

برمدار ۱۰ تیر؛ به افق ۱۴۰۴

۳۰ تورم به ایستگاه ۴۸/۵ رسید

۲ اتاق دهم نیازمند تجدید ساختار است

79 Home Appliance Market



۵۲ فاصله اقتصاد ایران با اقتصاد صنعتی

۵۷ اقتصاد دستوری مانع صادرات پایدار است

۲۰ پیشرانی صنعت لوازم خانگی در شرایط تحریم

۳۳ نقش اتاق تهران در ظرفیت سازی و توانمندسازی انجمن ها





PARLAR

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

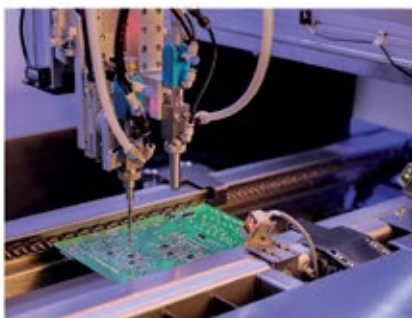
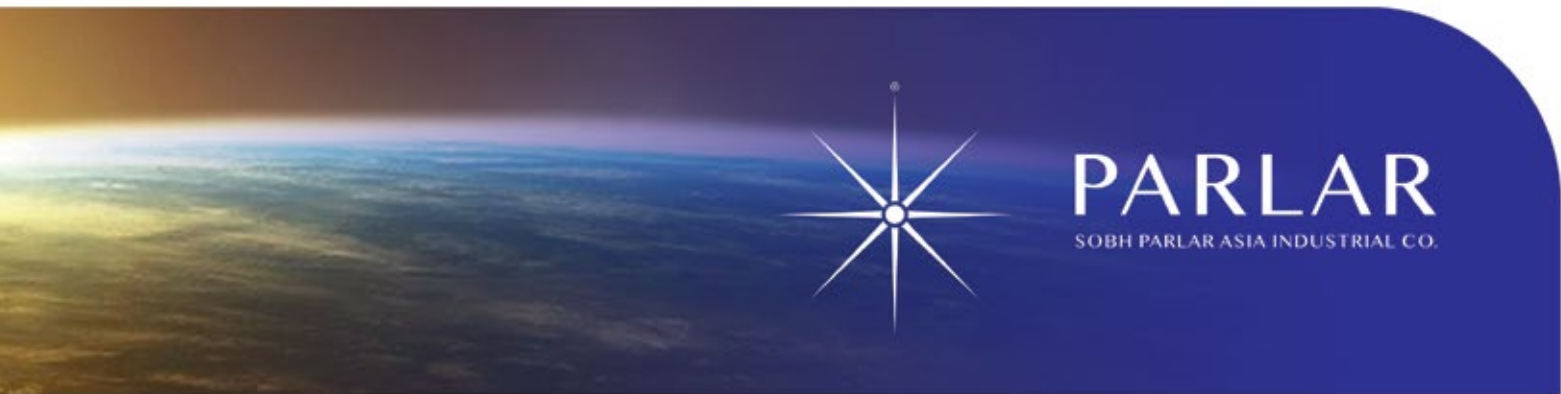
ما **بزرگترین** تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در **منطقه** هستیم

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

تلفن: ۰۴۱ ۵۱۶۱ ۵۵۵۵ فکس: ۰۴۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

 info@parlar.ir

 www.parlar.ir



پارلار، طلوع نوآوری...

تایمر الکترونیکی و کنترلر
اجاق گاز و فر



نمایشگر و کنترلر
هود



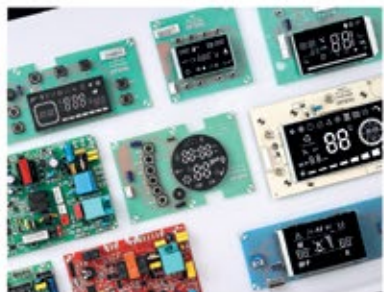
نمایشگر و کنترلر
یخچال



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 ۵۰۰۰ | فکس: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ | کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

info@parlar.ir

www.parlar.ir



امرسن

زیبا | پیشرو | مطمئن



تلفن پشتیبانی: 1639

با ضمانت **سازگار** سرویس

www.emersun.com



TAKBAN

CONTROL ENERGY



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳



۱۳۹۸



۱۳۹۹

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

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

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

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

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

THERMOSTATIC RADIATOR VALVE

دو سال گارانتی

TRV

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

20%
Energy Saving

۲۲ ماه گارانتی



TRV

www.takban.com



محمول جدید



ترموستات دیجیتال یخچالی



TAKBAN
CONTROL ENERGY



ENJOY LIFE, IT'S DELICIOUS

A gorgeous decoration on your table



1.7 LITER





3 LITER

تابه سرو مربع و مستطیل

- مناسب برای استفاده در فر تا دمای 230 درجه سانتی‌گراد
- مناسب برای سرو غذا
- قابل استفاده در میکروویو
- قابل استفاده در یخچال و فریزر
- قابل شست‌وشو در ماشین ظرفشویی



ISO 9001
2008



@limonware

www.limonware.com

نمایشگاه دائمی : میدان شوش - خیابان صابونیان - خیابان کاخ جوانان - پاساژ الغدير - طبقه پنجم - واحد ۵ تلفن : ۰۲۱-۵۵۰۴۴۲۲۰
سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۰۲۲۴۱

ما کا جلسہ میں کنسم!





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



Vitally

گرید A انرژی

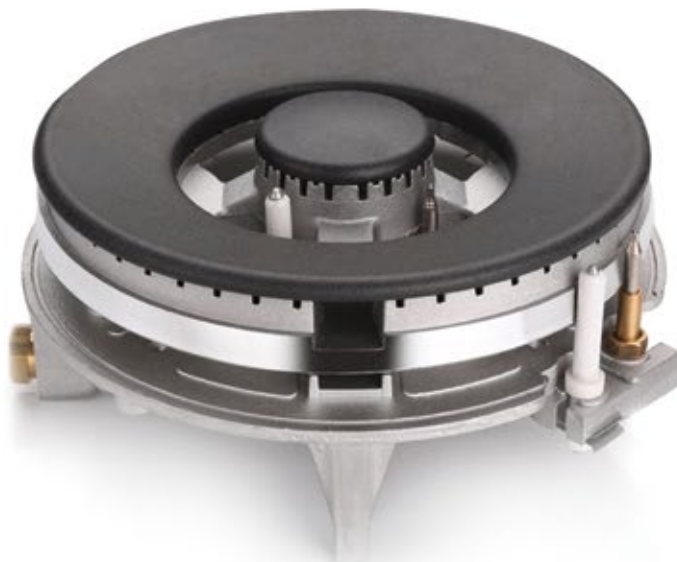
گروه صنعتی اعتماد

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 فندک 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 ۱. پ ۵۳

۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۲۱۷۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۵۰۹۰

۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۶

Vitally

پیشرو در کیفیت و نوآوری

سـمینار

کامپاندهای پلیمری
در صنعت لوازم خانگی



تهران، نبش زاینده رود شرقی
سالن همایش صندوق نوآوری و شکوفایی
۲۶ / مرداد / ۱۴۰۲ ساعت ۸:۳۰ الی ۱۴

برگزار کننده
شرکت فن آور آمبزه پیشرفته

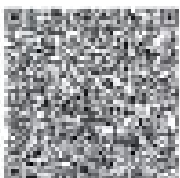


ویولت

پوشش مناسب تمام گرانیات

Violet

Full Granite coating System



zarsab

۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴



ناب استیل

پاوهمانت ناب رويس

☎ 021-2708

📱 nabsteel



www.nabsteel.ir

Kachiran
SINCE 1981

Rose 210⁺



سوزن نخ کن | همراه با درب | ۲۱۰ مدل دوخت | دفترچه آموزشی فارسی | ۲۴ ماه گارانتی

دفتر مرکزی: تهران، میدان هفت تیر، خیابان قائم مقام فرحانی، شماره ۳۷

فکس: ۰۲۱-۸۸۸۴۰۶۷۶

www.kachiran.com

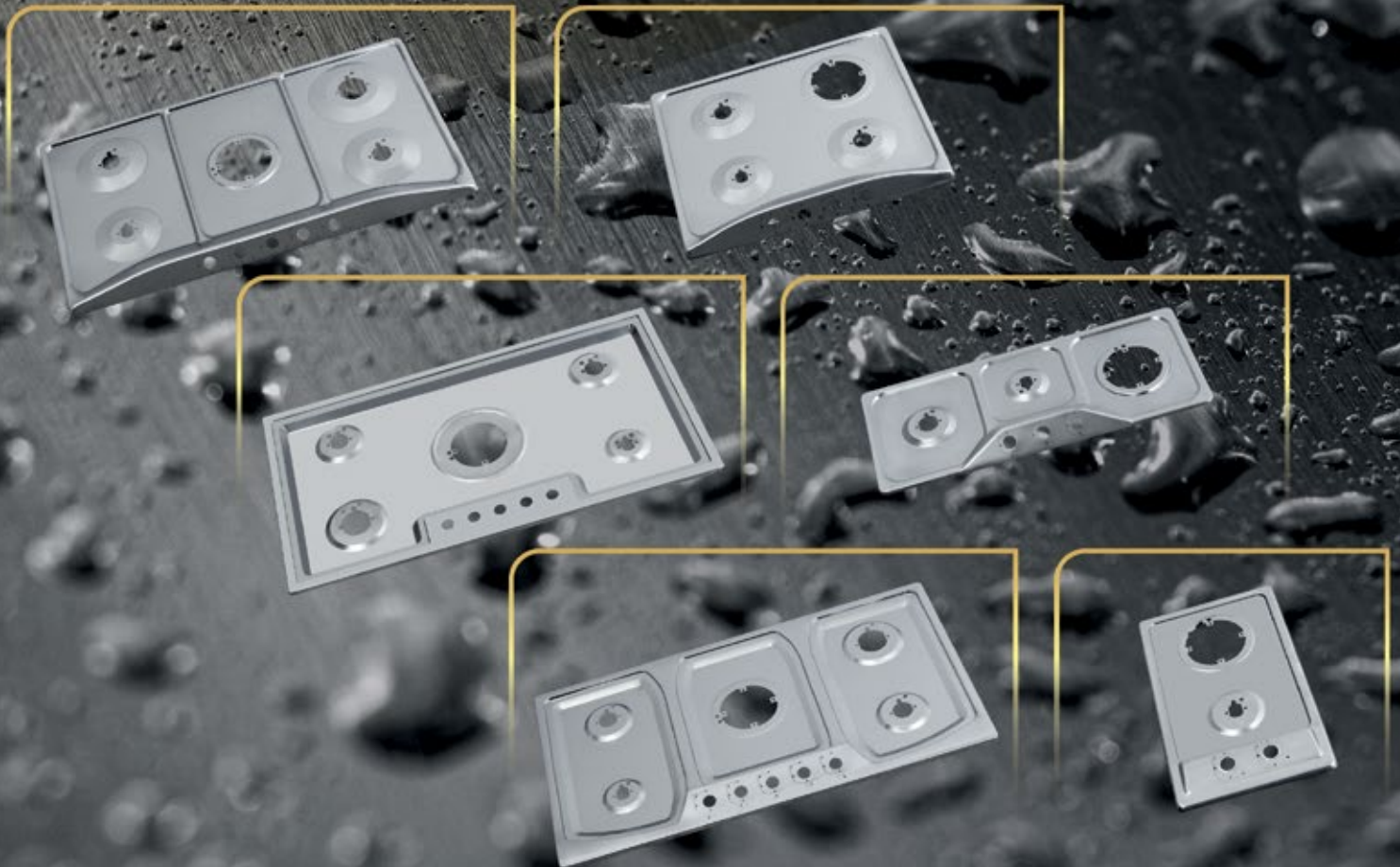
تلفن: ۰۲۱-۴۳۶۰۴

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
Robat Karim , Tehran

Tel :

021-56392011
021-56390172

Mob :

09121243827
09121434614
09126002735

سیماران



دربازکن های تصویری

VIDEO DOORPHONE



لامپ و چراغ LED

- چراغ های SMD , COB
- پروژکتور
- پانل های توکار و روکار
- لامپ های LED شمع، 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 ۳۰ دوربین)

www.simaran.com

simaran.electronic

دفتر مرکزی: تهران، خیابان کریم خان زند، شماره ۱۰۳

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۳۸۴۰۰ فکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۵۰۷۳

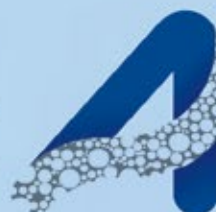
سیمارانت

لوازم خانگی
HOME APPLIANCES



Simaran

گروه صنعتی آبشار
ABSHAR Industrial Group



آبشار فوم گستر آبشار پلاستیک کار آبشار پلیمر کار

فوم های پلی استایرن بسته بندی و ضربه گیر



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

www.abshar-group.com
info@abshar-group.com

طعم شیرین مدیریت با چند کلیک



با نرم افزار ShAuto ERP شماران سیستم

تحت وب و مستقل از بستر سیستم عامل



SCAN ME



شماران سیستم
shomaran system

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

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

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



WILTON
KITCHEN APPLIANCES



• ۹۱۲۳۹۹۴۰۶۲



بازگشت یک اسطوره

www.shahabco.ir

یزدگل

YazdGol

Since 1992

سبد النا - سایز ۱

۵۷۹

سبد النا - سایز ۲

۵۷۸

تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه
(علامین و پلاستیک)



YazdGol

www.yazdgol.com

طرح
رنگ
کیفیت

یزدگل

YazdGol

Since 1992

گشکیر ملاعین یزدگل

۵۸۸ - ۵۸۵

Design
Color
Quality

دفتر تهران : ۹۰۴۴۴۴۷۳۸۸ - ۴۱

فکس : ۱۹۴۴۴۷۳۸۸ - ۴۱

کولان سل®

هوای خوب، حال خوب ...



koolancel.com

بزرگ‌ترین تولیدکننده‌ی پد سلولزی در خاورمیانه



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

آینده سازان صنایع لوازم خانگی

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

سال اول • شماره دهم • شماره پیاپی ۳۸۹ • تیر ۱۴۰۲ • قیمت ۸۵۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

سر دبیر: فرشاد براتی

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: نرگس قیاسوند

امور بازرگانی: شبنم شهلا

چاپ: آیین چاپ تابان

توزیع: علی یوسفی، میر سلیم هدایتی

نشانی دفتر نشریه: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی

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

کدپستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

شبکه‌های اجتماعی: ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

جذب آگهی: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۱)

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

پيامک: 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: اتاق دهم نیازمند جدید ساختار است

۵ یادداشت: الزامات و موانع رشد پایدار صادرات لوازم خانگی

۶ سخن سردبیر: بر مدار ۱۰ تیر؛ به افق ۱۴۰۴

۷ یادداشت: فرصتی برای تدوین یک سند ملی

۸ یادداشت: فعالان صنعت پیشران رشد پایدار اقتصادی

۹ کمیسیون‌های تخصصی

۱۸ همایش: معرفی ۵ شرکت به عنوان واحد ملی برتر لوازم خانگی

۲۰ گفت‌وگوی اختصاصی: پیشرانی صنعت لوازم خانگی در شرایط تحریم

۲۲ گزارش: ایران + شانگهای

۲۶ اخبار برندها

۲۸ اخبار انجمن: تدارک برای تأمین ۱۵۰ هزار جهیزیه برای زوجین جوان

۳۰ گزارش: تورم به ایستگاه ۴۸.۵ درصد رسید

۳۲ اخبار انجمن: نقش اتاق تهران در ظرفیت‌سازی و توانمندسازی انجمن‌ها

۳۴ اخبار: ۱۲ خواسته بخش خصوصی از دولت

۳۶ گفت‌وگوی اختصاصی: در قفس دولت نمی‌توان «تولید» کرد

۳۸ مصاحبه رادیویی: زنگ خطر توقف چرخ‌های صنعت لوازم خانگی

۳۹ اینفوگرافیک

۴۰ گزارش بین‌الملل: چالش‌های توسعه و دیپلماسی اقتصادی چین

۴۴ گفت‌وگوی اختصاصی: صنعت لوازم خانگی نیازمند «آمار شفاف» است

۴۶ گزارش: چه عواملی ترمز رونق صادرات لوازم خانگی را کشید؟

۵۰ کتابکده

۵۲ گفت‌وگوی اختصاصی: فاصله اقتصاد ایران با اقتصاد صنعتی

۵۳ انتصابات

۵۴ اینفوگرافیک

۵۵ آمار و اطلاعات: انتشار رتبه‌بندی رسانه‌های جهان در سال ۲۰۲۳

۵۶ گفت‌وگوی اختصاصی: صنعت راه برون‌رفت از بن‌بست تحریم

۵۷ گفتگو با رسانه: اقتصاد دستوری مانع صادرات پایدار است

۵۸ گزارش: تحولات اقتصادی کشور با محوریت بازار زنجیره فولاد و لوازم خانگی

۶۰ آموزش: ۱۰ ویژگی مشترک بین بهترین اعضای هیأت مدیره

۶۴ سند جامع: مروری اجمالی بر کتاب «بازآفرینی صنعت»

۶۶ اخبار: ابلاغ آیین‌نامه جدید ضوابط «خدمات پس از فروش»

۶۸ اعضای جدید

۷۰ گفت‌وگو: در هدف‌گذاری برنامه‌ها، واقع‌بینانه عمل نکردیم

۷۹ متن انگلیسی: The Appliance Market



اتاق دهم نیازمند جدید ساختار است

سرانجام پس از کش و قوس‌های فراوان، ماراتن انتخاباتی اتاق بازرگانی سرانجام به ایستگاه پایانی رسید و با رأی نمایندگان بخش خصوصی، رئیس جدید اتاق بازرگانی ایران انتخاب شد.

در همین زمینه به رئیس جدید اتاق بازرگانی ایران پیشنهاد می‌کنم برای اقدامات مؤثر جهت شروع به کار اتاق دهم و ایجاد تحول اساسی در آن به چند موضوع اساسی توجه لازم را داشته باشند. ابتدا اینکه تیم هیأت رئیسه را متحد، هماهنگ و پای کار نگه دارند.

موضوع بعدی که به آن تاکید دارم این است که برای ایجاد وفاق و هماهنگی در هیأت نمایندگان و اتاق استان‌ها و تمامی فعالان اقتصادی اقدام کنند. در واقع رئیس جدید اتاق بازرگانی ایران باید همه اعضاء هیأت نمایندگان و اتاق‌های استان و فعالان بخش خصوصی را رهبری کنند.

در این زمینه نیاز است بزرگوارانه و مسئولانه برای ایجاد وحدت در اتاق ایران به سراغ همه دلسوزان اتاق و خصوصاً رقبای دیروز و رفقای امروز رفته و از آن‌ها و برنامه‌های مدنظر خود، برای ایجاد تحول در اتاق دهم بهره‌برداری کنید.

اما قبل از ورود به بحث ساختن اتاق دهم باید به پرسشی اساسی پاسخ دهیم؛ آیا عملکرد گذشته اتاق‌ها از جمله اتاق نهم مثبت ارزیابی می‌شود؟ وضعیت وخیم اقتصادی کشور و فعالان اقتصادی عملکرد گذشته را تایید نکرده و لازم است تحول اساسی در اتاق دهم صورت پذیرد.

در این میان اما شاخص انتخاب هیأت رئیسه یا روسای کمیسیون‌ها و نمایندگان اتاق در شوراها باید افراد موفق در بخش خصوصی و دارای سلامت اخلاقی و اقتصادی، ترجیح منافع ملی به منافع شخصی و صنفی و دارای سابقه مفید تشکلهایی و کار اجتماعی و داشتن انگیزه و وقت کافی و بسیاری موارد دیگر باشد.

در همین راستا باید تأکید داشت که ادامه حرکت در مسیر، اتاق نهم نه می‌تواند برای اتاق دهم مفید باشد و نه نیازهای فعالان اقتصادی را برآورده خواهد کرد؛ چراکه اتاق دهم نیاز به تحول اساسی دارد.

در صورت پذیرش ناکامی اتاق نهم باید برای تعیین اهداف اتاق مطلوب، دو برنامه کوتاه‌مدت و بلندمدت را مدنظر داشت. برای برنامه

کوتاه‌مدت پیشنهاد می‌شود، اقدام به انتخاب دبیرکل توانا و مدبر کنید. از سمت دیگر برای بلندمدت پیشنهاد می‌شود اقدام به خدمت گرفتن یک تیم مشاور مدیریتی توانمند و با تجربه برای تعیین اهداف اتاق دهم و تجدید ساختار اتاق با توجه به تجربیات کشورهای موفق و اتاق‌های موفق استانی کرد.

