن زیان مالی در فروش برخی کالاها، قیمت‌ها را افزایش نمی‌دهیم چرا که بازار اجازه‌ی این کار را نمی‌دهد و با افزایش قیمت، مصرف‌کننده قدرت خرید را از دست می‌دهد. بنابراین عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری و تنظیم اتوماتیکی قیمت‌ها به نفع بازار است و همچنین کاهش ۵ درصدی ارزش افزوده کالاها به تولیدکننده و مصرف‌کننده قدرت تولید و خرید بیشتری می‌دهد.

وجود مشاغل زیرپله‌ای

مدیرعامل شرکت ناسیونال ایران با اشاره به برخی مشکلات صنعت لوازم خانگی، تصریح کرد: محصولات زیر پله‌ای به دلیل تولید کالاهای بی‌کیفیت با نام برندهای خارجی، خیلی بیشتر از قاچاق به صنعت لوازم خانگی کشور ضرر وارد می‌کنند. انجمن ملی صنایع لوازم خانگی در راستای مبارزه با چنین تخلفاتی بارها در جلسات خود با ستاد مبارزه با قاچاق و سایر ارگان‌ها، برای حل این مشکلات تلاش کرده است ولی تاثیر چندانی برای جلوگیری از آن نداشته است. به نظر می‌رسد نظارت بیشتر و دقیق‌تر وزارت صمت و سازمان حمایت از مصرف‌کننده باید در این زمینه بیشتر شود و برای افزایش کیفیت محصولات، از صدور متعدد مجوزهای تولید لوازم خانگی جلوگیری شود.

وضعیت صادرات خوب نیست

وی با بیان وضعیت فعلی صادرات محصولات شرکت، خاطرنشان کرد: همانطور که بعد از حمایت‌های مقام معظم رهبری، شاهد رشد صنعت لوازم خانگی در داخل کشور بودیم، در سال‌های آتی شاهد بهبود و رشد وضعیت صادرات نیز خواهیم بود.

۱۵۰۰ نفر به طور غیر مستقیم در حال فعالیت هستند. این فعال اقتصادی گفت: عمده محصولات تولیدی ما مبتنی بر لوازم خانگی کوچک مانند انواع و اقسام آمیوه‌گیری، چرخ گوشت، جارو برقی، پلوپز، پنکه، بخاری برقی، بخارشور، توستر نان و سایر محصولات مورد نیاز در آشپزخانه است که تقریباً کامل‌ترین سبد را شکل داده‌ایم.

تامین نیازهای داخلی

وی با اشاره به سهم کارخانه در تامین نیازهای داخلی کشور، اظهار داشت: بخش مهمی از نیازهای لوازم خانگی در داخل کشور را کارخانه ما تامین می‌کند برای مثال نیاز جاروبرقی در کشور تعداد ۱ میلیون ۲۰۰ هزار دستگاه است که تعداد ۴۵۰ هزار دستگاه آن در ایران تولید می‌شود و متأسفانه مابقی آن از کالای قاچاق تامین می‌شود. از تعداد ۴۵۰ هزار دستگاه جاروبرقی تولیدی در کشور، ۱۵۰ هزار دستگاه توسط کارخانه ما تولید می‌شود.

این تولیدکننده لوازم خانگی خاطرنشان کرد: به واسطه حضور ژاپنی‌ها و استانداردهای بسیار سخت‌گیرانه آنها، آموزش‌های کنترل کیفی خوبی در این مجموعه صورت گرفته است و بعد از برند پاناسونیک، محصولات تولیدی با همان کیفیت و استانداردها تولید می‌شود. مدیرعامل شرکت ناسیونال ایران با بیان اینکه بیش از ۳۰۰ مرکز خدمات پس از فروش در سراسر کشور داریم که با مشتریان در ارتباط هستند اگرچه هیچ‌گاه نمی‌توان ادعا کرد که مشتریان به طور صد درصدی از محصولات ما رضایت دارند اما در مجموع ۹۵ درصد از محصولات راضی هستند، ابزار داشت: بعد از فرمان مقام معظم رهبری و حمایت از تولیدات داخلی، سبد محصولات لوازم خانگی افزایش یافت و در حال حاضر تلاش ما و سایر تولیدکنندگان بر افزایش کیفیت محصولات و رضایتمندی مشتریان است.

استانداردهای سخت‌گیرانه شرکت مادر سوزوکی

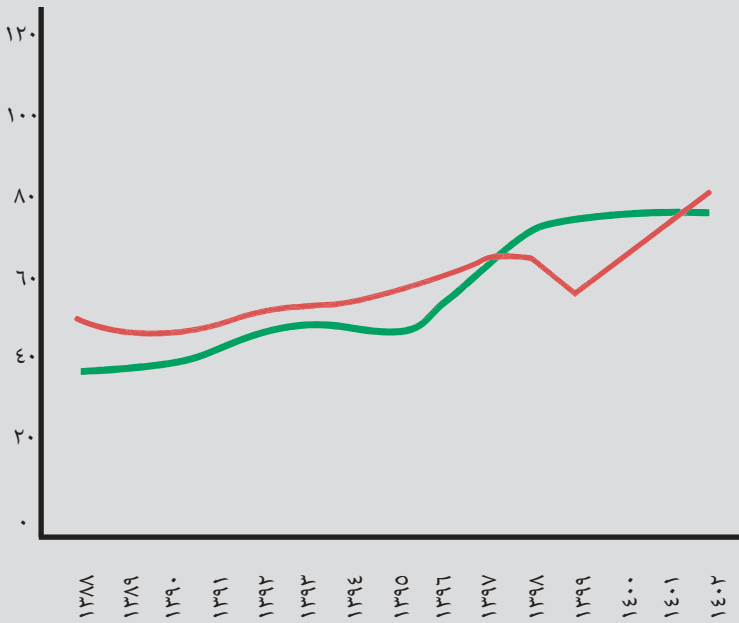
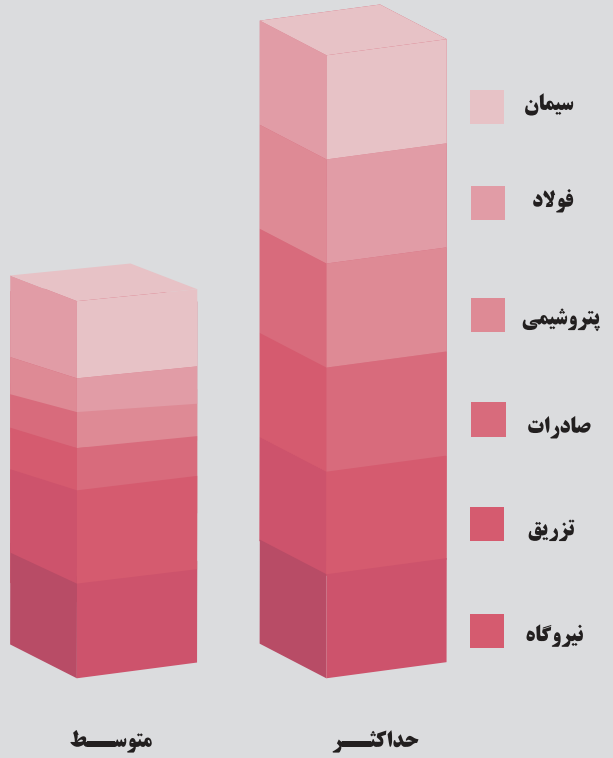
وی گفت: تولیدات جدید ما تحت لایسنس سوزوکی، با سه محصول آمیوه‌گیری، چرخ گوشت و جاروبرقی معرفی شده است که به دلیل استانداردهای سخت‌گیرانه شرکت مادر سوزوکی، تولید این محصولات زمان بر است اما تلاش خواهیم کرد تا پایان سال چهار محصول دیگر به سبد کالای سوزوکی اضافه شود.

علی‌محمدی اضافه کرد: ارزان یا برابر بودن قیمت لوازم خانگی قاچاق نسبت به تولیدات داخلی به دلیل نبود هزینه‌های گمرک و مالیات باعث شده است که مصرف‌کنندگان به سمت خرید کالاهای قاچاق بروند و این امر آسیب‌های زیادی به تولیدات داخلی وارد کرده است.

ناترازی انرژی در ایران

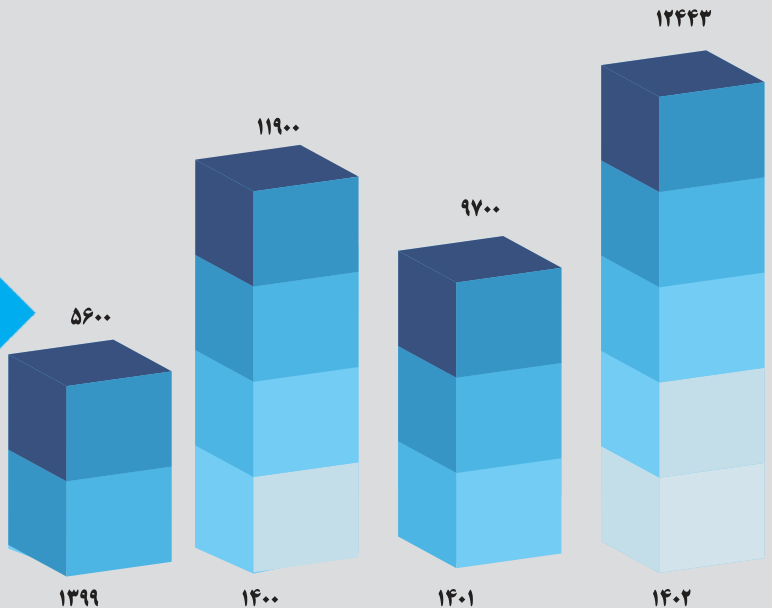


گاز طبیعی
 کسری بیش از ۳۰۰ میلیون مترمکعب در روز
 زمان اوج مصرف ۱۴۰۱
 عدم تامین گاز در نتیجه ناترازی (میلیون مترمکعب در روز) سال ۱۴۰۱



بنزین
 برآورد کسری تولید بنزین نسبت به مصرف داخلی به
 میزان تولید روزانه ۱۰ میلیون لیتر کسری در سال ۱۴۰۲
 تولید و مصرف بنزین (میلیون لیتر در روز)

برق
 کسری ۱۲/۵ هزار مگاوات در پیک روزانه برای سال ۱۴۰۲
 ناترازی برق (مگاوات)



موتورهای کم مصرف کولر به تولید انبوه رسید

در راستای کاهش مصرف برق، اولین خط تولید انبوه نسل جدید موتورهای کولر آبی با نصف مصرف برق موتورهای قدیمی با حضور وزیر نیرو در مشهد راه اندازی شد. همزمان با توسعه فناوری، دانشمندان برای کولرهای آبی نیز راهکارهایی طراحی کرده و توسعه موتورهای BLDC در دستور کار قرار گرفت. صبح امروز نیز اولین خط تولید انبوه موتور BLDC برای کولرهای آبی با ظرفیت ساخت سالانه ۱۰۰ هزار موتور در فاز اول و ۵۰۰ هزار موتور در فاز نهایی در مشهد افتتاح شد. رگنا نوشت: فناوری ساخت موتور BLDC از نوع مغناطیس دائم است که نصف موتورهای کولر قدیمی مصرف برق دارد. همچنین برخلاف کولرهای قدیمی که تنها دو حالت دور کند و تند دارند، دور موتورهای نسل نو بر اساس دما و در یک طیف گسترده تنظیم می‌شود.



در قلب تهران است. توسعه موتورهای جدید کولر برای کاهش مصرف برق در قالب برنامه مدیریت مصرف برق ۱۰ هزار مگاواتی صنعت برق اجرا شده است.

بر اساس این برنامه وزارت نیرو قصد دارد در قالب اقدامات سخت‌افزاری نظیر اصلاح استانداردهای وسایل برقی، توسعه فناوری وسایل کم مصرف، اصلاح چراغ‌های معابر و فرهنگ‌سازی نسبت به کاهش مصرف برق در کشور اقدام کند.

البته توجه به مدیریت مصرف در ایران مخالفانی هم دارد، یک کارشناس انرژی محمدجواد معتمدی‌کیا اعتقاد دارد، دولت به جای تمرکز بر مدیریت مصرف باید فقط به توسعه نیروگاه‌ها بپردازد و با توسعه ظرفیت تولید برق به دنبال حل مسائل انرژی برود.

در مقابل سیما غفاری به سه برابر بودن مصرف برق ایران به دلیل وسایل فرسوده نسبت به متوسط جهان اشاره کرده و می‌گوید، هر مگاوات ساخت نیروگاه ۲۲ برابر مدیریت مصرف

بر اساس آگهی‌های فروش در تارنماهای بازار برخط، قیمت این محصول هم اکنون بین ۵ تا ۶.۵ میلیون تومان است. سیما غفاری، کارشناس انرژی، تولید انبوه موتور BLDC را عامل کاهش قیمت این محصول می‌داند و معتقد است: طی ماه‌های آینده قیمت موتور BLDC با افت مواجه خواهد شد.

در نمایشگاه جهانی سنت لوئیس در سال ۱۹۰۴، برگزارکنندگان برای خنک‌سازی ساختمان ایالت میسوری از یخچال مکانیکی استفاده کردند، یخچالی که بعدها به کولر آبی شهرت یافت و هم‌اکنون پر استفاده‌ترین وسیله ایرانی‌ها برای مقابله با گرما در فصل زمستان است.

همزمان با توسعه فناوری کولرها، نسل موتورهای BLDC نسبت به موتورهای القایی قدیمی ۳۰ وات کاهش توان خواهند داشت. با ساخت و جایگزینی سالانه ۵۰۰ هزار موتور جدید به جای موتورهای کولر قدیمی، زمینه صرفه‌جویی ۲۳۰ مگاواتی فراهم خواهد شد. ۲۳۰ مگاوات معادل تولید برق نیروگاه بعثت

هزینه دارد. برنامه‌های مدیریت مصرف برق امروز به جزء لاینفک حکمرانی انرژی در دنیا بدل شده‌اند.

کشورهای پیشرفته از جمله آمریکا و فرانسه برای افزایش بازدهی مصرف برق به سمت استانداردهای سختگیرانه حرکت کرده و همچنین با افزایش قیمت برق مردم را به صرفه‌جویی اجبار می‌کنند.

در ایران اما قیمت برق برای مصارف در حد الگو ثابت باقی‌مانده اما مسئولان با طراحی نظامات تشویقی قصد هدایت مردم برای صرفه‌جویی را در دستور کار قرار دادند.



وزیر نیرو با تأکید بر اینکه مقرر شده است کولرهای آبی با درجه انرژی A به بالا تولید شود، افزود: با تولید این موتورهای پربازده سالانه ۳۰۰ مگاوات صرفه‌جویی در کولرهای جدید خواهیم داشت و امیدواریم از کاری که شروع شده و در دیگر کارخانجات تولید موتور هم در جریان است، حمایت شود تا بتوانیم ناترازی زیاد موجود میان تولید و مصرف برق کشور را از محل صرفه‌جویی جبران کنیم.

محرابیان در پایان یادآور شد: در کولرهای گازی هم همین برنامه پیگیری می‌شود و در هیئت دولت مصوب شده تا از واردات لوازم خانگی بی‌کیفیت پرمصرف به شدت جلوگیری شود و این در جهت حمایت از تولید داخلی و واردات کالاهای با مصرف بهینه است و این درحالیست که واردات برای لوازم مصرفی با دو گرید بالای جدول امکان‌پذیر خواهد بود.

وزیر نیرو خبر داد:

ممنوعیت واردات لوازم خانگی بی‌کیفیت و پرمصرف به کشور

علی اکبر محرابیان وزیر نیرو گفت: در هیئت دولت مصوب شده تا از واردات لوازم خانگی بی‌کیفیت پرمصرف به شدت جلوگیری شود در همین راستا وزیر نیرو در سفر دو روزه به استان خراسان رضوی و در مراسم بهره‌برداری از کارخانه تولید انبوه الکتروموتورهای پربازده مغناطیس دائم (BLDC) در شهر مشهد مقدس عنوان کرد: فاصله توان مصرفی برق در تابستان و زمستان کشور ایران حدود ۳۳ هزار مگاوات است و این درحالی است که کل مصارف ۱۷۰ کشور در کره زمین از ۳۳ هزار مگاوات توان کمتر است. وی با بیان اینکه بیشترین تفاوت مصرف تابستان و زمستان کشور ما مربوط به مصرف کولرها است، ادامه داد: انجام یکسری اقدامات در کاهش مصرف برق و بهینه کردن آن ارزشمندترین کار در اقتصاد و انرژی کشور است و به راحتی می‌توانیم بخش قابل توجهی از ناترازی‌های انرژی و برق کشور را از این طریق برطرف کنیم چرا که در حوزه انرژی برای تولید برق نیازمند مصرف قابل توجهی سوخت هستیم. وی ضمن تشکر از همکاری سازمان ملی استاندارد در سال‌های اخیر برای تولید و واردات کالاهای پربازده لوازم خانگی و غیرخانگی اعم از برقی و گازی اظهار کرد: این موضوع باعث می‌شود بتوانیم مصارف خود را بهینه کنیم.

صنعت لوازم خانگی و چالشی به نام حمل‌ونقل



صنعت حمل‌ونقل و خدمات جانبی آن در شمار بخش‌هایی از اقتصاد ایران قرار می‌گیرند که سهم قابل توجهی در تولید و اشتغال دارند. حدود ۸ درصد از جمعیت شاغل و ۷/۸۶ درصد از تولید کل کشور در این بخش قرار دارد. این سهم مستقیم این صنعت در اقتصاد کشور است. علاوه بر این محاسبه اثرات القایی غیرمستقیم آن نشان می‌دهد که اهمیت اقتصادی این صنعت در مقایسه با بسیاری از بخش‌ها و صنایع کشور قابل توجه است.

باید برای جلوگیری از کسری سهمیه ارزی، ارز را تنها به تولیدکننده اختصاص دهد تا بخش تولید کمی از مشکلات فعلی فاصله بگیرد و چرخ کارخانه‌ها از فعالیت باز نماند.

لطفی قاچاق لوازم خانگی را ناشی از سیاست‌های ارزی دولت دانست و ابراز داشت: تخصیص ارز به واحدهای تولید علاوه بر رونق تولید اشتغال در صنایع لوازم خانگی را رونق می‌بخشد. صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت پیشران کشور از حمایت کافی دولت برخوردار نیست مورد دیگری بود که مدیرعامل هاردستون به آن اشاره کرد و افزود: با شرایط کنونی در صنعت لوازم خانگی قیمت تمام شده در این صنعت رو به تزاید گذاشته است.

جایزه صادراتی راه‌حل تولیدکننده نیست

وی به تسهیلات ارائه شده در کشورهای صاحب صنعت لوازم خانگی به تولیدکننده برای صادرات اشاره داشت و یادآور شد: سیاست اشتباه تخصیص ارز تولید را در کشور تهدید می‌کند و بازرگانی را قوت می‌بخشد به همین دلیل ضرورت دارد توجه بیشتری در تصمیم‌سازی در این حوزه انجام گیرد چرا که در عمل جایزه صادراتی دردی را از صنایع لوازم خانگی درمان نمی‌کند.

ایجاد فضای رقابتی با سیاست‌گذاری درست مورد تاکید لطفی قرار گرفت و در این‌باره گفت: تخصیص نامتوازن ارز دیپوی چند ماهه مواد اولیه تولید در کشور باعث شده که ضروری باشد تا برای آن چاره‌ای عاجل اندیشیده شود.

بیشتر تولیدکنندگان درصدد ایجاد زیرساخت حمل‌ونقل برای کارخانجات خود برآمدند و به این جهت هاردستون نیز اقدام به خرید چند کامیون کرد، اما این مقوله نیز مشکلاتی را برای این شرکت ایجاد کرد. وی به ضعف شرکت‌های حمل‌ونقل در همراهی با کارخانجات تولیدکننده صنعت لوازم خانگی اشاره کرد و گفت: قوانین دست‌وپاگیر یکی از موانع موجود در این بخش است. لطفی با بیان اینکه پرداختن به مسائل حاشیه‌ای، تولیدکننده را از مسیر خود منحرف کرده و مانع از تحقق اهداف شده است، عنوان کرد: مبحث صادرات و واردات و حمل‌ونقل این بخش نیاز به تخصص داشته و تولیدکننده شاید کمتر بتواند در آن ورود کند. او تصریح کرد:

بی‌تجربگی در حمل‌ونقل میان تولیدکنندگان سبب طولانی دارد و اقدام مستقیم به این مهم مساوی است با تحمل زیانی که گاهی جبران آن غیرممکن خواهد بود. سیستم حمل‌ونقل لوازم خانگی باعث شده تا صادرات لوازم خانگی تنها به چند کشور همسایه محدود شود، موضوع دیگری بود که لطفی به آن اشاره داشت و گفت: وضع کنونی حمل‌ونقل تجاری کشور به گونه‌ای است که تولیدکننده را ناگزیر از ورود به دنیایی می‌کند که تخصصی در آن ندارد.

تامین ارز دغدغه اصلی تولیدکنندگان

به اعتقاد لطفی منطق حکم می‌کند تا با واردات مواد اولیه، قالب‌سازی و تولید در کارخانجات ایران صورت بگیرد، چرا که دولت تاکید دارد باید حمایت از تولیدکننده انجام شود اما در عمل ما با چالش‌های زیادی مواجه هستیم که یکی از آن‌ها مبحث تخصیص ارز است.

سواستفاده برخی از تولیدکننده ناهما موضوعی بود که لطفی آن را مانع از اعتماد کامل به این بخش دانست و افزود: دولت

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، با توجه به اهمیت صادرات لوازم خانگی، دولت و سازمان‌های مربوطه باید تمام تلاش خود را برای توسعه این صنعت و افزایش میزان صادرات آن انجام دهند که یکی از این موارد که کمک شایانی در راستای تسهیل امور صادراتی دارد بروزرسانی و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقلی کشور است. به طور خلاصه، توسعه صنعت لوازم خانگی با صادرات که متکی به حمل‌ونقلی جامع است یکی از راه‌های مهم برای رشد و پیشرفت اقتصادی کشورها است.

با توجه به اهمیت این صنعت، تلاش برای افزایش میزان صادرات لوازم خانگی و توسعه شرکت‌های صادرات و واردات و صادرات لوازم خانگی باید به عنوان یک اولویت مهم در نظر گرفته شود؛ به همین دلیل و به بهانه ۲۶ آذر روز حمل و نقل در این شماره از آینده‌سازان به بررسی این مهم با همراهی تولیدکنندگان لوازم خانگی پرداخته شده است.

نقش حمل‌ونقل در توسعه صنعت لوازم خانگی

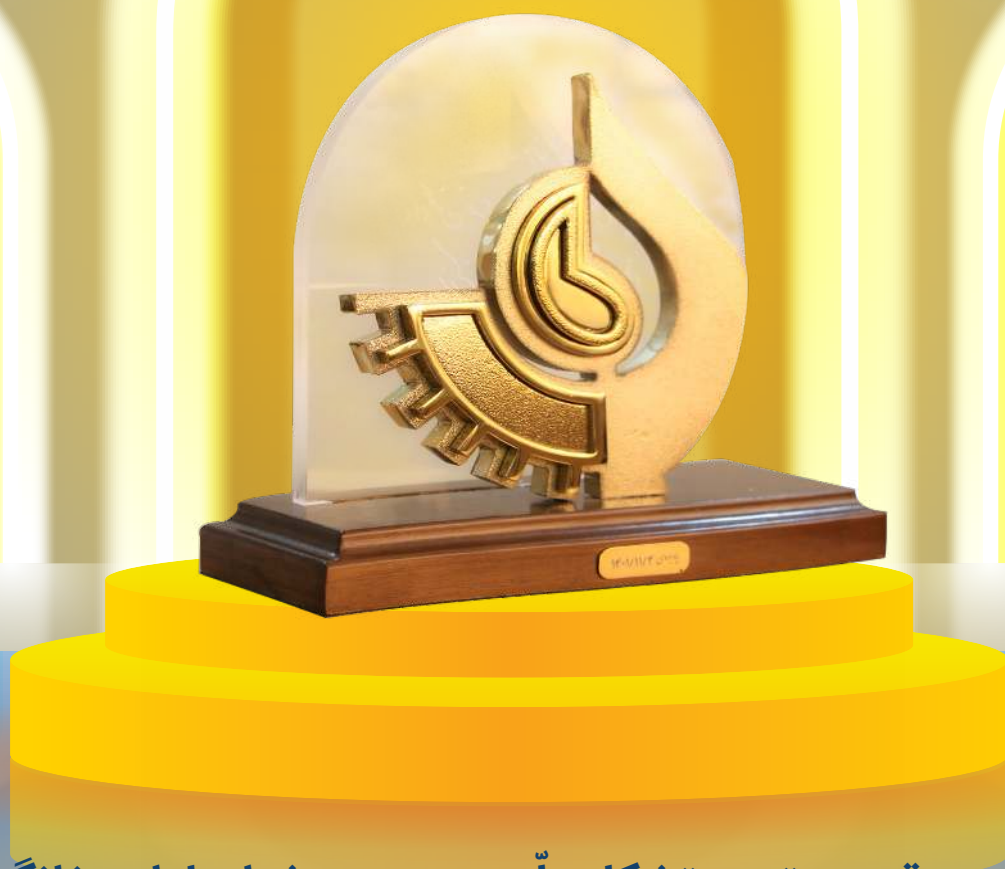
علی لطفی مدیرعامل شرکت هاردستون در گفت‌وگو با آینده‌سازان در خصوص اهمیت موضوع حمل‌ونقل در توسعه و پیشرفت صنعت لوازم خانگی، می‌گوید: با توجه به قیمت گزاف لوازم خانگی که این روزها مرتب نیز بالاتر می‌رود، بیمه لوازم خانگی در حین حمل را باید در شمار بیمه‌های ضروری قرار داد. اما این مهم در حوزه حمل‌ونقل کشورمان جایگاهی ندارد و هزینه خودروهای درستی به منظور این کار برای تولیدکننده با صرفه اقتصادی همراه نیست. وی با اشاره به افزایش کرایه حمل بار از یک درصد به پنج درصد، گفت: این موضوع برای حمل بار داخلی است و به این مهم باید فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل تجاری را نیز افزود. به دلایل یاد شده



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

سومین همایش تجلیل از چهره‌های ماندگار و پیشکسوتان صنایع لوازم خانگی ایران



بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی ایران

تقاطع بزرگراه شهید چمران و خیابان ولیعصر (عج)
هتل بین‌المللی پارسیان استقلال، سالن دریای نور



سه‌شنبه ۱۲ دی ۱۴۰۲
ساعت ۱۸ لغایت ۲۲



مس چهار ویژگی کلیدی دارد که آن را برای انتقال انرژی پاک ایده آل می‌کند:

- قابلیت بازیافت**
مس ۱۰۰٪ قابل بازیافت است و می‌توان آن را به طور مکرر بدون کاهش عملکرد استفاده کرد.
- اقتصاد**
رانندگی حرارتی مس ۶۰ درصد بیشتر از آلومینیوم است و کربن را با سرعت بیشتری از بین می‌برد.
- شکل پذیری**
مس را می‌توان به راحتی به شکل لوله، سیم یا ورق درآورد.
- وسائلی**
مس رنه اول را بین تمام فلزات غیر گرانبسا از نظر حمایت الکتریکی دارد.