با شناختی که از رئیس جدید اتاق بازرگانی ایران و دغدغه‌های ایشان سراغ دارم، همواره منافع اتاق و منافع ملی را بر منافع شخصی ترجیح داده و خواهند داد و در صورت تعارض منافع، منافع ملی را انتخاب خواهند کرد؛ از این رو با انتخاب دموکراتیک جنابعالی الزام است ضمن حمایت همه‌جانبه اعضاء و فعالان اقتصادی و اتاق‌های شهرستان‌ها، برای حل این رویارویی و کشمکش، از سه سیاست (چیرگی برطرف مقابل، مصالحه با طرف مقابل و اتحاد منافع دو طرف) استفاده کنند.

لازم است اشاره کنم که در شرایط سخت و زیان‌بار تحریم‌ها، تورم بالای ۵۰ درصد، رشد اقتصادی پایین و بیکاری بالا، کوچک شدن اقتصاد و درآمد سرانه ملی و ... دوئل اتاق بازرگانی و بخشی از حاکمیت و یا خدایی نکرده تبدیل آن به دوئل اتاق و حاکمیت به نفع هیچ‌کس به‌ویژه منافع کشور نخواهد بود.

از تشکلهای و کاندیداهای اتاق هم انتظار می‌رود با تبیین اهداف اتاق و برنامه اجرایی خود به صورت تیمی و نه انفرادی، اقدام کنند تا گامی



علیرضا محمدی دانیالی

■ رئیس هیأت مدیره انجمن منابع لوازم خانگی ایران
■ مدیرمسئول ماهنامه آینده‌سازان منابع لوازم خانگی

در جهت رشد و توسعه در اتاق را با هم برداریم. همچنین نمایندگان هم با تمرکز بر روی برنامه‌ها و تیم‌ها انتخاب بهتری را برای آینده اتاق به انجام رسانند.

اتاق بازرگانی باید مستقل بماند

درخواست ما از حاکمیت این است که بگذارند اتاق بازرگانی ایران مستقل مانده و کارآفرینان کشور آن را مدیریت کرده تا بتوانند به عنوان مشاور امین و صادق و توانا در خدمت کشور و اقتصاد ملی باشند.

وظیفه اجتماعی و اخلاقی همه اعضاء هیأت نمایندگان است که برای دفاع از تمامیت اتاق و استقلال آن اقدام کنند.

اتاق باید مستقل باشد و مسئولین حاکمیتی در تصمیم‌گیری‌های آن مداخله نکنند؛ تمامی اعضا هیأت نمایندگان و کارآفرینان کشور برای دفاع از تمامیت اتاق اقدام کنند. برای اثربخشی اتاق، باید برای تجدید ساختار آن اقدام کرد؛ چرا که دغدغه‌هایی به مراتب بیشتری در اتاق دهم وجود داشته و الزم است هیأت نمایندگان به عنوان رکن اساسی اتاق برای حل آنها برنامه‌ریزی و اقدام کنند. تلاش این عضو کوچک صنعت و اتاق در همین راستا انجام شده و خواهد شد.

اینجانب که در دومین جلسه هیات نمایندگان اتاق دهم از تمامی اعضای هیات نمایندگان که از منتخبین و فعالان بنام و بزرگ اقتصادی سراسر کشور هستند برای ایفای مسئولیت اجتماعی و صنفی و ملی خود که با افتخار وقت با ارزش و انرژی خود را وقف تلاش برای ساختن ایرانی آباد و توسعه یافته می کنند، تقاضا دارد به عرایض این عضو هیات نمایندگان و صنعت گر کوچک توجه کنید تا با اصلاح و تکمیل و مشارکت سازنده برای ایجاد این تحول بزرگ و نیاز اساسی اتاق اقدام شود.

با سبقه خوبی که از هیات رئیسه محترم و همکاران بزرگوار در اتاق بیاد دارم قطعاً آنها نیز برای ایجاد این تحول بزرگ همدوش هیات نمایندگان بوده و فعالان اقتصادی سراسر کشور و اتاق ها نیز برای تحقق این هدف ملی اتاق قوی و مستقل و اثربخش در کنار ما خواهند بود چرا که مسئولین حاکمیتی نیز با تحقق موفقیت در این بخش از اتاق و اهداف آن حمایت خواهند کرد.

امید است این یادداشت که شاید از سر صدق و انجام وظیفه اجتماعی است، تأثیر مثبتی برای حل مشکل فعلی اتاق و حرکت به سوی ایجاد تحول مثبتی در اتاق دهم باشد و در فرصت کوتاه باقیمانده به زمان شروع به کار اتاق دهم، همه کارآفرینان بخش خصوصی و به ویژه اعضا هیئت نمایندگان با تکمیل و اصلاح پیشنهادات فوق اقدام تا هیئت نمایندگان با برنامه و اهداف معین و مشخص برای ایجاد تحول اساسی در اتاق دهم گام بردارد.

پیشنهادهای برای ایجاد تحول در اتاق دهم:

- * تعیین چشم انداز، مأموریت و اهداف (یکساله و چهارساله) اتاق
- * برگرداندن هیات نمایندگان به جایگاه اصلی و بالای هیات رئیسه
- * پذیرش ساختار فعلی اتاق برای دوره ۶ ماهه، اما شروع تحول مدیریتی از هم اکنون
- * استخدام یک شرکت مشاور مدیریتی قوی و با تجربه برای ایجاد تحول در ساختار اتاق در ۶ ماه ادامه وضع فعلی با استفاده از تجارب اتاق های فوق جهانی و استانی
- * تشکیل کمیسیون برنامه و بودجه اتاق برای کنترل و نظارت بر اهداف و صرف بودجه در جهت اهداف و تصویب آن پس از تصویب هیات رئیسه جهت ارائه و تصویب در هیات نمایندگان
- * تشکیل جلسات هیات نمایندگان حداقل به صورت ماهانه و حداقل جلسات مفید ۴ ساعته برای ایجاد وقت بررسی دستور جلسات هیات نمایندگان
- * تشکیل کمیسیون ها از فعالان موثر و خصوصاً مشارکت نمایندگان
- * تشکیل های اقتصادی موثر در اقتصاد ملی در کمیسیون های ذی ربط

درخواست ما از حاکمیت این است که بگذارند اتاق بازرگانی ایران مستقل مانده و کارآفرینان کشور آن را مدیریت کرده و بتوانند به عنوان مشاور امین و صادق و توانا در خدمت کشور و اقتصاد ملی باشند و از طرفی دیگر، از تشکلهای و کاندیداهای اتاق هم انتظار می رود با تبیین اهداف اتاق و برنامه اجرایی خود به صورت تیمی و نه انفرادی، اقدام کنند تا گامی در جهت رشد و توسعه در اتاق را با هم برداریم.

وضعیت شاخص های اقتصادی کشور



• درآمد سرانه

- درآمد سرانه به قیمت های امروز در سال ۵۵ حدود ۱۵۱ میلیون تومان بوده؛ یعنی دو برابر این رقم در سال ۱۴۰۱
- و سال ۹۰، ۵۰ درصد بالاتر از سال ۱۴۰۱

وضعیت شاخص های اقتصادی کشور

• شاخص رقابت پذیری جهانی

شاخص رقابت پذیری جهانی چیست؟

شاخص رقابت پذیری جهانی که هر ساله توسط مجمع جهانی اقتصاد برای اغلب کشورهای جهان محاسبه و گزارش آن منتشر می شود شاخص مهمی است زیرا رقابت حرف نخست اقتصاد امروز جهانی است و از گویان رقابت است که منافع خریداران و سود شرکت ها حداکثر می شود. بر خلاف بسیاری از متغیرهای مهم اقتصادی مانند نرخ تورم و نرخ بیکاری که برای انتشار آن داده های صریح وجود دارد، رقابت پذیری متغیری است که برای محاسبه آن باید از روش های غیرمستقیم و ذهنی بهره جست. بعضی این شاخص ترکیبی است از ۱۲ رکن که هر یک از لکان بین ۲ تا ۲۱ متغیر دارند. بنابراین آنچه به عنوان شاخص رقابت پذیری جهانی (GCI) منتشر می شود دربرگیرنده ۱۱۴ متغیر در مورد هر کشور است که به جزئیات اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی پرداخته و برآیند آن منجر به GCI می شود.

TahlilBazaar.com

رتبه ایران براساس شاخص رقابت پذیری جهانی



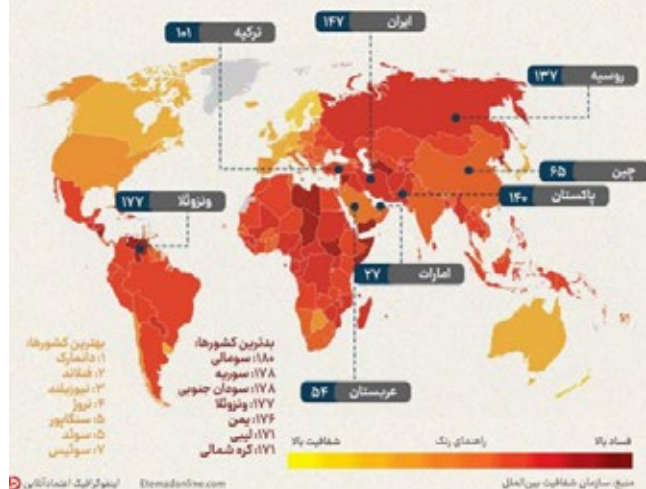
وضعیت شاخص های اقتصادی کشور

• شاخص ادراک فساد در ایران

- امارات متحده عربی در راستای مبارزه با فساد در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، بهترین عملکرد را داشته است.
- ترکیه نیز شاهد تغییر رتبه خود از ۹۶ به ۱۰۱ در رده بندی جهانی طی سال گذشته بوده

شاخص ادراک فساد در ایران و سایر کشورهای جهان چقدر است؟

براساس گزارش سالانه سازمان شفافیت بین الملل از رتبه بندی جدید کشورها براساس «شاخص ادراک فساد» در جهان، ایران با کسب ۲۵ امتیاز از حداکثر ۱۰۰ در میان ۱۸۰ کشور در رتبه ۱۴۷ قرار گرفته.



الزامات و موانع رشد پایدار صادرات لوازم خانگی



عباس هاشمی

■ دبیرانجمن صنایع لوازم خانگی ایران

لرزم توجه به تحولات دیجیتال در سطح جهانی از دیگر موارد مهمی است که نقش مهمی در صادرات پایدار لوازم خانگی خواهد داشت؛ این مهم با حضور شرکت‌های دانش‌بنیان باید در صنعت لوازم خانگی جدی گرفته شود و در این مسیر دستگاه‌های همچون وزارت صمت، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، فواو و غیره به یاری صنعت و توسعه تحول دیجیتال بپردازند. تقویت برندها، تعمیق ساخت داخل محصولات و صادرات پایدار قطعه به کشورهایی همچون پاکستان و ترکمنستان که صادرات محصولات نهایی به آنها ممنوع است، یا ایجاد خطوط مونتاژکاری در آنها و تولید محصولات با نام و برندهای ملی آنها، از دیگر ملزومات دستیابی به صادرات پایدار در این حوزه است.

لطمه اقدامات جزیره‌ای به صادرات

چنین استراتژی‌هایی باید در سطح کلان و ملی تعریف شود و همه دستگاه‌ها ذی‌مدخل نیز باید برای انجام آنها ملزم باشند، نه اینکه شاهد کارهای جزیره‌ای و بسته و گریخته باشیم. برای صادرات پایدار، در وهله نخست باید افزایش تولید اتفاق بیفتد که آن هم با استمرار تامین مواد اولیه، همچنین فروش اعتباری مواد اولیه از سوی صنایع بالادستی به میزان کافی و با قیمت‌های مناسب اتفاق می‌افتد.

همچنین حمایت صندوق ضمانت صادرات و اصلاح زیرساخت‌های حمل و نقل زمینی و دریایی را برای توسعه و استمرار صادرات، امری ملزم و حیاتی است.

را در تالار دوم عرضه کنند که این موضوع باعث می‌شود صادرات به صورت روزمره باشد. در واقع صادرکنندگان باید بتوانند ارز خود را به نرخ واقعی روز بفروشند و قیمت نباید دستوری باشد. همچنین لازم است برای صادرات پایدار اتفاقاتی در درون واحدهای تولیدی صورت بگیرد؛ علاوه بر آن، در کلان کشور باید مواردی همچون اتصال به شبکه بانکی جهانی و بازپرداخت عوارض، سود گمرکی و دیگر پرداختی‌های صادرکنندگان را شاهد باشیم.

رفع تعهدات ارزی، دغدغه مهم صادرکنندگان

در شرایط فعلی، رفع تعهدات ارزی یکی از مهم‌ترین مشکلات صادرکنندگان است، از سمت دیگر در سایر مسائل نیز باید بتوانیم به صورت ساختاری کار کنیم؛ به‌طور مثال در ساخت قالب‌ها باید بتوانیم با همراهی شرکت‌های بزرگ قالب‌ساز چینی کنسرسیومی تشکیل دهیم و ضمن برخورداری از آموزش‌های لازم، مشارکت در تولید داشته باشیم که در این صورت به رشد پایدار دست خواهیم یافت. همچنین استفاده از قابلیت‌های علمی، مالی و صادراتی سازمان‌های توسعه‌ای نظیر ایدرو و ایمیدرو و شرکت‌های بزرگ کشور در این مسیر و تثبیت صادرات بسیار مفید خواهد بود، چرا که می‌توانند حلقه تکمیل‌کننده صادرات محصولات لوازم خانگی باشند.

لرزم توجه به تحولات دیجیتال

از دیگر سو، انعقاد پیمان‌های تعرفه ترجیحی با دیگر کشورها برای توسعه صادرات مفید و موثر است و باید توسعه یابد.

بنا بر اعلام دفتر لوازم خانگی وزارت صمت، صادرات لوازم خانگی کشور در سال گذشته با رشد ۱۲ درصدی به ۴۴۰ میلیون دلار رسید، در حالی که در سال ۱۴۰۰ میزان صادرات لوازم خانگی ۳۹۳ میلیون دلار بود. طبق اعلام وزارت صمت، سال گذشته ۶۴ درصد از کل صادرات لوازم خانگی متعلق یخچال و فریزر، ۱۶ درصد به تجهیزات سرمایشی و گرمایشی، و ۷ درصد لوازم خانگی کوچک بوده است. اما آیا روند رشد صادرات لوازم خانگی در شرایط فعلی امکان‌پذیر است؟

صادرات پایدار لوازم خانگی نیازمند الزاماتی همچون حمایت دستگاه‌های ذی‌ربط و حرکت هماهنگ آنها، تقویت برندها، تعمیق ساخت داخل محصولات و صادرات قطعه، تامین ارز و مواد اولیه و ... است.

امکان رشد ۱۵ تا ۲۰ درصدی صادرات لوازم خانگی

از سوی دیگر حل مشکل پیمان‌سپاری و رفع تعهد ارزی صادرکنندگان، توسعه پیمان‌های تعرفه‌های ترجیحی با کشورهای هدف صادراتی و تقویت برندها از جمله ملزومات صادرات لوازم خانگی است که در صورت فراهم شدن این شرایط می‌توان سالانه رقم صادرات را ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش داد. گرچه صادرات لوازم خانگی به کشورهایی همچون عراق، افغانستان، منطقه سی. آی. اس و غیره انجام می‌شود، اما این صادرات پایدار نیست. مهم‌ترین بحث مربوط به حکمرانی که بر بخش صادرات اثرگذار است، حل مشکل پیمان‌سپاری و رفع تعهد ارزی صادرکنندگان است. در حال حاضر صادرکنندگان ملزم هستند ارز خود

ایران قوی:

بر مدار ۱۰ تیر؛ به افق ۱۴۰۴



فرشاد براتی

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

فرارسیدن ۱۰ تیر ماه بهانه‌ای دیگر برای هم‌گرایی عموم ذی‌نفعان عرصه‌ی خطیر صنعت، معدن و تجارت و کار و تولید کشور از صنعتگران و کارآفرینان و تولیدکنندگان گرفته تا دولتمردان و مسئولان دستگاه‌های ناظر بر صنعت و معدن کشور است. عموماً ارکان دولت و متولیان امر، همه ساله این روز نامگذاری شده توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی با نام «روز ملی صنعت و معدن» را جهت بزرگداشت موتور محرکه‌ی بخش مهمی از اقتصاد ایران مورد توجه قرار داده و برگزاری مراسمی را با حضور کارآفرینان و فعالان عرصه‌ی صنعت و معدن کشور تدارک دیده و بر جایگاه این دو مؤلفه به عنوان رکن زیربنای توسعه‌ی کشور تأکید می‌کنند.

بحران در کوتاه مدت، انتظار دارند متولیان امر به مدیریت بحران‌های موجود محیط کسب و کار به ویژه در بخش‌هایی که ناشی از مشکلات ایجاد شده در داخل کشور است بیش از گذشته همت گمارند. خروج از رکود و مهار اسب سرکش تورم، جهت‌دهی به نقدینگی برای فعالیتهای مولد، حذف زوائد و بوروکراسی دولتی و بسیاری دیگر، از پیامدهای توسعه‌ی صنعتی و بهره‌برداری از ظرفیتهای موجود صنایع پیشران کشور بوده و این مهم در مقام عمل تنها با تغییر نگرش و اصلاح فرآیندها، در تحقق عملی رویکرد محوری چند سال اخیر مبنی بر «جهش تولید» به عنوان وظیفه‌ی ملی میسر خواهد شد.

مع الوصف، اینجانب به نمایندگی همکاران ارجمند در انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و ماهنامه‌ی آینده سازان صنایع لوازم خانگی، روز ملی صنعت و معدن را به مؤسس و بنیانگذار گرانقدر و دیگر پیشکسوتان و اعضای گرامی خانواده‌ی بزرگ این انجمن و مخاطبان خاص و عام این روز ملی تبریک عرض نموده و امید دارد در سایه‌ی بهره‌گیری بایسته‌ی متولیان امر از مشورت و دانش و تجربه‌ی خبرگان و اهالی صنعت و نیز فراهم‌سازی زمینه‌ی ارتقای رتبه‌ی شاخص‌های ناظر بر بهبود محیط کسب و کار کشور به عنوان زیربنای ایجاد آرامش و رشد اقتصادی پایدار و با پرهیز از روزمرگی و حرکت در چرخه‌های ناموفق آزموده‌ی پیشین همچون قیمت‌گذاری دستوری، قطع توسعه‌ی تجارت و تعاملات بین‌المللی و... بتوان توانمندی‌ها و ظرفیتهای ارزشمند موجود کارآفرینان و صنعتگران کشور به ویژه صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت بزرگ کشور را بر مدار ۱۰ تیر که نمادی از پویایی و مدیریت صحیح منابع و سرمایه‌های ارزشمند ملی صنعت و معدن کشور است، در مسیر نیل به ایران قوی و ممتاز ترسیم شده در افق ۱۴۰۴ با اهتمام به ارتقای معیشت و رفاه ملی، بیش از پیش هم‌گرا و ارزش‌آفرین نمود.

گرچه تلاش می‌شود حداقل در ساعاتی از یک روز خاص ملی، کلام‌ها به تشریح جایگاه اثرگذار صنعتگران در رشد و پیشرفت ملی معطوف گردیده و زبان‌ها نیز بر تبیین کرامت والای کارآفرینان و جهادگران عرصه‌ی خطیر تولید بچرخد، اما فارغ از این دست مراسم و نکوداشتها که حداقل اقدام بایسته و غیرکلامی است، بخش صنعت و معدن کشور که اصلی‌ترین متولی خود را وزارت صنعت، معدن و تجارتی می‌بیند، کماکان نیازمند پشتیبانی و مانع‌زدایی برای استمرار حرکت اثرگذار و پیشبرنده‌ی خود در مسیر تقویت توان اقتصاد کشور، آن هم در شرایط موجود حاکم بر محیط کسب و کار می‌باشد.

وزارتخانه‌ای که حداقل یک سوم از اقتصاد ایران را تولی‌گری کرده و همینک در کشاکش تبعات تغییر عالی‌ترین مقام در کنار گمانه‌زنی‌های انفکاک احتمالی به دو وزارتخانه و پیامدهای ناشی از آن و رویکردهای نقادانه کارشناسان به برنامه‌ی هفتم توسعه دست به گریبان است.

امروزه بخش صنعت و معدن یکی از کلیدی‌ترین بخش‌های اقتصادی و بزرگ‌ترین بخش مولد کشور بوده و به عنوان عامل مولد اشتغال، تولید ثروت و حرکت به سوی توسعه‌ی پایدار، در افزایش تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه‌ی کشور، نقش بسزایی ایفا کرده و با توجه به تنوع بالای فعالیتهای بخش خصوصی منجمله در حوزه‌ی صنعت پیشران لوازم خانگی و حضور تولید کنندگان محصولات گروه‌هایی کالایی مختلف در کنار قطعه سازان، در صورت فراهم شدن زیرساخت‌های لازم، می‌توانند تحرک پذیری حداکثری چرخه‌ی رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشور را موجب گردند.

گرچه صنعت کشور از تبعات تحریم‌های ظالمانه دچار خسارت و هزینه‌افزایی گردیده لکن فعالان بخش خصوصی با آگاهی به عدم امکان حل کامل این

پیام مؤسس و بنیان‌گذار انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
به مناسبت روز ملی «صنعت و معدن»

فرصتی برای تدوین یک سند ملی

روز «صنعت و معدن» مجال و فرصتی جهت شکل‌گیری عزم و اراده ملی برای تحقق توسعه صنعتی است. بر این اساس این روز، نه یک مناسک و نشست و برخاست دولتی‌ها و فعالان اقتصادی و صنعتی بلکه ایجاد و یا تقویت گفت‌وگوها و تفاهات است که توسعه و پیشرفت میهن عزیزمان را از طریق ارتقاء خرد جمعی فراهم آورد.



محسن خلیلی عراقی

اقدامات ضمن آنکه با اصل حق مالکیت و مبادله صاحبان بنگاه‌های اقتصادی در تضاد بوده است، همچنین با آدرس‌دهی غلط از کسری بودجه دولت‌ها و افزایش نقدینگی و تورم به گران‌فروشی چند کاسب خرده‌پا، بر مشکلات و موانع تولید صنعتی افزوده و اسباب ایجاد رانت و فساد را فراهم آورده است.

این در حالی است که در چارچوب یک سند راهبردی در امر توسعه صنعتی می‌توان به بسیاری از این سیاست‌های غلط و ضد توسعه‌ای خاتمه داد.

این در حالی است که کشورهای موفق و پیشرفته چنین شده است و با قرار گرفتن این اقتصادها در زنجیره تولید جهانی و ایجاد ثبات و کاهش نااطمینانی (نرخ ارز، مالیات، تعرفه و ...) و ایجاد فضای رقابتی و ... توسعه اقتصادی و صنعتی را در این کشورها شاهد هستیم.

این روزها که تدوین و تصویب برنامه هفتم توسعه در دولت و مجلس مطرح است، چه بسیار لازم و ضروری است که موضوع تدوین راهبرد (استراتژی) توسعه صنعتی به‌عنوان نقشه یا قطب‌نمای صنعت کشور و یک تکلیف قانونی بار دیگر (مندرج در مواد ۲۱ و ۱۵۰ برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه) در این برنامه مورد تاکید قرار گیرد و بر چند دهه سردرگمی در امر توسعه خاتمه داده شود.

امید که روز صنعت و معدن امسال سرآغاز انجام این مهم و تحول تاریخی باشد.

بسم الله الرحمن الرحیم
محسن خلیلی عراقی
مجلس خبرگان

این خدمتگزار اقتصاد ملی چنانکه در گفتارهای مختلف عنوان کرده است، مهم‌ترین ضرورت جامعه ایران در دوران معاصر را تسریع و تعمیق فرآیند توسعه صنعتی می‌داند؛ فرآیندی سخت و دشوار و درآمیخته با انجام اصلاحات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و در قالب سندی راهبردی و مورد وفاق ملی.

این سند راهبردی که از آن به «استراتژی توسعه صنعتی» یاد می‌شود به‌عنوان قطب‌نما یا نقشه‌راه، تکلیف مسیر توسعه اقتصادی کشور را تعیین می‌کند؛ سندی که لازم است در آن نقش دولت در تعیین مولفه‌هایی همچون جهت‌گیری در سیاست خارجی، سیاست‌های اقتصاد کلان (نرخ ارز، نرخ تعرفه، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و ...)، حقوق مالکیت، محیط کسب و کار (قوانین و مقررات و مجوزها و ...)، نیروی انسانی ماهر موردنیاز برای صنعت و ... تعریف و تبیین شود.

بر این اساس این اقدام پروژه‌ای ملی است که با حضور تمامی ذینفعان در تدوین، اجرا و نظارت بر آن، به قدر وزن و سهم هر یک از بازیگران در اقتصاد ملی.

یکی از آثار تدوین چنین سند راهبردی ملی می‌تواند فیصله‌بخش یکی از این معضلات عمده و موانع بهبود و ارتقاء کمیت و کیفیت محصولات و خدمات صنعتی کشور، یعنی قیمت‌گذاری دستوری و اختلال در روند طبیعی عرضه و تقاضا باشد؛ روندی معمول و مالوف چنددهه سیاست‌گذاری اقتصاد قبل و بعد از انقلاب؛ چنان‌که دولت‌ها از یک سو با تثبیت و کنترل قیمت‌ها و از سوی دیگر با تعریف انواع حمایت‌ها و اعطای تسهیلات کم‌بهره ارزی و ریالی و سقف‌گذاری تعرفه‌ای سعی در کاهش قیمت کالاها و خدمات داشته‌اند که این



حسین سلاورزی

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

پیام رئیس اتاق بازرگانی ایران به مناسبت روز «صنعت و معدن» فعالان صنعت و معدن باید پیشران رشد پایدار اقتصادی باشند

رئیس اتاق ایران نیز در پیامی به مناسبت روز ملی «صنعت و معدن»، عبور از تنش‌ها و تقویت تولید و خلق ارزش افزوده را مأموریت فعالان حوزه صنعت و معدن به عنوان پیشران رشد پایدار اقتصادی در کشور دانست.

در این پیام آمده است: در شرایطی که کشور عزیزمان ایران، تنش‌های کم‌سابقه و شاید حتی بتوان گفت بی‌سابقه‌ای را در تعادل‌های زیست‌محیطی و پیوندهای مقوم انسجام اجتماعی تحمل می‌کند و راهبرد اساسی عبور از این تنش‌ها و تقویت تعادل‌های حیاتی ملی، حسب ارشادات مقام معظم رهبری، تقویت تولید و خلق ارزش افزوده بیشتر در نظام اقتصادی کشور است، مسئولیتی بزرگ بر دوش فعالان حوزه صنعت و معدن قرار دارد تا با تلاش و تدبیر خود، پیشران رشد پایدار اقتصادی در کشور باشند.

بی‌شک متحول‌سازی سازماندهی صنعتی و نوسازی ساختار سرمایه کشور به نفع افزایش درجه پیچیدگی تولیدات نظام اقتصادی و ارتقای بهره‌وری عوامل تولید، نیازمند بهبود مستمر فضای کسب‌وکار و ارتقای کارآیی شبکه‌سازی میان فعالان اقتصادی برای تسهیل و تقویت روند تقسیم کار تخصصی است.

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، حسب مأموریت ذاتی خود و با توجه به شرایط ویژه حاکم بر کشور تمامی مساعی خود را در جهت تحقق این دو هدف به کار خواهد گرفت و قطعاً همه فعالان اقتصادی بخش خصوصی واقعی کشور در حوزه صنعت و معدن نیز، با به اشتراک گذاشتن اطلاعات، دانش، تجربیات و دیدگاه‌های خود اتاق را در مسیر بهبود فضای کسب‌وکار، تقویت شبکه‌سازی و نهایتاً ارتقای رقابت‌پذیری اقتصاد ملی در حوزه صنعت و معدن یاری خواهند کرد.

حسین سلاورزی، در این پیام عنوان کرده است: ایجاد مشاغل دارای بهره‌وری بالا که موجب خلق یک طبقه متوسط قدرتمند و مرفه و به تبع آن پدید آمدن جامعه‌ای پایدار و شکوفا می‌شود و نیز ارتقای بهره‌وری مجموعه عوامل تولید که سبب ارتقای ثروت و قدرت کشور می‌شود، جز از طریق تجلی دانش انباشته بشری در ساختار سرمایه و سازماندهی صنعتی به دست نخواهد آمد.

فعالیت‌های حوزه صنعت و معدن، به عنوان نمونه اعلای این تجلی دانش بشری در ساختار سرمایه، فقط صورتی از تولید و تامین حوائج بشری در زیست بوم اقتصادی نیست؛ بلکه فراتر از آن هسته مرکزی قدرتی است که انسان را به پادشاه بلامنازع این سیاره بدل کرده است.

رئیس اتاق ایران، عبور از تنش‌ها و تقویت تولید و خلق ارزش افزوده را مأموریت فعالان حوزه صنعت و معدن به عنوان پیشران رشد پایدار اقتصادی در کشور دانست و گفت: مسئولیتی بزرگ بر دوش فعالان حوزه صنعت و معدن قرار دارد تا با تلاش و تدبیر خود، پیشران رشد پایدار اقتصادی در کشور باشند.

بقاء بنگاه‌های اقتصادی در گرو طراحی شبکه ارتباط با مشتریان



سرویس‌کاران مجاز شرکت سازنده با ارائه‌دهنده خدمات پس از فروش را یکی دیگر از علل وفاداری مشتری دانست.

وی با تاکید بر اینکه افزایش تعداد مشتریان در گرو نگهداشت مشتریان قبلی بنگاه است، خاطرنشان کرد: طراحی شبکه درست ارتباط با مشتریان، لازمه دوام، بقاء و افزایش سهم فروش شرکت در بازار داخل و خارج از کشور است. در ادامه این جلسه مصطفی عابد، نماینده خدمات پس از فروش شرکت پاکشوما، توضیحات مبسوطی در رابطه با چگونگی ثبت اطلاعات در سامانه جامع گارانتی خطاب به حاضران ارائه داد. وی از مرحله ورود و ثبت‌نام اولیه در سامانه یاد شده توسط کاربر در وبسایت متصل به سامانه جامع گارانتی و بارگذاری اتوماتیک اطلاعات در سامانه طبق فایل‌های آموزشی موجود در سایت و مراحل بعدی تا مرحله اخذ مجوز برای هر شناسه محصول را تشریح کرد.

وی با ورود به سایت مذکور، مراحل ورود به سایت و آپلود اطلاعات و خطاهای احتمالی پیش آمده و علل آن را بیان داشت. در بخش بعدی جلسه، روش استفاده از خدمات نرم افزارهای خدمات مشتریان موجود نظیر نرم‌افزار سروشان و کاستی‌های این نوع نرم‌افزارها در فرایند ثبت اطلاعات مطرح و مقرر شد نماینده شرکت سروشان در جلسه بعدی کمیسیون خدمات مشتریان به عنوان مهمان مدعو دعوت تا بحث و بررسی کارشناسی لازم در این خصوص صورت گیرد.

در بخش آخر جلسه سوال و جواب بین نماینده شرکت پاکشوما و حاضرین در جلسه به عمل آمد و مصوب شد این مبحث در جلسه بعدی کمیسیون تداوم یابد.

به گزارش آهام ایران، دومین جلسه کمیسیون خدمات مشتریان روز دوشنبه مورخ پنجم تیرماه سال جاری در سالن کارآفرینان خانه تشکلهای اتاق بازرگانی تهران، برگزار شد.

در این جلسه علاوه بر نمایندگان شرکت‌های لوازم خانگی کن، دیپوینت، پاکشوما، سیماران، خانه سپید مشرق زمین، تاش رادیاتور، آلیش گاز، دمنده، مهرمینا الکترونیک، ارج، نیکسان صنعت ساوه، نیک کالا، گروه صنعتی بوتان، فریدولین، لورچ، ایستکول، ایران رادیاتور، تورینو پلاس و اتحادیه تعمیرکاران لوازم گازسوز تهران، نیما پرنک آسا مدرس سیستم‌های خدمات پس از فروش به عنوان مهمان مدعو حضور داشت.

در ابتدای جلسه کمیسیون خدمات مشتریان احمد سعادت‌ی سالم، رئیس کمیسیون خدمات مشتریان، مهمان مدعو به دغدغه‌های سیستم خدمات پس از فروش و ارتباط آن با تبلیغات، فروش و واحد تحقیق و توسعه و نگهداری مشتری از طریق ارائه خدمات پس از فروش مناسب، توسط بنگاه تولیدی و نقش خدمات پس از فروش در ریزش مشتریان به علت عدم شنیدن صدای مشتری توسط شرکت‌ها پرداخت. وی سودآوری شرکت‌ها از محل خدمات مشتریان را بسیار حائز اهمیت توصیف کرد. او عدم تعامل صحیح با مشتری و فروش اشتباه را دلیل افت تعداد مشتریان شرکت‌ها دانست و ارائه آموزش درست به مشتریان را دلیل مراجعه کمتر مشتریان به واحدهای خدمات پس از فروش عنوان کرد.

عوامل وفاداری مشتریان

نیما پرنک آسا، مدرس سیستم‌های خدمات پس از فروش، الزامات فروش گارانتی پس از اتمام دوره گارانتی اولیه را در گرو تعامل درست با سرویس‌کاران و تأمین به موقع قطعات یدکی توسط شرکت تولیدی برشمرد و ارائه خدمات مکمل نظیر اتصال به برق، آب مصرفی و ... توسط

بررسی ریسک‌ها و مخاطرات ناشی از عدم تداوم تولید



در ادامه، نعیم رمضان‌پور درویشی از شرکت سام گستر سونیا و عضو هیئت مدیره انجمن نیز ضمن صحنه‌گذاری صحبت‌های دبیر دپارتمان، بر استفاده از هرگونه فرصتی جهت معرفی صنعت قطعه‌سازی کشور در نمایشگاه‌های داخل و خارج از کشور تأکید و اضافه کرد: نمایشگاه آتی در استانبول ترکیه می‌تواند محل معرفی مناسبی برای قطعه‌سازان لوازم خانگی کشورمان باشد.

پیگیری وزارت صمت در خصوص مشکلات تامین ارز قطعه‌سازان

فتح‌اللهی نائب رئیس کمیسیون در ادامه جلسه، ضمن اشاره به طرح مداوم موضوع عدم تخصیص به موقع ارز توسط بانک مرکزی به ثبت سفارشات مربوط به واردات قطعات و ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدکنندگان محصول نهایی و قطعه‌سازان این صنعت در جلسات هیئت مدیره انجمن، از موافقت مدیرکل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری وزارت صمت جهت پیگیری این موضوع خبر داد.

انجمن پیگیر مشکلات قطعه‌سازان

وی از تمامی قطعه‌سازان عضو انجمن درخواست کرد مشکلات خود در زمینه تخصیص ارز را طی نامه کتبی و با ذکر جزئیات کامل به انجمن منعکس تا پیگیری لازم، صورت گیرد.

فتح‌اللهی ضمن انتقاد از فرایند فعلی واردات کالا از محل ارز حاصل از صادرات به صورت تهاتری، اظهار داشت: در گذشته مبلغ حاصل از صادرات به صورت فی‌مابین ارز نیمایی و ارز آزاد محاسبه می‌شد، اما در حال حاضر تنها مسئله تهاتر مطرح است که خود جای بحث و بررسی بسیار دارد.

به گزارش آهام ایران، جلسه دپارتمان قطعه‌سازان انجمن روز یکشنبه (یازدهم تیرماه ۱۴۰۲) با حضور نمایندگان شرکت‌های مهرمینا الکترونیک، توسن رهوار، همتا صنعت ویرا، لعران، سام گستر سونیا، لعب تهران، نوآور ارتباط صنعت و اریس سازه پارسیان در محل سالن جلسات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با ریاست یوسف فتح‌اللهی نایب رئیس دپارتمان و عضو هیئت مدیره انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد.

قطعه‌سازان رتبه‌بندی می‌شوند

در ابتدای این جلسه، فتح‌اللهی ضمن خوشامدگویی به حاضران، دغدغه دوم دپارتمان بعد از مسئله تهیه بانک اطلاعاتی قطعه‌سازان را طرح و بررسی مشکلات و چالش‌های صنعت قطعه‌سازی لوازم خانگی و اهتمام انجمن در پیگیری و رفع مشکلات قطعه‌سازان عضو انجمن عنوان کرد.

وی ابراز امیدواری کرد که طی یکسال و نیم آینده اقدامات تهیه نرم‌افزار و دریافت اطلاعات قطعه‌سازان و رتبه‌بندی آنها به سرانجام مطلوب برسد.

چالش عدم ارتباط محصول سازان با قطعه‌سازان

در ادامه جلسه فرامرز لطافتی، دبیر دپارتمان قطعه‌سازان، نیز با عرض خوشامد به تمامی حاضرین و تشکر از همراهی آن‌ها، از نامه‌های متعدد دریافتی از شرکت‌های محصول ساز و مشکل عدم تخصیص ارز به قطعات واقع شده در گروه کالایی ۲۶ اشاره کرد.

وی خاطرنشان کرد: علت واردات برخی از قطعات با ساختار ساده عدم اطلاع محصول سازان از توانمندی‌های قطعه‌سازان و عدم ارتباط بین این دو طیف از صنعتگران است.

لزوم واردات برخی از قطعات لوازم خانگی

در ادامه جلسه، نمایندگان شرکت‌ها عنوان کردند که باور مسئولان و متولیان این است که سخت‌گیری در واردات قطعات موجب می‌شود تا شرکت‌ها به فکر تولید داخلی آن بیفتند.

این امر شاید در برخی موارد صدق کند و شرکت‌ها جهت تداوم تولید محصول نهایی درصدد تولید اجزاء و قطعات برآیند؛ اما نمی‌توان آن را به کل اجزاء و قطعات تعمیم داد، چراکه تحریم‌های ظالمانه مانع ورود تکنولوژی‌های پیشرفته جهانی به کشور شده است. از این رو، در برخی موارد خاص لازم است مجوزهای موقتی تشویقی توسط نهادهای ارزیابی‌کننده نظیر سازمان ملی استاندارد صادر شود تا مشکلات به‌صورت مقطعی حل شود؛ نظیر آنچه در سال ۱۳۹۹ اتفاق افتاد و سازمان ملی استاندارد ایران به علت عدم امکان واردات مسترچ، مجوز استفاده از مواد PP بدون استفاده از مسترچ را صادر کرد.

ریسک تولید برخی از قطعات لوازم خانگی و لزوم واردات آن

از علل اصلی واردات، علاوه بر نیاز کیفی و کمی محصول‌سازان به قطعات، می‌توان به بحث ریسک‌ها و مخاطرات ناشی از عدم امکان

تداوم همیشگی تولید اشاره داشت.

باید توجه داشت که با توجه به آگاهی مشتریان از تحریم‌های موجود و وجود محصولات تقلبی با مارک‌های جعلی خارجی در بازار، حتی با یکسان بودن قیمت‌ها، مشتریان به سراغ محصولات ایرانی باکیفیت می‌روند تا علاوه بر محصول باکیفیت، پشتیبانی خدمات پس از فروش را نیز داشته باشند.

تولید قطعات باید تضمین سود قابل قبول و منطقی داشته باشد به عنوان مثال تولید قطعه‌ای که واردات آن با نصف قیمت تولید داخل امکان‌پذیر باشد، غیرقابل توجیه است و اینجاست که نیاز به حمایت نهادهایی نظیر وزارت صمت و گمرک به میان می‌آید.

در بخش پایانی جلسه، مقرر گردید در امر دریافت اطلاعات از شرکت‌های قطعه‌ساز و ثبت و طبقه‌بندی آن اطلاعات و فرایند رتبه‌بندی قطعه‌سازان در طرح جامع تهیه بانک اطلاعاتی، از تمام توان مدیریتی و کارشناسی شرکت‌های عضو دپارتمان قطعه‌سازان انجمن استفاده شود.



در جلسه کمیسیون صنعت، انجمن صنایع لوازم خانگی بررسی شد سهم بازار لوازم خانگی از تولید ناخالص داخلی چقدر است؟



به گزارش آهام ایران، جلسه کمیسیون

صنعت در تاریخ پنجم تیرماه سال جاری با دستور جلسه «بررسی شرایط حاکم بر اقتصاد جهانی و اقتصاد کلان، کاوش متغیرهای مرتبط با بازار صنعت لوازم خانگی، تحلیل شرایط بازار، ارتباط آن با بازار سرمایه و متغیرهای اقتصادی با محورهای اقتصاد کلان، چشم‌انداز نقدینگی و نرخ ارز، دارایی‌های سرمایه‌ای و نمای صنعت لوازم خانگی در بورس برگزار شد.