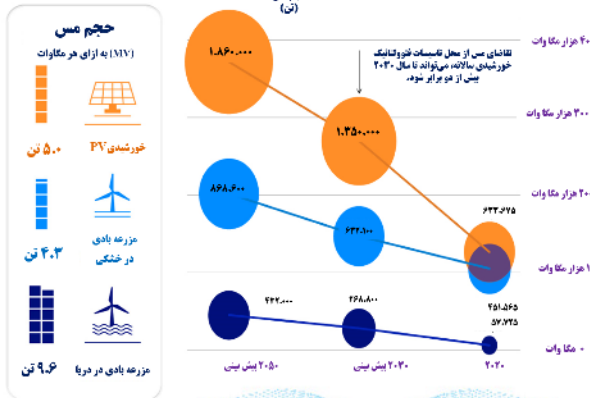
این ویژگی‌ها مس را برای ذخیره انرژی، نیروی محرکه الکتریکی (از جمله وسایل نقلیه الکتریکی) و تجدیدپذیر ضروری می‌کند.



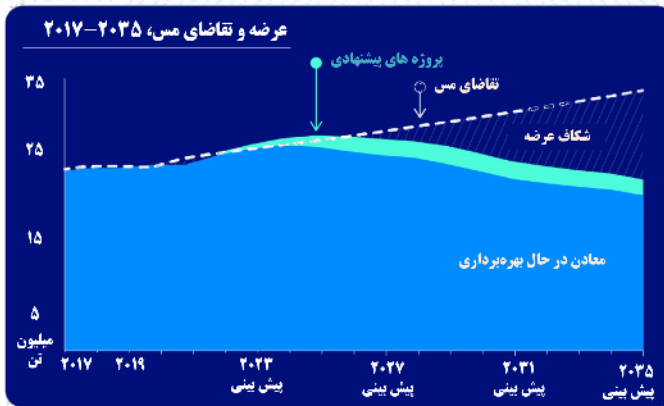
- همچنین مس برای موارد زیر ضروری است:
- شبکه 5G
 - شبکه ذخیره‌سازی
 - زیرساخت‌های الکتریکی

نقش مس در اقتصاد کم‌کربن

تقاضای انرژی بادی و خورشیدی برای مس در سال ۲۰۲۰-۲۰۵۰؛ ظرفیت سالانه (مگاوات)



با افزایش پذیرش فناوری‌های بادی و خورشیدی، نیاز به مس نیز افزایش می‌یابد.



رقابت بر سر مس معادن در حال بهره‌برداری و پروژه‌های پیشنهادی، تقاضای پیش‌بینی شده را برآورده نمی‌کنند و سناریوی عرضه در میان مدت کاملاً محدود به نظر می‌رسد.

حرکت به سمت انرژی‌های تجدیدپذیر و الکتریکی به کالاهایی مانند مس نیاز دارد.



معاونت بررسی های اقتصادی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

مس وسایل نقلیه الکتریکی را به حرکت در می آورد

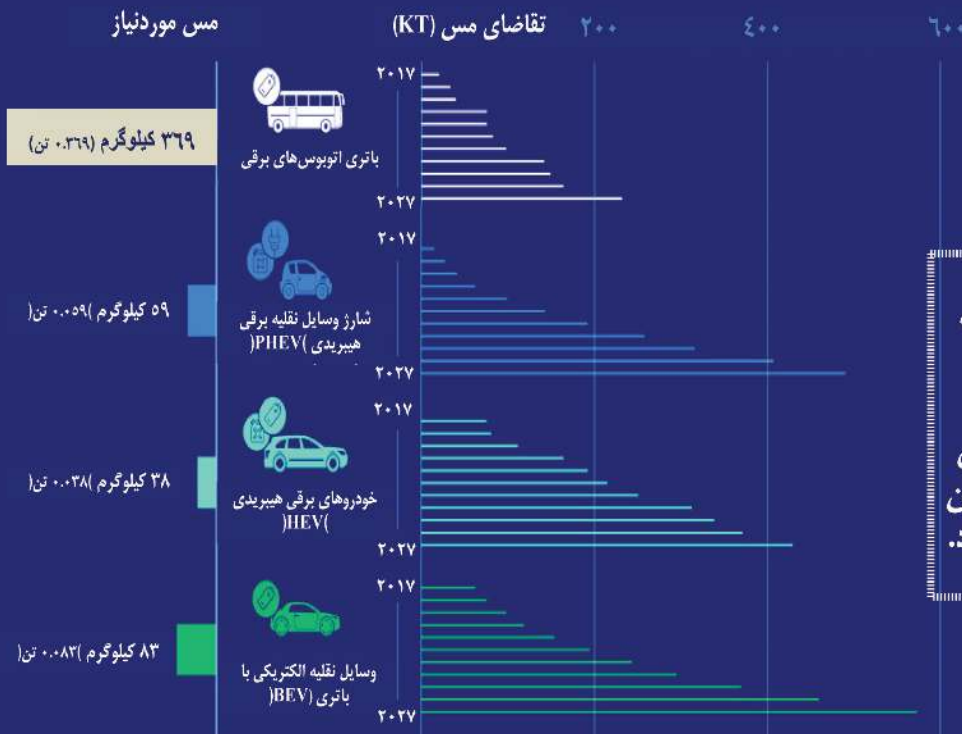
وسایل نقلیه الکتریکی (EV) می توانند تا ۴ برابر بیشتر از وسایل نقلیه بنزینی مس نیاز داشته باشند.

EVها به مس در باتری ها، سیم پیچ ها، سیم کشی ها و زیرساخت های شارژ نیاز دارد.



- مس به کاهش انتشار کربن کمک می کند و انرژی مورد نیاز برای تولید برق را کاهش می دهد.
- سیستم های انرژی تجدیدپذیر در مقایسه با سیستم های سنتی تا ۳۱ برابر مس بیشتر نیاز دارند.

مادامی که جهان به سمت فناوری های انرژی تجدیدپذیر حرکت می کند، مس بعنوان پرمصرف ترین فلز مطرح خواهد بود.



مس ضروری ترین ماده معدنی برای فناوری های انرژی پاک است.



منابع:

CRU, Wood Mackenzie
Copper Development Association
IRENA, Navigant Research, Copper Alliance

میز اشتغال، حرکت پرامید به سوی آینده



جمعیت شاغل مستقیم در صنعت لوازم خانگی حدود ۳۰۰ هزار نفر و جمعیت شاغل غیرمستقیم در این صنعت قریب به ۱ میلیون نفر است و طبیعتاً این صنعت نیازمند حضور متخصصان و دانش آموختگان در رشته‌های مختلف دانشگاهی خواهد بود. در همین راستا بود که سامانه به‌هم‌رسانی کارجویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی ایران توسط انجمن لوازم خانگی ایران و با حضور خانم عظیم‌زاده، رئیس مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID) در نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۲ رونمایی شد.

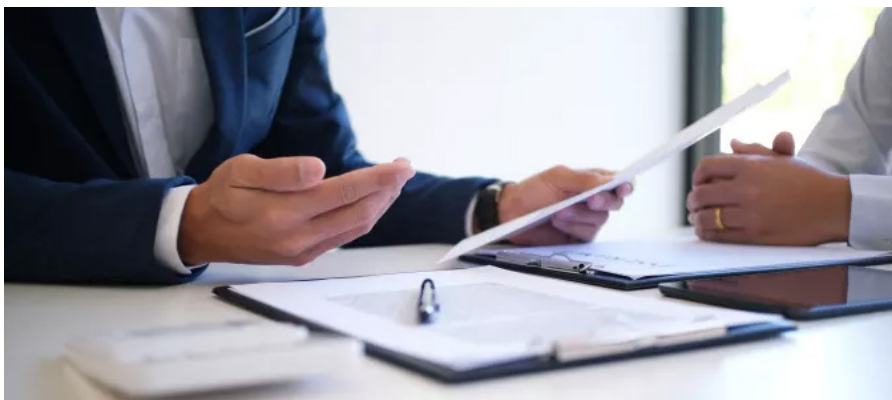
کارجویان و کارفرمایان شد؛ رونمایی از این سامانه و پلی برای امیدآفرینی جوانان و پرهیز از مهاجرت‌های ناخواسته که در طول سال‌های اخیر سرعت بیشتری گرفته است، خواهد بود. در همین زمینه به موجب نقش صنعت لوازم خانگی در ایجاد اشتغال پایدار در کشور، انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان مجری برگزارکننده بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) طرح

جاری منتشر شده است، سهم صنعت کشور از بازار اشتغال ۳۳٪ درصد است که حدود ۸ میلیون نفر در کل صنعت کشور شاغل هستند که از این میزان سهم صنعت لوازم خانگی از اشتغال حدود ۳۰۰ هزار نفر به صورت مستقیم است که این نشان از ظرفیت این صنعت برای افزایش سهم اشتغال است؛ از این رو باید تاکید داشت که این صنعت ظرفیت استفاده از توانمندی‌های منابع انسانی متخصص برخوردار است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، بنا به تاکید متولیان امر، این سامانه می‌تواند پلی باشد برای امیدآفرینی جوانان و پرهیز از کاهش مهاجرت‌های ناخواسته که در جامعه دیده می‌شود. این در حالی است که بر اساس تازه‌ترین آمارها، در بازار کار ایران ۵۳۶ هزار در سن ۱۵ تا ۲۴ سال بیکار هستند که این رقم بیش از ۵۷ هزار نفر نسبت به تابستان قبل کاهش نشان می‌دهد.

همچنین جمعیت بیکاران در گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال به یک میلیون و ۵۲۰ هزار و ۶۳۵ نفر رسیده که ۱۲۲ هزار و ۶۳۷ نفر کمتر از تابستان سال قبل است.

صنعت لوازم خانگی نیز به عنوان دومین صنعت پیشران اقتصادی کشور، بستر ساز ایجاد بسیاری از مشاغل مستقیم و غیرمستقیم در این حوزه از صنعت برای متقاضیان بازار کار است از همین رو توسعه این صنعت به‌منابه توسعه اشتغال ملی خواهد بود. همچنین این صنعت ضمن ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در حوزه فعالیت خود، موجب گسترش دامنه ایجاد مشاغل از طریق سایر صنایع وابسته نظیر فولاد و پتروشیمی در سیستم اقتصادی کشور نیز خواهد شد. بنا بر آمار رسمی که در بهار سال



در همین زمینه بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) بهانه‌ای برای راه‌اندازی سامانه به‌هم‌رسانی «میز اشتغال» را با هدف ورود کارجویان مرتبط با صنعت لوازم خانگی به این حوزه زمینه‌سازی کرد.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

AHAM/IRAN

بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی
صنعت پیشران لوازم خانگی کشور

میز اشتغال

حرکتی امید آفرین به سوی آینده

توجه ویژه به مسئله اشتغال جوانان در حوزه صنعت لوازم خانگی
جذب نیروی کار توسط کارفرمایان از طریق رزومه‌های ثبت شده



sid.ir/ahamiranjob

۶۹۰۰ واحد صنعتی در شهرک‌ها تعطیل هستند ۳۰ مجوز برای کارآفرینی

سرمایه‌گذاران در هرجای ایران برای آغاز به فعالیت تولیدی حداقل یک‌سال‌ونیم را باید دوندگی کنند. این موضوعی است که فرشاد مقیمی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت به آن اشاره کرده است. به گفته او، یک سرمایه‌گذار از ابتدای تصمیم خود برای ورود به تولید با فرض اینکه زمین هم داشته باشد، تا شروع به تولید، باید حدود ۳۰ مجوز دریافت کند. اگرچه قرار بود درگاه ملی مجوزها موجب تسهیل مجوزدهی شود، اما همچنان برخی دستگاه‌های مجوزدهی مقاومت می‌کنند.



دنیای اقتصاد نوشت: واحد صنعتی در شهرک‌ها تعطیل هستند. آمارها در مورد شهرک‌های صنعتی نشان می‌دهد ۴۳ درصد از واحدهای صنعتی داخل شهرک‌ها، زیر ۵۰ درصد تولید کرده یا متوقف بوده‌اند و تنها ۵۷ درصد از این واحدها با ظرفیت بالای ۵۰ درصد مشغول به فعالیت هستند. بر این اساس ۱۲ هزار و ۱۸۱ واحد صنعتی یعنی حدود ۲۴ درصد، با بالای ۷۰ درصد ظرفیت فعالیت دارند. حدود ۳۳ درصد واحدها که نزدیک به ۱۷ هزار واحد صنعتی می‌شوند، با ۵۰ تا ۷۰ درصد ظرفیت درحال فعالیت هستند و حدود ۱۴ هزار واحد با ظرفیت زیر ۵۰ درصد فعالیت می‌کنند و ۱۳ درصد از این واحدها هم متوقف هستند. ماشین‌آلات و تکنولوژی فرسوده، مشکلات مربوط به تامین مواد اولیه، کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش و نبود بازار از اصلی‌ترین دلایل تعطیلی این واحدهای صنعتی است. یکی از مسائل مهم سد راه تولیدکنندگان، فرآیندهای مجوزدهی است. بر این اساس اعلام شده است که برای سرمایه‌گذاری در یک‌بخش، تقریباً حدود یک‌سال و نیم تا دو سال طول می‌کشد تا مجوزهای استقرار از سازمان‌هایی همچون سازمان حفاظت از محیط‌زیست اخذ شود و در این راه، مجوزهای لازم، حدود ۳۰ مجوز است. طی سال‌های اخیر احیای واحدهای صنعتی تعطیل در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته و آمار واحدهای احیای شده به‌عنوان دستاورد معرفی می‌شود، اما احیا و بازگرداندن این واحدها به هر قیمتی به چرخه تولید لزوماً به ایجاد ارزش‌افزوده اقتصادی و رشد و توسعه تولید منجر نشده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در مواردی واحدهایی تسهیلات دولتی دریافت کرده و حمایت می‌شوند که اساساً به دلیل عدم به‌روزرسانی دانش و تکنولوژی، امکان دوام در بازار و رقابت در بلندمدت و خلق ارزش را ندارند. در مقابل واحدهای صنعتی از جمله واحدهای دانش‌بنیانی هستند که به دلیل کمبود سرمایه در گردش و نقدینگی مجبور به توقف فعالیت تولیدی خود می‌شوند.

از این رو احیای واحدهای تولیدی غیرفعال براساس استراتژی مشخص و با بررسی کارشناسی ظرفیت‌ها و نیازها مسیری است که باید مدنظر سیاستگذار و دستگاه‌های اجرایی قرار گیرد.

فرشاد مقیمی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی در برنامه صف اول و در بررسی عملکرد سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های

صنعتی با اشاره به اینکه به منظور افزایش ظرفیت واحدها، ۳ هزار و ۳۰۰ واحد را هدف‌گذاری کرده‌ایم، گفت: در ابتدای کار دولت تعداد واحدهای متوقف حدود ۱۷ درصد بوده است. این روند کاهش پیدا کرده و به ۱۳ درصد رسیده است. به گفته او ۷۶۴ واحد صنعتی تا به امروز احیا شده و ۵۴۰ واحد صنعتی هم در دست اقدام است.

همچنین واحدهایی که با زیر ۵۰ درصد ظرفیت تولید فعالیت می‌کردند، ۳۳ درصد بود که در حال حاضر به حدود ۲۸ درصد کاهش پیدا کرده است. به گفته او این مجموعه اقدامات و فعالیت‌ها باعث شده است تا برخی از واحدهایی که زیر ۵۰ درصد بوده‌اند، به جرگه واحدهای بالای ۵۰ درصد بپیوندند.

مقیمی با بیان اینکه احیای واحدها صرفاً برای همه واحدهای متوقف اتفاق نمی‌افتد، می‌گوید: احیای واحدها با توجه به اینکه واحدی واقعاً بازار داشته باشد، بتواند بعد از احیا شدن روی پای خودش بایستد، به فعالیت‌های صنعتی خودش ادامه دهد، توسعه پیدا کند، بزرگ شود... در دستور کار قرار دارد.

برخی از واحدها به پایان رسیده باشد. از همین رو در مورد این واحدها مکانیزم‌های دیگری دنبال می‌شود.

به عنوان نمونه، یکی از اقدامات این است که اساساً نگذاریم هیچ واحدی متوقف شود؛ یعنی واحدی که زیر ۵۰ درصد فعالیت دارد شناسایی و دلایل ظرفیت پایین تولید، بررسی و راهکار استخراج شود.

به عنوان نمونه، بعضی از واحدها مشکل تامین سرمایه در گردش دارند. در حال حاضر و در مجموع بالغ بر ۵۹ هزار واحد صنعتی دولتی و غیردولتی در داخل شهرک‌های صنعتی مستقر هستند. براساس آمارها بیش از ۶۵ درصد واحدهای صنعتی الان در داخل شهرک‌های صنعتی مستقر هستند، همچنین بیش از یک میلیون و ۴۰ هزار نفر در شهرک‌های دولتی مستقر هستند و ارائه خدمات می‌دهند و ۱۷۰ هزار نفر هم در شهرک‌های غیردولتی مشغول فعالیت‌های تولیدی در کشور هستند.



هزینه بالای استقرار در شهرک صنعتی

یکی از چالش‌های استقرار بنگاه‌ها در شهرک‌های صنعتی، هزینه بالای استقرار این واحدهاست. اگرچه به لحاظ منطقی این طور به نظر می‌رسد که استقرار در شهرک صنعتی کاهش هزینه برای واحدهای تولیدی را باید به دنبال داشته باشد، اما به‌ویژه در شهرک‌های صنعتی که با تقاضای بالاتری روبه‌رو هستند، هزینه استقرار برای واحدهای صنعتی افزایش می‌یابد و در مواردی همین موضوع تعطیلی و کاهش ظرفیت تولید این واحدها را به دنبال دارد. رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی در این زمینه با بیان اینکه در مجموعه سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی، اصلاً زمین واگذار نمی‌شود، می‌گوید: ما خدمات را داریم واگذار می‌کنیم، یعنی داریم حق بهره‌برداری از یک زمین صنعتی را به صنعتگر واگذار می‌کنیم.

مقیمی با تأکید بر اینکه در تلاش هستیم بهای تمام‌شده را برای صنعتگرمان پایین آوریم، ادامه می‌دهد: پایین آمدن بهای تمام‌شده تولید به پایین آمدن بهای سرمایه‌گذاری در کشور منجر می‌شود و رغبت برای سرمایه‌گذاری را در کشور بالا می‌برد. اما قاطعانه می‌توانم بگویم در خیلی از جاهای این کشور، حتماً بهای تمام‌شده بالاتر از بهای تمام‌شده شهرک صنعتی است. به گفته او در برخی از شهرک‌ها تقاضا به دلایل مختلف، از جمله نزدیکی به مراکز صنعتی، به مراکز تامین مواد اولیه، مراکز تامین نیروی انسانی متخصص، بازار مصرف، بازار تکنولوژی و... که بر زنجیره تولید یک واحد صنعتی تأثیرگذار است و هزینه‌های تولید، هزینه لجستیک و... بهای تمام‌شده را کاهش می‌دهد، بسیار بالاست و با توجه به مسائل و محدودیت‌ها مثل زیست‌محیطی یا اینکه بارگذاری صنعتی در برخی از مناطق جغرافیایی کشور به حد غیرمجاز رسیده است، امکان توسعه شهرک وجود ندارد.

استقرار ۷۸۰ واحد دانش‌بنیان در شهرک‌ها

در حال حاضر حدود ۷۸۰ واحد دانش‌بنیان در داخل شهرک‌های صنعتی فعالیت دارند. بررسی‌ها نشان می‌دهد یکی از مشکلات واحدهای دانش‌بنیان که باعث شده نتوانند فعالیت و اقدامات‌شان را توسعه دهند، این است که اتصال بین واحدهای صنعتی و مصرف‌کنندگان و نوعی بازار ایجاد نمی‌شود. مقیمی در این زمینه با بیان اینکه واحدهای دانش‌بنیان جزو صنایع خرد و کوچک و متوسط هستند، گفت: البته ما واحدهای دانش‌بنیان بزرگ هم داریم، ولی عمده این‌ها در این سطح هستند. امروز از مجموع ۱۰۱ هزار قرارداد صنعتی در داخل شهرک‌های صنعتی، ۵۱ هزار آن به واحد صنعتی تبدیل شده است و ۴۹ هزار آن در مرحله اجرای طرح صنعتی است.

او با بیان اینکه میزبان ۷۸۰ واحد دانش‌بنیان در داخل شهرک‌های صنعتی هستیم، ادامه داد: ما ۴۲۰ طرح در دست ساخت‌وساز در حوزه دانش‌بنیان داریم، ۵۰ قرارداد در سال ۱۴۰۲ تا به امروز بسته شده است. در مورد دانش‌بنیان‌ها در حوزه زیرساخت شریطی را برای استقرار این واحدها، چه از بحث زمین صنعتی و چه غیر از زمین صنعتی نیاز می‌کنیم. اما چیزی که به صورت ویژه برای دانش‌بنیان‌ها پیش‌بینی کرده‌ایم، شرایط واگذاری است. مقیمی افزود: شرایط واگذاری

فرسودگی ماشین‌آلات واحدهای صنعتی

بررسی‌ها نشان می‌دهد یکی از دلایل عمده تعطیلی واحدهای صنعتی ماشین‌آلات فرسوده است.

براساس استانداردها و پارچوب‌هایی که در کشور و در دنیا وجود دارد، معمولاً طول عمر ماشین‌آلات و تجهیزات را به طور متوسط ۲۰ سال در نظر می‌گیرند. این در حالی است که آمارها نشان می‌دهد ۱۲ هزار واحد صنعتی در کشور هستند که از پروانه بهره‌برداری صادرشده آنها بیش از ۲۰ سال گذشته است.

رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی با اشاره به این آمار می‌گوید: این واحدها طبیعتاً برای اینکه بتوانند به حیات خود ادامه دهند باید نسبت به نوسازی و بازسازی در حوزه فعالیت خودشان اقدام کرده باشند.

البته برخی از این واحدها این کار را انجام داده‌اند؛ یعنی به این معنا نیست که در این حوزه واحدهای صنعتی یا صنعتگرها یا صاحب صنایع اقدامی انجام ندادند، ولی ما به عنوان یک متولی و براساس قانون این موضوع را در دستور کار داریم.

ما مشخص است، برای کسانی که به ما مراجعه می‌کنند، معمولاً یک‌درصدی را به عنوان نقد ابتدایی پرداخت می‌کنند، الباقی در قالب اقساطی است که بسته به نوع واگذاری برای آنها پیش‌بینی شده است. همچنین سهم پیش‌پرداخت به ۱۰ درصد کاهش پیدا کرده است. طول پرداخت اقساط نیز، ۳۶ ماه، ۴۲ ماه و ۴۸ ماه، بسته به نوع فعالیت و درخواست، افزایش پیدا کرده است.

رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی با بیان اینکه در سراسر کشور ۲۰ فن‌بازار داریم، ادامه داد: بیش از ۲ هزار و ۱۱۵ نیاز فناورانه واحدهای صنعتی را در سراسر کشور شناسایی کرده‌ایم و برای شناسایی اینها مکانیزمی پیش‌بینی شده است.

آن مکانیزم این است که شرکت‌های مشاوره‌ای در واحدهای صنعتی مستقر می‌شوند و نیازهای فناورانه شناسایی می‌شود. ۷۰ درصد مبلغ قرارداد برای شناسایی و ثبت و ضبط کردن این فناوری را خود مجموعه سازمان به عنوان یارانه پرداخت می‌کند و بعد از اینکه این نیازها شناسایی شد، بین کسانی که دارای فناوری هستند و با این نیازها ارتباط برقرار می‌کنیم که اینها کارگزارهای فن‌بازار هستند که اگر بتوانیم برای این نیازها افراد یا مجموعه‌ها یا شرکت‌هایی را پیدا کنیم که آن نیاز را رفع کنند، باز ۷۰ درصد مبلغ قراردادی که این نیاز را رفع کنند سازمان متقبل می‌شود. به گفته او خوشبختانه تا به امروز از طرف دوسال گذشته بیش از هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در این فضا اتفاق افتاده است.

ناترازی انرژی واحدهای صنعتی

یکی از مشکلات واحدهای صنعتی که در سال‌های اخیر تشدید شده است، ناترازی انرژی است. رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی در این زمینه با بیان اینکه بیش از ۷۹ واحد تولید برق که معادل ۷۲۸ مگاوات برق است، از طریق دیجی‌ها و از داخل شهرک‌ها برق تولید می‌کنند و به شبکه سراسری تحویل می‌دهند، می‌گوید: سرمایه‌گذاری جدید در این حوزه را شناسایی کرده‌ایم، بررسی‌ها نشان می‌دهد ما تا پایان سال به ۱۳۸ مگاوات بهره‌برداری جدید از طریق واحدهای سرمایه‌گذاری در داخل شهرک‌ها خواهیم رسید که معادل ۱۵ واحد جدید است که اضافه خواهد شد. همچنین در سال ۱۴۰۲ چهار واحد قبل از پیک سال آینده به چرخه تولید اضافه می‌شوند که حدود ۲۱ مگاوات ظرفیت دارند.

مقیمی با اشاره به اینکه واحدهای تولید



برق شهرک‌ها که تولید انجام نمی‌دهند، شناسایی شده‌اند، گفت: معادل ۲۱۵ مگاوات ظرفیت نصب‌شده در داخل شهرک‌ها به دلیل اینکه قراردادهایشان با وزارت نیرو به پایان رسیده است، امروز امکان تولید ندارند. اینها نیاز به اورهال کردن و قطعات یدکی دارند که در این زمینه تعاملاتی بین مجموعه وزارت صنعت و وزارت نیرو شکل گرفته است. او ادامه داد: در تلاش هستیم شرایطی را مهیا کنیم که ۲۱۵ مگاوات ظرفیتی که الان در داخل شهرک‌ها نصب هستند، به چرخه تولید برق اضافه شوند. علاوه بر اینها سرمایه‌گذاری‌های دیگری هم وجود دارد که بهره‌برداری از آن به سال ۱۴۰۲ و قبل از پیک سال ۱۴۰۳ نخواهد رسید، ولی این عدد هم عدد قابل توجهی در حدود ۲۶۰ مگاوات است که بعد از خردادماه سال ۱۴۰۳ تا پایان سال ۱۴۰۳ به چرخه تولید برق در زیرساخت‌های صنعتی کشور اضافه می‌شود.

رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی با اشاره به شهرک‌ها یا انرژی‌های نوین یا تجدیدپذیر گفت: شرایط زیرساخت‌هایی را برای ایجاد شهرک‌های تخصصی نیروگاهی مهیا کرده‌ایم و اولین آن در قزوین به بهره‌برداری رسیده است، همچنین در کرمان مشغول ایجاد شهرک صنعتی هستیم. در برخی از شهرک‌ها هم اگر این زیرساخت و زمینه‌ها و اراضی موردنیاز وجود داشته باشد، آمادگی داریم در اختیار سرمایه‌گذاران قرار بدهیم تا بتوانند از این شهرک‌ها و پنل‌های خورشیدی برای تولید برق استفاده کنند.

اشتغال‌زایی صنایع کوچک و متوسط

رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی با بیان اینکه ۹۶ درصد از صنایع ما جزو صنایع خرد، کوچک و متوسط هستند،

گفت: واحدهایی که زیر ۱۰ نفر کارکن هستند، به عنوان واحدهای خرد شناسایی می‌شوند؛ واحدهایی که زیر ۵۰ نفر اشتغال داشته باشند، به عنوان واحدهای کوچک نام‌گذاری می‌شوند و در این دسته قرار می‌گیرند و واحدهایی که بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر نیروی انسانی داشته باشند جزو صنایع متوسط تلقی می‌شوند و از ۱۰۰ نفر به بالا جزو صنایع بزرگ در کشور هستند که امروز ۹۶ درصد از صنایع موجود ما جزو صنایع خرد و کوچک و متوسط به شمار می‌روند که از نظر میزان اشتغال، این بخش حدود ۴۵ درصد از اشتغال کشور و صنایع را به خودش اختصاص می‌دهد. او با اشاره به اینکه در حوزه صنف هم تعداد زیادی واحدهای تولیدی داریم، گفت: الان بیش از ۳ میلیون واحد صنفی در کشور مشغول به فعالیت هستند و حدود ۱۹ درصد

از اینها، واحدهای تولیدی هستند؛ یعنی چیزی قریب به ۶۰۰ هزار واحد تولیدی صنفی در کشور فعالیت دارند و بخش قابل توجهی از فعالیت‌ها در زنجیره واحدهای صنعتی قرار دارند.

مقیمی افزود: به همین دلیل فکر می‌کنم در دهه ۹۰ و سال‌های ۹۵ یا ۹۶ در مجموعه سازمان این شرایط مهیا شد که بتوانیم واحدهای صنفی را هم مستقر کنیم. البته یکسری واحدهای صنفی خدماتی داریم که از گذشته در داخل شهرک‌ها بودند.

مثلاً خدمات مربوط به حوزه تولید و خدمات توزیع کالاهای روزمره‌ای که واحدهای صنعتی به آن نیاز دارند، در شهرک‌ها مستقر بودند. واحدهای صنفی تولیدی هم از این ایام مجوز ورود به داخل شهرک‌ها را پیدا کردند.

اخیراً هم برای توسعه این فعالیت‌ها، تفاهم‌نامه‌ای را با اتاق اصناف ایران مبادله کرده‌ایم که در آنجا بنا بر این است که بتوانیم با استقرار این واحدهای صنفی در مجموعه‌های صنعتی شرایط تولیدشان را بیشتر مهیا کنیم. مقیمی در ادامه در خصوص مشکلات مجوزدهی برای تولید گفت: اگر سرمایه‌گذاری اراده کند تا در یک کار سرمایه‌گذاری کند، در هر جای این کشور که بخواهد مستقر شود، فرض را بر این می‌گیریم که زمین را دارد، تقریباً حدود یک‌سال و نیم تا دوسال طول می‌کشد تا مجوزهای استقرار خودش را از سازمان‌هایی همچون سازمان حفاظت از محیط‌زیست بگیرد. مجوزهای لازم، حدود ۳۰ مجوز است. درست است که درگاه ملی مجوزها تسهیلگر صدور مجوز است و درخواست‌ها به‌سادگی ثبت می‌شود، اما در زمینه بررسی کمی طول می‌کشد. در زمان سرمایه‌گذاری با توجه به اینکه سرمایه‌گذاری قصد دریافت مجوزها را دارد با طولانی شدن فرآیند مواجه می‌شود.

تحقق و توسعه بدون رکن «پژوهش» امکان‌پذیر نیست

از آنجا که پژوهش مبنای توسعه است و تضمینی برای استمرار توسعه به شمار می‌آید و از سوی دیگر به کار بستن نتایج پژوهش‌های انجام شده در هر زمینه به بهبود راهکارها و روش‌های معمول در زمینه‌های مورد نظر منجر می‌شود؛ نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به بهانه «روز پژوهش» و نظر به اهمیت آن در شماره پانزدهم پای گفتگو با احمد تشکینی، رئیس مرکز موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نشست که در ادامه مشروح آن را می‌خوانید.

توسعه فنی صنایع کشور با امر پژوهش را رقم خواهد زد. اصلاح وضع موجود و تولید دانش مهم‌ترین دستاورد توجه به پژوهش بوده و اهمیت و جایگاه پژوهش در بحث پیشرفت و توسعه همه کشورها و موفقیت همه مجموعه‌ها صنعتی بر کسی پوشیده نیست. اساسا تحقق، توسعه و پیشرفت بدون رکن پژوهشی امکان‌پذیر نیست. یک برنامه پژوهش‌محور مبتنی بر تجربیات حاصله است؛ یک برنامه پژوهش‌محور و عالمانه مبتنی بر علم و فناوری و در حقیقت فرآیندمحور است. لذا باید جایگاه کار پژوهشی حفظ شود و تفکیک بودجه R&D یک مجموعه از محل خرید تجهیزات صورت بگیرد؛ چرا که مالیات در هر یک حوزه‌های مورد اشاره متفاوت پرداخت می‌شود.

آیا زیرساخت پژوهشی برای بخش خصوصی در کشور فراهم است؟

خوشبختانه انجمن‌ها و اتحادیه‌ها درصد ایجاد تفاهم با مراکز پژوهشی برآمده‌اند و کار مشترکی را در قالب مطالعات به انجام می‌رسانند و سلسله افکارسنجی‌هایی را در دستور کار قرار می‌دهند.

نقش پژوهش در توسعه صنعتی کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اهمیت تحقیق و توسعه به حدی است که کشورها بر اساس معیار نسبت بودجه‌های تحقیقاتی از درآمد ناخالص ملی، به توسعه یافته یا توسعه نیافته تقسیم شوند. هزینه‌های تحقیق و توسعه علاوه بر محرک بودن رشد و توسعه اقتصادی، جامعه افزایش دهنده سود بنگاه نیز است. بدیهی است که هر هدفی بدون یک افق از پیش تعیین شده محکوم به شکست است و دستاوردهای پژوهشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. تحقیق و توسعه مقوله‌ای است که در جوامع پیشرفته هزینه‌های هنگفتی برای آن صرف می‌شود و امروزه اکثر صاحب‌نظران معتقدند وجه تمایز کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه نحوه نگرش این کشورها به تحقیق و مقدمات و ابزارهای آن است.

مختلف این مهم در صنایع کشور به ویژه صنعت لوازم خانگی پرداخت. ردپای دستیابی به محیط‌شناسی و تحقیقات بازار و رسیدن به دانش انجام کار را می‌توان در شرکت‌های بزرگ دید چرا که این مهم نظام تحقیق و توسعه یک مجموعه صنعتی را شکل می‌دهد.

پژوهش همه آن چیزی است که ناظر بر دانش چگونگی کار بوده چرا که این مهم اساس پیشبرد اهداف یک مجموعه را رقم خواهد زد؛ لذا انتخاب روز «پژوهش» فرصتی است تا ضمن تاکید بر اهمیت امر پژوهش و بزرگداشت پژوهشگران و نخبگان علمی کشور، عموم مردم بیشتر در جریان فعالیت‌های پژوهشی انجام شده در بخش‌های گوناگون کشور قرار گیرند. علاوه بر سرعت‌دهی به انجام تحقیقات و پژوهش در پیشبرد اهداف صنعتی باید دانست بدون پشتوانه علمی و تحقیقاتی نمی‌توان به اهداف تعیین شده در صنایع دست یافت. پژوهش صنایع را در محیط شناسی بازار نیز می‌تواند همراهی کرده و سنجها را گاهی برای درازمدت در اختیار تولیدکنندگان قرار دهد. از این رو پژوهش می‌تواند مورد اتکاء در صنایع قرار بگیرد.

اهمیت پژوهش در مراکز صنعتی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اما اگر خواسته باشیم از پژوهش به عنون عزم ملی یا راهگشای گروه صنایع بهره بگیریم، حرکت مسیر بعدی در پیشبرد اهداف صنایع با سهولت بیشتری همراه خواهد بود، اما این عامل مشروط می‌شود به اینکه نیاز روز صنایع نیز در تحقیق و پژوهش مدنظر قرار گیرد. پژوهش متکی به مراکز دولتی نتیجه‌ای جز تکرار گذشته صنایع نداشته و گره خوردن به مجموعه سیاستی حاصلی جز سکون در بر ندارد. لذا برای رسیدن صنایع به توسعه و پیشرفت اقتصادی، نقش مراکز پژوهشی و تحقیقاتی بسیار حائز اهمیت خواهد بود. پیش از هرگونه قضاوتی پرداختن به دلایل لزوم سازمان‌دهی کلان پژوهش و تدوین استراتژی تحقیقات با مرجعیتی مانند اتاق بازرگانی



موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به عنوان یک موسسه معتبر پژوهشی به چه منظور تشکیل شد؟

پشتیبانی علمی از توسعه صنعت، معدن و تجارت با رویکرد ایجاد تحول، بهبود و یکپارچه‌سازی ساختار صنعتی- تجاری کشور و ارتقای رقابت‌پذیری اقتصاد ملی از طریق هدایت و انجام پژوهش‌های توسعه‌ای و کاربردی مرتبط با نیازهای صنعت، معدن و تجارت و ارائه توصیه‌های سیاستی و تحول‌آفرین و مشاوره‌های تخصصی از جمله اهداف تشکیل موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی بود. مطالعه و رصد مستمر تحولات صنعتی، تجاری، فناوری و اقتصادی موردنیاز و ارائه پیش‌آگاهی‌های مناسب، هدایت و ارائه خدمات آموزشی تقاضامحور و پیشگام در عرصه سیاست‌گذاری و ارتقای توانمندی سرمایه انسانی و ترویج و نشر یافته‌های علمی و کاربردی داخلی و بین‌المللی در حوزه‌های صنعت، معدن و تجارت از جمله دیگر اهداف مهم این موسسه است.

به نظر شما به چه میزان مقوله پژوهش در صنایع کشور مورد اهمیت قرار گرفته است؟ در ابتدا باید تعریف دقیقی از پژوهش در صنعت کشور ارائه شود تا بتوان به زوایای

بخش‌های مختلف اقتصاد چقدر رشد کردند؟



رشد بخش صنعت در بهار امسال، ۳/۶ درصد اعلام شده است، اما تولید با رونق فاصله دارد، بخش معدن رشد اندکی را تجربه کرده است، خدمات بالاترین سهم را در رشد اقتصادی ایران دارد و کشاورزی جایگاه همیشگی خود را در ارزش افزوده اقتصاد از دست داده است. رشد بخش صنعت در بهار امسال، ۳/۶ درصد اعلام شده است، اما تولید با رونق فاصله دارد، بخش معدن رشد اندکی را تجربه کرده است. خدمات بالاترین سهم را در رشد اقتصادی ایران دارد و کشاورزی جایگاه همیشگی خود را در ارزش افزوده اقتصاد از دست داده است.

عقب‌ماندگی در تولید

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به نقل از آینده‌نگر، در بهار امسال، بخش صنعت اقتصادی ایران با رشد ۳/۶ درصدی مواجه شد. بر اساس آخرین اطلاعات مرکز آمار ایران، در بهار امسال، گروه صنایع و معادن به مدد جهش ۱۹/۸ درصدی بخش استخراج نفت و گاز طبیعی، توانسته است رکورد رشد ۷/۳ درصدی را به ثبت برساند؛ درحالی‌که رشد این گروه بدون نفت از ۰/۴ درصد فراتر نرفته است. واکاوی وضعیت بخش‌های مختلف صنعت کشور در بهار امسال، حاکی از این است که به‌جز بخش تأمین آب، برق و گاز طبیعی که مستقیماً با قیمت‌گذاری دستوری و مواجه بوده و بخش عمده گردش مالی آن آمیخته به یارانه‌های دولتی است، سایر بخش‌های صنعتی با رشد مواجه بوده‌اند. در این فصل، رشد بخش تأمین آب، برق و گاز طبیعی منفی ۶ درصد ثبت شده و بخش ساختمان با رشد ۴/۷ درصدی موقتاً از دام رشد منفی گریخته است. یکی از انتقادات فعالان اقتصادی به آمارهای

رشد ۴۲/۲ درصدی را تجربه کرده است؛ اما رشد بخش ساختمان در دهه ۹۰ که بیش از یک‌سوم آن را در رکود سنگین به‌سر برده، به منفی ۴۰/۸ درصد رسیده است.

عبور از نقطه صفر

در بهار امسال و به قیمت پایه سال ۹۰، رشد بخش استخراج نفت و گاز طبیعی به ثبت ارقام مطلوبی به‌عنوان رشد اقتصادی گروه صنایع و معادن منجر شده؛ درحالی‌که معادن به معنای واقعی کلمه، از این رشد مطلوب بهره‌چندانی نبرده‌اند و رشد آنها از ۱/۳ درصد فراتر نرفته است. البته همین رشد حدود یک‌درصدی هم نسبت به میانگین رشد بخش معدن در فصول قبل بالاتر است؛ اما آژانجایی‌که وزارت صنعت، معدن و تجارت، رشد ارزش‌افزوده بخش معدن در سال ۱۴۰۲ را ۵ درصد در نظر گرفته، می‌توان گفت که در بهار امسال، بخش معدن طبق انتظار بهبود نیافته است. طبق گزارش مرکز آمار ایران، بخش معدن از ابتدای سال قبل تاکنون به‌آرامی از رشد منفی

رشد اقتصادی فصل بهار این است که این رشد بسیار متأثر از نفت بوده و گروه صنعت که معیار اصلی رشد با کیفیت محسوب می‌شود رشد قابل‌توجهی نداشته است. بررسی وضعیت رشد گروه صنعت از سال ۱۳۹۰ تا پایان سال گذشته حاکی از این است که این بخش به قیمت پایه، ۱۸/۷ درصد در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۳۹۰ رشد کرده اما به قیمت بازار، رشد این گروه در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۳۹۰ منفی ۱۱/۵ درصد است. در طول دهه ۹۰، پایین‌ترین رشد بخش صنعت مربوط به سال ۱۳۹۴ بوده و بعد از آن در سال ۱۳۹۸ دومین رکورد پایین خود را به ثبت رسانده است؛ اما از آن زمان به بعد، رشد ارزش‌افزوده فعالیت‌های صنعتی در روند صعودی قرار گرفته؛ هرچند هنوز به وضعیت سال ۱۳۹۰ نرسیده است. در این دهه، درحالی‌که گروه صنعت به قیمت پایه، ۱۸/۷ درصد رشد کرده، رشد بخش «تأمین برق، گاز، بخار و تهویه هوا» معادل ۵۴/۸ درصد بوده و بخش «آبرسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و فعالیت‌های تصفیه» نیز



کشاند. در آن دوره، بخش هتل و رستوران چنان آسیب دید که هنوز هم باوجود بهبود نسبی اوضاع کسب‌وکارها، این بخش درگیر رشد منفی است. ناتوان تقاضا و کاهش شدید قدرت خرید نیز یکی از عواملی است که رشد ارزش‌افزوده بخش خدمات را به شدت تهدید می‌کند.

کشاورزی در دوربرگردان

بخش کشاورزی در دو سال اخیر، حساس‌ترین بخش اقتصاد کشور بوده که به تدریج در حال از دست دادن سهم خود از بازار کار و تولید ناخالص داخلی است. در گزارش اخیر مرکز آمار ایران از وضعیت رشد اقتصادی کشور در بهار امسال، رشد ارزش‌افزوده بخش کشاورزی منفی ۴/۶ درصد برآورد شده؛ هرچند برآوردهای بانک مرکزی از رشد این بخش همچنان مثبت است.

تحولات این بخش به‌واسطه اثراتی که مستقیماً بر بازار کار، امنیت غذایی و منابع آبی تجدیدنپذیر دارد، باید به شدت تحت نظر باشد و مدیریت شود؛ اما در دو سال اخیر شواهد حاکی از این بوده که بخش کشاورزی به‌واسطه استمرار خشک‌سالی محدود شده و برخلاف ادعای متولیان این حوزه، هیچ برنامه‌ای برای مدیریت آن حتی در قالب الگوی کشت اجرا نشده است.

قرار گرفتن بخش کشاورزی در روند نزولی کاهش رشد، در حالی است که این بخش در طول دهه ۹۰ کارنامه قابل قبولی داشته و در پایان سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۳۹۰، ارزش‌افزوده آن به قیمت پایه ۴۵ درصد و به قیمت بازار ۸ درصد رشد کرده است. در حقیقت، تنها بخش از اقتصاد ایران که در شرایط فعلی وضعیت بهتری نسبت به ابتدای دهه ۹۰ دارد، همین بخش کشاورزی است که البته حالا گرفتار رشد منفی شده و احتمالاً به‌زودی اوضاع این بخش نیز مانند سایر بخش‌های اقتصاد کشور به بدتر از شرایط سال ۱۳۹۰ مبتلا خواهد شد.

بررسی روند تغییرات سهم ارزش‌افزوده بخش کشاورزی از تولید ناخالص داخلی از ابتدای دهه ۹۰ تاکنون بازار نشان می‌دهد که سهم این بخش در تولید ناخالص داخلی ایران، از ۸/۱ درصد در سال ۱۳۹۰ به ۱۰/۴ درصد در پایان سال ۱۴۰۱ افزایش یافته است؛ اما هم‌زمان داده‌های بازار کار مرکز آمار نشان می‌دهد که سهم بخش کشاورزی از بازار کار کشور از ابتدای سال گذشته دستخوش تغییرات منفی شده و به تدریج جمعیت شاغلان کشاورزی و در نتیجه سهم این بخش از بازار کار کشور کاهش یافته است.

این تغییرات در حالی است که در سال گذشته به‌واسطه تبعات حمله نظامی روسیه به اوکراین برای بازار غذا و افزایش اهمیت خودکفایی کشاورزی برای تأمین امنیت غذایی کشور، فعالیت‌های کشاورزی در حوزه غلات و به‌ویژه گندم با رشد مواجه بود.

خارج و به محدوده مثبت رسیده است؛ درحالی‌که در بهار سال گذشته رشد این بخش منفی ۱.۵ درصد بوده و در ۶ ماهه سال قبل نیز رشد منفی ۰/۴ درصدی برای این بخش ثبت شده بود.

بررسی تغییرات ارزش‌افزوده بخش معدن از سال ۱۳۹۰ به بعد حاکی از این است که ارزش‌افزوده این بخش به قیمت ثابت، در پایان سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۳۹۰ فقط ۶/۲ درصد رشد کرده و به قیمت بازار، این رقم منفی ۲۰/۹ درصد بوده است.

پیش‌ازاین نیز پیش‌بینی می‌شد که بخش معدن با توجه به عدم همبستگی در نهادهای مرتبط با این بخش در کنار کمبود شدید ماشین‌آلات معدنی که بسیاری از بخش‌های این زنجیره را دچار مشکل کرده است، شرایط سختی در سال ۱۴۰۲ پیش رو داشته باشد و آمارهای فعلی مرکز آمار نیز این پیش‌بینی را تأیید می‌کند.

متولیان حوزه معدن می‌گویند: صنعت معدن ایران، برای نوسازی نیازمند تأمین حداقل ۱۰ هزار دستگاه ماشین‌آلات جدید است و بدون این اتفاق، معدن‌کاران مجبور به تحمل انبوهی از مشکلات و استفاده از ماشین‌آلاتی هستند که میانگین عمر آنها به بیش از ۱۸ سال می‌رسد.

در سوی دیگر ماجرا، بخش معدن ایران همچنان متهم به خام‌فروشی است و در مقابل تمهیدی نیز برای تجهیز و توسعه زنجیره پایین‌دستی این صنعت اندیشیده نمی‌شود؛ در نتیجه، حوزه معدن همواره نگران بخشنامه‌هایی برای اخذ عوارض از خام‌فروشی خواهد بود و همین امر بر رغبت سرمایه‌گذاران بالقوه این بخش برای ورود به میدان اثر می‌گذارد.

در خدمت اقتصاد

رشد ارزش‌افزوده بخش خدمات در بهار امسال بالاتر از میانگین بود و با ثبت رشد ۹/۳ درصدی، سهم این بخش از کل ارزش‌افزوده اقتصاد ایران به ۵۶/۸ درصد رسید.

بخش خدمات، به دلایل مختلف در دهه گذشته، پویاترین بخش اقتصاد ایران بوده و شرایط به سمتی پیش رفته است که هم سهم خدمات از اشتغال کشور به بیش از ۵۰ درصد رسیده و هم سهم آن از تولید ناخالص داخلی رکوردهای مکرر به‌جا گذاشته است.

در بهار امسال، بیشترین رشد در زیرمجموعه‌های گروه خدمات، مربوط به‌واسطه‌گری‌های مالی بوده که ارزش‌افزوده آن ۴۲/۷ درصد بالاتر از بهار سال قبل بوده؛ اما هم‌زمان، گروه «عمده و خرده‌فروشی، هتل و رستوران» شاهد رشد منفی ۰/۳ درصدی بوده است.

در حقیقت، بخش خدمات در بهار امسال با کسر سهم نفت و زیرگروه‌های نفتی از رشد اقتصادی کشور، بالاتری اثرگذاری را داشته است. مرکز آمار ایران، رشد ارزش‌افزوده بخش خدمات در بهار امسال نسبت به بهار سال قبل را ۹/۳ درصد اعلام کرده که ۵۲ درصد بیشتر از میانگین رشد اقتصاد کشور است. با حذف آن، رشد اقتصادی کشور به محدوده ۳ درصد می‌رسد.

بررسی روند تغییرات ارزش‌افزوده بخش خدمات از سال ۱۳۹۰ تاکنون حاکی از این است که در مسیر پر فراز و نشیب اقتصاد ایران در یک دهه گذشته، حتی بخش خدمات نیز به قیمت بازار نتوانسته است خود را به سطح سال ۱۳۹۰ برساند.

بر اساس آمارها، ارزش‌افزوده کل بخش خدمات در پایان سال گذشته به قیمت بازار، ۹/۵ درصد کمتر از ارزش‌افزوده این بخش در سال ۱۳۹۰ بوده است. یکی از عوامل اختلال در رشد ارزش‌افزوده بخش خدمات در دهه اخیر، همه‌گیری کرونا از اسفند ۱۳۹۸ به بعد بود که بسیاری از کسب‌وکارها این بخش را تعطیل کرد و مابقی آنها را نیز به دلیل کاهش تقاضا، افزایش هزینه‌های سربار و اجرای محدودیت‌های اجتماعی به مرز تعطیلی

چرا افزایش سطح فعالیت باعث افت بازدهی می‌شود؟



محمدظاهری _ مدیرعامل شرکت سندپرداز

شوربختانه این یک واقعیت است وقتی شرکت‌های خصوصی بدون زیرساخت سیستمی مناسب بزرگ می‌شوند عملکردی فاجعه‌آمیز پیدا می‌کنند، چرا که زیادتیر می‌فروشند ولی کمتر سود می‌کنند! هزینه‌ها بیش از اندازه بالا می‌رود و مدیریت عالی شرکت در نقش یک آتش‌نشان، فقط در حال اطفاء خرده بحران‌هاست، تعهدات به‌موقع انجام نشده است و مطالبات به‌موقع وصول نشده است، خط تولید به دلیل نبود مواد اولیه یا عدم تعمیر به‌موقع ماشین‌آلات متوقف شده است، کارکنان در هنگام نیاز در دسترس نیستند، سازمان دچار تعارضات سازمانی بی‌حاصل و مخرب است و من باید نگران همه‌چیز باشم ولی سازمان من احساس مسئولیت نمی‌کند؟! ای کاش اصلاً توسعه نداده بودم! در واقع تا زمانی که مالک کسب‌وکار می‌تواند به‌تنهایی کسب‌وکار را اداره کند، اوضاع خوب است، کیفیت محصول مناسب است، تعهدات به‌موقع انجام می‌شود و مشتری راضی است، اما به محض اینکه به دلیل توسعه کسب‌وکار، اداره آن به‌تنهایی از توانش خارج می‌شود، سیر نزولی کارایی در شرکت آغاز می‌شود.

راز این معما چیست؟

وقتی اداره شرکت از توان یک نفر خارج می‌شود، تیم باید تشکیل شود اما وجود تعدادی افراد توانا برای تشکیل تیم کافی نیست بلکه تیم هنگامی شکل می‌گیرد که افراد در قالب فرایندهای مناسب و در بستر یک سیستم یکپارچه به هم مرتبط شوند. فرایندهای اصلی یک شرکت تولیدی بزرگ به شرح زیر است:

*** فرایند زنجیره تامین * فرایند بازاریابی و فروش * فرایند برنامه‌ریزی و کنترل تولید * فرایند نگهداری و تعمیرات** فرایندهای فوق باید در ارتباط کامل با سیستم حسابداری باشد تا تمام وقایع مالی، به صورت برخط روی صورتهای مالی قابل مشاهده باشد. به سیستم نرم‌افزاری که فرایندهای سازمان را به صورت یکپارچه پشتیبانی می‌کند ERP یا نرم‌افزار برنامه‌ریزی منابع سازمان می‌گویند. تلاش می‌کنم با اتکاء به بیش از ۳۰ سال تجربه در حوزه تولید، پیاده‌سازی و استقرار نرم‌افزارهای سازمانی در شرکت‌های تولیدی بزرگ بخش خصوصی، تجربیات خود را با شما به اشتراک بگذارم. برای این منظور در هر بخش با تمرکز بر یک فرایند عارضه‌های آن فرایند و شیوه غلبه بر آن را تشریح خواهم کرد.