بررسی شرایط حاکم بر اقتصاد جهانی و اقتصاد کلان، متغیرهای مرتبط با بازار لوازم خانگی را مورد تحلیل و بررسی قرار داد. در کمیسیون صنعت، کارشناسان و تحلیلگران گروه مالی فیروزه اقدام به ارائه مطالبی در بخش‌های تصویر کلی اقتصاد کلان، چشم‌انداز نقدینگی و نرخ ارز، دارایی سرمایه‌ای، مسکن، خودرو، طلا، سهام نمای صنعت لوازم خانگی در بورس کردند.

در ابتدای این جلسه آموزشی-تحلیلی قاسم مصطفوی، عضو هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، عنوان کرد: مدیران شرکت‌ها باید دارای سه مهارت فنی عملیاتی، منابع انسانی و ادراکی باشند و با بالارفتن پست سازمانی، مهارت سوم خود را باید تقویت کنند تا بتوانند همسو با تغییرات نوسانی و بحرانی، پیش‌بینی‌های لازم را داشته باشند.

وی افزود: در همین زمینه اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی تصمیم گرفت در جلسات کمیسیون صنعت به منظور تقویت این مهارت‌ها از مدرسین حوزه‌های مختلف مالی، اقتصادی، جامعه شناسی و حتی روابط بین‌المللی دعوت کند تا موجب چند وجهی شدن و تصمیم‌سازی بهتر در کسب‌وکار اعضا شود؛ از این رو قطعا این برنامه در جلسات بعدی نیز ادامه خواهد یافت.

در بخش نمای صنعت لوازم خانگی در بورس به موضوعاتی مهمی همچون وضعیت ارزش بازار و نقدشوندگی شرکت‌های فعال، وضعیت مالی و چشم‌انداز شرکت‌های فعال در حوزه صنایع لوازم خانگی پرداخته شد.

در این جلسه علاوه بر نمایندگان گروه مالی فیروزه، اعضاء هیئت مدیره انجمن و نمایندگان شرکت‌های صنایع الکتریکی ناسیونال ایران، رهشاد الکتریک، انرژی کشور، لورچ، ارج، آذین گستر شفق، اریس سازه پارسیان، گروه صنعتی بوتان، نانیوا، سام گستر سونیا، لعران، زرساب، تکبان کنترل انرژی، همتا صنعت ویرا و مهرمینا

در نشست تخصصی کمیسیون صنعت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به سؤالاتی نظیر اینکه سهم صنعت لوازم خانگی از بازار سرمایه ایران چقدر است؟ وضعیت بازار سرمایه چگونه است؟ کدام دارایی بیشترین بازدهی را طی سال‌های مختلف و دوره‌های زمانی ۵ و ۱۰ ساله داشته است؟ وضعیت بازار مسکن، طلا و خودرو در کشور چگونه است؟ چرا کاهش سرمایه‌گذاری خالص در کشور رخ داده است و چرا سرمایه‌گذاری ناخالص از استهلاک کمتر شده است؟ پاسخ داده شد.

گروه مالی فیروزه، در این نشست ضمن

امیر تقی‌خان تجریشی، عضو هیأت‌مدیره و معاونت سرمایه‌گذاری گروه مالی فیروزه با اشاره به سهم ایران در اقتصاد جهانی اظهار کرد: با توجه به رخدادهایی که طی دهه‌های اخیر اتفاق افتاده، سهم ایران از اقتصاد جهان کاهش یافته است، این در حالی است که سهم رقبای تاریخی کشور ما همچون ترکیه، عربستان و سایر کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس رو به افزایش است.

او افزود: کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس بالاترین رشدهای اقتصادی را در سال‌های اخیر به مدد عدم حضور ایران و ونزوئلا در بازار انرژی داشته‌اند.

او با اشاره به تولید ناخالص ایران و کشورهای پیشرو در طول زمان

عنوان کرد: نوسان اقتصاد ایران در هیچ‌کدام از اقتصادهای دیگر مشاهده نمی‌شود و این در حالی است که اقتصاد کشوری همچون امریکا به دلیل رخدادهای سال ۲۰۰۸ و همه‌گیری کرونا منفی شده است.

عضو هیأت‌مدیره و معاونت سرمایه‌گذاری گروه مالی فیروزه ادامه داد: یکی از پیامدهای نوسانات شدید، عدم سرمایه‌گذاری و کاهش پیش‌بینی‌پذیری در فضای اقتصادی است. طی سال‌های اخیر، میزان استهلاك سرمایه‌گذاری‌های انجام شده از میزان سرمایه‌گذاری‌ها در کشور پیشی گرفته است.



بنا به گفته وی، از منظر اقتصاد کلان و اتفاق‌هایی که در ایران طی مدت اخیر رخ داده و همین‌طور جایگاه کشور در اقتصاد جهان، به نظر می‌رسد مستهلک کردن سرمایه بدون سرمایه‌گذاری جدید در کشور رخ داده است. نوسانات رشد اقتصادی در کشور، ما را به مرحله‌ای رسانده که وارد مدار جدیدی شده‌ایم و چنانچه تغییر ساختاری یا استراتژیک رخ ندهد، وارد مدار سخت‌تری در دهه پیش‌رو خواهیم شد.

سهم صنعت لوازم خانگی از بازار سرمایه

تجریشی با اشاره به وضعیت لوازم خانگی در دنیا اظهار کرد: سهم بازار لوازم خانگی از تولید ناخالص داخلی در دنیا معادل یک درصد است. این در حالی است که کشور چین ۲۲ درصد از بازار لوازم خانگی دنیا را به خود اختصاص داده است و سهم صنعت لوازم خانگی از ارزش بازار سرمایه را کمتر از یک درصد (۰/۷۸ درصد) برشمرد.

در ادامه این نشست محبوبه داودی، مدیر بخش مطالعات اقتصادی گروه مالی فیروزه ابراز کرد: آمارها نشان می‌دهد هر ایرانی در سال ۱۴۰۰، حدود ۳۰ میلیون تومان مصرف کرده است؛ اما نکته اصلی این است که از سال ۹۰ تا به امروز مصرف افراد کاهش یافته است اما از سال ۶۸ یعنی بعد از جنگ تا سال ۹۰ مصرف افراد افزایشی بوده است.

او افزود: اما سرمایه‌گذاری ما این مسیر را نرفته است؛ سرمایه‌گذاری از سال ۹۰ تا به امروز افت بسیار شدیدی داشته که در مقایسه با دهه ۵۰ تقریباً به یک دهم رسیده است.

داودی در ادامه با طرح این پرسش که چرا به صورت مداوم مصرف در ایران در حال افزایش اما در مقابل سرمایه‌گذاری در حال کاهش است، عنوان کرد: نوسانات اقتصادی در کشور منجر به این شده تا

سرمایه‌گذاران تمایلی برای سرمایه‌گذاری نداشته باشند.

ایران با ۵ دهه تورم

این کارشناس اقتصادی، نکته بعدی که نقش بسیار زیادی در کاهش سرمایه‌گذاری در ایران دارد را «تورم» عنوان کرد و گفت: کشوری که بیش از پنج دهه درگیر تورم مزمن بوده است، افراد بیشتر ترجیح می‌دهند که مصرف کنند. از سوی دیگر باید عنوان کرد که تورم بالا چشم‌انداز روشنی پیش روی سرمایه‌گذاران قرار نداده است.

او اضافه کرد: از آنجایی که رشد قیمت‌ها در کشور سریع است، مردم ترجیح می‌دهند امروز مصرف کنند نه فردا؛ چرا که نمی‌دانند در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد.



مدیر بخش مطالعات اقتصادی گروه مالی فیروزه بیان کرد: در شرایط فعلی مردم ترجیح می‌دهند کالای با دوام ولو گران‌تر خریداری کنند؛ این موضوع که با گران شدن کالا همچنان اقدام به خرید می‌کنند به علت رفاه نیست بلکه به دلیل نوسانات اقتصادی است که مردم از آن فرار می‌کنند.

او گفت: این اتفاق تا جایی پیش رفت که آمارها نشان می‌داد در سال ۱۴۰۱، اجاره خانه جایگزین کالاهای اساسی در سبد هزینه مردم شد. در شرایطی که وارد سناریوهای مثبت در اقتصاد کشور نشویم شرایط بیش از پیش بدتر خواهد شد.

وی اذعان داشت: شیب تند کاهش سرمایه‌گذاری از دهه ۹۰، نوید بدتر شدن سرمایه‌گذاری در ایران را می‌دهد. داودی در خصوص این سوال که چگونه با وجود کاهش سرمایه‌گذاری مصرف بالا رفته است، توضیح داد: ما در حال حاضر از ثروت نفت مصرف می‌کنیم. این درحالی است که در هیچ مقطعی صادرات غیرنفتی کشور واردات را پوشش نداده است و از سال ۸۷ به بعد همواره منفی بوده است.

بنا به گفته او، اقتصاد ایران، اقتصادی است که آمار تجاری آن در همه بخش‌ها منفی بوده و تنها نفت آن را تراز کرده است؛ به همین جهت است که گفته می‌شود اقتصاد کشور (اقتصادی وابسته به نفت) است.

مدیر بخش مطالعات اقتصادی گروه مالی فیروزه اضافه کرد: برای صادرات نفتی ما سه سناریو در نظر گرفتیم؛ اولین سناریو بدبینانه است. در این سناریو حدود ۸۰۰ هزار بشکه نفت فروخته می‌شود که مجموع صادرات نفتی کشور حدود ۲۰ میلیارد دلار خواهد شد که مسلماً در این شرایط انتظار تورمی مناسب نخواهد بود.

داودی بیان کرد: سناریو دوم میانه است. در این سناریو روزانه ۱/۲ میلیون بشکه نفت در روز به فروش خواهد رفت که حاصل درآمد آن ۳۱ میلیارد دلار خواهد شد. در سناریو سوم که خوشبینانه است؛ فروش ۱/۶ میلیون بشکه در روز خواهد بود که حدود ۴۱ میلیارد دلار برای ایران منابع مالی به همراه خواهد داشت.

وی به رفتار مالی دولت اشاره کرد و ادامه داد: رفتار مالی دولت به نحوی بوده که همواره کسری بودجه پایداری داشته است؛ در واقع دولت هزینه جاری را طوری مدیریت کرده است که همواره با کسری مواجه شده است.

مدیر بخش مطالعات اقتصادی گروه مالی فیروزه با بیان اینکه کمبود کسری بودجه همواره منجر به ایجاد تورم در کشور شده است، خاطرنشان کرد: طی دو الی سه سال گذشته میانگین کسری بودجه کشور نسبت به تورم حدود ۴۰ درصد بوده است؛ این رقم در مقالاتی که بر روی ابرتورم کار می‌کنند به معنای استارت ابرتورم است. چیزی که اقتصاد کشور را به ابرتورم نرسانده «نفت» بوده است.

دارایی‌های بادرآمد ثابت

در ادامه این نشست، مجید علی‌فر، مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری سبحان اظهار کرد: نخستین دارایی، دارایی بدون ریسک مانند سپرده بانکی است و نرخ سود این اوراق بدون ریسک طبق تئوری باید معادل تورم انتظاری باشد، اما در ایران، نرخ سود به دلیل سیاست‌های بانک مرکزی و بدون توجه به شرایط تورمی کشور در محدوده ۲۰ تا ۲۴ درصد تعیین می‌شود.



وی ابراز داشت: اما در ایران، نرخ سود به دلیل سیاست‌های بانک مرکزی و بدون توجه به شرایط تورمی کشور در محدوده ۲۰ تا ۲۴ درصد تعیین می‌شود.

او ادامه داد: علی‌رغم عنوان بازده با درآمد ثابت، بازده حقیقی اوراق بدون ریسک بسته به شرایط تورمی با نوسان زیادی همراه بوده و در مقطعی که نرخ دلار ثابت بوده و تورم تک رقمی شده بازده حقیقی بیش از ۱۰ درصدی و در مواقعی که تورم بیش از ۵۰ درصد بوده بازده کمتر از ۲۵ درصد داشته و برآیند بازده حقیقی اوراق



با درآمد ثابت نشان می‌دهد که اگر شخصی از سال ۱۳۸۰ تاکنون سپرده‌ای داشته، در حال حاضر نصف قدرت خرید خود را از دست داده و به نوعی منابع از سمت قرض‌دهنده به قرض‌گیرنده منتقل شده است.

سهم ۸۵ درصدی مسکن در دارایی‌های سرمایه‌ای ایرانیان

علی‌فر مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری سبحان با بیان اینکه حدود ۸۵ درصد دارایی‌های سرمایه‌ای ایرانیان را املاک و مستغلات تشکیل می‌دهد، تصریح کرد: بررسی بازار مسکن اهمیت بالایی دارد. نسبت روندهای قیمتی رونق و رکود در بازار مسکن نشان می‌دهد که در مواقع رکود این بازار با کاهش قیمت‌های جدی مواجه نبوده و رکود عمدتاً به‌صورت زمانی رخ داده است.

او ادامه داد: با برآورد ماهانه از ارزش معاملات براساس آمارهای بانک مرکزی می‌توان گفت ارزش معاملات بازار مسکن در شهر تهران، ماهانه حدود یک میلیارد دلار برآورد می‌شود که نسبت به ابعاد این بازار نشان‌دهنده وضعیت نقدشوندگی پایین این بازار است.

او با اشاره به اینکه حدود ۷۳ الی ۷۴ درصد از بهای تمام شده هر متر مربع آپارتمان در شهر تهران به زمین تعلق دارد، گفت: با توجه به اینکه حقوق و دستمزد و نیروی کار، اسکلت‌بندی فلزی، بتون و سیمان و ... سهمی کمتر از ۳۰ درصد دارند، می‌توان گفت گلوگاه قیمت مسکن، موضوع زمین است.

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری سبحان با اشاره به نسبت قیمت به اجاره عنوان کرد: این نسبت از میانگین خود که در محدوده‌های ۲۲ واحدی بوده، افزایش یافته و به محدوده ۴۲ واحد رسیده است؛ چرا که قدرت خرید مستاجرین عمدتاً تابعی از حقوق و دستمزد بوده و به اندازه دلار و به تبع آن مسکن رشد نداشته است. به نظر می‌رسد چنانچه به سمت ثبات در نرخ ارز برویم، این نسبت می‌تواند به سمت میانگین بازگردد.

خودرو؛ از کالای مصرفی تا کالای سرمایه‌ای

او با اشاره به اینکه خودرو اخیراً دارایی سرمایه‌ای محسوب می‌شود، ابراز کرد: متأسفانه در پی سیاست‌های اتخاذ شده در حوزه خودرو، خودرو از یک کالای مصرفی با دوام تبدیل به یک نوع دارایی سرمایه‌ای شده و صاحبان خودرو پس از مصرف در بازه زمانی چند ساله و حتی پس از مستهلک شدن با قیمتی که بیش از نرخ ارز رشد کرده می‌توانند خودرویشان را به فروش برسانند. بنابراین، خودرو از کالای مصرفی به کالای سرمایه‌ای تبدیل شده است.

علی‌فر با اشاره به بازده ریالی خودرو داخلی و خارجی از فروردین ۱۳۹۶ تا خردادماه سال جاری تصریح کرد: آمارها نشان می‌دهد، خودروی داخلی از فروردین ۹۶ تا خرداد سال جاری، حدود ۱۴۹۴ درصد و خودروی خارجی طی دوره یاد شده معادل ۲۰۷۰ درصد افزایش یافته است. به بیان دیگر، خودروی خارجی از منظر دلاری حدود ۶۷ درصد و خودروی داخلی ۲۳ درصد رشد داشته است.



با هر میزان ریسک پذیری برای هر شرایطی فرصت کسب سود هست

صندوق
درآمد ثابت
فیروزه



٪۲۷/۵

بدون ریسک
بیشتر از سود بانکی

صندوق
فیروزه موفقیت



در ۱۲ سال

٪۲۳,۰۰۰

رشد

سبدگردانی
اختصاصی



از ۲۰۰ میلیون تومان

تا



www.firouzeh.com

☎ ۰۲۱-۷۹۶۷۲

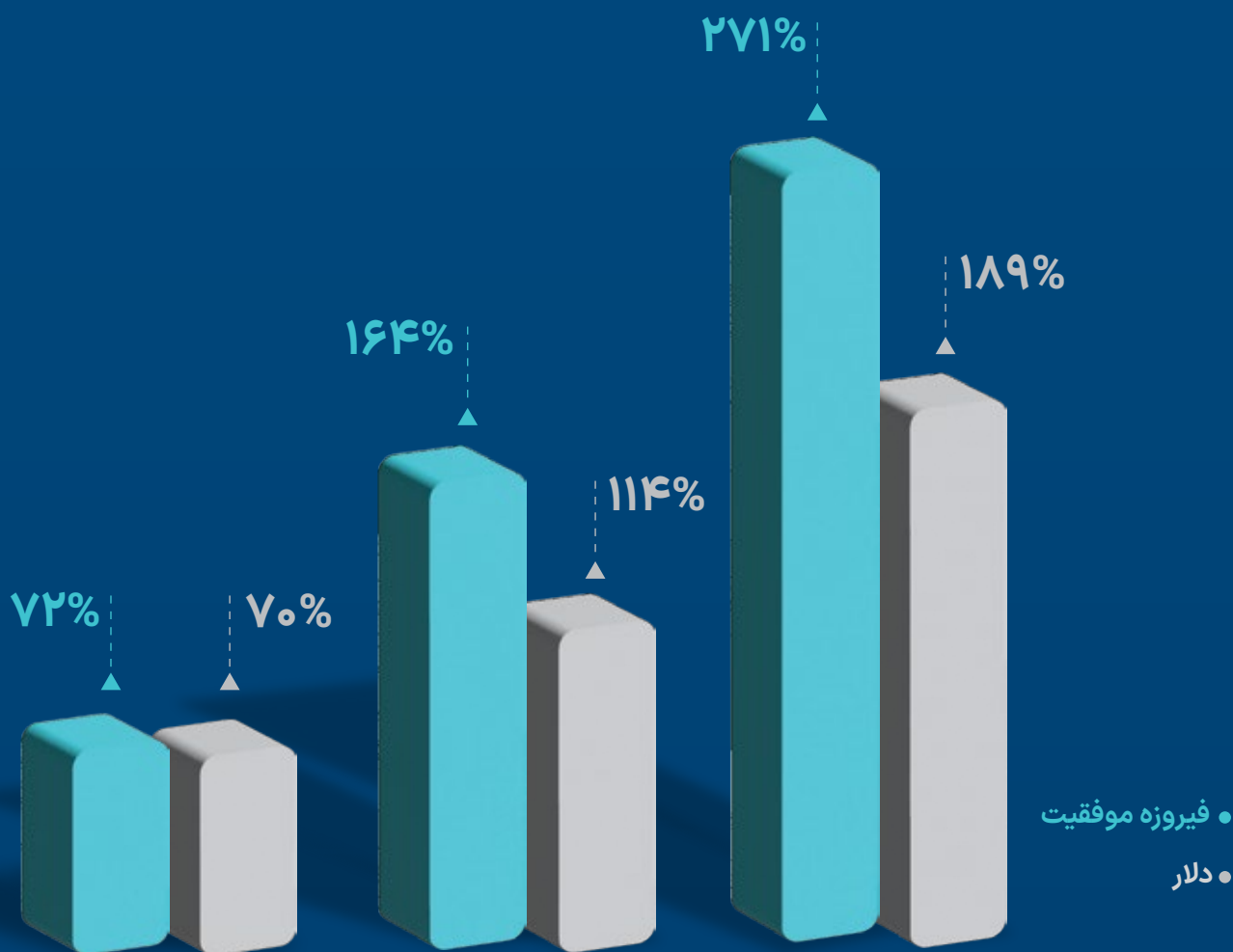
📍 @firouzeh

گروه مالی فیروزه



صندوق سهامی فیروزه موفقیت بازده پرسود و آسان با حداقل سرمایه گذاری

در دوره های متوالی بازده صندوق سهامی صدور و ابطال فیروزه موفقیت همواره بیشتر از دلار بوده است.



برای سرمایه گذاری آسان از <https://fund.firouzeh.com> بازدید

یا با مشاوران ما تماس بگیرید: ۰۲۱-۷۹۶۷۲

@firouzeh

گروه مالی فیروزه

در بیست و هفتمین مراسم روز «صنعت و معدن» صورت گرفت؛ معرفی ۵ شرکت به عنوان واحد ملی برتر لوازم خانگی

به گزارش آهام ایران به نقل از روزنامه ایران، همایش «روز صنعت و معدن» صبح شنبه (دهم تیرماه ۱۴۰۲) با حضور رئیس‌جمهور و برخی از مقامات دولتی و نمایندگان بخش خصوصی در سالن اجلاس سران برگزار شد؛ همایشی که به گفته ابراهیم رئیسی، فرصتی برای قدردانی از فعالانی بود که با تلاش آنان، رشد تولید و رشد اقتصادی کشور از شش ماهه دوم سال ۱۴۰۰ آغاز شد.

در این مراسم ۵ شرکت برتر لوازم خانگی نیز موفق به دریافت لوح تقدیر و تندیس نمونه کشوری شدند.

قدردانی از فعالان حوزه صنعت و معدن

ابراهیم رئیسی در سخنان خود در همایش روز صنعت و معدن، گرامیداشت چنین مناسبت‌هایی را بهانه‌ای برای توجه خاص به موضوع آن مناسبت دانست و گفت: طبیعتاً مزایا و ظرفیت‌ها و نیز موانع و مشکلات احتمالی پیش روی صنعت‌کاران و معدن‌کاران به طور خاص توجه کنند.

رئیس‌جمهور با قدردانی از تلاش‌های صنعت‌کاران و معدن‌کاران که نتیجه تلاش آنان آغاز روند رشد تولید و رشد اقتصادی از شش ماهه دوم سال ۱۴۰۰ و تداوم آن تاکنون بوده است، افزود: این حرکت که نتیجه توجه فعالان بخش صنعت و معدن به سخنان راهبردی رهبر معظم انقلاب بوده، با یک حرکت دانش پایه همراه بوده که جای خوشحالی و قدردانی دارد.

رئیس‌جمهور اظهار کرد: قدردانی عملی از فعالان بخش صنعت و معدن آن است که با تمام وجود به نظرات و سخنان‌شان توجه شده و رفع مشکلات و موانع پیش روی توسعه فعالیت‌هایشان با جدیت دنبال شود و دولت مردمی در این زمینه عزم و تصمیم جدی دارد.

وی با اشاره به رکوردزنی در مسئله تجارت افزود: تجارتی که در این روزها انجام شد در ۴۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده است.

همگامی صنعت و دانشگاه

رئیس‌جمهور از نکات بسیار مهم در زمینه رشد تولید را همراهی و همگامی بخش صنعت و معدن با بخش دانشگاه دانست و تصریح کرد: نکته مهم دیگر توجه و تمهید تامین مالی و سرمایه در گردش بخش تولید است که وقتی دولت آن را مدنظر و توجه دارد، باعث می‌شود فعالان صنعتی و معدنی احساس کنند که دولت از آن‌ها پشتیبانی می‌کند.



تعبیه مشوق‌های مالیاتی

رئیس‌جمهور مسئله دیگر در زمینه حمایت از تولید را مشوق‌های مالیاتی عنوان و اظهار کرد: دولت مردمی با تصویب و اعمال مشوق‌های مالیاتی سعی کرده از مالیات به عنوان یک عامل برای تنظیم‌گری در عرصه تولید استفاده کند و از یک سوء اجازه ندهد پرداخت مالیات فشاری به تولیدکنندگان وارد کرده و از سویی در مواقع لزوم منابع تامین شده از دریافت مالیات را صرف حمایت از بخش تولید کند.

به دنبال انتقال مشکلات به صنایع نیستیم

رئیس‌جمهور با اشاره به اهمیت مسئله انرژی در کشور و نیز وجود ناترازی در این بخش اظهار کرد: با وجود مشکلات فراوان اما دولت به دنبال آن نیست که مشکلات را به صنایع منتقل کند و همواره به همکاران خود تاکید کرده‌ام که در جلسات داخلی درباره مشکلات و راهکارهای رفع آنها بحث کنید، اما رفتار دولتمردان در بیرون باید امیدآفرین باشد و انتقال مشکلات دولت به جامعه به صلاح نیست.

رفع ناترازی در بخش‌های مختلف

وی همچنین ضمن اشاره به ناترازی در بخش‌های نظام بانکی و پولی، برق و آب تصریح کرد: برای رفع ناترازی‌ها در بخش انرژی کارهای بنیادینی توسط دولت شروع شده و برنامه‌ریزی و اقدام برای تولید ۱۰ هزار مگاوات برق توسط خود صنایع گامی است که به رفع ناترازی‌ها در بخش برق کمک زیادی خواهد کرد.



دانش بنیان‌ها؛ نقطه قدرت

وی در ادامه با تأکید بر اینکه امروز تولید دانش بنیان در کنار صنایع دفاعی و هسته‌ای برای کشور تولید قدرت می‌کند، تصریح کرد: نگاه امروز جمهوری اسلامی ایران و رهبر معظم انقلاب، رشد تولید است؛ از همین رو در سفرهای خارجی نگاه روسای کشورها به کشورمان به عنوان کشوری قدرتمند در صنایع مختلف است.

رئیس جمهور تحول در صنعت را امری اجتناب‌ناپذیر قلمداد کرد و گفت: شاهد بودیم که صنایعی چون تراکتورسازی تبریز که ظرفیت‌های آن‌ها تعطیل یا نیمه تعطیل بودند دوباره احیا شدند و ماشین‌سازی تبریز سال گذشته ۱۳۰۰ ماشین صنعتی تولید کرد و در سال جاری نیز ۲۰۰۰ ماشین صنعتی را تولید خواهد کرد؛ این روند احیای واحدهای صنعتی باعث افتخار کشور است.

وزیر صمت: مخالف قیمت‌گذاری دستوری هستیم

در این همایش وزیر صمت با اشاره به اینکه معتقد به بازار رقابتی و عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری‌ها است، گفت: البته رفع انحصار در تمام عرصه‌ها با سرعت سخت است.

عباس علی‌آبادی افزود: مطابق اسناد بالادستی تصدی‌گری دولتی آفت است و باید به سمت سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری حرکت کنیم. باید سیاست‌گذاری حکمرانی به نحوی باشد که در عین ایجاد ثبات اقتصادی تحولات دانش بنیان را نیز فراهم کند.

او با تأکید بر اینکه وزارت صمت در مبارزه با فساد و رانت تردید ندارد، گفت: تأکید داریم که باید با اصلاح سیاست‌ها و نظارت هوشمندانه با انواع ویژه‌خواری‌ها از جمله وام‌های بدون حساب، واگذاری غلط، تعرفه‌های نادرست و یارانه‌های پیدا و پنهان ناعادلانه مقابله کرد.

علی‌آبادی با بیان اینکه با خام‌فروشی مقابله خواهیم کرد، ادامه داد: با پیوند زدن واحدها در قالب شرکت‌های مادر، به ایجاد صرفه مقیاس و صرفه دامنه در تولید خواهیم پرداخت.

وزیر صمت همچنین بر به کارگیری افراد خبره به دور از سیاست‌زدگی تأکید کرد و در انتها گفت: برای حل مشکل زیرساخت‌های اصلی صنایع یعنی آب، برق و گاز راهکارهایی ارائه خواهیم داد.

رئیس جمهور با تأکید بر ضرورت اتخاذ راهکار میان‌مدت برای رفع برخی از مشکلات در کشور، بیان کرد: باید یک هماهنگی و مدیریتی بین صنعت‌گران، معدن‌کاران و بازرگانان از سوی دولت اتخاذ شود تا برخی از مسائل و مشکلات را بتوان با مدیریت منابع و تلاش جهادی حل و فصل کرد.

راه حل مسائل درون کشور است

رئیس جمهور ضمن تأکید بر اینکه نباید اجازه داد به بهانه مشکلات هیچ واحد تولیدی متوقف شده و از اشتغال خود بکاهد، اظهار کرد: هیچ خط تولیدی نباید متوقف شود؛ همان‌طور که رهبر انقلاب تأکید دارند هیچ مسئله‌ای در داخل کشور نیست که راه‌حلش در درون کشور نباشد.

وی با اشاره به لزوم توجه به ظرفیت‌های داخلی کشور، تصریح کرد: ما راهکار رفع مشکلات کشور را در دست و لب‌خند بیگانگان دنبال نمی‌کنیم، البته از تجربه دیگران استفاده خواهیم کرد، اما نسخه‌هایی را که از دیگر کشورها می‌آید، بدون مطالعه و تطبیق با شرایط خودمان اجرا نخواهیم کرد.

در مراسم روز صنعت و معدن، ۵ شرکت «لوازم خانگی گل‌آسای سرما» با مدیرعاملی محمدحسین منصوری راوند، «جهان افروز» با مدیرعاملی سعید کریم‌نژاد رشت‌خواری، «صنایع صبح پارلا آسیا» با مدیرعاملی جعفر صبحی، «تکران مبرد» با مدیرعاملی مهرداد محمدی، «دونار خزر» با مدیرعاملی محمدرضا باقری موفق به دریافت لوح تقدیر و تندیس نمونه کشوری شدند.

مدیرعامل شرکت نیکسان عنوان کرد:

پیشرانی صنعت لوازم خانگی در شرایط تحریم

جایگاه صنعت لوازم خانگی برای پیشبرد اهداف اقتصادی کشور بسیار مهم و استراتژیک است. این صنعت می‌تواند با تولید محصولات با کیفیت و قابل رقابت با برندهای خارجی، ارزش افزوده، درآمد و اشتغال بالایی را ایجاد کند؛ این بخشی از گفت‌وگوی سید سعید رضوانی، مدیرعامل شرکت نیکسان با ماهنامه «آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران» است که در ادامه مشروح کامل آن را می‌خوانید:



• شما جایگاه صنعت را برای پیشبرد اهداف اقتصادی کشور چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بخش صنعت در اقتصاد کشور نقش مهمی در ایجاد ارزش افزوده و اشتغالزایی ایفا می‌کند. این بخش با اتکا به توان بخش خصوصی به نسبت سایر بخش‌ها، از تنوع و پتانسیل بالایی برخوردار بوده و سرمایه مورد نیاز برای تداوم فعالیت آن نیز در اقتصاد وجود دارد. با این حال، با چالش‌های زیادی نظیر تحریم‌های ظالمانه غرب، نوسانات شدید نرخ ارز و تورم، عدم کارایی در فرآیند خصوصی‌سازی، خلأهای قانونی و ضعف سازوکارهای بازار مالی روبه‌رو است.

بنابراین، شناسایی و رفع مشکلات و چالش‌های پیش روی توسعه صنعتی کشور و بازنگری نیازهای حمایتی این بخش برای ارتقای تولید ملی ضروری است. در سال‌های بعد از ۹۷ که شاهد شکل سخت‌گیرانه‌ای از تحریم‌ها بودیم، افزایش تولید را در تمامی ابعاد کمی و کیفی، خصوصاً در صنعت لوازم خانگی مشاهده کردیم که مصداق آن بی‌نیازی کشور از تامین لوازم خانگی وارداتی طی سال‌های اخیر بوده است.

• در این میان جایگاه صنعت لوازم خانگی را چگونه می‌بینید؟

صنعت لوازم خانگی یکی از صنایع پیشران اقتصاد کشور است که با تولید محصولات با کیفیت و دانش بومی، توانست نقش مهمی در افزایش توان مقاومت اقتصاد ملی، رشد تولید و اشتغال و صادرات داشته باشد.

این صنعت با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های علمی و عملی سرمایه‌های انسانی، نسبت به تنظیم یک سند استراتژیک و راهبردی در انجمن لوازم خانگی به منظور توسعه نوآوری در محصولات ساخت داخل اقدام به عمل آورده است. صنعت لوازم خانگی از معدود صناعی است که پیشرانی خودش را در دوران تحریم‌ها با عزم بلند کارآفرینان این صنعت که حماسه ملی خودشان را در نمایشگاه بین‌المللی خانگی طی سال‌های ۹۷ تا ۱۴۰۱ به نمایش گذاشت، ثابت کرده است.

• به عنوان تولیدکننده لوازم خانگی، از نظر شما صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت کشور چه تاثیری بر اقتصاد غیرنفتی کشور دارد؟

صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت کشور، تاثیر مستقیم و غیرمستقیم مهمی بر اقتصاد غیرنفتی کشور دارد. از جمله تاثیرات مستقیم این صنعت با عنایت به اینکه در گذشته و حدود سال‌های ۹۷، ۵۰ درصد سهم لوازم خانگی کشور از خاج تهیه می‌شد، می‌توان به صادرات، اشتغال‌زایی، بومی‌سازی قطعات و صرفه‌جویی ارزی اشاره کرد.

بر اساس آمارهای منتشر شده، در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۰، حدود ۲۳۰ هزار تن لوازم خانگی به ارزش ۳۲۶ میلیون دلار صادر شده است. سهم ارزشی لوازم خانگی از کل صادرات بخش صنعت نزدیک به ۸ درصد و از کل صادرات غیرنفتی ۰.۷ درصد بوده است. همچنین، بومی‌سازی قطعات لوازم خانگی که پیش‌تر وارداتی بودند، منجر به صرفه‌جویی حدود ۱۶۰ میلیون دلار ارزی و افزایش تولید داخل شده است. این صنعت همچنین با اشتغال‌زایی به طور مستقیم و غیرمستقیم، نقش مهمی در رفع مسئله بیکاری دارد. از جمله تاثیرات غیرمستقیم این صنعت نیز می‌توان به افزایش تقاضا و تامین بازار داخلی کشور، حضور در بازارهای جهانی، افزایش سطح فناوری و دانش بومی و افزایش رضایت‌مندی مصرف‌کنندگان اشاره کرد. با تولید محصولات با کیفیت و قابل‌رقابت با برندهای خارجی، این صنعت موجب شده است که تقاضای بازار به محصولات داخل افزایش یابد. همچنین، حضور در بازارهای جهانی و صادرات به کشورهای منطقه، سطح فناوری و دانش بومی را در این صنعت افزایش داده است. در نهایت، رضایت‌مندی مصرف‌کنندگان نسبت به محصولات داخلی نشان‌دهنده عامل مؤثر دیگر این صنعت در اقتصاد غیرنفتی است.

• در شرایط موجود محیط کسب‌وکار صنعت لوازم خانگی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

محیط کسب‌وکار صنعت لوازم خانگی در شرایط موجود با چالش‌های زیادی روبه‌رو است. برخی از این چالش‌ها عبارتند از عدم عرضه مناسب توسط شرکت‌های مادر مانند فولاد، پتروشیمی، مس و آلومینیوم، عملکرد نامطلوب سازمان بورس کالا، تورم قیمت مواد اولیه و محصولات، دشواری تأمین مالی از بانک‌ها، بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار، تحریم‌های ظالمانه غرب و نوسانات شدید نرخ ارز و تورم. این چالش‌ها باعث کاهش ظرفیت فعالیت، رقابت‌پذیری و صادرات صنعت لوازم خانگی شده‌اند. بنابراین، نیاز به حمایت مؤثر و مناسب از سوی دولت و سایر نهادهای ذیربط برای رفع مشکلات و تسهیل محیط کسب و کار این صنعت وجود دارد.

• به نظر شما انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با سبقه ۴۲ ساله برای پیشبرد اهداف صنعت لوازم خانگی در چه جایگاهی قرار دارد؟

جایگاه این انجمن برای پیشبرد اهداف صنعت لوازم خانگی بسیار مهم و حیاتی است، چرا که بیش از ۳۰۰ واحد صنعتی را در عضویت خود دارد؛

اهم اهداف و وظایف متصوره این انجمن می‌توان به موارد زیر دسته‌بندی کرد:

- ▶ نمایندگی از صنعت لوازم خانگی در سطح دولت، مجلس، سازمان‌ها، نهادها و سایر تشکلهای مرتبط
 - ▶ ارائه خدمات به اعضای انجمن در زمینه‌های مالی، بازرگانی، حقوقی، فنی، آموزشی و ترویجی
 - ▶ تبادل نظر و هم‌افزایی با سایر تشکلهای صنفی و حرفه‌ای داخل و خارج کشور
 - ▶ حل مسائل و مشکلات صنعت لوازم خانگی با همکاری دستگاه‌های ذیربط
 - ▶ ترویج فرهنگ مصرف محصولات داخلی و افزایش رضایت‌مندی مصرف‌کنندگان
 - ▶ حمایت از تولید کنندگان داخلی و تسهیل در روند صادرات محصولات
 - ▶ بومی‌سازی قطعات و فناوری‌های لوازم خانگی با بهره‌گیری از دانش بومی
 - ▶ افزایش کیفیت و استانداردهای تولید لوازم خانگی با رعایت نظام‌های مدیریت کیفیت
 - ▶ انتقال مسئولیت و بر عهده گرفتن بخشی از وظایف حاکمیت دولت در خدمات‌رسانی به تولیدکنندگان و اعضای خود به منظور بهبود و تسهیل در عملکرد اعضا
 - ▶ با توجه به این موارد، مشخص است که انجمن صنایع لوازم خانگی ایران نقش مهمی در پشتیبانی، توسعه و پیشرفت صنعت لوازم خانگی در کشور دارد.
- ### برای توسعه صنعت لوازم خانگی در آینده، چندین برنامه و راهکار وجود دارد که می‌توان به برخی از آن‌ها اشاره کرد:
- ▶ شبکه‌سازی و بلوغ بنگاه‌های تولیدی با هدف افزایش توان عملیاتی، تقویت انگیزه رشد و ترقی، اداره مطلوب اقتصادی و همکاری در زمینه‌های مشترک
 - ▶ سیاست‌گذاری صنعت لوازم خانگی توسط انجمن با تنظیم برنامه استراتژی صنعت لوازم خانگی با هدف بهبود و تکمیل زنجیره، مدیریت واردات و صادرات، توسعه و تعمیق ساخت داخل، ساماندهی و توانمندسازی بنگاه‌ها، ارتقای قابلیت‌های فناورانه
 - ▶ ترویج فرهنگ مصرف محصولات ساخت داخل با افزایش کیفیت، استاندارد، طراحی و نوآوری محصولات و افزایش رضایت‌مندی مصرف‌کنندگان
 - ▶ حمایت از صادرات لوازم خانگی با حل مشکلات گمرکی، ارزی، حقوقی، بازاریابی و رقابت‌پذیری در بازارهای هدف
 - ▶ بومی‌سازی قطعات و فناوری‌های لوازم خانگی با بهره‌گیری از دانش بومی،

ایران + شانگهای

سازمان همکاری شانگهای خبر داد، مسئله‌ای که به ۱۵ سال انتظار ایران جهت پیوستن به این سازمان مهم منطقه‌ای پایان می‌داد.

با این حال، موافقت ۸ کشور عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای با عضویت دائم ایران، بی‌تاثیر از تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی نبود.

آنچه که موجب تاسیس و گسترش چنین سازمان‌هایی در عرصه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی می‌شود، منافع و تهدیدهای مشترک کشورهایی است که بنا به ملاحظات مختلف، آنها را مدنظر گرفته و اقدام به مشارکت دست‌جمعی جهت پیشبرد اهداف مشترک می‌کند.

کشورهای روسیه و چین به عنوان اعضای اصلی و مؤسس این سازمان منطقه‌ای، تلاش دارند تا سایر قدرت‌های آسیایی را جهت پیشبرد اهداف اقتصادی و همچنین امنیتی، با خود همراه و به نحوی در مقابل یکجانبه‌گرایی آمریکا در عرصه بین‌المللی، مشروعیت بین‌المللی بیشتری کسب کنند.

به گزارش آهام ایران، سرانجام با رایزنی و گفت‌وگوهای دیپلماتیک، موانع سیاسی عضویت ایران در سازمان همکاری شانگهای برطرف و ایران رسماً به این سازمان مهم منطقه‌ای پیوست.

خبرگزاری دولت در گزارشی اعلام کرد، عضویت دائم جمهوری اسلامی ایران در سازمان همکاری شانگهای (سه‌شنبه سیزدهم تیرماه سال جاری) در نشست مجازی سران این سازمان به ریاست هند رسماً اعلام شد. بر این اساس جمهوری اسلامی ایران نهمین عضو سازمان همکاری شانگهای شد.

◀ پایان ۱۵ سال انتظار

ایران در سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۱۵ نیز برای پیوستن به این سازمان درخواست داده بود، اما به دلایل مختلف پذیرفته نشد. این در حالی بود که ایران با داشتن موقعیت ژئوپلیتیک خاص خود و با وجود بنادر مهمی در خلیج فارس، دریای عمان و دریای خزر، برای کشورهای عضو این سازمان، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بود. اما در نهایت، ۲۰ مردادماه سال ۱۴۰۰ علی شمخانی، دبیر وقت شورای عالی امنیت ملی، از رفع موانع سیاسی عضویت ایران در



مشارکت‌های مختلف ایران و روسیه در خاورمیانه، از گسترش قابل توجهی برخوردار و روسیه از جمله کشورهایی است که از پیوستن ایران به این سازمان، در جهت راهبرد منطقه‌ای خود بهره‌مند خواهد شد.