فرایند پیمانکاری

اغلب شرکت‌هایی تولید بخشی از فرایند تولید خود را برون‌سپاری می‌کنند. فرایند برون‌سپاری ممکن است مربوط به آماده‌سازی مواد اولیه یا قطعات مصرفی باشد یا مربوط به انجام قسمتی از فرایند تولید مانند آب‌کاری یا رنگ‌کاری. در فرایند پیمانکاری تمام یا قسمتی از مواد موردنیاز توسط کارفرما تأمین می‌شود و پیمانکار اجرت دریافت می‌دارد. گاهی اوقات بخشی از مواد موردنیاز راساً توسط خود پیمانکار تهیه می‌شود.

قرارداد پیمانکاری

در قراردادهای پیمانکاری باید نکات زیر موردتوجه قرار گیرد:

- * قطعاتی که باید ساخته شود
- * تعداد قرارداد
- * اطلاعات فنی از قبیل نسبت تبدیل کالا (BOM): موادی که تأمین آن به عهده کارفرماست و نسبت تبدیل
- * شاخص‌های کیفی موردنیاز: اطلاعات مهندسی مربوط کیفیت محصول
- * زمان‌بندی تحویل: زمان تحویل از زمان سفارش
- * موادی که باید راساً توسط پیمانکار تأمین شود
- * مسئولیت نگهداری از مواد امانی کارفرما نزد پیمانکار در شرایط مناسب
- * تعیین تکلیف ضایعات قابل بازیافت مانند لب قیچی و راهگاه که متناسب با مقدار تولیدشده باشد محاسبه شود
- * اجرت پیمانکار که معمولاً موارد اولیه تهیه‌شده توسط پیمانکار نیز در آن لحاظ می‌شود
- * جرائم تأخیر: از آن جایی که عدم تحویل به‌موقع ممکن است فرایند تولید را متوقف کند تحویل به‌موقع قطعات اهمیت دارد.
- * تعیین تکلیف قطعاتی که تأیید کیفیت نمی‌شود یا تأیید مشروط می‌شود.

دغدغه‌ها

دغدغه‌هایی که در فرایند پیمانکاری وجود دارد به شرح زیر است: تحویل مقدار مناسب مواد به پیمانکار: ارسال زیادی مواد هم‌بار نقدی دارد و هم احتمال تضييع و هدر رفت را افزایش می‌دهد. همچنین ارسال ناقص مواد

باعث اختلال در کار پیمانکار می‌شود. مانده موجودی نزد پیمانکار: اطلاع از موجودی نزد پیمانکار به‌عنوان دارایی شرکت، اهمیت دارد.

محاسبه اجرت پیمانکار: معمولاً محاسبه اجرت پیمانکار پیچیدگی دارد خصوصاً اگر موارد مثل موارد زیر در اجرت پیمانکار اثر داشته باشد:

- * کیفیت قطعات ساخته شده
- * تأخیر پیمانکار
- * قطعاتی که کیفیت مناسب ندارد و مواد ضایع شده باید به‌حساب پیمانکار گذاشته شود
- * مقدار ساخته شده خصوصاً وقتی حمل به‌دفعات وجود دارد
- * هزینه‌هایی که ممکن است به عهده پیمانکار باشد از قبیل حمل یا دوباره‌کاری
- * موادی که به عهده کارفرماست ولی به‌ضرورت توسط پیمانکار تأمین شده است.
- * استهلاک پی‌پرداخت: معمولاً قسمتی از مبلغ قرارداد پیش‌پرداخت می‌شود که در هر بار صورت‌حساب این مبلغ باید به‌عنوان کسورات مستهلاک شود.
- * صورت‌حساب: صورت‌حساب پیمانکاران چون صورت‌حساب خدمات کارمزدی است به دلیل کسورات بیمه معمولاً موردپسند پیمانکاران نیست. صورت‌حساب خرید هم مناسب نیست زیرا قیمت قطعه ساخته‌شده خیلی بیشتر از دستمزد است و عملاً محاسبات بهای تمام شده و صورتهای مالی را مخدوش می‌نماید.
- کنترل کیفی قطعات ورودی پیمانکاری: گاهی اوقات کنترل کیفیت قطعات پیمانکاری زمان‌بر است و باید بر اساس آزمایش‌های مختلف مورد ارزیابی قرار گیرد. برای این منظور استفاده از سیستم‌های کنترل کیفیت برای ثبت و ضبط نتایج بسیار مفید است.
- کنترل ضایعات مواد پیمانکار: در صورتی که قطعه ساخته‌شده کیفیت مناسب نداشت، هزینه مواد ضایع شده به عهده پیمانکار است.
- دوباره‌کاری: گاهی اوقات قطعات ساخته شده اشکالاتی دارد که با دوباره‌کاری قابل‌حل است و کارفرما می‌پذیرد دوباره‌کاری را خودش انجام دهد و در این موارد هزینه دوباره‌کاری به عهده پیمانکار است.
- مدیریت قالب‌ها: قالب‌ها نزد پیمانکار ارزش زیادی دارد. در مورد قالب‌ها توجه به نکات زیر ضروری است:
- * ارزش قالب‌ها که معمولاً رقم بالایی است و باید به خوبی نگهداری شود
- * استهلاک قالب‌ها که معمولاً بر اساس تعداد ضرب باید محاسبه شود
- * نگهداری و تعمیرات منظم که علاوه بر طول عمر قالب‌ها مانع از ایجاد پلیسه در قطعات می‌شود.
- بهای تمام شده قطعات پیمانکاری شده که محاسبه آن بر اساس زیر است:
- * هزینه مواد مصرفی که توسط کارفرما تأمین شده است
- * هزینه اجرت پیمانکار
- * هزینه‌های سربر از قبیل استهلاک قالب
- * هزینه‌های متفرقه از قبیل حمل و ضایعات عادی
- * برگشت هزینه‌های ضایعات قابل بازیافت

جمع‌بندی

فرایند پیمانکاری معمولاً در صنعت لوازم‌خانگی جذابیت زیادی دارد ولی بدون اتکا به یک سیستم فرایندی یکپارچه با سیستم‌های مالی، تولید، انبارها، خرید و کنترل کیفیت دستاورد لازم را به همراه نخواهد داشت.

ضعف سیستم حمل ریلی و دریایی برای جابجایی کالا



در اقتصاد و تجارت داخلی و بین‌المللی، حمل‌ونقل و توزیع نقشی حیاتی بازی می‌کند؛ به همین منظور شرکت‌ها باید روش مناسب حمل و نقل را انتخاب کنند که متناسب با کالای صادراتیشان باشد. روشی که مقرون به صرفه و با کیفیت بوده و در سریع‌ترین زمان ممکن کالا را به دست مشتری برساند، اما این موضوع مستلزم وجود زیرساخت‌های قوی حمل‌ونقلی و لجستیکی است که متأسفانه تولیدکنندگان و کسانی که به هر نحوی باید از طریق حمل و نقل کالاهايشان توزیع و کشورهای مقصد برسانند، گلايه‌مند هستند. بنا به گفته بسیاری از تجار و تولیدکنندگان، بزرگ‌ترین مشکلی که در این سال‌ها با آن روبه‌رو بوده‌ایم، فرسودگی ناوگان حمل و نقل است که به دلیل شرایطی نظیر تحریم به وجود آمده و سبب شده تا از رقابت با کشورهای همسایه نظیر ترکیه بازمانیم. فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل مشکلات بسیاری را برای صادرات و حتی تامین مواد اولیه برای آن‌ها ایجاد کرده است.

حمل‌ونقلی می‌تواند تا اندازه قابل توجهی هزینه‌ها و قیمت تمام شده کالاها را کاهش دهد. دولت‌ها در این زمینه چقدر موفق عمل کرده‌اند؟

بنظر نگاه دولت‌مردان، موضوع حمل‌ونقل فارغ از موضوع صادرات کالا بوده و نگاه بیشتر در صنعت حمل و نقل، جابجایی‌های داخلی مد نظر قرار گرفته است.

هزینه حمل‌ونقل چه میزان در قیمت تمام شده کالاهای لوازم خانگی تاثیرگذار است؟ این موضوع وابسته به مسیر و نوع کالا متفاوت است اما به طور کلی حدود ۱۵ درصد از هزینه تولید سهم بخش حمل‌ونقل است.

آیا کمبود زیرساخت در بخش حمل‌ونقل داخلی نیز وجود دارد؟

حمل‌ونقل داخلی نیز به دلیل فرسوده بودن ناوگان، ناشی از تحریم‌ها از کارآمدی برخوردار نبوده و هزینه‌های این فرسودگی به تولیدکننده و مصرف‌کننده تحمیل می‌شود. در این اواخر در بسیاری از موارد کالا یا مواد اولیه به دلیل نبود و یا کمبود وسایل حمل و نقل در انتظار ۳ الی ۵ روزه قرار گرفته است. همچنین به دلیل نوسانات قیمت دلار و تورم، شاهد اعتصابات رانندگان و عدم همکاری ایشان و در نتیجه طولانی شدن پروسه حمل بوده‌ایم.

هزینه حمل‌ونقل بر قیمت تمام شده در کالای صادراتی از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع ضعف حمل‌ونقل ضعف سیستم حمل‌ونقل ریلی و دریایی که از هزینه پایین‌تری نسبت به حمل‌ونقل جاده‌ای برخوردار هستند، موجب بالا رفتن قیمت تمام شده می‌شود؛ از این رو لازم است به موضوع توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل کارآمد و وجود شبکه‌های لجستیکی قوی توجه جدی شود تا صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت پیشران کشور در بخش صادرات بتواند موثرتر عمل کند.

کمبود زیرساخت‌ها در حمل‌ونقل دریایی، ریلی و هوایی آیا مانعی برای صادرات لوازم خانگی بوده است؟

بله متأسفانه همان‌طور که اشاره شد در بخش حمل‌ونقل ریلی و دریایی زیرساخت‌ها مطلوب نیست. این در حالی است که یکی از بخش‌های مهم که در ساختار تولید نقش مهم و اثرگذار دارد، حمل‌ونقل است که همین امر منجر به سهم مستقیم هزینه‌های حمل‌ونقل بر بهای کالاهای تولید شده دارد؛ به همین جهت افزایش شبکه‌های جدید ارتباطی و بازسازی آن‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

حمل‌ونقل از عواملی مهم و موثر در رشد صادرات است که تقویت زیرساخت‌های

بنا به گفته کارشناسان سن فرسودگی ناوگان به ۳۶ سال رسیده و نیمی از هدررفت گازوئیل به خاطر فرسودگی ناوگان است. همچنین میانگین تصادفات جاده‌ای در کشور ما ۴ برابر جهان است و در مقایسه با میانگین مصرف جهانی بنزین تا سال ۹۸ معادل ۱۶ میلیارد دلار در سال اضافه مصرف داریم. این در حالی است که پیش از ۱۰ سال است که طرح نوسازی ناوگان حمل و نقل تجاری مطرح شده اما هنوز به نتیجه ای نرسیده است. در همین رابطه نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی گفتگویی با مبرهنی مدیرعامل همارا داشت که در ادامه خواهید خواند:

به عقیده بسیاری از صادرکنندگان، ضعف ناوگان حمل‌ونقل کشور اثرات خود را بر صادرات گذاشته است. آیا کمبود و فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل تاثیر منفی خود در بخش صنعت لوازم خانگی نشان داد است.

قطعا همین‌طور است چرا که حمل‌ونقل نقشی محوری و کلیدی در تسهیل جابه‌جایی و انتقال کالا و خدمات با گذر از مرزها ایفا می‌کند. به صورت کلی می‌توان گفت که حمل‌ونقل تاثیرات خود را بر روی بخش‌های مختلف می‌گذارد که یکی از این بخش‌ها صنعت لوازم خانگی است. همان‌طور که می‌دانیم تاثیر

نگاهی بر چشم‌انداز اقتصاد جهان

بر اساس چشم‌انداز صندوق بین‌المللی پول، بهبود جهانی پس از همه‌گیری کرونا و تهاجم روسیه به اوکراین کند و ناهموار شده است و علیرغم بازگشایی کسب‌وکارها و برگشت اقتصاد به مسیر رشد و همچنین کاهش تورم نسبت به سال گذشته، هنوز وضعیت اقتصادی به شرایط مطلوب پیش از همه‌گیری بازنگشته است. چندین عامل مانع از بهبود وضعیت اقتصادی می‌شوند؛ برخی از این عوامل ناشی از بازتاب پیامدهای بلندمدت همه‌گیری، جنگ در اوکراین و افزایش چندپارگی ژئواکونومیک هستند و برخی دیگر نیز ماهیت چرخه‌ای دارند. که از جمله آن‌ها می‌توان به اثرات ناشی از سیاست‌های پولی انقباضی برای کاهش تورم، لغو حمایت‌های مالی به خاطر بدهی‌های بالا و تغییرات قابل توجه اقلیمی اشاره کرد.



قیمت کالاها و افزایش ارزش دلار آمریکا بوده است. نوسانات قیمت کالا به شدت بر تورم و حجم تجارت در سال ۲۰۲۲ اثر داشته است. این نوسانات به‌ویژه برای قیمت گاز طبیعی اروپا با شدت بیشتری همراه بوده است. قیمت مواد غذایی نیز در طول سال ۲۰۲۲ به شدت در نوسان بوده و ۱۸ درصد نسبت به سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است که شامل افزایش ۲۱ درصدی قیمت غلات می‌شود. برآوردها بیانگر افزایش ۱۷ درصدی حجم تجارت جهانی در سال ۲۰۲۳ است. به نظر می‌رسد فشارهای تورمی جهان در حال کاهش است و مشکلات زنجیره تامین عمدتاً حل شده است. انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۴ تجارت و تولید ناخالص داخلی با نرخ‌های ۳۲ درصد و ۲۶ درصد رشد کند، اما این ارقام باید با احتیاط تفسیر شوند زیرا به شدت به روند جنگ در اوکراین وابسته هستند. در همین راستا، انتظار می‌رود آمریکای شمالی بالاترین رشد صادرات کالا را در میان هر مناطق جهان در سال ۲۰۲۳ (۳۳ درصد) ثبت کند و پس از آن کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (۲۸ درصد)، آسیا (۲۵ درصد) و اروپا (۱۸ درصد) قرار دارند. همچنین انتظار رشد صادرات ضعیف‌تر در خاورمیانه (۹ درصد)، آمریکای جنوبی (۳ درصد) و آفریقا (۱۴ درصد) وجود دارد.

می‌کنند. تجزیه و تحلیل‌های اخیر سال ۲۰۲۳ نشان می‌دهد که چهار صنعت خودرو، مواد شیمیایی، خدمات مالی و علوم زیستی احتمالاً اولین تأثیر اقتصادی را از محاسبات کوانتومی خواهند دید و تا سال ۲۰۳۵ به طور بالقوه ۱/۳ هزار میلیارد دلار ارزش خواهند داشت. با ارزیابی دقیق تغییرات در حال تکامل و با در نظر گرفتن یک رویکرد متوازن، کسب‌وکارها می‌توانند بر روی هر فناوری‌های جا افتاده و نوظهور برای پیشبرد نوآوری و دستیابی به رشد پایدار سرمایه‌گذاری کنند.

همچنین فناوری‌های نوظهور پتانسیل ایجاد دگرگونی و پاسخ به بحران‌ها را دارند، اما خطرات و چالش‌هایی را نیز به همراه خواهند داشت. در این زمینه، «حکمرانی فناوری» برای مدیریت عدم قطعیت، ریسک و پیچیدگی‌های مرتبط با فناوری‌های نوظهور اهمیت بسیار زیادی می‌یابد.

چشم‌انداز تجارت جهانی:

بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی، تنش‌های ژئوپلیتیکی، تورم، قیمت انرژی و سایر کالاها و اثرات ماندگار کووید-۱۹ عوامل اثرگذار اصلی تجارت و تولید در سال ۲۰۲۲ بوده‌اند. در سال گذشته، جهان شاهد بالاترین نرخ‌های تورم از دهه ۱۹۸۰ همراه با نوسانات

پیش‌بینی می‌شود رشد اقتصاد جهان از ۳/۵ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۳ درصد در سال ۲۰۲۳ و ۲/۹ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش یابد. برای اقتصادهای پیشرفته، پیش‌بینی‌ها حاکی از کاهش رشد اقتصادی از ۲/۶ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۱/۵ درصد در سال ۲۰۲۳ و ۱/۴ درصد در سال ۲۰۲۴ است. همچنین پیش‌بینی می‌شود تورم جهانی به طور پیوسته کاهش یابد؛ از ۸/۷ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۶/۹ درصد در سال ۲۰۲۳ و ۵/۸ درصد در سال ۲۰۲۴ برسد.

چشم‌انداز علم، فناوری و نوآوری:

بر اساس گزارش چشم‌انداز سازمان توسعه و همکاری اقتصادی و همچنین مکینزی، هوش مصنوعی مولد، پتانسیل افزایش بهره‌وری را دارد و می‌تواند به ارزش اقتصادی، ۴/۴ هزار میلیارد دلار بیفزاید. همچنین فن‌آوری‌هایی مانند محاسبات ابری و یارانش مرزی و مهندسی زیستی، نوآوری را ارتقا خواهند داد.

در واقع، بیش از ۴۰۰ مورد استفاده از یارانش مرزی در صنایع مختلف شناسایی شده است و پیش‌بینی می‌شود که طی پنج سال آینده رشدی دو رقمی را در سطح جهانی کسب کند. علاوه بر این، فناوری‌های نوپا مانند کوانتوم، به تکامل خود ادامه می‌دهند و پتانسیل قابل توجهی برای خلق ارزش ایجاد

چشم‌انداز بازار کار:

بر اساس گزارش سازمان بین‌المللی کار، تنش‌های ژئوپلیتیکی، جنگ اوکراین، نابرابری در بهبودی پس از همه‌گیری و تنگنای مداوم در زنجیره تامین، شرایط را برای یک دوره رکود تورمی ایجاد کرده است. افزایش تورم و بدهی کشورها، بانک‌های مرکزی بزرگ را به سمت سیاست‌های سخت‌گیرانه‌تر سوق داده است. در غیاب افزایش متناظر در درآمد نیروی کار، بحران هزینه زندگی مستقیماً معیشت خانوارها را تهدید می‌کند و خطر کاهش تقاضای کل را به دنبال دارد.

چشم‌انداز بازار کار نه تنها در بین کشورها بلکه در داخل کشورها نیز بسیار نابرابر است. شکاف‌های جنسیتی در همه زمینه‌های دنیای کار وجود دارد و جوانان با چالش‌های خاصی روبرو هستند. با وجود بهبودی که در سال ۲۰۲۱ آغاز شد، کمبود مداوم فرصت‌های شغلی بهتر احتمالاً با کاهش فعالیت کسب‌وکارها بدتر می‌شود و کارگران را به سمت مشاغل باکیفیت بدتر سوق می‌دهد و بسیاری را از حمایت اجتماعی کافی محروم می‌کند.

علاوه بر این، اختلالات مداوم در زنجیره تامین، چشم‌انداز اشتغال و کیفیت شغل را به‌ویژه در بازارهای نوظهور تهدید می‌کند. همچنین بر اساس چشم‌انداز صندوق بین‌المللی پول، برآورد می‌شود که نرخ‌های اشتغال و مشارکت نیروی کار از روندهای پیش از همه‌گیری در اقتصادهای پیشرفته فراتر رود، اما در بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه به میزان قابل‌توجهی پایین‌تر از مقدار قبل از همه‌گیری باقی می‌ماند. مقایسه پیش‌بینی‌های صندوق بین‌المللی پول با ارقام پیش‌بینی شده قبلی این سازمان، نشان می‌دهد برای کشورهای در حال توسعه با درآمد پایین، نرخ‌های اشتغال و مشارکت حدود منفی ۶ واحد درصد و در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه نرخ اشتغال حدود منفی منفی ۲/۵ واحد درصد و نرخ مشارکت حدود منفی ۲ واحد درصد کاهش خواهد داشت.

چشم‌انداز انرژی:

بر اساس پیش‌بینی‌های آژانس بین‌المللی انرژی، چشم‌انداز انرژی جهانی دستخوش تحولاتی عمیق است. ظهور فناوری‌های انرژی پاک، به‌ویژه پنل‌های خورشیدی و وسایل نقلیه الکتریکی، مسیری را به سوی آینده‌ای پایدارتر فراهم می‌کند. با این حال، چالش‌های مهمی از جمله تنش‌های ژئوپلیتیکی، محدودیت‌های منابع و نیاز به سرمایه‌گذاری قوی در زیرساخت‌های انرژی پاک همچنان باقی مانده



پیش‌بینی‌ها در آوریل ۲۰۲۳ انعطاف‌پذیرتر بود. گرچه از زمان به‌روزرسانی آمارها (جولای ۲۰۲۳) تغییر چندانی در پیش‌بینی میانگین جهانی وجود ندارد، اما چندین تغییر در چشم‌انداز رشد و تورم در سراسر کشورها مشاهده می‌شود. به علاوه، چشم‌انداز میان مدت رشد اقتصادی در پایین‌ترین حد طی دهه‌های اخیر باقی مانده است و کشورهای با درآمد متوسط و پایین‌تر با سرعت کمتری به سمت استانداردهای زندگی بالاتر نزدیک می‌شوند.

بازار کار و اشتغال:

چشم‌انداز جهانی بازارهای کار در طول سال ۲۰۲۲ به طور قابل‌توجهی بدتر شد. تنش‌های ژئوپلیتیکی در حال ظهور، جنگ اوکراین، نابرابری در بهبودی پس از همه‌گیری و تنگنای مداوم در زنجیره تامین، شرایط را برای یک دوره رکود تورمی ایجاد کرده است. اکثر کشورها هنوز به سطح اشتغال و ساعات کار که در پایان سال ۲۰۱۹ قبل از شیوع بحران بهداشتی کوید-۱۹ مشاهده شده بود، بازنگشته‌اند. با این حال، مجموعه‌ای از شوک‌های عرضه، عمدتاً در بازارهای مواد غذایی و کالاهای لوکس، قیمت‌های تولیدکننده را افزایش داده و باعث افزایش تورم قیمت مصرف‌کننده شده و بانک‌های مرکزی بزرگ را به سمت سیاست محدودتر سوق داده است. در غیاب افزایش متناظر در درآمد نیروی کار، بحران هزینه زندگی مستقیماً معیشت خانوارها را تهدید می‌کند

است. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ سهم زغال سنگ، نفت و گاز طبیعی در تامین انرژی جهانی از ۸۰ درصد به ۷۳ درصد کاهش یابد. تمرکز منابع مورد استفاده برای تولید انرژی در حال تغییر به سمت فناوری‌های انرژی پاک است و ظرفیت تولید پنل‌های خورشیدی و ماشین‌های الکترونیک به سرعت در حال گسترش است. شایان ذکر است انرژی جهان در مسیر پیش روی آینده خود با چالش‌هایی نیز مواجه خواهد بود:

۱- تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌تواند زنجیره تامین را مختل کند و مانع توسعه پروژه‌های انرژی پاک شود.

۲- محدودیت‌های منابع، مانند در دسترس بودن موادمعدنی حیاتی، می‌تواند استقرار برخی فناوری‌های انرژی پاک را محدود کند.

۳- سرمایه‌گذاری عظیم در زیرساخت‌های انرژی پاک برای گذار از سوخت‌های فسیلی به این نوع انرژی‌ها مورد نیاز است.

رشد اقتصادی باثبات اما آرام

آخرین پیش‌بینی‌ها تأیید می‌کند که در سال گذشته اقتصاد جهانی به خاطر کاهش تورم نسبت به اوج چند دهه گذشته خود، کند شده است. کاهش در تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه جهانی که اغلب در یک رکود جهانی اتفاق می‌افتد؛ در پیش‌بینی‌های قبلی نبوده است. رشد و اشتغال در نیمه اول سال نسبت به

قطر، نروژ و الجزایر کردند. به نظر می‌رسد این امر باعث افزایش قیمت گاز در جاهای دیگر شده است، از جمله در ژاپن، جایی که قیمت گاز بین ژانویه ۲۰۲۲ و فوریه ۲۰۲۳ دو برابر شد. قیمت محصولات غذایی نیز در طول سال ۲۰۲۲ به شدت در نوسان بود؛ به طوری که ۱۹ درصد بین ژانویه و ماه می جهش کرد و سپس ۱۵ درصد بین ماه می و دسامبر کاهش یافت.

برای کل سال، قیمت مواد غذایی ۱۸ درصد نسبت به سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است که شامل افزایش ۲۱ درصدی قیمت غلات می‌شود. همچنین قیمت کودها نسبت به سال قبل ۶۳ درصد افزایش بیشتری داشته است. در تئوری، قیمت‌های بالاتر مواد غذایی باید تولیدات کشاورزی بیشتر را تشویق کند و در نتیجه در آینده قیمت‌های پایین‌تر و مواد غذایی بیشتر در دسترس‌تر خواهد بود.

اما از سوی دیگر، زمین‌های کمتر زیر کشت و هزینه بالای کود می‌تواند منجر به کاهش عملکرد محصول و قیمت بالاتر شود. قیمت مصرف‌کننده در اقتصادهای توسعه یافته کمک کرده است.

تحولات حجم تجارت کالا نشان می‌دهد فدراسیون روسیه علیرغم تحریم‌ها، توانسته است بازارهای جدیدی برای کالاهای خود پیدا کند. این موضوع تأثیر شدیدی بر صادرات تخمینی خاورمیانه داشت که انتظار می‌رفت به دلیل کاهش عرضه محصولات انرژی روسیه، به شدت افزایش یابد. همچنین انتظار می‌رفت که آفریقا مقادیر بیشتری از کالاهای را نسبت به قبل صادر کند؛ با افزایش ارزش دلار آمریکا، صادرات منطقه به شدت افزایش یافت (تقریباً ۱۸ درصد) صادرات آمریکای شمالی، آمریکای جنوبی و اروپا به طور کلی مطابق با انتظارات بود، در حالی که صادرات از آسیا به دلیل کاهش شدید صادرات در سه ماهه چهارم به میزان قابل توجهی ضعیف‌تر بود.

متوسط قیمت گندم در ده ماهه اول سال ۲۰۲۲ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴۴ درصد و ارزش گندم معامله شده ۳۱ درصد افزایش یافت. این به معنای کاهش حدود ۷/۵ درصدی حجم تجارت جهانی گندم است. این موضوع تنها اگر مصرف‌کنندگان در همه کشورها (از جمله فقیرترین آن‌ها) بتوانند مقادیر کافی گندم یا جایگزین آن را وارد کنند ممکن است عواقب فاجعه باری نداشته باشد.

با این حال، به نظر می‌رسد که کشورها تاکنون به منابع جایگزین عرضه دسترسی داشته‌اند.

و خطر کاهش تقاضای کل را به دنبال دارد. بدهی بسیاری از کشورها به مقدار قابل توجهی افزایش پیدا کرده است که تا حد زیادی برای مقابله با پیامدهای شدید ناشی از همه‌گیری بود.

بنابراین خطر یک بحران بدهی جهانی زیاد است و بهبودشکننده در بسیاری از بازارهای رو به رشد را به خطر می‌اندازد. در بحبوحه این شرایط چالش برانگیز، کمبود در سراسر جهان ادامه دارد و عدالت اجتماعی را تضعیف می‌کند. صدها میلیون نفر به شغل با حقوق دسترسی ندارند.

کسانی که شغل هستند اغلب از حمایت اجتماعی و حقوق اساسی در محل کار محروم هستند، اکثر کارگران غیررسمی هستند یا نمی‌توانند علایق خود را از طریق گفتگوی اجتماعی بیان کنند. درآمدها به شدت نابرابر توزیع می‌شود، به طوری که بسیاری از کارگران نمی‌توانند از فقر رها شوند. چشم‌انداز بازار کار نه تنها در بین کشورها بلکه در داخل کشورها نیز بسیار نابرابر است.

شکاف‌های جنسیتی در همه زمینه‌های دنیای کار وجود دارد و جوانان با چالش‌های خاصی روبرو هستند. غیررسمی بودن و فقر کاری با بحران کرونا بیشتر شد. با وجود بهبودی که در سال ۲۰۲۱ آغاز شد، کمبود مداوم فرصت‌های شغلی بهتر احتمالاً با کاهش فعالیت کسب‌وکارها بدتر می‌شود و کارگران را به مشاغل باکیفیت بدتر سوق می‌دهد و بسیاری را از حمایت اجتماعی کافی محروم می‌کند. فشار به سمت پایین روی تقاضا در کشورهای با درآمد بالا، کشورهای با درآمد پایین و متوسط را نیز از طریق پیوندهای زنجیره تامین جهانی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

محرك‌های رشد تجارت جهان:

تنش‌های ژئوپلیتیکی، تورم، قیمت انرژی و سایر کالاهای و اثرات ماندگار کرونا مهمترین عوامل اثرگذار اصلی تجارت و تولید در سال ۲۰۲۲ بودند. سال گذشته جهان شاهد برخی از بالاترین نرخ‌های تورم از دهه ۱۹۸۰ همراه با نوسانات قیمت کالاهای و افزایش ارزش دلار آمریکا بوده است. نوسانات قیمت کالا به شدت بر تورم و حجم تجارت در سال ۲۰۲۲ تأثیر گذاشت. این نوسانات به ویژه برای قیمت گاز طبیعی اروپا شدید بود؛ بین ژانویه و آگوست ۲۰۲۲، ۴۸ درصد افزایش یافت و تا فوریه ۲۰۲۳ به ۷۶ درصد کاهش یافت. کشورهای اروپایی با از دست دادن گاز از روسیه شروع به واردات بیشتر از سایر تامین‌کنندگان از جمله ایالات متحده،



تاثیرپذیری تولید لوازم خانگی از حمل‌ونقل

در دنیای امروز حمل‌ونقل از بخش‌های زیربنایی اقتصاد است که با تحت تاثیر قرار دادن فرآیند توسعه اقتصادی راه و اساس مبادلات بازرگانی و کلید توسعه اقتصادی و اجتماعی شده است. در حال حاضر اما حمل‌ونقل یکی از اجزای مهم اقتصاد ملی محسوب شده و به دلیل داشتن نقش زیربنایی تأثیر فراوانی بر فرآیند رشد اقتصادی کشور دارد. این بخش دربرگیرنده فعالیت‌هایی است که به شکلی گسترده در تمامی زمینه‌های تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات جریان داشته و در مجموعه فعالیت‌های اقتصادی نقش غیرقابل انکاری برعهده دارد. در همین زمینه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به مناسبت روز حمل‌ونقل گفتگویی با رمضان مدیر فروش و بازاریابی شرکت پرهام پلاست آریا (هوم‌کت) داشت و به موضوع تاثیرپذیری تولید لوازم خانگی از حمل‌ونقل پرداخت.



او در بخش دیگری از سخنان خود، درباره کمبود زیرساخت‌ها در حمل‌ونقل دریایی، ریلی و هوایی و موانع این بخش برای لوازم خانگی، گفت: تمامی ناوگان حمل‌ونقل کشور با مشکل فرسودگی و کمبود زیرساخت مواجه هستند. ما در مقایسه با بسیاری از کشورهای در توسعه راه‌های ریلی با مشکلات بسیاری مواجه هستیم و بسیاری از طرح‌های صنعت ریلی کشور نیمه‌تمام هستند. به عنوان مثال کمبود زیرساخت در حمل‌ونقل دریایی باعث شده است که کشور ایران نتواند به صورت مستقیم محصولات خود را به کشورهای آفریقایی صادر کند و برای این کار لازم است یا از طریق ترکیه و یا از طریق امارات متحده عربی انجام دهد که این کار باعث شده است هزینه تمام شده برای مشتری صادراتی بیشتر شود و توان رقابت نداشته باشد.

او افزود: عمده مشکل عدم تامین این زیرساخت‌ها این است که ساخت و تامین ناوگان و زیرساخت‌های حمل‌ونقل کشور هزینه هنگفتی دارد و بودجه‌ای که برای آنها در نظر گرفته می‌شود کفایت لازم را ندارد و همین امر سبب شده است، زیرساخت‌های حمل‌ونقل اعم از زمینی، دریایی و هوایی که جزو دارایی‌های مهم هر کشور به شمار آیند با این مشکل جدی مواجه شوند. در پی عدم وجود این زیرساخت‌ها صادرات کشور نیز علاوه بر تمامی معضلاتی دیگری که با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند، حمل‌ونقل را نیز سدی روبروی صادرات خود ببیند.

وی به عدم موفقیت زیرساخت‌های حمل‌ونقلی کشور در همراهی با صادرات اشاره داشت و گفت: تا زمانی که مقررات سخت‌گیرانه و بعضاً متناقض وجود دارند، هیچ آمیدی به رهایی از مشکلات نمی‌توان داشت. متأسفانه به جای اینکه قوانین به سمت تسهیل‌گری بروند،

رمضان در پاسخ به این سوال که آیا فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل کشور و ضعف زیرساخت در این حوزه اثرات خود را بر صادرات گذاشته است، عنوان کرد: مشکل کمبود و فرسودگی ناوگان در صنعت حمل‌ونقل کشور موضوع جدیدی نیست و ذاتا موضوع ساختاری است. مشکل صنعت حمل‌ونقل کشور ریشه‌ای قدیمی دارد و تاکنون هیچ عزم جدی از سوی هیچ دولتی جهت رفع آن اتخاذ نشده است.

افزایش هزینه صادرات در پی فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل

رمضان در ادامه، تصریح کرد: بزرگ‌ترین معضل فعلی در زمینه کمبود و فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل این است که اگر کسی بخواهد ناوگان جدیدی از خارج از کشور خریداری کند، به سختی قابل انجام است و این موضوع، فرآیند جدیدی نیست و از گذشت به منظور حمایت از تولید داخل وجود داشته است. این در حالی است که تولید ناوگان داخل هم مشکلات بسیاری دارد و برای بسیاری از خریداران به‌صرفه نیست.

وی با بیان اینکه، مشکل فقط کمبود ناوگان موجود نیست بلکه فرسودگی این ناوگان در فرآیند حمل‌ونقل کالاهای لوازم خانگی منجر به آسیب دیدن این محصولات می‌شود و این یکی از بزرگ‌ترین معضلات در تبادلات بین‌المللی خواهد بود، افزود: بر اساس اخبار موجود اکثر ناوگان حمل‌ونقل کشور بیش از ۲۰ سال عمر دارند و اکثر آن‌ها فرسوده هستند و امکان تردد در جاده‌های بین‌المللی را ندارند و این خود عاملی مستقیم بر وجود تاثیر منفی بر صادرات صنعت لوازم خانگی کشور است. اگر دولت از شرکت‌های حمل‌ونقل حمایت کند و اجازه دهد که این شرکت‌ها به‌راحتی سالانه طبق تعرفه‌ای خودرو وارد کنند، قطعاً مشکل این صنعت برطرف خواهد شد.

بودجه را به گونه‌ای تعیین کنند که بتوانند زیرساخت‌های حمل‌ونقل کشور را اصلاح کنند، مدیران کشور دغدغه دارند که چگونه قوانین جدیدی مطرح کنند که طی آن مجوز ورود و سرکشی به حساب بانکی فعالان اقتصادی و حتی خانواده‌های آن‌ها را بدست آورند.

نقش بالای حمل‌ونقل در قیمت تمام شده کالا

رمضان در توضیح اثرگذاری مقوله حمل‌ونقل بر قیمت نهایی لوازم خانگی نیز، گفت: هزینه حمل‌ونقل تأثیر بسیار زیادی بر قیمت تمام شده کالا در صنعت لوازم خانگی به خصوص در حوزه لوازم خانگی غیرانرژی بر دارد. به عنوان مثال در دسته کالایی پلاستیک و بلور به دلیل حجیم بودن محصولات و کم بودن قیمت اولیه، در برخی موارد هزینه حمل‌ونقل به برخی کشورها تا ۴۰ درصد به قیمت تمام شده کالا اضافه خواهد کرد.

همین مورد یکی از عوامل بسیار مهمی است که سبب شده در برخی کشورها مانند پاکستان حجم صادرات کشور در کالاهای پلاستیک در طی پنج سال گذشته بیش از ۲۳ درصد کاهش پیدا کند.

الکتروتکنوتک؛ پیشرو صنعت جوش در حوزه لوازم خانگی

شرکت الکتروتکنوتک یک شرکت دانش بنیان است که از سال ۱۳۵۵ با شروع فعالیت در زمینه طراحی و تولید دستگاه‌های جوش مقاومتی و قوسی، به عنوان یکی از پیشگامان این حوزه در کشور شناخته می‌شود. با اخذ پروانه از وزارت صنایع و معادن در سال ۱۳۶۲، این واحد صنعتی به تولید دستگاه‌های جوش با کیفیت بالا و تنوع گسترده اقدام کرد. تجربیات چند دهه این شرکت، منجر به طراحی و ارائه متنوعی از دستگاه‌های جوش برای صنایع فلزی کشور شده است و در نهایت این تلاش‌ها، باعث حل معضلات مختلف در زمینه جوش شده و چالش‌های زیادی را در صنعت جوش کشور و صنایع وابسته به آن رفع کرده است.



اتصالات فلزی بوده و با بهره‌گیری از مترپال موجود در داخل کشور، توانسته است تکنولوژی‌هایی را طراحی و توسعه دهد که به صورت بهینه با نیازهای تولیدکننده داخلی هماهنگی داشته باشد. با افتخار اعلام می‌کنیم که تمامی فرایندها و تکنولوژی‌های مورد استفاده در تولید دستگاه‌های خود را بومی‌سازی کرده‌ایم. متعاقباً، ما با در اختیار داشتن فناوری و قدرت طراحی، تلاش‌های تیم خود را در راستای توسعه و بهینه‌سازی صنعت جوش در لوازم خانگی انجام داده‌ایم؛ لذا امکان ارائه خدمات باکیفیت بالا، اقتصادی و بدون نیاز به وابستگی به فناوری‌های خارجی، دستگاه‌هایی با کارایی برتر به بازار ایران عرضه کرده‌ایم.

در حال حاضر چند نوع دستگاه توسط شرکت تکنوتک ساخته شده است و آیا برنامه و هدف بزرگ‌تری برای تولید دارید؟

شرکت الکتروتکنوتک تنوع بالایی در طراحی و تولیدات ماشین‌های جوش داشته و طی نیم قرن فعالیت خود، انبوهی از ماشین‌آلات جوش در مدل‌های مختلف به بازار صنعتی کشور ارائه داده است. در حال حاضر و در راستای هدف‌گذاری شرکت، بر طبق سیاست بومی‌سازی و تأکید بر دانش‌بنیان بودن، الکتروتکنوتک به دنبال توسعه اتوماسیون در سیستم‌های جوش و ایجاد خطوط تمام اتوماتیک می‌باشد. این جلوه از تلاش‌های فناورانه شرکت، به منظور ارتقاء کیفیت و کارایی فرآیندهای تولید است و همچنین به منظور افزایش توان تولیدی و ارائه راهکارهای مدرن به صنعت لوازم خانگی کشور است.

شایان ذکر است که این مجموعه صنعتی، افتخار همکاری با شرکت‌های معتبری را داشته و این همکاری‌ها نشان از اعتماد و رضایت مشتریان به کیفیت و توانایی شرکت صنعتی الکتروتکنوتک است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، مدیریت الکتروتکنوتک، یکی از بنیانگذاران انجمن جوش و برش ایران بوده و به عنوان بازرس رسمی انجمن در زمینه بومی‌سازی تولیدات ماشین‌آلات، اقدامات مؤثری را انجام داده است که این تلاش‌ها به بهبود کیفیت صنعت ساخت ماشین‌آلات جوشکاری، کمک کرده است.

علاوه بر این، شرکت الکتروتکنوتک به عنوان اولین دارنده مهر استاندارد در سال ۱۳۷۳ و همچنین، اولین دارنده تایید صلاحیت آزمایشگاه موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به عنوان آزمایشگاه همکار اداره استاندارد در سال ۱۳۸۱ به رسمیت شناخته شد. در این راستا، در دوین استانداردهای جوش در ایران با اداره استاندارد همکاری‌های قابل توجهی انجام داده است. شرکت صنعتی الکتروتکنوتک هم اکنون، با حدود نیم قرن تجربه در طراحی و ساخت انواع ماشین‌آلات جوشکاری، به عنوان یکی از پیشروان صنعت جوش در کشور شناخته می‌شود. در ادامه مصاحبه نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی با عباس نکونعل تک بنیانگذار این شرکت را خواهید خواند:

تولید دستگاه‌های جوش شرکت صنعتی الکتروتکنوتک چه کاربردی در صنعت لوازم خانگی دارند؟

این شرکت صنعتی محصولات متنوعی را با کاربردهای متفاوت برای استفاده در تولیدات صنایع لوازم خانگی طراحی و تولید کرده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱- انواع جوش سرب‌سر، جهت جوشکاری رویه اجاق گاز و کلیه سبدهای مفتولی
۲- انواع نقطه جوش برای تولید کولر، حلزونی، بخاری، باکس‌های یخچال و محفظه مایکروویو

۳- دستگاه جدید پرس جوش، مخصوص صنایع لوازم خانگی جهت جوشکاری بوشن منبع انبساط و برنر پکیج دیواری
دستگاه‌های جوش شرکت الکتروتکنوتک، به شما قابلیت اتصال قطعات فلزی بدون نیاز به مواد کمکی، سریع و با کیفیت بالا را خواهد داد. روش جوش مقاومتی، از نظر اقتصادی مقرون‌به‌صرفه بوده و نیاز به نیروی کار ماهر را کاهش می‌دهد. همچنین، با داشتن کنترل‌های پیشرفته، باعث تضمین کیفیت جوشکاری و مطابق با استانداردها می‌شوند. این ویژگی‌ها به همراه خدمات پس از فروش و پشتیبانی مداوم، باعث افزایش بهره‌وری و کیفیت محصولات صنایع لوازم خانگی خواهد شد و تمامی موضوعات ذکر شده، وجه تمایز شرکت صنعتی الکتروتکنوتک با سایر رقبا است.

آیا تکنولوژی ساخت این دستگاه‌ها کاملاً داخلی است؟

بله، تمام تکنولوژی‌های استفاده شده در این دستگاه‌ها از داخل کشور تأمین می‌شود. این شرکت از ابتدا تاکنون به دنبال بومی‌سازی دانش



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

راه‌های ارتباطی انجمن

بدینوسیله به اطلاع کلیه اعضای محترم انجمن و سایر مخاطبان می‌رساند
در راستای روز آمدسازی 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 (مهناز 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 شکل ملی

چه سیاستی برای افزایش تقاضای موثر باید در دستور کار قرار بگیرد؟

آزیر قرمز تقاضای صنعتی

بررسی شاخص تولید، فروش و قیمت صنایع بزرگ در ماه‌های اخیر حاکی از روند کاهشی تقاضا در بخش صنعت است. پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در مهرماه سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد، در سه‌ماه منتهی به مهرماه سال ۱۴۰۲ رشد میانگین متحرک سه‌ماهه شاخص تولید افزایش ۰.۳ درصدی و شاخص فروش کاهش ۴.۷ درصدی داشته است. بر این اساس، فروش صنایع بزرگ با سرعت بیشتری در مسیر کاهشی پیش رفته است که به نوعی بیانگر افت تقاضا در بخش صنعت است. دنیای اقتصاد نوشت: بررسی‌ها حاکی از این است که تقاضای موثر در اقتصاد روندی کاهشی دارد و بنگاه‌های تولیدی و صنعتی به دلایلی همچون محیط نامناسب کسب‌وکار در محدوده قرمز کاهش تقاضا قرار گرفته‌اند. کاهش تقاضا، هم در سطح مصرف‌کننده نهایی و هم در سطح صنایع میانی، روند نزولی شاخص میزان تولید و فروش صنایع از جمله صنایع بزرگ طی ماه‌های اخیر را به دنبال داشته است. از طرف دیگر محدودیت‌های ناشی از تحریم، سیاست‌های دستوری، کمبود و جهش نرخ ارز، تورم و کاهش قدرت مصرف‌کننده، افت تقاضای موثر را تشدید کرده است.

این در حالی است که میزان تقاضای یکی از عوامل تعیین‌کننده ادامه حیات یک بنگاه اقتصادی است؛ چرا که روند کاهشی تقاضا با ارسال سیگنال کاهشی به بنگاه‌ها، افت رشد و سرعت تولید را در پی خواهد داشت. از این‌رو و از آنجا که نوسانات سطح فعالیت صنعت تاثیر مستقیم بر بخش‌های دیگر اقتصاد و میزان اشتغال دارد، ضروری است عواملی که بر میزان تقاضای موثر بنگاه‌ها و بخش مولد تاثیرگذارند، مورد شناسایی و مورد توجه سیاستگذار صنعتی قرار بگیرند. کارشناسان در این زمینه تاکید دارند در اولین گام دولت باید از سیاست نرخ‌گذاری دستوری فاصله بگیرد و اجازه دهد عرضه و تقاضا قیمت‌ها را تعیین کند.

شاخص فروش در محدوده منفی

بررسی شاخص تولید، فروش و قیمت صنایع بزرگ در مهرماه حاکی از این است که تقاضای موثر در بخش صنعت روندی کاهشی داشته است. همچنین شاخص فروش در حالی در مهرماه به محدوده منفی رسیده است که این شاخص در دی‌ماه ۱۴۰۰ تقریباً به بالای ۱۰ درصد رسیده بود. در این ماه شاخص تولید نیز در محدوده ۱۰ درصد قرار داشته است. این دو شاخص اما در سال ۱۴۰۲ روندی کاهشی را در پیش گرفته‌اند.

نکته قابل‌تأمل در بررسی آمار رشد شرکت‌های بزرگ این است که علاوه بر افت تقاضا از سوی مصرف‌کننده نهایی، کاهش تقاضای کالاهای واسطه‌ای نیز بر افت شاخص تولید و فروش شرکت‌ها تاثیرگذار بوده است. با وجود این، در مهرماه سال ۱۴۰۲، شاخص‌های تولید و فروش شرکت‌های صنعتی بزرگ نسبت به ماه مشابه سال قبل افزایش ۲۲٪ و ۲۸٪ درصدی را تجربه کرده‌اند. این شاخص‌ها همچنین نسبت به ماه قبل به ترتیب افزایش ۵/۳٪ و ۱۳/۱٪ درصدی داشته‌اند.

رشد تولید شرکت‌های صادرات‌محور

سجاد ابراهیمی، کارشناس اقتصادی، در گفت‌وگو با



«دنیای اقتصاد» با بیان اینکه تولید در چندماه اخیر روند صعودی نداشته و فروش هم همین روال را طی کرده است، معتقد است رشد مثبت مهرماه شاخص تولیدات صنعتی به تنهایی نمی‌تواند تغییر روند بلندمدت را نشان دهد.

به گفته او با بررسی روند چندماه اخیر در سال ۱۴۰۲ این طور به نظر می‌رسد که به طور کلی صنایع به نوعی با شوک‌های ناشی از تحریم و محدودیت‌هایی که در دوره‌های بعدی وجود داشته است، وفق پیدا کرده‌اند و با کم‌رنگ شدن شرایط و سخت‌گیری‌های تحریم و... رشد صنایع می‌تواند افزایش پیدا کند. این وضعیت در حالی است که اگر روند تحریم و سخت‌گیری‌ها، بیشتر از شرایط فعلی اعمال شود، شاید این رشد مثبت دوباره از دست برود.

او با اشاره به اینکه در مهرماه فروش صنعتی شرکت‌ها در مجموع رشد مثبتی داشته است و کشورهای صادرات‌محور رشد بالاتری نسبت به شرکت‌های غیرصادراتی داشته‌اند، معتقد است صادرات یکی از محورهای رشد مهرماه بوده است. با این حال، با یک داده نمی‌توان در مورد روند کلی نتیجه‌گیری کرد. به گفته او فروش صادراتی شرکت‌ها در ۱۴۰۲ به جز مهرماه و مردادماه نسبت به مدت مشابه سال قبل کمتر بوده است.

اما در مهرماه و مردادماه در مجموع میزان فروش صادراتی افزایش داشته است. فروش صادراتی برخی شرکت‌ها در مهرماه نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش داشته است، اما در مجموع اگر این روند مثبت ادامه یابد، پایین بودن فروش در ماه‌های آتی برطرف می‌شود.

دلایل گپ نمودار تولید و فروش صنایع

این کارشناس اقتصادی برخی از دلایل پایین بودن میزان فروش و افت نمودار فروش در صنایع از جمله خودروسازی را ناراضی بودن تولیدکننده از قیمت‌گذاری دستوری می‌داند که باعث شده بنگاه‌ها با سیاست‌گذاری فروش خود را به امید افزایش قیمت پایین نگه دارند. ابراهیمی همچنین با اشاره به گپ بین نمودار تولید و فروش در برخی صنایع، بخشی از دلایل این روند را سیاست شرکت‌ها و محدودیت‌هایی همچون کمبود انرژی و قطعی برق در تابستان و قطعی گاز در زمستان عنوان می‌کند.

بررسی جزئیات آمار و فروش شرکت‌های بورسی نشان می‌دهد که طی یک‌سال منتهی به مهرماه، رشته فعالیت‌های خودرو و قطعات، کاشی و سرامیک و چوب و کاغذ بیشترین سهم را در کاهش شاخص تولید داشته‌اند. بر این اساس در مهرماه سال ۱۴۰۲ نسبت به ماه مشابه سال قبل شاخص‌های تولید و فروش رشته فعالیت خودرو و قطعات کاهش ۳۲/۱ و ۴۶/۳ درصدی و نسبت به ماه قبل کاهش ۸/۷ و ۸/۶ درصدی داشته است.

همچنین، شاخص‌های تولید و فروش رشته فعالیت شیمیایی به جز دارو نسبت به ماه مشابه سال قبل افزایش ۲/۹ و ۱۳/۵ درصدی و نسبت به ماه قبل شاخص تولید کاهش ۱۸/۸ درصدی و شاخص فروش افزایش ۸/۲ درصدی داشته است.

رشد تولید صنایع واردات‌محور

این کارشناس با اشاره به صنایعی که بیشترین کاهش فروش را در مهرماه داشته‌اند معتقد است، با توجه به اینکه سیاست فروش در شرکت‌های خودروسازی در ماه‌های مختلف متغیر بوده است، بخش عمده تفاوت رشد تولید و رشد فروش به سیاست‌های صنعت خودروسازی برمی‌گردد.

او ادامه می‌دهد: فاصله گرفتن تولید و فروش به این دلیل است که سیاست‌های شرکت‌ها مبتنی بر این است که منابع خود را مدیریت کنند، از همین رو در زمانی که منابع و سوخت کافی دارند، بنگاه‌ها موجودی انبار را افزایش می‌دهند تا زمانی که با محدودیت و مشکل روبه‌رو هستند وقفه‌ای در فروش ایجاد نشود. روند چندماه اخیر میزان تولید روند صعودی نداشته و فروش هم همین روند را طی کرده است.

همچنین مقایسه میزان تولید صنعتی هفت‌ماهه سال ۱۴۰۲ با مدت مشابه سال ۹۶ نشان می‌دهد که در هفت‌ماهه ۹۶ میزان تولید صنعتی، حدود ۹۵ بوده که در هفت ماهه ۱۴۰۲، این میزان به ۱۰۷ رسیده است. با این حال بین صنایع تفاوت‌هایی وجود دارد.

شاخص تولید صنایع شیمیایی در هفت‌ماهه ۱۴۰۲ کمتر از ۹۶ بوده اما صنایع فلزات اساسی بالاتر از میانگین رشد داشته‌اند.

همچنین صنایع واردات‌محور در این مدت رشد بالاتری نسبت به میانگین داشته‌اند،

به طوری که این رشد در صنایع خودروسازی، ماشین‌آلات و تجهیزات لوازم‌خانگی بیشتر است و می‌توان این طور تحلیل کرد که تولید و فروش صنایعی که در واردات کالای نهایی محدودیت داشته‌اند، افزایش داشته است.

مسیر استمرار تقاضای موثر در اقتصاد

وجود تقاضای موثر، نشان‌دهنده فروش کالاها یا خدمات تولیدشده در اقتصاد است و این شاخص به دلیل نقش آن در «ایجاد و استمرار رونق در بازار و اقتصاد» قابل‌توجه است. براساس تعاریف، افزایش تقاضای موثر با تشویق بنگاه‌ها به تولید بیشتر و افزایش ظرفیت‌های تولیدی از طریق افزایش استخدام نیروی کار به افزایش اشتغال در سطح کلان و ایجاد درآمد پایدار برای افراد و استمرار تقاضا در اقتصاد منجر می‌شود.

این در حالی است که نظرسنجی از بنگاه‌های اقتصادی حاکی از این است که کاهش تقاضا یکی از دلایل افت و نابسامانی وضعیت تولید و خروج بنگاه‌هاست. جدیدترین گزارش بازوی پژوهشی اتاق بازرگانی ایران از وضعیت شاخص مدیران خرید اقتصاد و صنعت نشان‌دهنده این است که فعالان اقتصادی و صنعتی به دلیل کاهش تقاضا، عدم پرداخت به موقع مطالبات، عدم تأمین مالی و دریافت وام و تسهیلات، در وضعیت نابسامانی در بعد تولید قرار گرفته‌اند.