تاریخچه تاسیس سازمان همکاری شانگهای

سازمان همکاری شانگهای در سال ۱۹۹۶ توسط رهبران چین، روسیه، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان با هدف برقرارکردن موازنه قدرت در برابر نفوذ آمریکا و ناتو به نام شانگهای ۵ پایه‌گذاری شد و بعد از پیوستن ازبکستان به آن، سازمان همکاری شانگهای نام گرفت.

سازمان همکاری شانگهای رسماً در ۱۵ ژوئن ۲۰۰۱ میلادی تأسیس و دفتر مرکزی آن در چین ایجاد شد. زبان رسمی این سازمان روسی و چینی است. جمهوری اسلامی ایران در سال ۲۰۰۵ و چهار سال بعد از تشکیل رسمی این سازمان به همراه هند و پاکستان عضو ناظر سازمان همکاری شانگهای شد و یک سال بعد (۲۰۰۶ میلادی) درخواست عضویت دائم در این سازمان را مطرح کرد.

حضور ایران در این سازمان، فرصت‌های دوسویه‌ای را ایجاد و در آینده می‌تواند منافع چند وجهی را برای ایران و سایر کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای به همراه داشته باشد. حضور کشورهای آسیای میانه و هند از یک سو و ایران از سویی دیگر، نه تنها گستره سرزمینی این سازمان را گسترش قابل توجهی داده است، بلکه جمعیت چند میلیاردی حوزه سازمان همکاری شانگهای را به فرصتی استثنایی جهت ایجاد یک بلوک اقتصادی بزرگ بدل کرده است که می‌تواند چرخه مبادلات اقتصادی آنها را به طور قابل توجهی افزایش دهد.

◀ نقش ایران در بین کشورهای عضو همکاری‌های شانگهای

بدون حضور فعال ایران و نقش آن به عنوان رابط بین شرق و غرب در مسیرهای ارتباطی کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای، ایجاد بازارهای جدید غرب یا جنوب دشوار خواهد بود.

ایران برای چین نیز به عنوان یک اقتصاد بزرگ و جویای راه‌های ارتباطی کوتاه به بازارهای مصرفی خود، جهت دسترسی به دریای سیاه و خاورمیانه، از اهمیت زیادی برخوردار است. در این بین همکاری و

فرصت‌سازی سازمان همکاری شانگهای برای ایران

اما سازمان همکاری شانگهای نیز برای ایران فرصت‌ساز خواهد بود تا صادرات خود در زمینه های مختلف از جمله انرژی به این کشورها را گسترش داده و پیوندهای اقتصادی خود را مستحکم‌تر کند، مسئله‌ای که می‌تواند از فشارهای وارده از سوی ایالات متحده کاسته و اقتصاد خود را به سمت شرق گسترش دهد.

گزینه شرق برای ایران، در حالی مهیا شده است که ایالات متحده، با فشارهای اقتصادی بر ایران، عملاً شرق را به گزینه مطلوب ایران بدل کرده است و فرصت ایجاد تعامل بیشتر با ایران را یکی پس از دیگری از دست می‌دهد.

هرچند تحریم‌های اقتصادی آمریکا علیه ایران موجب خودداری برخی از کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای جهت گسترش روابط اقتصادی با ایران خواهد شد و از سویی دیگر عدم پیوستن ایران به FATF یکی از موانع جدی پیش‌روی ایران در عرصه تبادلات پولی و بانکی با کشورهای مربوطه خواهد شد.

با این حال حضور ایران در این سازمان مهم منطقه‌ای، سیگنالی به غرب ارسال می‌کند که ایران در مقابل فشارهای وارده، گزینه‌های دیگری را نیز مدنظر داشته و قائل به حضور موثر در پیمان‌ها و سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی خواهد بود و گزینه انزواگرایی، در سیاست خارجی ایران مطرح نیست. از این رو آمریکا در اعمال فشارهای غیرمنطقی خود، باید تجدیدنظر و مسیر بهبود روابط خود را بیش از این ناهموارتر نکند.

هرچند نگاه بدبینانه دولت‌های ایالات متحده به ایران در بهره‌مندی از انرژی هسته‌ای و فشارهای وارده بر ایران، زمینه‌ساز دور شدن ایران از غرب و نزدیکی بیشتر به شرق شده است، با این حال این غرب است که با در پیش گرفتن سیاست فشار حداکثری و تحریم‌های اقتصادی گسترده، به انسجام هرچه بیشتر کشورهای دیگر کمک کرده است. مسئله‌ای که می‌تواند جهان را بار دیگر در مسیر چندقطبی ناسازگار قرار دهد و صلح و امنیت بین‌المللی را کمرنگ‌تر و همکاری‌های بین‌المللی را به سمت همکاری‌های منطقه‌ای بیشتر سوق دهد.

با این حال، پیوستن ایران به سازمان همکاری شانگهای، باید در مسیر سیاست متوازن اعلام شده توسط رئیس‌جمهور اسلامی ایران تلقی و آغازگر ورود ایران به ایران به پیمان‌ها و سازمان‌های منطقه‌ای شود تا بتوان با همپوشانی منافع با سایر کشورها، از ظرفیت‌های متنوع ایران در جهت صلح و ثبات منطقه‌ای و همچنین گسترش همکاری‌های مختلف، به ویژه در مبارزه با تروریسم، بیشتر بهره‌مند شود.

موضوعی که بدون شک، نه تنها ایران را به جایگاه مهمی در نظام بین‌الملل سوق خواهد داد بلکه به عنوان یک کشور با سابقه تمدنی و فرهنگی، طلیعه‌دار صلح و ثبات جهانی و منطقه‌ای خواهد بود تا فرصت‌های دوسویه‌ای که در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و امنیتی وجود دارد، در مسیر منافع مشترک با سایر کشورها تعریف شود.



با این اتفاق اما ایران توانست از انزوا خارج شود و ورود به اقتصاد جهانی را آغاز کند. عضویت ایران در این سازمان در کنار تحولات مهم بین‌المللی می‌تواند مرحله تازه‌ای از دگرگونی روندها و اهداف را برای این سازمان و اعضای آن رقم بزند.

با توجه به بن‌بست ادامه‌دار بین تهران و غرب بر سر مذاکرات هسته‌ای و تحریم‌ها، مقامات ایرانی از حضور در سازمان همکاری شانگهای به‌عنوان ابزاری برای تقویت سیاست نگاه به شرق دولت استفاده می‌کنند. تحول اخیر به‌عنوان نتیجه روابط ایران با روسیه و چین دیده می‌شود ضمن آنکه در دوره اخیر جنگ اوکراین هم باعث تعمیق روابط تهران با مسکو شده است. سیاست تحکیم روابط با پکن هم در دوران ریاست جمهوری «ابراهیم رئیسی» برجسته شده است.

ورود ایران به سازمان همکاری شانگهای به معنای گسترش روابط تجاری و اقتصادی و بهینه‌سازی مسیرهای لجستیکی برای همه کشورهای عضو سازمان بدون در نظر گرفتن وضعیت آنها خواهد بود زیرا «حضور کامل ایران در فعالیتهای سازمان همکاری شانگهای به نفع همه شرکت‌کنندگان در این انجمن کلان منطقه‌ای است.

سازمان همکاری شانگهای در سال ۱۹۹۶ توسط جمهوری خلق چین، فدراسیون روسیه، قرقیزستان، تاجیکستان و قزاقستان به منظور ایجاد اعتماد متقابل بین کشورهای عضو، خلع سلاح مناطق مرزی و تشویق همکاری‌های منطقه‌ای تحت نام «شانگهای پنج» تأسیس شد. در سال‌های ۱۹۹۶ و ۱۹۹۷، سران این پنج کشور گرد هم آمدند و به ترتیب در شانگهای و مسکو «پیمان تعمیق اعتماد نظامی در مناطق مرزی» و «پیمان کاهش نیروهای نظامی در مناطق مرزی» را امضا کردند. در نشست سران کشورها که در ۲۰۰۱ در شانگهای برگزار شد، با توجه به تحولات بین‌المللی تصمیم گرفتند که «شانگهای پنج» به یک سازمان منطقه‌ای تبدیل شود.

سازمان همکاری شانگهای در گسترش دامنه فعالیت‌های اقتصادی خود به ویژه در تجارت و سرمایه‌گذاری درون منطقه‌ای بسیار موفق عمل کرده است. در واقع سازمان همکاری شانگهای نیز به طور فزاینده‌ای در حال تبدیل شدن به یک اتحاد اقتصادی است و خود را به عنوان یک جایگزین قابل اعتماد برای اعضای خود معرفی می‌کند تا شوک‌های اقتصادی و عدم اطمینان مالی ناشی از تحریم‌های مرتبط با جو ژئوپلیتیک جهانی را خنثی کند.

◀ نگاهی به بازار کشورهای عضو شانگهای

این سازمان بیش از ۴۰ درصد از جمعیت جهان و بیش از ۳۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را داراست. تجارت بین اعضای سازمان همکاری شانگهای از ۶۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ به ۶ تریلیون دلار در سال ۲۰۲۰ افزایش یافته است.

براساس داده‌های بانک جهانی برای سال ۲۰۲۱، برای ۸ کشور عضو دائمی به همراه ایران جمعیت کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای در مجموع ۳.۳۳ میلیارد نفر یا ۴۲.۴۹ درصد از جمعیت دنیا است. مجموع تولید ناخالص داخلی هشت کشور عضو ۲۳.۳۰۷ تریلیون دلار آمریکا یا ۲۴.۲ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی است.

اسناد عضویت ایران در سازمان همکاری شانگهای ۲۳ شهریور به امضای حسین امیرعبداللّه‌پیان وزیر امور خارجه رسید.



مادیران شریک برتر تجاری تی سی ال



به گزارش آهام ایران به نقل از مادیران، سمینار سالانه TCL MEA launch ۲۰۲۳ با هدف رونمایی از محصول جدید و تقدیر از نمایندگان برتر TCL با حضور نمایندگان خاورمیانه و آفریقا در شهر دوبی برگزار شد.

در این مراسم که با حضور بیل جیانگ مدیر کل TCL، خانم سانی یانگ، مدیرکل TCL MEA و محمد میناج‌الدین، مدیر ارشد بازاریابی TCL MEA و نمایندگان خاورمیانه و آفریقا برگزار شد، گروه مادیران موفق به اخذ جوایز بهترین عملکرد فروش و عملکرد اجرایی شد.

در ابتدای این مراسم دستاوردهای شرکت برای نمایندگان حاضر در سمینار معرفی شد، مهمترین دستاوردها و افتخارات شرکت تی سی ال، عنوان دومین تولیدکننده و فروشنده برتر تلویزیون در جهان است که باعث شده متخصصان این حوزه حساب ویژه‌ای را برای این بخش به شرکت اختصاص دهند.

دیگر دستاورد TCL تولیدکننده اول گولگ تی وی در جهان و همچنین پیشتاز بودن در ساخت مینی ال ای دی ۹۸ اینچ در جهان است که تحسین متخصصان را به همراه داشته است. همچنین TCL همکاری خود را با باشگاه فوتبال آرسنال به عنوان شریک رسمی الکترونیک مصرفی منطقه‌ای این باشگاه اعلام کرد و به همین دلیل این رویداد با حضور ویژه افسانه آرسنال، رابرت پیرس همراه بود.

علاوه بر تیم آرسنال، همکاری با برخی از تیم‌های برتر فوتبال جهان از جمله تیم‌های ملی اسپانیا و ایتالیا تعدادی از مشارکتهای شرکت در زمینه اسپانسرینگ است. در ادامه این مراسم آخرین تولید محصولات TCL، تلویزیون‌های Mini LED و QLED سری ۲۰۲۳ C با کیفیت تصویر خیره‌کننده و طیف مهیجی از لوازم خانگی و تهویه مطبوع برای امکان زندگی سالم‌تر و راحت‌تر مصرف‌کنندگان، معرفی شدند.

شرکت TCL مجموعه‌ای از محصولات لوازم خانگی جدید خود را با هدف شیوه زندگی سالم برای مصرف‌کنندگان راه‌اندازی کرده است و در این راستا بروزرسانی‌های مربوط به تهویه مطبوع را با سریال Cool Cool ابتکاری خود و با طراحی جدید براق، مینی‌مالیستی و آسان برای تمیز کردن به اشتراک گذاشت. این برند همچنین آخرین مدل یخچال و فریزر و ماشین لباسشویی خود را به مصرف‌کنندگان خود معرفی کرد.

در انتها لازم به ذکر است در سمینار سالانه TCL MEA launch ۲۰۲۳ علی کرمی، مدیرعامل گروه صنعتی مادیران، امیرحسین مرتضاییان مدیر صنایع الکترونیک و محمود قهاری مدیر لوازم خانگی به عنوان نمایندگان هلدینگ مادیران حضور داشتند.

مصاحبه مدير اجرايي شركت لوازم خانگي كن با راديو اقتصاد:

توليد هود در ايران بومي شده است

به گزارش آهام ايران، محسن درويش مدير اجرايي شركت لوازم خانگي كن، در گفت‌وگو با برنامه راديويي «پنجره اقتصاد» در ابتدا به تشریح تاريخچه ساخت هود در ايران پرداخت و عنوان کرد: حدود ۳۸ سال از توليد اولين هود در ايران می‌گذرد؛ در ابتدا اين هود از روی یک برند خارجي کپی‌برداری و وارد بازار ايران شد.

درويش با بيان اینکه در ابتدا استاندارد برای توليد هود در ايران وجود نداشت و خود توليدکنندگان شروع به تدوين استاندارد کردند، ابراز داشت: در ادامه کار توليدکنندگان به همراهی و کمک اداره استاندارد، اقدام به تاسيس آزمایشگاه و بومی‌سازی توليد هود در ايران کردند.

او ضمن اشاره به اینکه در حال حاضر هود خارجي به هیچ وجه وارد کشور نمی‌شود و هودهای خارجي موجود در بازار تماما قاچاق هستند و هیچکدام خدمات پس از فروش ندارد، گفت: تا همین چند سال گذشته نیز برخی از قطعات توليد هود از خارج کشور وارد می‌شد، اما از حدود پنج سال گذشته که صنعت توليد هود در کشور وارد بازار و رقابت با برندهای مختلف شد، واردات این دست قطعات متوقف شد.

بنا به گفته او، شرکت‌های بسیار بزرگی در توليد کلیدهای الكترونيکی هود و لوازم خانگي فعالیت دارند که یکی از شرکت‌ها را ما تاسيس کردیم و در کنار این شرکت فعالیت می‌کند؛ علاوه بر اینکه در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های توليدکننده داخلي لوازم خانگي از این شرکت تامین قطعه می‌کنند حتی ما به ترکیه که بزرگترین



مدير اجرايي شركت لوازم خانگي كن بيان کرد: حدود چهار سال گذشته، بزرگترین شرکت توليدکننده هود جهان که در ایتالیا مستقر است با شرکت كن قراردادی منعقد کرد تا این شرکت هاب توليد هود در خاورميانه شود، اما متأسفانه به دليل شرایط تحریمی امکان اجرايي شدن این قرارداد مهیا نشد.

توليدکننده لوازم خانگي در جهان است صادر می‌کنیم. در همین زمینه چندین شرکت بزرگ ترکیه‌ای قرارداد تامین قطعات الكترونيکی با ما دارند

وی به بخش صادراتی هود اشاره کرد و ابراز داشت: سالانه بین ۱/۵ تا ۲ میلیون دلار صادرات هود به عراق داریم، اما از آنجایی که در شمال عراق، میزان ساخت‌وساز به مراتب بیشتر از خود عراق است، ما توانسته‌ایم سهم بازار خوبی در این منطقه کسب کنیم و بزرگترین صادرات قطعات داخلي، توکار را به شمال عراق داشته باشیم.

درويش اذعان داشت که هود این شرکت در عراق بسیار شناخته شده است و این زمینه رقابت تنگاتنگی با رقبای چینی و ترکیه‌ای خود دارد.

مدير اجرايي شركت لوازم خانگي كن به تنوع بسیار بالای توليد هود در این شرکت اشاره کرد و افزود: این شرکت حدود ۶۵ مدل هود توليد می‌کند و تیراژ توليد هود توسط این شرکت به ۱۶۰ هزار عدد در سال می‌رسد.

بنا به گفته این فعال در حوزه توليد لوازم خانگي، در حال حاضر تمامی موتورهای هود که تا چهار سال گذشته وارداتی بود و اغلب آن از چین وارد کشور می‌شد، اما اکنون در داخل کشور توليد می‌شود.

درويش در بخش دیگری از سخنان خود به تاسيس شرکتی در زمینه توليد موتور هود اشاره کرد که امروزه به یکی از قطب‌های توليد موتور هود تبدیل شده است. وی در پرسش به سوالی مبنی بر اینکه آیا در حال حاضر تمام قطعات توليد هود در داخل کشور توليد می‌شود؟ عنوان کرد: در حال حاضر تنها قطعه‌ای که از خارج برای توليد هود وارد می‌شود قطعات الكترونيکی است.

مدير اجرايي شركت لوازم خانگي كن تصريح کرد: اغلب قطعات الكترونيکی از تایوان و چین وارد می‌شوند، اما ذکر این نکته ضروری است که بسیاری از کشورها از جمله آمریکا برای توليد هود قطعات الكترونيکی را وارد می‌کنند.

در جلسه مشترک با معاون اول رئیس جمهور مطرح شد:

تدارک برای تامین ۱۵۰ هزار جهیزیه برای زوجین جوان

به گزارش آهام ایران، انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در نشستی که با معاون اول رئیس جمهوری، وزیر اقتصاد، سرپرست وزارت صمت، رئیس کل بانک مرکزی و مدیرکل دفتر تخصصی لوازم خانگی وزارت صمت داشت، برای تولید داخلی ۱۵۰ هزار دستگاه جهیزیه ویژه زوجین اعلام آمادگی کرد.



در این نشست محمد مخبر، معاون اول رئیس جمهور، تقویت تولید داخلی را اولویت اصلی دولت برشمرد و گفت: افزایش حجم تولید و ارتقای بهره‌وری در حوزه صنعت لوازم خانگی، قطعا به بهبود کیفیت و رضایتمندی خریداران منجر می‌شود.

بنا به گفته معاون اول رئیس جمهور، رویکرد جدی دولت حمایت از تولیدکنندگان داخلی و تقویت بخش تولید لوازم خانگی است تا علاوه بر تامین نیاز داخلی، زمینه توسعه صادرات نیز فراهم شود. معاون اول رئیس جمهور بر افزایش حجم تولید لوازم

صنعت لوازم خانگی را تامین کند تا این صنعت مهم بتواند ضمن رونق و توسعه صادرات، نیازهای جامعه را با قیمت و کیفیت مناسب تامین کند و به هدف‌گذاری خود برای تولید ۱۹ میلیون انواع لوازم خانگی در سال جاری دست یابد.

این مقام دولتی ابراز کرد: از سوی دیگر باید بتوان شرایطی برای تولید لوازم خانگی با قیمت و شرایط پرداخت مناسب برای ازدواج جوانان در میان اقشار کم‌درآمد ایجاد کرد.

تولید ۱۷ میلیون انواع لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱

در این جلسه که مسئولان وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت صمت و بانک مرکزی نیز حضور داشتند، گزارشی از تولید ۱۷ میلیون انواع لوازم خانگی در سال گذشته ارائه و عنوان شد در دو ماهه اول سال جاری دو میلیون کالای خانه تولید شده که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته ۹ درصد رشد داشته است.

خانگی به عنوان یک ضرورت در جهت رونق بخشیدن به این صنعت تاکید کرد و افزود: واردات کالاهایی که مشابه آن در داخل تولید می‌شود موضوعیتی برای دولت ندارد، اما تولیدکنندگان باید توجه داشته باشند که کیفیت محصولات و قیمت‌ها باید به نحوی باشد که رضایتمندی جامعه را به همراه داشته باشد تا دولت بتواند به حمایت‌های خود از تولیدکنندگان ادامه دهد.

معاون اول رئیس جمهور از رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم خانگی تهران و رئیس هیئت مدیره و دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی که در جلسه حضور داشتند، خواست ظرف چند روز آینده نیازها و انتظارات خود از دولت را احصاء و در جلسه آتی ارائه دهند تا تصمیمات لازم برای رونق بخشیدن به صنعت لوازم خانگی و تامین مطالبات دولت از این صنعت اتخاذ شود.

وی افزود: دولت آمادگی دارد امتیازات و حمایت‌های مورد انتظار فعالان



نادرست عنوان کرد.