این موارد با ایجاد محدودیت شدید نقدینگی و گردش پول و در کنار چالش‌هایی همچون قطعی مکرر برق موجب ضرر و زیان تولید شده است.

براساس نظریات اقتصادی تا زمانی که تقاضا از سمت بهبود قدرت خرید تحریک نشود، بخش تولیدی اقتصاد قابلیت رشد و پیشرفت نخواهد داشت؛ چراکه تولیدات باید به فروش برسند و باید گردش درآمدی برای بنگاه اقتصادی ایجاد شود تا از این طریق امکان تولید بیشتر برای بنگاه فراهم شود؛ در غیراین صورت تولید آسیب می‌بیند و به تبع آن بنگاه‌ها ناچار به تعدیل نیروی کار برای کاهش هزینه‌های خود می‌شوند. همچنین اگرچه اولین گام در راستای افزایش تقاضای موثر در اقتصاد، بهبود ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی اقتصاد است، در کنار آن به منظور استمرار تقاضای موثر در اقتصاد، درآمد نیروی کار نیز متناسب با تورم باید تعدیل شود.

دگرذیسی تولید لوازم خانگی با فناوری‌های نوین



لوازم خانگی شاید برای اثرگذاری بر زندگی فردی، خط مقدم خودنمایی اینترنت اشیا است و شاید سریع‌تر از سایر صنایع، در افزایش سطح رفاه و رشد بنگاه‌های اقتصادی حوزه لوازم خانگی ایفای نقش کند. شرکت‌های داخلی تولید لوازم خانگی هم راهی جز این ندارند که به سمت فناوری‌های نوین متمایل شوند و هم‌اکنون شاهد این هستیم که فعالیت‌های جذابی در حوزه تولید لوازم خانگی با قابلیت اینترنت اشیا در شرکت‌های داخلی در حال انجام است.

اما در ابتدا باید اینترنت اشیا را دقیق‌تر شناخت و آن را بررسی کرد زیرا یکی از روندهای آینده جهانی در حوزه لوازم خانگی خواهد بود. دیر یا زود مصرف‌کننده داخلی یا افراد در بازارهای هدف صادراتی لوازم خانگی مبتنی بر اینترنت اشیا را طلب خواهند کرد و باید به این روند مهم توجه جدی داشته باشیم.

البته آینده صنعت لوازم خانگی تنها در گرو اینترنت اشیا نیست و بسیاری از فناوری‌های جدید در آینده این صنعت نقش ایفا می‌کنند اما به نظر می‌رسد از نگاه کاربران، ادبیات تولید مبتنی بر هوش مصنوعی تفاوت‌های خاص خود را دارد. اینکه فناوری اینترنت اشیا حتی مبتنی بر هوش مصنوعی چه میزان کاربرد و کارکرد لوازم خانگی یا خانه‌های هوشمند را تغییر می‌دهد باید جدی گرفت زیرا تفاوت در مقایسه با هزینه، اهمیت بسزایی پیدا خواهد کرد که جرقه‌های این تغییر از هم‌اکنون در حال خودنمایی است.

در این باره دنیای اقتصاد نوشت: اگر با ادبیات آینده‌پژوهی به دورنمای صنعت لوازم خانگی نگاهی بیندازیم چند نکته خودنمایی خواهد کرد؛ افزایش خانه‌های تک‌نفره و اغلب کوچک‌تر از گذشته، نیاز به یک دستیار هوشمند برای افزایش سطح رفاه، انجام کارهایی که در گذشته توسط افراد خانواده انجام می‌شد ولی به مرور انتظار خواهیم داشت که ماشین برای ما انجام دهد، حتی یادآوری کارهای پیش‌پا افتاده‌ای که برای حفظ جایگاه اجتماعی یا سلامت افراد مهم است همگی از ارکان آینده بازار و صنعت لوازم خانگی است که توجه بسیاری را می‌طلبد.

نکته دیگر آنکه اقتصاد خانواده (حتی خانواده‌های تک‌نفره) الزاماً به گونه‌ای نخواهد بود که هر اقدامی را انجام دهند از خرید یا خشک‌شویی حتی در حوزه مواد غذایی. این موارد به معنی آن است که آینده برای صنعت لوازم خانگی در شرف یک دگرذیسی است و اگر از این موارد صرف‌نظر کنیم، نگرانی‌های بزرگ‌تری را به همراه خواهد داشت. حفظ و

گسترش سهم بازار در آینده دشوارتر از وضعیت فعلی است بنابراین بهتر است از هم‌اکنون به فکر آینده بود.

نکته مهم آنکه در ابتدا باید اینترنت اشیا را به خوبی شناخت زیرا برای صنایع مختلف در حوزه لوازم خانگی حتی زندگی شهری کاربردهای مختلفی دارد که البته به فراخور شرایط تولیدی و صنعتی متفاوت خواهد بود. نکته دیگر آنکه خانه‌های هوشمند اهمیت بیشتری در این حوزه دارند که لوازم خانگی بخشی از آن به شمار می‌رود. اینکه در یک خانه هوشمند چه لوازمی به کار رفته و این لوازم چگونه با یکدیگر در ارتباط هستند به حوزه مهمی در اینترنت اشیا بدل شده است.

این وضعیت عمومی اهمیت بسیاری دارد که در بخشی یک کالا رأساً با فناوری هوشمند و اینترنت اشیا فعال شده و در حوزه‌ای دیگر بخشی از خانه هوشمند به شمار می‌رود. تجربه سال‌های گذشته و همبستگی لوازم خانگی با یکدیگر در ظاهر و کاربرد، یکی از مولفه‌هایی است که می‌تواند به عنوان یک تجربه در این حوزه به کار گرفته شود.

اینترنت اشیا

اینترنت اشیا کلیدواژه‌ای است که در ادبیات انقلاب چهارم صنعتی به خوبی شناخته شده و شاید در گام اول کاربرد آنها در لوازم خانگی، بیش از سایر بخش‌ها در زندگی افراد خودنمایی می‌کند که البته مزایا، چالش‌ها و کاربردهای آن باید مورد بررسی قرار گیرد. اینترنت اشیا به صاحبان خانه امکان می‌دهد تا کنترل بیشتری بر فضای زندگی خود داشته باشند. با دستگاه‌های متصل مانند ترموستات‌های هوشمند، سیستم‌های

بهداشتی منتقل کنند و مداخلات به موقع و مراقبت‌های شخصی‌شده را ممکن می‌سازند.

پایداری زیست‌محیطی

اینترنت اشیا می‌تواند از طریق مصرف انرژی کارآمد، کاهش ضایعات و طرح شهر هوشمند به پایداری محیط‌زیست کمک کند. به عنوان مثال، شبکه‌های هوشمند می‌توانند توزیع و مصرف انرژی را بهینه کنند و ردپای کربن را کاهش دهند.



بینش داده‌ها

اینترنت اشیا حجم وسیعی از داده‌ها را تولید می‌کند و بینش‌های ارزشمندی را ارائه می‌دهد که می‌تواند تصمیم‌گیری آگاهانه را هدایت کند. سازمان‌ها می‌توانند این داده‌ها را برای شناسایی روندها، الگوها و ترجیحات مشتری تجزیه و تحلیل کنند که منجر به بهبود محصولات و خدمات شود.

نظارت و کنترل از راه دور

اینترنت اشیا نظارت و کنترل از راه دور دستگاه‌ها و سیستم‌ها را امکان‌پذیر می‌کند. این امر به‌ویژه در صنایعی مانند لجستیک، که در آن مدیران می‌توانند محموله‌ها را ردیابی کنند و مسیرها را در زمان واقعی بهینه‌سازی کنند، کارآیی و رضایت مشتری را بهبود می‌بخشد.

اتصال و دسترسی

اینترنت اشیا دستگاه‌ها و افراد را به هم متصل می‌کند و اطلاعات و خدمات را در هر زمان و هر مکان قابل دسترسی می‌کند. این اتصال فرصت‌های بی‌شماری را برای همکاری، نوآوری و اتصال جهانی باز می‌کند. به‌طورکلی، بسیاری از مزایای

پیشگیرانه را ممکن می‌سازند و از خرابی پرهزینه جلوگیری می‌کنند.

تجارب کاربری پیشرفته

اینترنت اشیا می‌تواند تجربیات کاربر را با ارائه خدمات شخصی‌سازی شده و به‌هم‌پیوسته افزایش دهد. برای مثال، خانه‌های هوشمند می‌توانند نور، دما و اولویت‌های سرگرمی را بر اساس ترجیحات فردی تنظیم کنند و محیط زندگی را بهتر و راحت‌تری ایجاد کنند.

ایمنی و امنیت بهبودیافته

اینترنت اشیا می‌تواند ایمنی و امنیت را در حوزه‌های مختلف مانند خانه‌ها، شهرها و محل کار افزایش دهد. به عنوان مثال، سیستم‌های نظارت هوشمند می‌توانند تهدیدات بالقوه را در زمان واقعی شناسایی کرده و به آنها پاسخ دهند، امنیت عمومی را بهبود بخشند و خطرات را کاهش دهند.

مدیریت منابع بهینه

اینترنت اشیا امکان مدیریت کارآمد منابع را در بخش‌هایی مانند کشاورزی و انرژی فراهم می‌کند. سیستم‌های آبیاری هوشمند می‌توانند سطوح رطوبت خاک و شرایط آب‌وهوایی را برای اطمینان از استفاده بهینه از آب و به حداقل رساندن ضایعات نظارت کنند.

پیشرفت‌های مراقبت‌های بهداشتی

اینترنت اشیا پتانسیل ایجاد انقلابی در مراقبت‌های بهداشتی، امکان نظارت از راه دور بیمار، پزشکی از راه دور و مدیریت بهتر بیماری‌های مزمن را دارد. دستگاه‌های پزشکی متصل می‌توانند داده‌های بیمار را جمع‌آوری و به ارائه‌دهندگان مراقبت‌های

روشنایی، دوربین‌های امنیتی و لوازم خانگی، افراد می‌توانند از راه دور خانه‌های خود را از طریق برنامه‌های تلفن همراه یا دستیارهای صوتی نظارت و مدیریت کنند. نکته دیگر آنکه اینترنت اشیا در حوزه‌های شهری نیز کاربردهای گسترده‌ای دارد. اینترنت اشیا شهرها را به اکوسیستم‌های هوشمند، پایدار و کارآمد تبدیل می‌کند. سیستم‌های مبتنی بر اینترنت اشیا، مدیریت ترافیک، مدیریت زباله، مصرف انرژی و ایمنی عمومی را بهبود می‌بخشند. راه‌حل‌های شهر هوشمند شامل سیستم‌های شبکه هوشمند، سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند و نظارت هوشمند است.

فناوری اینترنت اشیا (IoT) یکی از جدیدترین تکنولوژی‌های دنیای فناوری اطلاعات است و در سال گذشته ۵ میلیارد دستگاه با این فناوری به اینترنت متصل شده است. کارشناسان با توجه به این روند پیش‌بینی کرده‌اند که تا چهار سال آینده حدود ۵۰ میلیارد دستگاه از طریق اینترنت به یکدیگر اتصال یابند. فناوری اینترنت اشیا این امکان را فراهم می‌کند تا تمامی اشیا و دستگاه‌های اطراف ما به اینترنت متصل شده و از طریق اپلیکیشن مخصوص در تلفن‌های هوشمند کنترل و مدیریت شوند. اینترنت اشیا این پتانسیل را دارد که مزایای متعددی را به همراه داشته باشد و جنبه‌های مختلف زندگی ما را متحول کند.

در اینجا چند مزیت کلیدی استفاده از فناوری اینترنت اشیا آورده شده است:

بهره‌وری و اتوماسیون

اینترنت اشیا با اتوماسیون وظایف و فرآیندها، منجر به بهبود کارآیی و بهره‌وری می‌شود. دستگاه‌های متصل می‌توانند داده‌ها را در زمان واقعی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کنند، که امکان تعمیر و نگهداری پیشگیرانه، تخصیص بهینه منابع و عملیات ساده را فراهم می‌کند.

صرفه‌جویی در هزینه

با استفاده از اینترنت اشیا، کسب‌وکارها می‌توانند هزینه‌ها را از طریق نگهداری پیش‌بینی‌شده، بهینه‌سازی انرژی و مدیریت موجودی کاهش دهند. به عنوان مثال، حسگرها در تجهیزات تولیدی می‌توانند خرابی‌های احتمالی را از قبل تشخیص دهند، تعمیر و نگهداری

ارائه شده توسط اینترنت اشیا، آن را به یک تغییردهنده بازی در عرصه‌های مختلف تبدیل می‌کند، صنایع را متحول می‌کند، کارایی را بهبود می‌بخشد و کیفیت کلی زندگی را افزایش می‌دهد.

کاربردهای اینترنت اشیا

اینترنت اشیا (IoT) کاربردهای گسترده‌ای در صنایع و بخش‌های مختلف دارد. در اینجا چند نمونه برجسته از نحوه استفاده از اینترنت اشیا در دنیای واقعی آورده شده است:

۱- خانه‌های هوشمند

اینترنت اشیا به صاحبان خانه امکان می‌دهد تا کنترل بیشتری بر فضای زندگی خود داشته باشند. با دستگاه‌های متصل مانند ترموستات‌های هوشمند، سیستم‌های روشنایی، دوربین‌های امنیتی و لوازم خانگی، افراد می‌توانند از راه دور خانه‌های خود را از طریق برنامه‌های تلفن همراه یا دستیارهای صوتی نظارت و مدیریت کنند.

۲- اتوماسیون صنعتی

اینترنت اشیا با فعال کردن اتوماسیون و تجزیه و تحلیل پیشرفته صنعت را متحول می‌کند. به عنوان مثال، تاسیسات تولیدی از اینترنت اشیا برای افزایش کارایی تولید، نظارت بر سلامت تجهیزات و بهینه‌سازی مدیریت موجودی استفاده می‌کنند.

۳- خودروهای متصل

فناوری اینترنت اشیا با فعال کردن خودروهای متصل با ویژگی‌هایی مانند ناوبری بلادرنگ، تشخیص خودرو، کنترل از راه دور و سیستم‌های ایمنی پیشرفته، صنعت خودروسازی را متحول می‌کند. اکوسیستم خودروهای متصل به وسایل نقلیه اجازه می‌دهد تا با یکدیگر و

زیرساخت ارتباط برقرار کنند و بهینه‌سازی ترافیک و پیشگیری از تصادف را ممکن می‌سازد.

۴- مراقبت‌های بهداشتی

اینترنت اشیا سهم قابل توجهی در صنعت مراقبت‌های بهداشتی دارد. این امکان نظارت از راه دور بیمار، دستگاه‌های پوشیدنی برای ردیابی سلامت و انتقال بی‌درنگ داده‌ها به متخصصان مراقبت‌های بهداشتی را فراهم می‌کند. پزشکی از راه دور مبتنی بر اینترنت اشیا همچنین امکان مشاوره مجازی را فراهم می‌کند.

۵- کشاورزی

اینترنت اشیا از طریق استفاده از تکنیک‌های کشاورزی هوشمند، شیوه‌های کشاورزی مدرن را پیش می‌برد. کشاورزان می‌توانند سطح رطوبت خاک، شرایط آب‌وهوایی و سلامت محصول را از راه دور با استفاده از حسگرهای اینترنت اشیا کنترل کنند. این داده‌ها به بهینه‌سازی آبیاری، کوددهی و کنترل آفات، بهبود عملکرد محصول و کاهش اتلاف منابع کمک می‌کند.

۶- شهرهای هوشمند

اینترنت اشیا شهرها را به اکوسیستم‌های هوشمند، پایدار و کارآمد تبدیل می‌کند. سیستم‌های مبتنی بر اینترنت اشیا، مدیریت ترافیک، مدیریت زباله، مصرف انرژی و ایمنی عمومی را بهبود می‌بخشند. راه‌حل‌های شهر هوشمند شامل سیستم‌های شبکه هوشمند، سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند و نظارت هوشمند است.

۷- خرده‌فروشی

اینترنت اشیا با ایجاد تجربه‌های خرید شخصی و تعاملی، صنعت خرده‌فروشی

را تغییر شکل می‌دهد. خرده‌فروشان از اینترنت اشیا برای جمع‌آوری داده‌ها در مورد رفتارهای مشتری، ترجیحات و سطوح موجودی برای بهینه‌سازی مکان‌یابی محصول، مدیریت موجودی و تبلیغات سفارشی استفاده می‌کنند.

۸- لجستیک و زنجیره تامین

اینترنت اشیا نقش مهمی در بهینه‌سازی عملیات لجستیک و زنجیره تامین ایفا می‌کند. حسگرهای اینترنت اشیا ردیابی و نظارت بر محموله‌ها را در زمان واقعی فراهم می‌کنند و مدیریت موجودی کارآمد، بهینه‌سازی مسیر و تحویل به موقع را ممکن می‌سازند.

۹- مدیریت انرژی

اینترنت اشیا با نظارت و کنترل مصرف انرژی به مدیریت کارآمد منابع انرژی کمک می‌کند. کنتورهای هوشمند متصل به شبکه‌های اینترنت اشیا، امکان ردیابی مصرف انرژی را در زمان واقعی فراهم می‌کنند، هدررفت را شناسایی و روش‌های صرفه‌جویی در انرژی را تشویق می‌کنند.

۱۰- نظارت بر محیط زیست

اینترنت اشیا نظارت مستمر بر عوامل محیطی مانند کیفیت هوا، کیفیت آب و سطح سروصدا را امکان‌پذیر می‌کند. این داده‌ها به شناسایی منابع آلودگی، طراحی استراتژی‌های موثر حفاظتی و تضمین محیط‌زیست سالم‌تر کمک می‌کند. اینها تنها چند نمونه از نحوه استفاده IoT در صنایع مختلف است. همان‌طور که فناوری IoT به تکامل خود ادامه می‌دهد، برنامه‌های کاربردی آن گسترش می‌یابد و محیط‌های هوشمندتر و مرتبط‌تری ایجاد می‌کند که زندگی روزمره ما را بهبود می‌بخشد.



این کامیون هیچ نیازی به راننده ندارد

کامیون‌های خودران حالا بدون دخالت انسان، محموله‌های یکی از شرکت‌های لوازم خانگی را جابه‌جا می‌کنند. استارت‌آپ سوئدی اینراید (Einride) که به کامیون‌های خودران الکتریکی بدون کابین خود معروف است، حالا از خودروهایش در عملیات روزانه‌ی جابه‌جایی لوازم خانگی از جمله یخچال فریزر برای شرکت GE، مستقر در لوئیزیانا ایالت کنتاکی، استفاده می‌کند. زومیت نوشت: طبق بیانیه‌ی مطبوعاتی اینراید، کامیون‌های این شرکت روزانه تا هفت بار مسیر ۴۸ کیلومتری بین یکی از کارخانه‌های GE و انبار را طی می‌کنند. این مسیر خصوصی در شهر سلمر ایالت تنسی قرار دارد. کامیون اینراید، تنها یکی از اعضای سیستم لجستیک خودکار شامل دوربین‌های مجهز به هوش مصنوعی برای بازکردن درهای انبار و ربات‌های خودمختار برای بارگیری و تخلیه‌ی محموله‌ها است. ناگفته نماند یک اپراتور انسانی با بهره‌گیری از فناوری 5G، از راه دور روی تمامی این عملیات نظارت می‌کند. به‌گفته‌ی GE، حذف راننده‌های انسانی ضمن افزایش ایمنی، بهره‌وری را نیز افزایش می‌دهد؛ زیرا به‌دلیل نبود کابین راننده، تمام فضای کامیون را می‌توان برای بار استفاده

کرد. علاوه‌براین، الکتریکی‌بودن کامیون‌های یادشده به‌معنی تولیدنشدن هیچ‌گونه آلودگی است. اینراید اولین بار در سال ۲۰۲۱ فناوری خودران خود را در جاده‌های خصوصی شرکت GE آزمایش کرد. پس‌ازآن و با موافقت اداره‌ی ملی ایمنی ترافیک بزرگراه‌های آمریکا در سال ۲۰۲۲، اینراید فعالیت‌هایش را به جاده‌های عمومی گسترش داد.



پادکست نسل دوم با اسپانسر لوازمو خانگی کن منتشر شد؛ در این اپیزود که در سایت شنوتو (shenoto) قابل دسترسی است، پای صحبت نسل دوم برندهای مطرح ایرانی می‌نشینیم که در کنار پدران کارآفرین خود بزرگ و وارد مدیریت کسب و کار شدند. پالرمو سرامیک، مجموعه‌ای بزرگ از فناوری‌های تولید و ساخت سرامیک پرسلان و تکنیک‌های تولید و طراحی این سرامیک است که از سال ۱۳۹۳ هجری شمسی فعالیتش را به‌طور رسمی در ایران آغاز کرد. برند سرامیک پالرمو خیلی زود با استفاده از نیروهای متخصص و پرسنل حرفه‌ای، تحول و خلقتی جدید در صنعت کاشی و سرامیک کشور به‌وجود آورد. اگر که کیفیت و زیبایی توامان برای شما اهمیت ویژه‌ای دارد.

آموزش‌های حمید در عراق به منظور به‌رغم تمام سخت‌ها حضور ۲۰ ساله این برند در این کشور را رقم زده و امروز این نسل دومی به آن افتخار می‌کند. اما ورود داعش به کشور عراق بار دیگر موجب کاستن از فعالیت پالرمو در این کشور شده ولی همراهی با برند یونیورسال با تلاش برادر بزرگتر جان تازه‌ای به کالبد این مجموعه می‌دمد. خیابان شیراز جنوبی تهران عرصه شکل‌گیری فضای رقابت پالرمو در سال ۱۳۹۳ شد و یک بعد نیز عماد بلند پرواز را به پایتخت کشید و همکاری با کارخانجات خزر، پردیس و مه‌سرام اینگونه تولید بدون کارخانه شکل گرفت و این مهم وقتی صورت اجرا گرفت که نیازسنجی بازار و مخاطب از سوی این برند با هوشیاری مدیران آن بر دیگر کاشی و سرامیک سازان پیش گرفت.

وی ابراز داشت: پالرمو اولین تولید کننده کاشی‌های لعاب پولیش در ایران است که پیش از آن از کشور چین وارد می‌شد اما کیفیت لازم را به همراه نداشت. ولی با توسعه بخش فنی و انسانی پالرمو توانست جای محصولات خارجی را در کشور پر کند.

محور اصلی برند پالرمو رقابت با محصولات خارجی است که عماد جوان به آن باور دارد و حضور در ۷ کشور را تصدیق این مطلب می‌داند و ادامه می‌دهد: محصولات پالرمو سرامیک با پوشش نانو تبدیل به سرامیک ضد اسید و خش شده‌اند.

شما برای تمیز کردن این نوع از سرامیک هیچ دردسری ندارید و می‌توانید با خیال راحت از هر موادی برای تمیز کردن آن استفاده و انتظار داشته باشید. لازم به ذکر است که کانادا، آلمان، گرجستان، عراق، امارات، عمان، کشورهای مقصد محصولات پالرمو است.

می‌گوید: تمام اموال پدر در آن زمان از سوی تعزیرات حکومتی وقت ضبط و بدهکار می‌شود، اما این پایان کار پالرمو نیست و تسلیم در خلق و خوی شیریان بزرگ جایی ندارد؛ لذا با همراهی حمید و مهاجرت به کرمانشاه در سال ۱۳۶۷، کسب‌وکار جدید را پایه‌ریزی و خانواده را نیز در این مسیر همراه خود می‌کند.

نسل دومی شیریان، صداقت را رمز موفقیت پدر می‌داند و می‌افزاید: مهاجرت به کرمانشاه نقطه عطفی شد تا نسل دومی امروز ما مردمی خونگرم و همراه را در کنار خانواده خود داشته باشد. ریسک‌پذیری و انعطاف دو خصیصه شاخصی است که ما فرزندان از پدر به ارث برده‌ایم و آن را عامل موفقیت در کسب‌وکار خود می‌دانیم.

عماد تشکیل بورس کاشی فروشان در اطراف محل کار پدر را یکی از خاطرات خوش زندگی خود عنوان کرده و می‌گوید: صادرات به عراق از مجموعه پالرمو زمانی شکل گرفت که مغازه ۱۸ متری به فروشگاه ۲۵۰ متری بدل شد؛ چرا ذائقه مردم در خرید متفاوت از گذشته است و حالا ساختمانی با ۱۵۰۰ متر مساحت و در پنج طبقه همراه با انواع سلیقه‌ها در اختیار پالرمو قرار دارد که در نوع خود به‌ویژه در غرب کشور برای اولین بار اتفاق افتاد.

توسعه بازار کاشی و سرامیک کرمانشاه و جلب توجه خریداران عراقی یکدیگر از خاطرات نسل دومی پالرمو است که با خوشحالی به اشاره می‌کند چرا که بازار عراق زمینه رونق کسب‌وکار پالرمو را بیش از گذشته فراهم می‌کند هر چند کلاهبرداری ۲۰ میلیونی در این ایام از خاطر عماد محو نشده است.

روایت‌های او از شکست‌های پی‌درپی در مسیر خلق برند پالرمو آموزنده است و

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازمو خانگی، محصولات گروه پالرمو تحت نظارت و همکاری تکنسین‌های ایرانی و ایتالیایی با مرغوب‌ترین مواد اولیه، ماشین‌آلات و تکنولوژی پیشرفته روز دنیا تولید می‌شود. هدف اصلی پالرمو سرامیک تولید سرامیک پرسلان با کیفیت جهانی و در ابعاد بزرگ و اسلب است که در انواع زیر به بازار سرامیک ایران عرضه و در همان سال نخست با استقبال بسیار زیادی مواجه شد.

به منظور شناخت هرچه بیشتر این مجموعه موفق پای صحبت نسل دومی این کسب‌وکار و برند برتر ایرانی نشستیم که در ادامه به آن می‌پردازیم.

نسلی که در زیر سایه نسل اول مسیر شغلی را شروع کرده‌اند و حالا برای رشد و توسعه بیشتر با چالش‌های خاصی درگیرند.

عماد، فرزند چهارم خانواده شیریان است؛ با حمید که برادر بزرگ‌تر و بنیانگذار برند پالرمو در صنعت سرامیک است کسب‌وکاری مشترک دارد. در این متن روایت او از شکست‌های پیاپی در مسیر خلق برند پالرمو آموزنده‌ای را می‌خوانیم. درس‌هایی از پدر و چالش او با نسل Z هم خواندنی است.

شیریان نسل دومی ۳۵ ساله با روایتی متفاوت از دستاوردهای عظیمی که از صفر شکل گرفت. کسب‌وکار فعلی را ره‌آورد زحمات پدر و برادران بزرگ‌تر خود می‌داند و می‌گوید: از اواخر دهه ۵۰ پدر با تحمل مرارت‌های فراوان برند در ایام جنگ تحمیلی پالرمو را بنیانگذاری کرد و در کنار حرفه ساخت‌وساز و با همراهی برادر بزرگ‌تر (حمید) به صنعت کاشی و سرامیک وارد می‌شوند.

عماد در اشاره به چگونگی ورشکستگی پدر و برخاستن از صفر و پیشبرد اهداف پالرمو،

شکست سازمان‌ها در مواجهه با تحول دیجیتال

هدف اصلی تحول دیجیتال، بهبود کارایی، کاهش هزینه‌ها و ایجاد فرصت‌های جدید برای رشد است. از این رو می‌توان تحول دیجیتال را تحول در کسب‌وکار در نظر گرفت. به عبارت دیگر هدف اصلی تحول دیجیتال، بازنگری در کل مدل کسب‌وکار و فرهنگ سازمان برای پذیرش روش‌های چابک و مبتنی بر فناوری‌ها به منظور حفظ کسب‌وکار در آینده و توانایی سازگاری سریع آن با چالش‌ها و حل این چالش‌ها می‌باشد. با این حال، بسیاری به اشتباه بر این باورند که هدف تحول دیجیتال صرفاً شامل تزریق فناوری‌های دیجیتالی به فرآیندهای موجود کسب‌وکار است.

که گاهی منجر به هدر رفت سرمایه‌های گزاف و صرف زمان زیاد یا حتی نابودی یک کسب‌وکار و مزیت رقابتی آن می‌شوند، از اهمیت بالایی برخوردار است. در این گزارش در قالب چند مطالعه موردی، بلکه ذکر دلایل شکست سازمان‌ها در مواجهه با تحول دیجیتال یا پیاده‌سازی آن پرداخته و سپس راهکارهای افزایش احتمال موفقیت در اجرای فرایند تحول دیجیتال در سازمان‌ها، بررسی می‌شوند.

چرایی شکست سازمان‌ها در تحول دیجیتال

با وجود آنکه طی دو دهه اخیر، تحول دیجیتال، به یک دستور کار مهم و تقریباً پایان‌ناپذیر در شرکت‌ها تبدیل شده است، اما اکثر سازمان‌ها هنوز در دستیابی به اهداف خود بر مبنای ارزش‌های وعده داده شده تحول دیجیتال، شکست می‌خورند.

بر اساس یک مطالعه که در سال ۲۰۲۱ توسط موسسه مشاوره‌ای McKinsey، انجام شد؛ مشخص شد، حدود ۷۰ درصد از پروژه‌های تحول دیجیتال، با شکست مواجه می‌شوند. علیرغم این آمار تکان‌دهنده، این موضوع که سازمان‌ها به سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی که با این سرعت شکست می‌خورند، ادامه می‌دهند، گواهِ اهمیت استراتژیک بالایی است که به پروژه‌های تحول دیجیتال، نسبت داده می‌شود. طی بررسی صورت گرفته توسط دانشگاه واترلو، به منظور درک بهتر از چگونگی کاهش نرخ شکست پروژه‌های مربوط به فرایند تحول دیجیتال، با شرکت‌های تولیدی در خصوص فعالیت‌های تحول دیجیتال، مصاحبه‌هایی صورت گرفت. برخی از چالش‌های شناسایی شده، فنی بودند، اما اغلب آن‌ها غیرفنی بودند. در این تحقیق مشخص شد؛ یکی از مهم‌ترین دلایل شکست این پروژه‌ها به موضوع بهبود مستمر کارکنان این شرکت‌ها مربوط می‌شد. به گواهِ نتایج تحقیقات دانشگاه واترلو، سازمان‌هایی که از فقدان برنامه‌ریزی و آمادگی، رنج می‌برند، بله انداره کافی برنامه‌ریزی نکرده و برای تحلول آماده نیستند. در نتیجه



می‌شود که سازمان‌ها سعی کنند فرهنگی را توسعه دهند که از خلاقیت، کارآفرینی، ریسک‌پذیری و غیره حمایت کند؛ با وجود اینکه نیاز است سازمان‌ها برای بقای خود، رهسوار تحول دیجیتال شده و در این مسیر گام بردارند، اما چنانچه رویکرد مناسبی برای مواجهه یا پیاده‌سازی صحیح آن نداشته باشند؛ به شکست محکوم می‌گردند.

مطالعه ادبیات موضوع حاکی از آن است که تنها حدود ۳۰ درصد از تمام تحولات دیجیتال هر ساله بعد کیفیت، زمان و هزینه‌ها در دو بخش (دولتی و خصوصی) به موفقیت دست می‌یابند. از این رو بررسی دلایل این شکست‌ها

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، در گزارش معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران آمده است: زمانی که در مدل کسب‌وکار، در خصوص محصول و یا در ساختار سازمان خود تجدیدنظر می‌کنیم؛ این تجدیدنظرها و تغییرات به معنی پذیرش تحول دیجیتال در سازمان است. در واقع اگر همه چیز را بازسازی و روش‌های جدید کار را در مرکز سازمان، قرار دهیم؛ آنگاه از نظر دیجیتالی، متحول شده‌ایم. بنابراین تحول دیجیتال زمانی محقق خواهد شد که مدل‌های کسب‌وکار، تجربه‌های ذینفعان و فرآیندهای عملیاتی سازمان را به نحوی مطلوب دگرگون کند. برای این منظور پیشنهاد

احتمالا شکست این سازمان‌ها بیشتر است. این موضوع شامل ناتوانی در شناسایی اهداف تحول، ایجاد یک برنامه روشن برای چگونگی دستیابی به آن اهداف و تامین منابع الزامی است. حتی تحلولی که به بهترین شکل برنامه‌ریزی شده است، در صورتی که به درستی اجرا نشود، ممکن است شکست بخورد. این موضوع شامل ناتوانی در برقراری ارتباط موثر با کارکنان، مدیریت موثر تغییرات و رسیدگی به هرگونه چالش غیرمنتظره‌ای است که پیش می‌آید. بنابراین اجرای ضعیف، یکی دیگر از مشکلاتی است که می‌بایست به آن توجه شود. سازمان‌ها می‌توانند توسط عوامل خارجی مانند رکود اقتصادی، تغییرات در فناوری یا مقررات جدید از مسیر خارج شوند. آگاهی از این عوامل و تدوین برنامه‌های اضطراری در صورت وقوع آنها مهم است. با این حال، هرگز نمی‌توان مطمئن بود و آماده مقابله با تغییرات غیرمنتظره باشیم. اگر سازمانی، چشم‌انداز قانع کننده‌ای نداشته و فقط بر اهداف کوتاه‌مدت خود تمرکز کند، روند تحول می‌تواند غیرقابل پیش‌بینی و بدون جهت باشد.

دلایل شکست تحول دیجیتال:

در حالی که در ۲۰۲۳ فناوری‌ها و بهترین شیوه‌ها تکامل یافته‌اند، اما هنوز هم بسیاری از مسائل و مشکلات اساسی، به قوت خود باقی مانده‌اند. سازمان‌ها و موسسات (دولتی و خصوصی) همچنان با چالش‌هایی در تحول دیجیتال مواجه بوده و در پیاده‌سازی و اجرای آن دچار شکست می‌شوند. عوامل متعددی در شکست سازمان‌ها نقش دارند. در ادامه به ذکر ۱۳ دلیل که باعث شکست تحول دیجیتال در سازمان‌ها می‌شوند؛ پرداخته شده است:

فقدان اهداف روشن:

سازمان‌ها گاهی اوقات بدون درک روشنی از آنچه که خواهند به دست آورد آن می‌باشند، وارد تحول دیجیتال می‌شوند. یک ایده مبهم مانند «ما باید دیجیتالی‌تر باشیم» یک هدف روشن نیست.

مقاومت در برابر تغییر:

کارکنان یک سازمان، اغلب چالش برانگیزترین بخش هر تحول می‌باشند. کارکنان می‌توانند در برابر فناوری‌ها و فرآیندهای جدید مقاومت کنند. به ویژه اگر مزایا به‌طور واضح، برای آن‌ها بیان نشده باشد و یا این که از تغییر، احساس خطر کنند.

رهبری و نعهد ناکافی:

رهبری قوی برای دستیابی به موفقیت، بسیار

مهم است. اگر رهبران و مدیران ارشد سازمان، به تحول دیجیتال متعهد نباشند یا چشم‌انداز روشنی نداشته باشند، تحولی در سازمان صورت نگرفته و یا در صورت وقوع، تحول به سرعت از مسیر اصلی خود، خارج می‌شود.

دست کم گرفتن تغییرات فرهنگی:

تحول دیجیتال فقط مربوط به فناوری نبوده و در خصوص تغییرات فرهنگی در سازمان نیز می‌باشد. سازمان‌هایی که بر پرورش فرهنگ دیجیتال تمرکز نمی‌کنند، ممکن است با اصطکاک داخلی مواجه شوند.

انتخاب فناوری اشتباه:

به راحتی می‌توان تحت تأثیر آخرین روندهای فناوری قرار گرفت. با این حال، پیاده‌سازی فناوری‌ای که با نیازهای کسب‌وکار همخوانی ندارد، می‌تواند به هدر رفتن منابع و چالش‌های صورت گرفته منجر شود.

منابع ناکافی:

عدم تخصیص کافی بودجه، زمان و منابع انسانی، می‌تواند مانع پیشرفت پروژه تحول شود.

فقدان مهارت و تخصص:

سرعت سریع پیشرفت فناوری به این معنی است که مهارت‌های موردنیاز برای تحول دیجیتال به‌طور مداوم در حال تکامل است. نداشتن تخصص مناسب در داخل سازمان یا عدم سرمایه‌گذاری در آموزش می‌تواند پروژه‌ها را متوقف کند.

ارتباطات ضعیف:

آگاه نکردن ذینفعان در مورد آنچه اتفاق می‌افتد یا چرایی و چگونگی تأثیر این اتفاقات بر آن‌ها می‌تواند منجر به سوءتفاهم و عقب‌نشینی آن‌ها از همراهی با تحول، گردد.

عدم رسیدگی به مشکلات داده:

کیفیت داده، دسترسی و امنیت در ابتکارات دیجیتالی بسیار مهم است. نادیده گرفتن مسائل مربوط به داده‌ها می‌تواند منجر به بینش و تصمیم‌گیری ناقص شود.

عدم تطبیق با بازخورد:

پروژه‌های فرایند تحول دیجیتال باید چابک باشند. اگر سازمانی بدون تطبیق با بازخورد یا تغییر شرایط به شدت به یک برنامه پایبند باشد، این موضوع منجر به عدم تطابق بین خروجی پروژه و نیازهای کسب‌وکار می‌شود.

عدم هماهنگی بین فناوری اطلاعات و کسب‌وکار:

چنانچه بخش فناوری اطلاعات و واحدهای کسب‌وکاری یک سازمان مانند (واحد استراتژی) با هم هماهنگ نباشند، تحول دیجیتال می‌تواند با مشکلاتی روبه‌رو شود؛ این واحدها باید با هم کار کنند و درک روشنی از اهداف کسب‌وکار و قابلیت‌های فناوری داشته باشند. برخی از محققین بر این باورند که از طریق ایجاد یک دفتر تحول دیجیتال، می‌توان اقدام به اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی‌های تحول دیجیتال کرد.

برخی دیگر از محققین معتقدند از طریق شکل‌دهی تیم‌های ضربت و تفویض اختیارات الزام به اعضای این تیم که همگی در خصوص موضوع موردبررسی از تخصص‌های مختلف برخوردارند، می‌توان به موفقیت در حوزه تحول دیجیتال نائل آمد. اما برخی دیگر از محققان بر به کارگیری تلفیقی روش‌ها و راهکارهای مختلف در مقاطع مختلف و دیجیتالی سازمان تأکید دارند.

جمع‌بندی:

در نتیجه، اینکه سازمان‌ها از چه روش و راهکاری استفاده می‌کنند، به شرایط و میزان بلوغ دیجیتالی آن‌ها بستگی دارد. معمولاً توصیه می‌شود؛ سازمان‌هایی که در ابتدای راه قرار دارند و اصطلاحاً مبتدی دیجیتال هستند، به تشکیل دفتر تحول دیجیتال مبادرت نموده و سازمان‌هایی که در درجه بالاتری از بلوغ قرار دارند؛ از تشکیل تیم‌های ضربت بهره‌مند شوند. چرا که فرهنگ کار تیمی در این سازمان‌ها بالاتر بوده و این موضوع اجازه تشکیل تیم ضربت را به این سازمان‌ها خواهد داد.

لازم به ذکر است که اساساً، تشکیل تیم ضربت، یک روش جدید کاری برای سازمان‌ها است. با نظارت بر یک پروژه از ابتدا تا انتها، تیم‌های ضربت از یک استراتژی چابک استفاده می‌کنند، تا به ایجاد راه‌حل و ادغام آن در استراتژی کلی دیجیتال کمک کرده باشند.

تیم ضربت، با استفاده از مهارت‌های متنوع مدیران و کارشناسان فنی بر توسعه سریع‌تر راه‌حل‌ها، اقدام نموده و به این ترتیب، سازمان از طریق این تیم، قادر به مقابله با چالش‌برانگیزترین سناریوهای کسب‌وکار خود خواهد بود.

لینک کردن افرادی که از دانش فنی بالایی برخوردارند با افرادی که از تجربه کاری بالایی در سازمان برخوردار می‌باشند؛ تضمین می‌کند که تیم تشکیل شده، دارای ظرفیت بالایی است. در نهایت، این افراد با کمک هم، محصول یا راه‌حل نهایی را ارائه می‌کنند.

تهران پُرخرج



تازه‌ترین آمارها از الگوی مصرف و درآمد خانواده‌ها که توسط معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران منتشر شده است، نشان می‌دهد با وجود آن که درآمد تهرانی‌ها بالاتر از بقیه استان‌های کشور است، اما هزینه‌ها به همین نسبت بالاست به نحوی که حتی رشد هزینه و درآمد در سال‌های اخیر برای استان تهران کمتر از میانگین کل کشور بوده است.

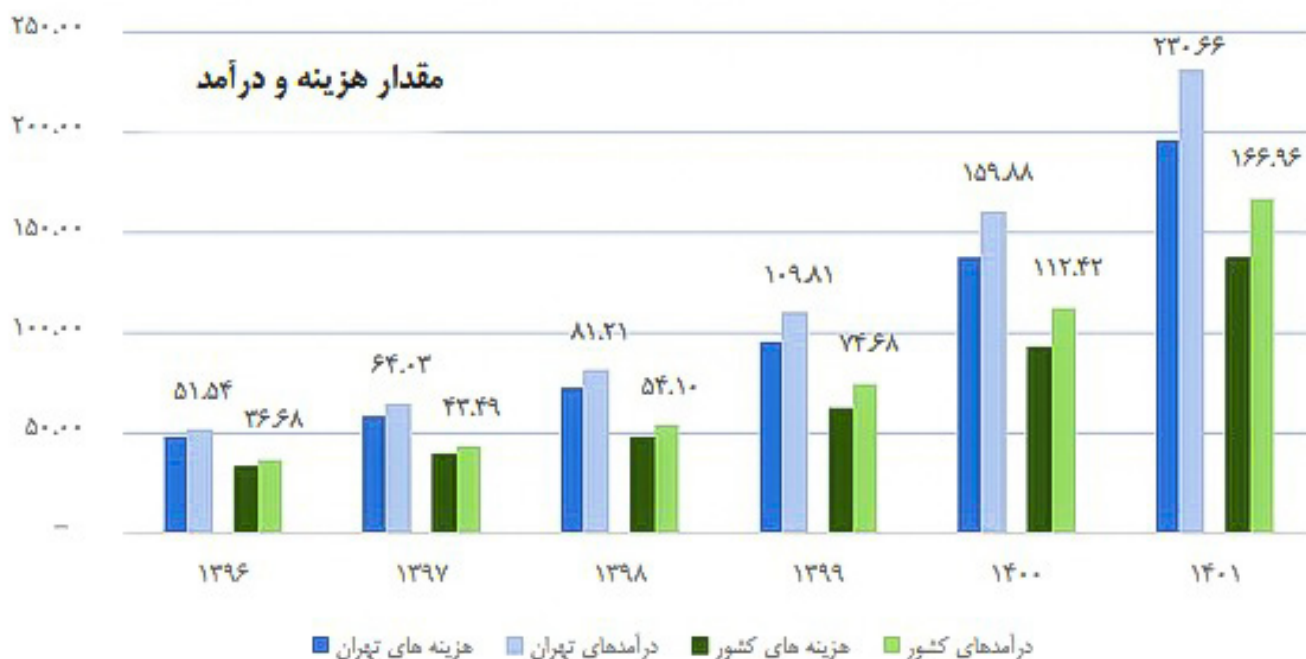
درصد به مجموع هزینه‌های مسکن و خوراک خانوارهای شهری و روستایی افزوده شده و در مقابل از سایر هزینه‌ها کاسته شده است؛ در واقع در طول سال‌های گذشته هزینه‌های مسکن و خوراک جایگزین پوشاک، سلامت و بهداشت، حمل‌ونقل و ارتباطات، تفریح و سرگرمی و لوازم خانگی شده است. این موضوع که خود شاخصی برای سنجش رفاه خانوارها است، به نظر می‌رسد نشان‌دهنده آثار اقتصادی ناشی از تورم و گران شدن سبدمصرفی خانوار بخصوص برای کالاهای ضروری باشد. این جایگزین برای دهک‌های پایین درآمدی بسیار بیشتر است که می‌تواند بیانگر فشار اقتصادی بیشتر روی گروه‌های آسیب‌پذیر باشد. درآمد خانوارها را می‌توان به ۳ گروه درآمدی مربوط به مشاغل آزاد، حقوق و دستمزد و درآمدهای غیرشغلی تقسیم‌بندی کرد. در این خصوص الگوی درآمد خانوارها نشان می‌دهد که به مرور زمان ترکیب درآمد از مشاغل آزاد به سمت مشاغل غیرشغلی سوق پیدا کرده است. این الگوی درآمدی می‌تواند نمایانگر این موضوع باشد که اکثر درآمد خانوار از بخش‌های بدست می‌آید که به نظر می‌رسد مولد نیستند.

اطلاعات موجود از الگوی مصرف خانوار همچنین نشان می‌دهد که سهم درآمد حاصل از یارانه بسیار اندک است؛ این در حالی است که سهم یارانه

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، شناخت الگوهای مصرف خانوارها از چندین جنبه دارای اهمیت است؛ مصرف مسقیماً بر رشد اقتصادی و رفاه خانوار اثر می‌گذارد و کاهش مصرف خانوارها می‌تواند پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گسترده و غیرقابل جبرانی به همراه داشته باشد. از طرف دیگر، مصرف اثرگذارترین جز تقاضای کل اقتصاد محسوب می‌شود و اگر تولید ملی را به عنوان نمادی از ابعاد اقتصاد فرض کنیم، به طور معمول در یک کشور، حدود ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی مربوط به مصرف خانوارهاست. از این رو کاهش مصرف می‌تواند به معنای کوچک شدن اقتصاد ملی باشد. علاوه بر این‌ها، برنامه‌ریزان اقتصادی با آگاهی از الگوهای مصرف و درآمدی خانوارها می‌توانند درک بهتری از سیاست‌گذاری‌های خود در زمینه‌های تولید، توزیع، واردات، حمایت‌های اجتماعی و مالیات داشته باشند. با آگاهی از اهمیت این موضوع و بررسی داده‌های هزینه و درآمد خانوار مرکز آمار ایران، نتایج زیر از وضعیت خانوارهای استان تهران در مقایسه با کل کشور به دست آمده است:

آنچه در الگوی مصرف خانوارها برجسته است، جانشینی اقلام مصرفی در طول زمان و تغییر ترکیب مصرف خانوارها به سمت کالاهای ضروری همچون خوراک و مسکن است. در طول سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ حدود ۱۰

نمودار شماره ۱- مقایسه مقدار و رشد هزینه و درآمد یک خانوار شهری تهران و کل کشور (میلیون تومان)



۷۹ میلیون تومان بوده است. همچنین درآمد متوسط برای خانوار روستایی در تهران برابر ۱۴۷ و مصرف برابر ۱۱۳ میلیون تومان بوده است؛ علیرغم اینکه درآمدهای خانوارهای استان تهران بالاتر از کشور است، اما هزینه‌های به همین نسبت بالاست به نحوی که حتی رشد هزینه و درآمد در سال‌های اخیر برای استان تهران کمتر از کشور بوده است.

همین‌طور اختلاف درآمد و هزینه متوسط در برخی سال‌ها بسیار پایین است که می‌تواند نشان‌دهنده پس‌انداز کم خانوارها باشد. در این خصوص با استناد به داده‌های خالصه هزینه درآمد خانوارها، ۲۸٪ درصد خانوارهای شهری و ۳۲٪ درصد خانوارهای روستایی کشور هزینه‌های زندگی‌شان از درآمدشان کمتر بوده است.

در این الگوی مصرف آنچه بیشتر از همه برجسته است سهم بالای مربوط به مسکن و هزینه‌های خوراکی است؛ به طوری که این مقدار در خانوارهای تهرانی حدود ۷۳ درصد کل هزینه‌ها را شامل می‌شود. همچنین سهم تفریح و سرگرمی بسیار ناچیز و کمتر از یک درصد برای خانوارهای تهرانی است.

در جمع‌بندی پایانی لازم به ذکر است که نتایج حاصل از وضعیت هزینه و درآمد خانوارها نشان می‌دهد که در طول سال‌های گذشته سهم مسکن و خوراک از کل هزینه‌ها افزایش یافته است و در مقابل از سایر هزینه‌ها مثل بهداشت، تفریح، آموزش و پوشاک کم شده است.

دهک‌های پایین درآمدی بسیار شدیدتر است؛ به طوری که از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ برای دهک اول حدود ۷۳ درصد کاهش داشته است. این موضوع در صورت تداوم می‌تواند منجر به فقر بین نسلی شود.

سهم سرگرمی، تفریحات، رستوران، هتل و غذاهای آماده به عنوان معیار دیگری برای سنجش رفاه در طول سال‌های گذشته کاهش یافته و گویای این است که خانوارها برای تامین هزینه‌های ضروری خود ناگزیرند از سایر مصارفی که منجر به رفاه آن‌ها می‌شود، بکاهند. علیرغم اینکه درآمد خانوارهای استان تهران بالاتر از متوسط کشور است، اما هزینه خانوارها نیز به همین نسبت بالاتر است به نحوی که حتی رشد هزینه و درآمد در سال‌های اخیر برای استان تهران کمتر از کشور بوده است.

وضعیت کلی هزینه و درآمد خانوارها

وضعیت هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی کل کشور و استان تهران، نشان می‌دهد که متوسط درآمد یک خانوار شهری در ایران در طول سال ۱۴۰۱ معادل ۱۶۷ میلیون تومان و هزینه‌های آن ۱۳۷ میلیون تومان بوده است. همچنین درآمد متوسط برای خانوار شهری در تهران برابر ۲۳۰ و مصرف برابر ۱۹۶ میلیون تومان بوده است. این ارقام مسلماً برای خانوار روستایی پایین‌تر است به نحوی که متوسط درآمد یک خانوار روستایی در ایران در سال ۱۴۰۱ معادل ۹۷ میلیون تومان و هزینه‌های آن

از کل درآمد خانوار در سال ۱۳۹۶ در دهک‌های پایین درآمدی چشمگیر بوده است، اما در سال ۱۴۰۱ این سهم بسیار کم و نزد یک به صفر شده است؛ به این معنی که تأثیر چندانی در بودجه خانوار حتی خانوارهای دهک‌های پایین درآمدی ندارد. بر اساس این شواهد به نظر می‌رسد که هدفمندی یارانه‌ها به مرور زمان از اهداف خود برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و کم‌درآمد دور شده است.

به عنوان معیاری برای سنجش نابرابری، اختلاف درآمد خانوارها در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که تفاوت بسیار زیادی بین درآمد دهک‌های مختلف درآمدی است به طوری که برای خانوارهای شهری کل کشور، درآمد دهک دهم حدود ۳۰ برابر بیشتر از دهک اول است. این تفاوت برای خانوارهای روستایی ۱۸/۳ برابر و برای خانوارهای شهری تهران ۸/۶ برابر است.

یکی از شاخص‌های سنجش رفاه خانوار سهم هزینه‌های خوراک نسبت به کل هزینه‌هاست که با حرکت از دهک اول به سمت دهک آخر درآمدی، این سهم کم می‌شود؛ به این معنی که رفاه دهک‌های بالای درآمدی بیشتر است. در فاصله سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ این سهم برای تمام دهک‌ها زیاد شده است و در واقع سطح رفاه برای تمام جامعه کاهش یافته است. سهم آموزش در طول سال‌های گذشته از کل هزینه‌های مصرف خانوار به شدت کم شده است. این کاهش به جز دهک دهم برای تمام دهک‌های درآمدی اتفاق افتاده است و برای



کتاب فقر احمق می‌کند
نویسندگان: الدار شفیر و سندهیل مولانین
مترجم: امیرحسین میرابوطالبی
ناشر: ترجمان علوم انسانی

هزینه‌ها همواره مسئله‌ی بزرگی در زندگی انسان بوده است. احتمالاً از همان اولین زمان‌هایی که تمدن شکل گرفت انسان‌ها تلاش کرده‌اند برای مدیریت هزینه‌های خود راه‌حلهایی پیدا کنند. اما برای انسان مدرن این مسئله نمود بارزتری دارد. شکل زندگی تغییر کرده است و تجملات زیادی وارد زندگی انسان شده‌اند که مدیریت هزینه‌ها را سخت کرده‌اند. هزینه‌هایی که از آن حرف می‌زنیم هم می‌تواند هزینه‌هایی مادی و هم چیزهایی مانند زمان باشد که در زندگی انسان امروز، که گوناگونی دغدغه‌هایش به شدت افزایش یافته به شدت موثر است. فقر احمق می‌کند کتاب جذاب و کاربردی است که مسئله‌ی «کمبود» یا «کمیابی» را بررسی کرده و نگاه جدیدی به خواننده می‌دهد.



کتاب تاریخ مختصر اندیشه‌های اقتصادی
نویسندگان: بو ساندلین، هانس میکائیل تراوتوین و ریچارد وندراک
مترجم: حمیدرضا ارباب
ناشر: نشر نی

اگرچه علم اقتصاد شاخه‌ی جدیدی از علم به شمار می‌آید، اما موضوعات اقتصادی بیش از دو هزار سال، ذهن انسان‌ها را به خود مشغول کرده است. نظریه‌های اقتصادی از عهد انجیل و اندیشمندان یونان باستان آغاز شده است و تحولات زیادی را پشت سر گذاشته‌اند تا به شکل کنونی عرضه شود. بو ساندلین، ریچارد وندراک و هانس میکائیل تراوتوین، نویسندگان کتاب «تاریخ مختصر اندیشه‌های اقتصادی» ضمن رعایت اختصار، اثری جامع و کامل از تمام مکاتب مهم اقتصادی، نظریه‌های برجسته مکاتب را گرد هم آورده و آن‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند.