وی در این باره عنوان کرد: انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در نشستی که با معاون اول رئیس جمهوری، وزیر اقتصاد، سرپرست وزارت صمت، رئیس کل بانک مرکزی و مدیرکل دفتر تخصصی لوازم خانگی وزات صمت داشت، برای تولید داخلی ۱۵۰ هزار دستگاه جهیزیه ویژه زوجین اعلام آمادگی کرد، اما در این نشست وعده‌ای در خصوص تخفیف ۲۰ درصدی به صورت اقساطی داده نشد.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، تولید این تعداد جهیزیه را نیازمند الزاماتی همچون تامین مواد اولیه و ارز دانست و عنوان کرد که این پیش‌نیازها در این جلسه به سمع و نظر مسئولان رسید.

هاشمی با بیان اینکه رئیس کل بانک مرکزی در این نشست، برای تامین ارز موردنیاز این طرح اعلام آمادگی کرد، گفت: همچنین در این نشست، آقای خاندوزی وزیر اقتصاد نیز درخصوص متغیرهای مربوط به وزارت اقتصاد که می‌تواند به اجرای موفق این طرح کمک کند، موافقت کرد.

وی همکاری شبکه بانکی را زمینه‌ساز تسهیل این طرح ملی دانست و تصریح کرد: در صورت همکاری شبکه بانکی، امکان فروش اقساطی ۱۸ ماهه ۱۵۰ هزار دستگاه جهیزیه وجود خواهد داشت.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در انتها ضمن تاکید به این مسئله که این انجمن و سیاست‌گذاران ذیربط در مورد مکانیزم و نحوی توزیع و فروش اقلام در این طرح، قصد حذف هیچ یک از حلقه‌های این فرآیند شامل تولید، توزیع و فروش را ندارد، بیان کرد: در خصوص ساز و کار و جزئیات اجرایی این طرح باید با دستگاه‌های ذیربط به جمع‌بندی رسید، تا بتوان در آینده نزدیک عملیات تولید و تحویل این تعداد جهیزیه را آغاز کرد.

همچنین در این جلسه وزارت صمت گزارشی از اقدامات انجام شده و برنامه‌های آتی برای رشد تولید، مدیریت منابع و مصارف ارزی، داخلی‌سازی قطعات و تدوین بسته حمایتی واردات و صادرات ارائه کرد و به تشریح برخی چالش‌های پیش روی صنعت لوازم خانگی نظیر تامین ارز و مواد اولیه تولید پرداخت.

طبق گزارش ایرنا، رئیس اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان لوازم خانگی تهران و رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی نیز در این جلسه هر کدام در سخنانی دغدغه‌های تولیدکنندگان لوازم خانگی و مسائل پیش روی این صنعت را مطرح کردند و از آمادگی خود برای همراهی با دولت در جهت تامین نیاز داخلی و نیز افزایش صادرات خبر دادند.

در پایان این جلسه و بر حسب پیشنهاد و مطالبه معاون اول رئیس‌جمهور مقرر شد تا در مرحله اول و برای فصل تابستان ۱۵۰ هزار بسته جهیزیه با کیفیت مناسب شامل یخچال فریزر، تلویزیون، ماشین لباسشویی، جاروبرقی و اجاق گاز، از سوی واحدهای تولیدی صنایع لوازم خانگی و بصورت اقساطی در اختیار زوج‌های جوان در میان اقشار کم درآمد قرار گیرد.

شایعه تخفیف ۲۰ درصدی برای تامین ۱۵۰ هزار دستگاه جهیزیه

پس از رسانه‌ای شدن این نشست، شایعاتی در خصوص تامین ۱۵۰ هزار دستگاه جهیزیه مطرح شد که دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی در این رابطه توضیحاتی را ارائه کردند.

عباس هاشمی در پاسخ به حواشی مطرح شده در برخی رسانه‌ها مبنی بر اینکه این انجمن در نشست با معاون اول رئیس‌جمهور و برخی از مقامات عالی کشور قول مساعد تامین ۱۵۰ هزار دستگاه جهیزیه با تخفیف ۲۰ درصدی به صورت اقساطی را داده است، را

در پایان بهار ۱۴۰۲، تورم به ایستگاه ۴۸.۵ درصد رسید

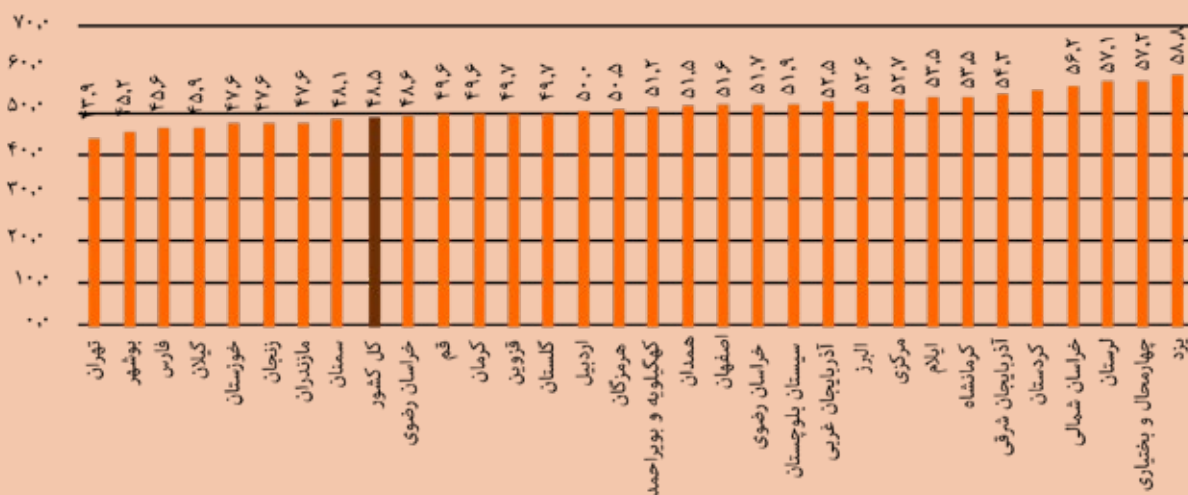
به گزارش آهام ایران به نقل از تابناک، مرکز آمار جزئیات تغییرات تورم در پایان خردادماه سال جاری را اعلام کرد؛ گزارشی که در نگاه اول، از کاهش چشمگیر نرخ تورم نقطه به نقطه و افت نسبی تورم سالانه خبر می‌دهد.

بر اساس اعلام مرکز آمار ایران، خرداد ۱۴۰۲، نرخ تورم سالانه برای خانوارهای کشور به ۴۸.۵ درصد رسید که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۰.۶ واحد درصد کاهش یافته است.

منظور از نرخ تورم سالانه، درصد تغییر میانگین اعداد شاخص قیمت در یک سال منتهی به ماه جاری، نسبت به دوره مشابه قبل از آن است.

همچنین در سومین ماه سال جاری، شاخص قیمت مصرف‌کننده خانوارهای کشور به عدد ۱۸۹.۳ رسیده است که نسبت به ماه قبل، ۲.۰ درصد افزایش، نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۴۲.۶ درصد افزایش و در دوازده ماهه منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۴۸.۵ درصد افزایش داشته است.

نرخ تورم سالانه کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور به تفکیک استان - خرداد ماه ۱۴۰۲ (درصد)



کاهش تورم نقطه به نقطه

منظور از تورم نقطه به نقطه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت نسبت به ماه مشابه سال قبل است. در خردادماه ۱۴۰۲ تورم نقطه به نقطه خانوارهای کشور، ۴۲٫۶ درصد بوده است؛ یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین، ۴۲٫۶ درصد بیشتر از خردادماه ۱۴۰۱ برای خرید یک «مجموعه کالاها و خدمات یکسان» هزینه کرده‌اند. تورم نقطه به نقطه خردادماه ۱۴۰۲ در مقایسه با ماه قبل، ۱۲٫۰ واحد درصد کاهش یافته است.

مهم‌ترین دلیل کاهش نرخ تورم نقطه‌ای چیست؟

سال گذشته دولت سیزدهم با هدف مردمی‌سازی و توزیع عادلانه یارانه‌ها، ارز ۴۲۰۰ را حذف و برای جبران زیان رفاه مصرف‌کننده در بخش کالاهای اساسی، یارانه نقدی ۳۰۰ و ۴۰۰ هزار تومانی به حساب سرپرستان خانوار واریز کرد.

اما این اقدام در همان گام نخست با افزایش قابل‌توجه تورم ماهانه کالاهای اساسی مواجه شد و شاهد رکوردشکنی تورم ماهانه با ثبت ۱۲٫۲ درصد رشد ماهانه قیمت‌ها در خردادماه ۱۴۰۱ به دنبال حذف ارز ۴۲۰۰ بودیم.

همچنین در خردادماه سال گذشته، نرخ تورم نقطه به نقطه به رقم ۵۲٫۵ درصد رسید و سرانجام با گذشت یک‌سال از آن اقدام مهم اقتصادی دولت رئیسی، آمار جدید از تغییرات شاخص تورم، خبر از کاهش قابل توجه تورم نقطه به نقطه می‌دهد. اتفاقی که دلیل اصلی آن، به مردمی‌سازی و توزیع عادلانه یارانه‌ها و حذف ارز ۴۲۰۰ در سال گذشته بازمی‌گردد.

به بیان دیگر، واضح‌ترین علت این سقوط، به جهش تورم در خرداد سال گذشته برمی‌گردد. زیرا بیشترین بار حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی روی بخش خوراکی‌ها و طی خردادماه رخ داد که باعث شد تورم کل به ۵۰ درصد نزدیک شود؛ عددی که زیاد پیش از آن اتفاق نیفتاده بود.

در واقع، طی خردادماه ۱۴۰۱، تورم کل ۱۱٫۴ واحد درصد و تورم خوراکی‌ها ۳۲٫۶ واحد درصد افزایش یافته بود. از آنجا که در محاسبه تورم سالانه در پایان خرداد امسال، شاخص قیمت‌ها را با پایان خرداد سال گذشته مقایسه می‌کنیم، عملاً قیمت‌ها با قیمت‌های پس از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی مقایسه می‌شوند و تورم محاسبه‌شده کمتر از گذشته می‌شود، به همین دلیل، در خرداد ۱۴۰۲ تورم کل ۱۲ واحد درصد و تورم خوراکی‌ها ۳۲٫۸ واحد درصد کم شدند.

تورم خوراکی‌ها همچنان بالای ۷۰ درصد است

در شرایطی که تورم سالانه کل کشور با افت نسبی در مقایسه با ماه قبل همراه شده و به رقم ۴۸٫۵ درصد رسیده است، نگاهی به بخش خوراکی‌ها نشان می‌دهد، همچنان شاهد تداوم تورم بالای ۷۰ درصدی در این بخش هستیم، به گونه‌ای که تورم سالانه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها برای کل کشور ۷۰٫۶ درصد و برای خانوارهای شهری و روستایی نیز به ترتیب ۷۰٫۳

و ۷۲٫۲ درصد است، در حالی که یک سال قبل، نرخ تورم سالانه خوراکی برای خانوارهای کل کشور، ۵۱٫۶ درصد بود.

در میان خوراکی‌ها، نرخ تورم سالانه گوشت قرمز ۸۶ درصد، شیر و پنیر و تخم مرغ ۸۰٫۹ درصد و روغن نیز ۱۹۰٫۱ درصد است که همچنان رقم بالایی است.



بار سنگین تورم همچنان بر دوش دهک محروم جامعه!

یکی از بخش‌های مهم گزارش مرکز آمار، تغییرات و توزیع بار تورمی در میان دهک‌های مختلف از فقیر تا غنی است، به گونه‌ای که همچون ماه‌های گذشته، شاهد تداوم سنگینی تورم در پایین‌ترین دهک هزینه‌ای هستیم.

به بیان دیگر، با وجود نرخ تورم سالانه ۴۸٫۵ درصدی برای کل کشور، نرخ تورم سالانه دهک چهارم پایین بیش از ۵۰ درصد است، به گونه‌ای که دهک اول و دوم درآمدی که شامل خانوارهایی با پایین‌ترین سطح درآمد هستند، بیشترین نرخ تورم سالانه یعنی ۵۲٫۷ و ۵۱٫۹ درصد را تجربه کرده‌اند که نشان از بار سنگین تورم سالانه بر دوش خانوارهای محروم جامعه دارد.

در این میان، نرخ تورم سالانه قشرهای مرفه در دهک‌های نهم و دهم، کمتر از نرخ تورم سالانه کل کشور و به ترتیب ۴۷٫۹ و ۴۷٫۵ درصد است.

این در شرایطی است که اوضاع هزینه خانواده‌های کم درآمد و مرفه جامعه در دو گروه خوراکی و غیرخوراکی تفاوت معناداری دارد، به گونه‌ای که نرخ تورم سالانه کل کشور برای گروه خوراکی‌ها در حالی که به ۷۰٫۶ درصد رسیده که این نرخ برای دهک اول ۷۴٫۱ درصد و برای دهک دهم (پردرآمد) ۷۰٫۱ درصد است. از سوی دیگر، نرخ تورم سالانه گروه غیرخوراکی و خدمات در کل کشور ۳۸٫۸ درصد است که این نرخ برای خانواده‌هایی با کم‌ترین درآمد ۳۶ درصد و برای خانواده‌های ثروتمند ۴۱ درصد است. در حقیقت همچون ماه‌های قبل، فشار هزینه‌ای کالاهای خوراکی بر دوش خانوادهای کم درآمد بیشتر از قشرهای مرفه است و در مقابل فشار هزینه‌های خدمات و کالاهای غیرخوراکی بر دوش قشرهای مرفه بیش از قشرهای محروم است.

در دیدار اعضای هیات مدیره انجمن با رئیس اتاق بازرگانی تهران مطرح شد

نقش اتاق تهران در ظرفیت سازی و توانمندسازی انجمن ها



۸۰ درصد بازار لوازم خانگی در اختیار اعضای انجمن است

وی با بیان این مهم که ۸۵ درصد بازار لوازم خانگی در اختیار اعضای انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی است، تصریح کرد: ۸۰ درصد بازار لباسشویی، ۷۰ درصد تلویزیون، ۹۵ درصد کولرآبی و در اختیار تولیدکنندگان داخلی است.

برگزاری موفق ۲۲ دوره نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی

وی در ادامه به برگزاری موفق ۲۲ نمایشگاه صنایع لوازم خانگی ایران با اهداف معرفی توانمندی فروشندگان و فعالان صنف لوازم خانگی داخلی به مردم و افزایش سطح تولید، افزایش حجم مبادلات بازرگانی خارجی، توسعه همکاری های اقتصادی، ایجاد رقابت های سالم داخلی و بین المللی، تبادل اطلاعات و دانش فنی، انتقال تکنولوژی، توسعه و گسترش ارتباطات بین المللی، اشاره کرد و افزود: هم اکنون این انجمن با دارا بودن بخش های فنی، مهندسی، آموزش، پژوهش، روابط عمومی و ... در حال خدمات رسانی به اعضاء و فعالان صنعت لوازم خانگی کشور است.

امکان رقابت صنعت لوازم خانگی با نفت

به گفته هاشمی، صنعت لوازم خانگی یکی از صنایع با دامنه ای بسیار وسیع و متنوع است که می توان گفت همواره بر موجی از ثبات سوار است. در وصف پتانسیل این صنعت همین بس که به جرات می توان گفت پس از نفت، صنعت لوازم خانگی می تواند به بزرگ ترین صنعت سودآور کشور تبدیل شود. دبیر انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی ایران با تاکید بر این مهم که، ۱/۵ درصد از تولید ناخالص ملی سهم صنعت لوازم خانگی است، افزود: سهم صادرات تولیدات داخلی لوازم خانگی کشور ۳۵۰ میلیون در سال است

به گزارش آهام ایران، دوشنبه ۱۹ تیرماه سال جاری، اعضای هیات مدیره انجمن صنایع ملی لوازم خانگی در دیدار با رئیس جدید اتاق بازرگانی تهران به مشکلات و دغدغه تولیدکنندگان صنعت لوازم خانگی پرداختند.

در ابتدای این نشست محمود نجفی عرب، رئیس اتاق بازرگانی تهران، بر لزوم نقش آفرینی در راه اندازی و احیای واحدهای تولیدی در راستای تحقق شعار سال تاکید کرد.

وی تاکید کرد: تلاش می کنیم با کارآمدترسازی کمیسیون های تخصصی اتاق تهران که با حضور نمایندگان انجمن ها و تشکلهای صنوف و صنایع مختلف برگزار می گردد، راهکارهای کارشناسی و تخصصی مناسبی را جهت ارائه به دستگاه های ذی ربط فراهم آوریم.

نجفی عرب تصریح کرد: اتاق تهران به عنوان یکی از ظرفیت های مهم بخش خصوصی کشور ابرازموثری برای توانمندسازی انجمن ها و تشکلهای است.

در ادامه این نشست، عباس هاشمی، دبیر انجمن صنایع ملی لوازم خانگی ایران، با ابراز امیدواری نسبت به تحول مثبت با انتخاب محمود نجفی عرب در خصوص بازار لوازم خانگی کشور، گفت: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان بزرگترین انجمن ملی که بیش از ۴۲ سال سابقه دارد و تنها انجمنی است که عضو در اتاق بازرگانی ایران شده و بیش از ۳۰۰ واحد صنعتی را تحت پوشش دارد که از این تعداد حدود ۸۰ واحد قطعه ساز هستند به همین دلیل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، دپارتمان قطعه سازی را با هدف «تعمیق صنعت قطعه سازی در داخل» راه اندازی کرد.

که بازارهای عراق، افغانستان، کشورهای شمال آفریقا، کشورهای حوزه خلیج فارس و پیش از شروع تحریمها به اروپا و ایتالیا از آن جمله‌اند. وی به تاثیر تحریمها بر میزان صادرات لوازم خانگی ساخت داخل، اشاره داشت و تصریح کرد: صنعت لوازم خانگی از جمله صناعی است که در بحران تشدید تحریمها تسلیم نشد و با اتکا به توان داخلی، علاوه بر حفظ تولیدات خود، توانست به رشد داخلی‌سازی و قطع وابستگی به واردات در برخی بخش‌ها دست یابد.

رکود در بازار لوازم خانگی

او گفت: در سال‌های اخیر یکی از بازارهایی که با تشدید رکود همراه و این رکود باعث بیکار شدن بسیاری از کارخانجات و کارگاه‌های تولیدی شد، صنعت لوازم خانگی بود که به مرور زمان، تولید کالاهای ایرانی کاهش یافت و حتی برخی برندها نیز از رده تولید کنار رفتند و روز به روز انبارهایشان لبریزتر از گذشته می‌شد.

چاپ کتاب سند صنعت لوازم خانگی ایران

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در ادامه به انتشار کتاب «بازآفرینی یک صنعت» اشاره کرد و افزود: در این کتاب سعی شده تا ۷ دهه تحولات صنایع لوازم خانگی ایران به رشته تحریر درآید؛ این کتاب حاصل مطالعات انجام شده توسط تعدادی از پژوهشگران حوزه بازرگانی و مهندسی است که به بیان روند تحولات صنایع لوازم خانگی کشور می‌پردازد.

در ادامه این نشست علیرضا محمدی دانیالی، رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به تاریخچه تاسیس انجمن لوازم خانگی ایران، گفت: اخیرا اقدامی در این انجمن صورت گرفته که براساس آن عضویت در هیات مدیره به صورت گردشی انجام می‌پذیرد تا از رسوب مدیریت در این انجمن جلوگیری شود و رویکرد جمعی‌نگر به جای رویکرد فردی محور ابزار رشد و توسعه صنعت باشد.

چالش عرضه لوازم خانگی قاچاق در بازار

وی با اشاره به آسیب‌های ناشی از قاچاق کالا به این صنعت، گفت: یکی از معضلاتی که بازار لوازم خانگی همواره با آن مواجه بوده، عرضه کالاهای قاچاق در بازار است. یکی از مهم‌ترین دلایل قاچاق در سال‌های اخیر، تفاوت نرخ ارز در بازار سیاه و نرخ ارز رسمی بوده که سودآوری قاچاق را به شدت افزایش داده است.