این کتاب که اکنون در چاپ سوم خود است، مقدمه‌ای اولیه بر تاریخ اندیشه اقتصادی ارائه می‌دهد. این کتاب به هر یک از تحولات مهم تاریخ این رشته اشاره می‌کند. نویسندگان برخی از محورهای اصلی مبنای اقتصاد را جمع‌آوری کرده و در مورد برخی از آثار و کتاب‌های درسی اصلی در تاریخ ایده‌های اقتصادی، اظهار نظر کرده‌اند. آن‌ها همچنین تغییرات تفکر اقتصادی را در زمینه کلی فلسفه علم منعکس می‌کنند. این کتاب «تاریخ مختصر اندیشه‌های اقتصادی» به دلیل

پوشش خلاقانه خود در مورد تفکر اقتصادی سرزمین اصلی اروپا، به شهرت رسیده است. از این طریق مجموعه‌ای از بهترین نویسندگان در این پژوهش سعی کرده‌اند که فهم کلی از مبنای اقتصادی را به بحث گذارند.

استانداردهای ملی پرکاربرد در تجارت فرامرزی

به منظور کمک به رشد تولید کیفی و تجارت، نخستین نسخه استانداردهای ملی پرکاربرد در تجارت به زبان انگلیسی تهیه و تدوین شد. این اقدام با هدف دسترسی بازرگانان خارجی به مشخصه‌های استاندارد ملی پرکاربرد از جمله هدف، دامنه کاربرد و جدول ویژگی استاندارد مذکور به صورت فیزیکی و الکترونیکی، توسط معاونت استانداردسازی انجام گرفت. این کتاب در راستای تحقق اهداف و وظایف سازمان ملی استاندارد ایران، گام‌های موثری در جهت رشد و بالندگی صنعت، خدمات و بهبود رفاه اجتماعی و نهادینه شدن استانداردها در زیرساخت اقتصادی اجتماعی کشور برداشته است.

نسخه الکترونیکی این کتاب از طریق لینک Widely Used National Standards قابل بهره‌برداری برای کاربران است.



WIDELY USED NATIONAL STANDARDS OF I.R. IRAN in CROSS-BORDER TRADE

Iran National Standards Organization (INSO) aiming to facilitate global trade activities for traders and elimination of technical barriers of trade recently has launched the book of WIDELY USED NATIONAL STANDARDS OF I.R. IRAN in CROSS-BORDER TRADE

Through doing a simple subject search, users can easily access the text of national standards and technical specifications for various products. This e-book contains national 124 the scope and technical specifications of standards related to frequently traded products and services. This initiative aims to enhance commercial exchanges, contributing to the broader goal of empowering .Iran Economically

The standardization system of the Iran National Standards Organization (INSO) implies use of diverse references in the development of national standards. These references include findings of research studies, internationally adopted standards such as those of ISO, IEC, OIML, CODEX and the standards from other reputable standardization organizations. The Deputy Department for Development and Promotion of Standards undertakes the translation of the scope and tables of technical specifications of feature-based National Standards into English, in line with INSOs policies. This book aims to facilitate global trade activities for traders and elimination of technical barriers of trade



Google Assistant allow for hands-free control of smart devices, offering convenience and accessibility.

- Smart Appliances: From refrigerators that track inventory to washing machines that adjust settings based on the load, smart appliances automate tasks and provide real-time information about their operation.
- Smart Lighting Systems: These systems allow for remote control of lights, including dimming, scheduling, and creating custom lighting scenes for different moods and activities.

3. Advanced Sensors and Data Analytics:

Smart homes rely on a network of sensors that collect data about various aspects of the environment, such as temperature, humidity, air quality, and movement.

This data is then analyzed to make informed decisions about automation and optimization.

- Environmental Monitoring: Sensors track temperature, humidity, and air quality, allowing for automated adjustments to ensure a comfortable and healthy living environment.
- Security and Surveillance: Motion sensors, cameras, and smart door locks provide enhanced security and peace of mind, allowing homeowners to monitor their homes remotely.
- Automated Leak Detection: Sensors can detect water leaks and automatically shut off the water supply, preventing potential damage and water waste.

4. Connectivity and Interoperability:

For a truly seamless smart home experience, devices and platforms need to communicate and work together effi-

ciently. This is achieved through:

- Open Standards: Standardized communication protocols like Zigbee and Z-Wave ensure that devices from different manufacturers can interact and work together.
- Cloud-Based Platforms: Cloud platforms enable remote access, device management, and data storage, providing users with control and flexibility from anywhere.
- Integration with Smart Home Ecosystems: Platforms like Apple HomeKit, Amazon Alexa, and Google Assistant offer centralized control and integration with various smart home devices, simplifying user experience.

5. Emerging Technologies:

The future of smart homes promises even more innovation, with technologies like:

- Biometric Authentication: Fingerprint and facial recognition technology can be used to control access and personalize settings for individual users.
- Smart Home Health Monitoring: Sensors can track vital signs and monitor health conditions, providing valuable data for preventive healthcare.
- Advanced Robotics: Robots can perform household tasks like cleaning, cooking, and assisting with daily activities, offering increased convenience and accessibility.

Conclusion: As technology continues to evolve, smart homes are becoming increasingly sophisticated and integrated into our lives. These advancements offer the potential for greater convenience, security, comfort, and energy efficiency. As we embrace these technologies, the future of smart homes promises a more personalized, connected, and intelligent living experience.



- **Personalized Cooking Assistants:** AI-powered assistants capable of providing personalized recipe recommendations, adjusting cooking settings in real-time, and offering cooking tips and troubleshooting assistance.
- **Smart Food Recognition:** Ovens that utilize cameras and image recognition technology to automatically identify the food placed inside and adjust cooking parameters accordingly.
- **Remote Food Monitoring:** Ovens equipped with cameras and sensors that allow users to monitor the cooking process remotely in real-time, ensuring perfect results every time.

As these technologies continue to evolve, ovens will become more than just cooking appliances. They will be intelligent assistants, connected hubs, and essential tools for a more convenient, efficient, and enjoyable cooking experience.



Latest Technologies Shaping the Future of Smart Homes

The concept of a smart home, once confined to the realm of science fiction, is rapidly becoming a reality. This transformation is fueled by the emergence of cutting-edge technologies that are transforming the way we interact with our homes, making them more intelligent, connected, and efficient.

1. Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML):

AI and ML are at the forefront of smart home development, playing a crucial role in various aspects:

- **Personalized Automation:** AI algorithms learn user preferences and habits, automatically adjusting lighting, temperature, and other settings to create personalized comfort and convenience.
- **Predictive Maintenance:** By analyzing data from sensors and connected devices, AI can predict potential problems such as appliance failures, enabling preventative maintenance and reducing downtime.
- **Enhanced Security:** AI-powered security systems can identify anomalies and potential threats, triggering alarms and notifying homeowners of any suspicious activity.
- **Energy Optimization:** AI can analyze energy consumption patterns and suggest adjustments to lighting, appliances, and thermostats, leading to reduced energy costs and lower environmental impact.



2. Internet of Things (IoT):

The IoT connects devices and appliances within the home, enabling seamless communication and interaction. This creates a network of interconnected devices that work together to automate tasks and enhance functionality.

- **Smart Home Hubs:** These central hubs act as the brains of the smart home, connecting and controlling various devices through a centralized platform.
- **Voice Control:** Voice assistants like Amazon Alexa and

matically adjusting settings based on the chosen recipe. This simplifies the cooking process, especially for novice cooks.

- **Connectivity with Smart Home Ecosystems:** Ovens can connect with other smart home devices, creating an automated cooking experience. For example, the oven can pre-heat when you arrive home or automatically turn off when smoke is detected.

scrubbing. This saves time and effort, making oven maintenance a breeze.

- **Smart Food Probes:** Probes inserted into the food can monitor its internal temperature and automatically adjust cooking times, ensuring perfectly cooked results every time.

- **Intuitive User Interfaces:** Touchscreens, voice control, and clear displays are making oven operation easier and more intuitive, even for users unfamiliar with technology.



2. Advanced Heating Technologies:

- **Precise Temperature Control:** Ovens now feature advanced temperature control systems that maintain consistent temperatures throughout the cooking chamber, ensuring even cooking and preventing hot spots.

- **Multi-Zone Heating:** Some ovens boast multiple heating zones, allowing users to cook different dishes simultaneously at different temperatures. This maximizes cooking efficiency and saves time.

- **Steam-Assisted Cooking:** Steam-assisted ovens combine traditional heating with steam injection, resulting in moist, flavorful, and healthy dishes. This is particularly beneficial for delicate foods like fish and vegetables.

- **Vacuum Cooking:** Vacuum ovens remove air from the cooking chamber, lowering the cooking temperature and preserving the natural flavors and nutrients of food. This innovative technology is gaining traction among professional and home chefs alike.

3. Enhanced Cooking Convenience and Efficiency:

- **Self-Cleaning Ovens:** Pyrolytic or catalytic self-cleaning ovens utilize high temperatures or chemical catalysts to break down food residue, eliminating the need for manual

- **Energy-Saving Features:** Manufacturers are incorporating eco-friendly features like energy-efficient heating elements and automatic shut-off functions to reduce energy consumption and minimize environmental impact.

4. Sustainability in Oven Production:

- **Recycled Materials:** Manufacturers are increasingly utilizing recycled materials in oven production, reducing their environmental footprint and promoting resource conservation.

- **Eco-Friendly Packaging:** Sustainable packaging solutions made from recycled materials or biodegradable alternatives are minimizing waste and promoting responsible environmental practices.

- **Energy-Efficient Manufacturing Processes:** Implementing energy-saving technologies and renewable energy sources in production facilities contribute to a more sustainable manufacturing process.

5. A Glimpse into the Future:

The future of ovens promises even greater innovation and integration with smart home technology. We can expect to see:

lyze usage patterns and adjust settings to optimize energy consumption. This leads to lower energy bills and a reduced environmental impact.

c) Personalized Food Management: AI can track food storage and freshness, reminding users of expiring items and recommending recipes based on available ingredients.

2. Advanced Materials and Technologies:

a) Vacuum Insulation Panels (VIPs): These panels are thinner and more efficient than traditional insulation, allowing for thinner walls and increased interior space.

b) Antimicrobial Coatings: These coatings inhibit the growth of bacteria and mold, promoting food safety and hygiene.

c) Nanomaterials: Nanofiltration membranes are being used to purify water and air within refrigerators, further enhancing food preservation.

3. Connected Appliances and the Internet of Things (IoT):

a) Remote Monitoring and Control: Users can monitor temperature, adjust settings, and receive alerts about potential issues remotely through smartphones or smart assistants.

b) Integration with Smart Homes: Refrigerators can connect with other smart home devices to automate tasks, such as preheating the oven when food is ready to cook.

c) Food Ordering and Replenishment: Smart fridges can track inventory levels and automatically order groceries or replenish water filters when needed.

4. Innovation in Food Preservation:

a) Precise Temperature Control: Advanced temperature control systems ensure different zones within the refrigerator maintain optimal temperatures for specific food types, maximizing freshness and storage life.

b) Humidity Control: Maintaining optimal humidity levels in specific com-

partments helps prevent food from drying out or becoming soggy.

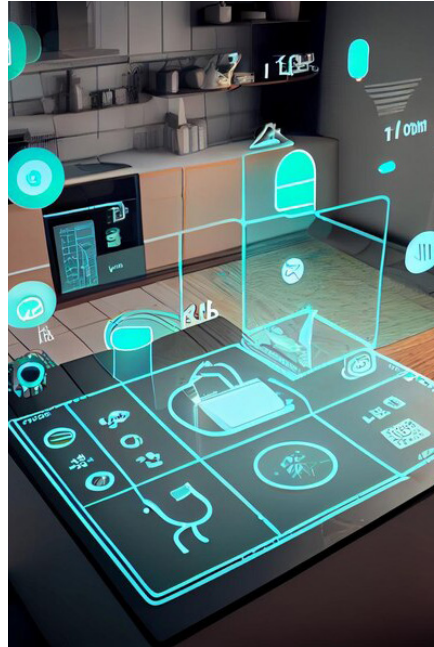
c) Active Food Preservation Technologies: Technologies like UV light and ozone generators are being explored to further extend food shelf life and reduce spoilage.

5. Sustainable Manufacturing Practices:

a) Energy-Efficient Production Processes: Manufacturers are adopting energy-saving technologies and renewable energy sources to reduce their environmental footprint.

b) Recycling and Resource Recovery: Implementing closed-loop systems and using recycled materials in production reduces waste and conserves resources.

c) Eco-Friendly Refrigerants: The transition from traditional refrigerants to natural refrigerants with lower global warming potential is minimizing environmental impact.



6. Focus on User Experience:

a) Intuitive User Interfaces: Touchscreens, voice control, and intuitive interfaces are simplifying refrigerator use and making interaction more seamless.

b) Customization Options: Manufacturers are offering more customization

options, allowing users to personalize the look and functionality of their refrigerators to suit their needs.

c) Smart Features for Convenience: Features like built-in water dispensers, ice makers, and automatic defrosting are enhancing convenience and user satisfaction.

The integration of these technologies is transforming the refrigerator from a simple appliance to a smart and connected device that plays a vital role in modern kitchens. As these technologies continue to evolve, we can expect even smarter, more efficient, and sustainable refrigerators that contribute to a healthier and more convenient lifestyle.

Latest Technologies Transforming Oven Production

The humble oven, once primarily focused on basic cooking functions, is undergoing a remarkable transformation driven by cutting-edge technologies. From smart features and advanced heating technologies to connected cooking experiences, these innovations are revolutionizing how ovens are produced and used.

1. Smart Cooking and Connected Technology:

- **Wi-Fi Connectivity:** Ovens are increasingly integrated with Wi-Fi, allowing users to control temperature, monitor progress, and even preheat remotely through smartphones or smart assistants. This enhances convenience and flexibility, enabling users to manage their cooking tasks while on the go.

- **Personalized Cooking Modes:** AI-powered ovens can learn individual preferences and suggest personalized cooking modes for specific dishes, ensuring consistent results and optimal flavour.

- **Recipe Integration and Guided Cooking:** Ovens can integrate with recipe apps and websites, providing guided cooking instructions and even auto-



3. Quantum Dot LED (QLED):

▪ **Technology:** QLED stands for "Quantum Dot LED." This technology uses a layer of tiny quantum dots that convert light from blue LEDs into a wider range of colors.

QLED TV

- **Benefits:** QLED TVs offer several advantages:
 - . **Vibrant Colors:** QLED TVs offer incredibly vibrant and accurate colors, making them ideal for watching movies and TV shows.
 - . **High Brightness:** QLED TVs achieve high brightness levels, making them suitable for viewing in bright rooms.
 - . **Long Lifespan:** QLED displays have a long lifespan and are resistant to burn-in, making them a durable investment.
- **Examples:** Samsung's QLED TVs are the leading QLED TVs in the market, known for their advanced technology and features.

4. High Dynamic Range (HDR):

▪ **Technology:** HDR is a technology that expands the range of brightness and contrast a TV can display. This results in a more realistic and immersive picture with greater detail in both highlights and shadows.

HDR TV

- **Benefits:** HDR offers several advantages:
 - . **Enhanced Picture Quality:** HDR reveals details in shadows and highlights that would be lost on a standard TV.
 - . **More Natural Look:** HDR creates a picture that is closer to what the human eye sees, resulting in a more natural and immersive viewing experience.
 - . **Wider Range of Content:** There is a growing amount of HDR content available, including movies, TV shows, and games.
- **Examples:** Most high-end TVs from leading brands like Samsung, LG, Sony, and TCL offer HDR support.

5. Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML):

- **Technology:** AI and ML are being used in various aspects of TV production, from image processing to optimizing audio quality.
- **Benefits:** AI and ML offer several advantages:
 - . **Improved Picture Quality:** AI can analyze and optimize the picture to improve contrast, color accuracy, and sharpness.
 - . **Upscaling:** AI can upscale lower-resolution content to look better on a high-resolution TV.
 - . **Personalized Experience:** AI can learn your viewing preferences and recommend content you might enjoy.
- **Examples:** Samsung's AI Picture Processor and LG's 9 Gen5 AI Processor are examples of how AI is being used to improve picture quality in TVs.

These are just some of the latest Latest Technologies Revolutionizing Refrigerator Production.

The refrigerator, a ubiquitous appliance, is undergoing a significant transformation thanks to the integration of cutting-edge technologies. These advancements are not only enhancing efficiency and sustainability but also improving performance and functionality, delivering a smarter and more convenient experience for consumers.

1. Artificial Intelligence and Machine Learning (AI/ML):

AI and ML are revolutionizing refrigerator production in several ways:

- **Predictive Maintenance:** AI algorithms analyze sensor data to predict potential failures before they occur. This enables preventative maintenance, reducing downtime and repair costs.
- **Optimized Energy Consumption:** ML algorithms ana-

1. Micro LED:

▪ **Technology:** Micro LED is the most advanced display technology on the market. It uses microscopic LEDs, individually emitting light and color, to create a picture with exceptional brightness, contrast, and color accuracy.

▪ **Benefits:** Micro LED TVs offer the following advantages:

. Unparalleled Picture Quality: With individually controlled LEDs, Micro LED displays achieve unmatched brightness levels (up to 4,000 nits), perfect blacks, and incredibly vibrant colors.

. Modular Design: Micro LED TVs can be customized to almost any size or shape, creating a truly immersive viewing experience.

. Wide Viewing Angle: Micro LED offers a wide viewing angle, ensuring everyone in the room enjoys the same exceptional picture quality.

. Long Lifespan: Micro LEDs are rated for 100,000 hours of operation, which is significantly longer than other display technologies.

▪ **Examples:** Samsung's The Wall, LG's MAGNIT, and Sony's Crystal LED are some of the leading Micro LED TVs available in the market.



2. OLED:

▪ **Technology:** OLED stands for "Organic Light-Emitting Diode." This technology uses organic materials that emit light when an electric current passes through them. Each pixel in an OLED display is self-illuminating, eliminating the need for a backlight.

▪ **Benefits:** OLED TVs offer several advantages over tra

ditional LED TVs:

. Perfect Blacks: OLED TVs can achieve true black levels, resulting in a more realistic and immersive picture.

. Wider Color Gamut: OLED displays offer a wider color gamut than traditional LED TVs, showcasing colors with greater accuracy and vibrancy.

. Fast Response Time: OLED technology has a very fast response time, ensuring smooth and blur-free motion, ideal for watching fast-paced content like sports and action movies.

▪ **Examples:** LG's OLED TVs are among the most popular OLED TVs on the market, known for their stunning picture quality and innovative features.

d) Personalized Product Recommendations:

Example: Imagine an online appliance retailer that uses AI algorithms to analyze your purchase history, energy consumption patterns, and smart home integration preferences. Based on this information, the AI recommends a customized set of appliances that perfectly match your needs and lifestyle. This personalized approach helps consumers make informed decisions and purchase appliances that they will truly use and enjoy.

One example of this technology is the AI-powered product recommendation engine used by Samsung Electronics. This engine analyzes user data to suggest personalized appliance configurations and accessories, leading to a 10% increase in conversion rates and customer satisfaction.

2. Robotics: Enhancing Efficiency and Accuracy

a) Precision Welding:

Example: Imagine a robot arm wielding a laser welding tool with unmatched precision. This robot can weld complex components of a refrigerator door, ensuring a perfect seal and structural integrity. The laser welding process is faster and more precise than traditional welding methods, resulting in thinner, lighter, and more energy-efficient appliances.

One example of this technology is the use of laser welding robots by LG Electronics to assemble the door frames of their refrigerators. This robotic welding process ensures consistent quality and a seamless finish, contributing to the overall durability and aesthetics of the appliance.

b) Error-Free Assembly:

Example: Imagine a complex assembly line where robots handle diverse components and assemble them with unerring accuracy. These robots can pick up parts, place them precisely into position, and fasten them together, ensuring the final product meets the highest quality standards.

Automation eliminates the risk of human error and guarantees consistent assembly across all manufactured appliances.

One example of this technology is the use of collaborative robots (cobots) by Electrolux in their refrigerator assembly lines. These cobots work alongside human workers, assisting with repetitive tasks and ensuring accurate assembly of components. This collaboration reduces fatigue and improves overall assembly

efficiency.

c) Packaging Automation:

Example: Imagine a robotic arm effortlessly picking up a finished refrigerator and placing it securely within a shipping container. This robot can handle heavy appliances with ease, ensuring they are packed securely and protected from damage during transportation. Robotic packaging reduces the risk of workplace injuries and optimizes the use of space within shipping containers.

One example of this technology is the use of palletizing robots by Haier to automate the packing of their washing machines. These robots can handle heavy loads and stack the washing machines efficiently onto pallets, streamlining the packaging process and reducing the risk of damage.



Latest Technologies Used for Producing TVs

The television industry has seen a dramatic transformation in recent years, driven by advancements in technology.

From stunning displays to cutting-edge features, these innovations are pushing the boundaries of what a TV can be. Let's explore some of the latest technologies used in TV production:

Home Appliance Production: A Deep Dive with Examples



The home appliance industry, once a realm of traditional manufacturing, is undergoing a remarkable transformation driven by cutting-edge technologies.

Artificial intelligence (AI), machine learning (ML), robotics, and the Internet of Things (IoT) are revolutionizing the way we produce and interact with appliances, delivering smarter, more efficient, and connected experiences for consumers.

1. AI & ML: Driving Automation and Optimization

a) Predictive Maintenance:

Example: Imagine a refrigerator equipped with AI-powered sensors that monitor temperature, vibration, and energy consumption. These sensors constantly feed data into AI algorithms, allowing them to detect subtle anomalies in performance. If the algorithms predict a potential compressor failure, they can automatically send a notification to the user and service technician, enabling preventative maintenance before the problem escalates.

This proactive approach prevents costly repairs and food spoilage, ensuring the refrigerator operates at optimal efficiency for longer. One example of this technology in action is GE Appliances' Smart Diagnosis system, which analyzes data from various appliance sensors and provides diagnostic information to technicians for faster troubleshooting and repair.

b) Enhanced Quality Control:

Example:

Imagine a robot arm equipped with a high-resolution camera and

trained on a vast dataset of images. This robot can scan assembled appliances for even the slightest imperfections, such as misaligned components, scratches, or uneven paintwork.

The AI algorithm analyzes the camera data in real-time, identifying any discrepancies and automatically flagging them for correction.

This AI-powered quality control ensures consistency and reduces the risk of defective products reaching consumers. An example of this technology is the AI-powered vision systems used by Whirlpool Corporation, which analyze images of assembled appliances to identify and address defects before they leave the factory.

c) Data-Driven Process Optimization:

Example: Imagine a factory floor where robots and machines communicate with each other in real-time. AI algorithms analyze data from sensors embedded throughout the production line, identifying bottlenecks and predicting potential issues. Based on this data, the AI can optimize

production processes, such as adjusting machine settings, reallocating resources, and predicting maintenance needs. This real-time optimization leads to increased efficiency, reduced waste, and improved production yields. One example of this technology is the AI-powered production optimization system used by Bosch Home Appliances. This system analyzes data from various sensors and machines to identify areas for improvement, leading to a %20 reduction in production time and a %15 increase in production output.



مخاطب گرامی؛

روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در نظر دارد، نظر به قدمت ۳۷ ساله انتشار و توزیع نشریه‌ی داخلی انجمن صنایع لوازم خانگی موسوم به پیک شورا و نیز عطف به ارتقاء آن به ماهنامه سراسری تخصصی انجمن با عنوان **آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی** در میان طیف مخاطبان خود شامل: اعضای انجمن و مدیران و مسئولان کلیه‌ی دستگاه‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط صنعت پیشران لوازم خانگی کشور و نیز در راستای ارتقاء کمی و کیفی و ابعاد محتوایی این رسانه‌ی 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 فرمایید.

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

عضای 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 آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی 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 آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی را در انعکاس توانمندیها و معرفی ظرفیتهای اعضای انجمن به دیگر اعضا و مخاطبان این نشریه، مفید و اثربخش می‌دانید؟
 بسیار زیاد زیاد متوسط کم بسیار کم

۴- طراحی هنری و صفحه‌آرایی نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی 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 آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی چیست؟
 بسیار خوب خوب متوسط ضعیف بسیار ضعیف

چنانچه پیشنهادی جهت ارتقاء هر چه بیشتر سطح کمی و کیفی نشریه **آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی** دارید مرقوم فرمائید.



۰۹۱۲۹۳۶۵۳۰۱

لطفا پس از تکمیل فرم نظرسنجی، تصویر این صفحه را به شماره واتساپ سردبیر ماهنامه ارسال فرمایید



www.faradid.org

info@fda.ir

Social Networks : +98 933 0015600

Tel : +98 21 22 85 0002 - 7

Fax : +98 21 22 85 0008

Ele ctronics

Design & Mass Production





FARA DID AFZAR[®]
Since 2002

Inspire the future ...

۲۰ سال

تجربه و همکاری با
برندهای مطرح صنعت

در عرصه تولید بردهای الکترونیک

قطعا اتفاقی نیست!



www.fda.ir

E Systems
mbedded

SMART
LINK

TOUCH
CONTROL

Silent



آمن صنعت ، کیفیت پنهان محصولات شماست

- ✓ بزرگترین تولید کننده اواپراتور، نوفر است به همراه المنت در ایران
- ✓ اولین و تنها تولید کننده کندانسور اسپیرال در ایران
- ✓ ۳۰ سال سابقه در زمینه تولید قطعات برودتی لوازم خانگی
- ✓ عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
- ✓ دارای گواهینامه های بین المللی ISO 9001 و ISO 10004 از شرکت QAL انگلستان
- ✓ دارای نشان استاندارد اروپا CE
- ✓ دارای استاندارد کارخانه ای به تایید شرکت بازرسی مهندسی ایران iei



iei

شرکت بازرسی مهندسی ایران
Iran Engineering Inspection Co.

CE



www.Aabsalco.com

آبسال
اوتیورسال سابق (تاسیس ۱۳۳۵)

فروش: ۷۷۴۵۵۰۹۵ - ۷۷۴۵۱۰۹۴ (۰۲۱)
خدمات پس از فروش: ۹۱۰۰۹۰۰۷ (۰۲۱)

زمستان امسال
با
بخاری برقی آبسال
مدل ۳۳۶