دانیالی در بخش دیگری از سخنان خود، افزود: قیمت‌گذاری دستوری به بلای جان صنعت لوازم خانگی در ایران تبدیل شده است. بررسی‌ها نشان

می‌دهد هزینه تمام‌شده تولید لوازم خانگی بین ۴۰ تا ۵۰ درصد افزایش یافته، اما دولت بر ادامه قیمت‌گذاری دستوری اصرار دارد. دانیالی در این باره می‌گوید: تولید مواد اولیه مصرفی در صنعت لوازم از محصولات فولادی گرفته تا محصولات پتروشیمی در اختیار شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی بوده و قیمت آن در بازار عرضه و تقاضا در بورس تعیین می‌شود. درواقع در ابتدای زنجیره تولید، خبری از کنترل‌های دستوری نیست، اما در انتهای زنجیره و صنایع پایین‌دست شاهد مداخله دولت و تعیین دستوری قیمت‌ها هستیم.

رئیس هیات مدیره صنایع لوازم خانگی، نیز در بیان کارکرد اتاق بازرگانی ایران، گفت: ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان برقراری ارتباط با اتاق‌های بازرگانی سایر کشورها تشکیل نمایشگاه‌های داخلی و خارجی کوشش برای شناسایی بازار ایران است.

لزوم هم‌افزایی انجمن و اتاق

داود نوده فراهانی، عضو هیات مدیره صنایع لوازم خانگی با ابراز امیدواری از اینکه با تغییر مدیریت اتاق، همکاری بین بخشی بیش از گذشته رونق داشته باشد، تصریح کرد: باید به این سوال پاسخ داده شود که انجمن‌هایی که ذیل اتاق قرار می‌گیرند چه بهره‌ای نصیبشان خواهد شد؟

وی با بیان این مهم که باید دید چگونه هم‌افزایی اتاق و انجمن بیش از گذشته خواهد شد، افزود: پیش از تغییر مدیریت اتاق بازرگانی ایران صنعت لوازم خانگی به صورت ملوک‌الطوایفی انجام می‌شد و لذا به منظور شکل‌گیری همراهی بیشتر باید تدابیر ویژه‌ای اندیشیده شود.

فراهانی با تاکید بر اینکه نقش انجمن‌ها تا به حال نادیده انگاشته شده است، ابراز داشت: با توجه به نام اتاق بازرگانی، بدیهی است تا به بخش صنعت در این کمتر پرداخته شود، اما به این نکته نیز توجه شود که تجارت و بازرگانی با مشکل بیمه، اشتغال و مالیات همچون صنعت لوازم خانگی درگیر نیست.

توجه به ماهیت اتاق بازرگانی و لزوم توجه به انتظارات بخش خصوصی در آن بیش‌تر دیده شود، موضوعی بود که در ادامه نوده فراهانی به آن پرداخت و ابراز داشت: رونق بخش خصوصی به مثابه رشد اقتصادی و افزایش امنیت ملی است. لذا ضرورت دارد تا اتاق بازرگانی تهران به معنای واقعی به سمت ظرفیت‌سازی توانمندی‌های انجمن‌ها و تشکلهای عضو اتاق گام بردارد.



۱۲ خواسته بخش خصوصی از دولت



تغییر رویکرد و توجه مناسب به بخش صنعت و معدن است و در محتوای آن اثر قابل توجهی از این مهم دیده نمی‌شود، می‌تواند منشا نظامی مناسب برای ترسیم مواضع و برنامه‌های اجرایی پنج ساله پیش رو واقع شود.

۲- پابندی به اصول حکمرانی شایسته و احترام به جایگاه، استقلال و اهمیت رشد و توسعه بخش خصوصی و تشکلهای فعال اقتصادی این بخش، کاهش تصدی‌گری و مداخلات غیرعلمی و غیرضروری دولت در بازار و دوری از اقتصاد دستوری و پابندی به قواعد اقتصاد بازار رقابتی و اجتناب از بنگاهداری توسط دولت.

۳- ضرورت همسویی و هم‌افزایی همه ظرفیت‌های موجود نهادهای حاکمیتی موثر بر بخش اقتصاد (از جمله مجلس شورای اسلامی، شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا، مجمع تشخیص مصلحت نظام، شورای پول و اعتبار، شورای عالی بورس، ستاد تسهیل و رفع موانع تولید، شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی و نظایر آنها) با استفاده از توان مشورتی و کارشناسی تشکلهای اقتصادی بخش خصوصی و شناسایی تهدیدها و فرصت‌ها و اولویت‌بندی درجه اهمیت آنها و تقسیم کار با دقت و سرعت لازم برای فراهم آوردن محیط مساعد کسب و کار و تقویت بخش خصوصی واقعی و حمایت از تولیدکنندگان ایرانی و کالاهای ساخت ایران با اجرای تمام عیار قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، قانون رفع موانع تولید، قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالاهای ایرانی و قوانین و مقرراتی مانند آنها از سوی تمامی نهادهای حاکمیتی.

به گزارش آهام ایران، فعالان بخش خصوصی در بیانیه‌ای به مناسبت فرارسیدن روز ملی «صنعت و معدن» خواستار اجرای سند راهبردی توسعه اقتصادی کشور شدند و ضمن برشمردن ۱۲ مشکل و خواسته اصلی این حوزه، خواستار اجرای سند راهبردی توسعه اقتصادی کشور شدند.

در این بیانیه آمده است: چند سال است که از سوی رهبر معظم انقلاب اهداف و شعارهای سالانه کشور به دلیل اهمیت و ضرورت آن با محتوا و رویکرد موضوعات اقتصادی و تولیدی تبیین و ابلاغ می‌شود.

امسال نیز چنین است و امید و انتظار داریم خواسته‌های تولیدکنندگان که در گذشته طی پیگیری‌ها از سوی مجموعه تشکلهای فعال و فراگیر این بخش و در روزهای صنعت و معدن ادوار گذشته اعلام شده و در غالب موارد اصل مطالبات مطروحه همه ساله تکرار می‌شود، با عنایتی خاص و رویکردی راهگشا و پاسخی شایسته مواجه شود و سال آتی در همین روز به تکرار مکررات نپردازیم.

در این بیانیه با بهره‌گیری از جمع‌بندی دیدگاه‌ها و نظرات طرح شده از سوی فعالان اقتصادی بخش خصوصی، اهم مشکلات و خواسته‌ها به منظور استحضار مقام‌های عالی و مدیران دولتی و خصوصی و عموم ملت ایران عنوان شده است:

۱- عملیاتی کردن تدوین، تصویب و اجرای سند راهبردی (استراتژی) توسعه اقتصادی کشور با مشارکت موثر بخش خصوصی با توجه به دستور اکید دوسال قبل رهبر معظم انقلاب و نیاز جدی کشور به وجود نقشه راه جامع در این زمینه با وجود تاخیر غیرموجه و طولانی در تحقق آن. تصویب قانون کارآمد برنامه هفتم توسعه که نیازمند

یکی از مهم‌ترین خواسته بخش صنعت از دولت، بهبود تعامل و دیپلماسی اقتصادی و سیاسی با دیگر کشورها جهت تسهیل تجارت و ایجاد امکان مطالبات پولی و بانکی برای انتقال دانش و فناوری، تامین مواد اولیه، خرید ماشین‌آلات و فراهم شدن زمینه جذب سرمایه‌گذاری خارجی است.

۴- اتخاذ سیاست‌های منطقی و علمی در حوزه سیاست‌های ارزی در اقتصاد و به ویژه صادرات و واردات و تحقق بازار متشکل ارزی با پایبندی به الزامات آن جهت کشف نرخ واقعی ارز، ثبات پول ملی و مدیریت درست منابع ارزی موجود.

۵- توجه به ایجاد امنیت اقتصادی، حمایت قضائی از تولید، تقویت سرمایه‌های اجتماعی و بازاریابی اعتماد ملی نسبت به پایبندی دولت به ایفای تعهدات، وظایف و قراردادهای خود و مبارزه بی‌امان، بدون تبعیض و همه جانبه با مفاسد اداری و اقتصادی و کاهش دیوان سالاری ناکارآمد، به عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر.

۶- بهبود تعامل و دیپلماسی اقتصادی و سیاسی با دیگر کشورها جهت تسهیل تجارت و ایجاد امکان مطالبات پولی و بانکی برای امکان انتقال دانش و فناوری و تامین مواد اولیه و ماشین‌آلات و فراهم شدن زمینه جذب سرمایه‌گذاری خارجی و گشایش بازارهای جدید و پایدار برای فروش محصولات صنعتی و معدنی.

۷- ایجاد کارآمدی و بهبود فرآیندها و ظرفیت‌های بازار سرمایه و سازوکارهای متنوع تامین سرمایه و اصلاح نظام بانکی و استفاده درست از منابع صندوق توسعه ملی برای تامین کافی و به موقع و توزیع عادلانه نقدینگی موردنیاز بخش تولید.

۸- تامین کافی و مستمر انرژی موردنیاز بخش تولید (آب، برق و گاز) ضرورتی حیاتی برای تداوم کار و توسعه تولید و اقتصاد کشور است که متأسفانه با خلل جدی در وضعیت فعلی و پیش بینی کمبودهای جدی آینده آن مواجهیم.

۹- اتخاذ سیاست‌های مقابله با تورم سرسام‌آور توأم با رکود، برای کاهش لطمات جدی وارده به قدرت خرید و رفاه عمومی و کیفیت زندگی در خور شان و شایستگی ملت شریف ایران و به ویژه معیشت عموم جامعه کارگری به عنوان سرمایه‌های انسانی ارزشمند بخش صنعت و معدن کشور. تبعات زیان‌بار و مخرب این معضل عظیم اقتصاد کلان کشور گریبان‌گیر کارکرد مطلوب و بهره‌وری بخش تولید شده است.

۱۰- ضرورت داشتن نگاه آینده پژوهانه به بخش معدن کشور و اجرایی کردن نقشه راه معدن و صنایع معدنی در جهت ارتقای سهم معدن و صنایع معدنی در تولید ناخالص داخلی.

۱۱- توجه به رابطه کارآمد صنعت و دانشگاه، توسعه تولیدات دانش بنیان، حمایت از مالکیت صنعتی و معنوی دانش ایجاد و فناوری و نام و نشان تجاری و حمایت از فعالیت‌های تحقیق و توسعه بخش تولید و ارتقای ضوابط زیست محیطی در جهت رشد و توسعه فعالیت‌های صنعتی پاک و غیرآلاینده و استقرار واحدهای صنعتی و معدنی در مناطق غیر آسیب‌رسان به محیط زیست.

۱۲- حل و فصل تسری مشکل ارائه خدمات ثبتی و تسهیلاتی یک واحد به سایر واحدهای تولیدی و شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری به دلیل وجود مشکل یکی از سهامداران یا اعضای مشترک و نیز رد دفاتر مالیاتی و اسناد مربوطه به دلایل جزئی و تبدیل به اخذ مالیات توافقی.

مدیرعامل شرکت نانیوا:

در قفس دولت نمی‌توان «تولید» کرد

عدم پیش‌بینی آینده به یکی از اصلی‌ترین مشکلات و چالش‌های صنایع کشور از جمله صنعت لوازم خانگی ایران تبدیل شده است؛ این موضوع کار را برای تولیدکنندگان برای تولید و صادرات لوازم خانگی بسیار سخت کرده است.



محمدحسین تهرانی، مدیرعامل شرکت نانیوا، در گفت‌وگو با «ماهنامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی» به مشکلات و دغدغه تولیدکنندگان پرداخت که در ادامه آن را خواهید خواند:

• خلق ارزش افزوده در صنعت لوازم خانگی چه میزان می‌تواند بر موتور محرکه صنعت کشور تاثیرگذار باشد؟

بر کسی پوشیده نیست که خلق ارزش افزوده در صنعت اتفاق می‌افتد؛ ثروت در جامعه زمانی افزایش می‌یابد که صنعتکار بتواند ماده اولیه را به یک کالای با ارزش تبدیل کند و آن را به فروش برساند؛ در واقع تفاوت هزینه تولید با قیمت فروش کالا به معنای خلق ثروت است.

به همین سبب صنعت لوازم خانگی می‌تواند موتور مولد تولید ثروت در جامعه باشد؛ اما این مهم در صورتی امکان‌پذیر است که این صنعت در وضعیت مطلوب قادر به ادامه کار باشد.

اما متأسفانه صنعت لوازم خانگی ایران به دلایل مختلف از جمله قیمت‌گذاری دستوری، در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. البته قیمت‌گذاری دستوری مختص این صنعت نیست و تمام صنایع کشور با آن درگیر هستند؛ اتفاقی که مانع شکوفایی صنعت و

رسیدن به جایگاه اصلی خود شده است. شوربختانه در ایران، سرمایه‌گذاری در صنعت جایگاه خود را پیدا نکرده و مردم به سمت بازارهای مسکن، ارز، طلا، سکه، خودرو و ... برای سرمایه‌گذاری سوق پیدا کرده‌اند و تا زمانی اعتمادسازی در صنایع با حل مشکلات این بخش صورت اجرا به خود نگیرد، سرمایه‌گذاران به این بخش اقبال نشان نخواهند داد.

مداخلات دولتی باعث شده صنعت لوازم خانگی داخلی در شرایط نامطلوبی قرار بگیرد. این چالش در کنار عدم امکان صادرات محصولات لوازم خانگی به بازارهای هدف، بحران رکود و عدم رشد متوازن را در این صنعت ایجاد کرده است.

• به نظر شما سیاست‌های دستوری چه میزان به این صنعت لطمه وارد کرده است؟

مداخلات دولتی باعث شده صنعت لوازم خانگی داخلی در شرایط نامطلوبی قرار بگیرد. این چالش در کنار عدم امکان صادرات محصولات لوازم خانگی به بازارهای هدف، بحران رکود و عدم رشد متوازن را در این صنعت ایجاد کرده است.

آینده‌نگری و پیش‌بینی‌پذیری، لازمه فعالیت صنعتکار است، اما این مهم در ایران به دلیل نامشخص بودن زمان تخصیص ارز، زمان ثبت سفارش، نرخ ارز و ... میسر نیست. به همین جهت فرصت‌سوزی‌های زیادی را در قسمت لوازم خانگی شاهد هستیم. از سوی دیگر، قوانین خلق‌الساعه که هر لحظه ایلان می‌شوند چرخ صنعت را بسیار کند کرده است.

• آیا صنعت لوازم خانگی می‌تواند در بخش اقتصاد غیرنفتی پیش‌ران باشد؟

تولیدکنندگان ایرانی با این هدف که علاوه بر تامین نیاز داخلی با نشانه‌گذاری بر بازارهای صادراتی بتوانند حاشیه سود بالاتری کسب کنند، حجم سنگینی از سرمایه در گردش خود را صرف افزایش تیراژ تولید کرده‌اند، اما متأسفانه نه در کسب سهم حداکثری

متاسفانه دولت تمام تولید را در اختیار خودش گرفته است از همین رو نمی‌توان از بخش خصوصی واقعی سخن گفت.

ما باید بتوانیم ایده‌های خودمان را پیاده سازی کنیم نه ایده های دولت را. متاسفانه قانون ارج و ارزش و جایگاه برای انجمن لوازم خانگی قائل نیست. این در حالی است که دولت باید برای انجمن حق رای قائل شود و انجمن به عنوان مشاور رئیس جمهور و وزیر صمت در امور تصمیم گیری ها حضور داشته باشد. اما شرایط به نحوی رقم خورده که انجمن نتوانسته نقش و جایگاه اصلی خود را ایفا کرده و در تصمیم گیری ها دخیل باشد.

از بازار داخلی موفق بودند نه در جذب خریداران بازارهای منطقه. معتقدم تا زمانی که سیاست و مدیریت دولتی بر صنعت لوازم خانگی حاکم است، امکان تحقق این موضوع وجود نخواهد داشت.

چرا که مداخلات دولتی از قیمت گذاری گرفته تا تشویق به افزایش تیراژ تولیدی برای آمارسازی های کمی باعث شده صنعت لوازم خانگی داخلی در شرایط نامطلوبی قرار بگیرد. مقیاس پایین تولید، ظرفیت بلااستفاده، تعدد تولیدکنندگان، مشکلات تحریم و عدم همکاری تامین کنندگان معتبر، وجود کالاهای قاچاق، مداخلات قیمتی دولت و عدم حمایت از ایجاد کنسرسیوم، مجموعه عواملی است که شرایط نامطلوبی را برای این صنعت به وجود آورده است.

عدم پیش بینی آینده به یکی از اصلی ترین مشکلات و چالش های صنایع کشور از جمله صنعت لوازم خانگی ایران تبدیل شده است؛ همین امر کار را برای تولیدکنندگان برای تولید و صادرات لوازم خانگی بسیار سخت کرده است.



صنعت لوازم خانگی باید در اقتصاد آزاد رشد و توسعه پیدا کند. اینکه فردی برای تولید سرمایه گذاری کرده و کارخانه تاسیس کند، اما برای فروش محصول و کالای تولیدی آن دولت تصمیم بگیرد به هیچ وجه منطقی نیست؛ تا زمانی که در قفس دولت اقدام به تولید می شود نه می توان صادرات خوبی را رقم زد و نه از کیفیت مطلوبی در تولیدات جایگاهی خواهیم یافت.

در ایران شرکت های بزرگ خصوصی، بخش عمده ای از انرژی خود را صرف رفع موانع کسب و کار از جمله اقدامات بانکی، گمرک و... می کنند، حال چنانچه بتوانند از این موانع به سلامت عبور کنند به مشکل سیاست گذاری در کسب و کارها مواجه می شوند، چرا که بخش خصوصی در تصمیم گیری ها مشارکت نمی دهند. از این رو بخش خصوصی واقعی در کشور وجود ندارد؛ تا زمانی که بخش خصوصی به معنای واقعی در صنعت لوازم خانگی ورود نکند، امکان رشد و توسعه این صنعت وجود نخواهد داشت.

دولت باید به نقش نظارتی خود اکتفا کرده و اجازه دهد صنایع راه خود را بیابند. مدیریت دولتی بلای جان صنایع شده است با ادامه مدیریت دولتی بر صنایع نمی توان انتظار شکوفایی صنعت لوازم خانگی و دیگر صنایع را داشت. دلیل این همه کنترل صنعت لوازم خانگی بر فعالان این بخش پوشیده است چرا که صنایع کارمند دولتی نیستند که تابعیت قطعی از آن داشته باشند.

نایب رئیس کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران مطرح کرد

زنگ خطر توقف چرخ‌های صنعت لوازم خانگی



نایب رئیس کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اعلام کرد: افزایش قیمت مواد پتروشیمی و فولاد از یک طرف و دشواری تامین ارز واردات مواد اولیه از طرف دیگر زنگ خطر توقف چرخ‌های این صنعت را به صدا درآورده است.

به گزارش آهام ایران، رامین رزازی، نایب رئیس کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در گفت‌وگو با رادیو اقتصاد، در این باره عنوان کرد: عدم تامین مواد اولیه وارداتی و داخلی در صنعت لوازم خانگی این روزها مشکلات عدیده‌ای را ایجاد کرده است. این در حالی است که طی یکسال اخیر و با خروج برندهای خارجی، تولیدکنندگان لوازم خانگی توانسته‌اند به تدریج جای خود را در بازار داخلی و برای تامین نیاز بازار باز کنند و اعتماد مصرف‌کننده را تا حدودی جلب کنند، اما

مشکلات و موانع ادامه این راه برای آنها سخت‌کرده است.

وی عنوان کرد: در حال حاضر بزرگ‌ترین چالش این بخش تامین ارز موردنیاز برای مواد اولیه تولید است. علاوه بر مواد اولیه وارداتی، واحدهای تولیدی لوازم خانگی در تامین مواد اولیه داخلی نیز به دلیل نوسان قیمت‌ها دچار مشکل هستند.

با توجه به مزیت‌های رقابتی صنعت لوازم خانگی برای صادرات، این صنعت چه میزان می‌تواند ارزآوری داشته باشد؟

اگر به صنعت لوازم خانگی در کشور توجه ویژه‌ای شود، مزیت‌های بسیاری دارد و ما می‌توانیم وارد بازار صادراتی شویم و ارزآوری خوبی برای کشور خواهد داشت.

قابلیت در صنعت لوازم خانگی برای توسعه بازارهای خارجی فراوان است، اما واقعیت این است که در دو-سه سال اخیر پیمان‌سپاری ارزی عملاً مانع توسعه بازارهای خارجی این صنعت شده البته کم و بیش صنایع دیگر هم درگیر این قانون هستند.

ارز موردنیاز و مواد اولیه برای تولید مهیا شود.

بالاترین میزان صادرات لوازم خانگی در سال‌های مورد اشاره چه میزان بوده است؟

اشاره به این واقعیت ضروری است که مشکلات ارزی باعث شده تا در سال ۱۴۰۰ سهم صادرات لوازم خانگی تنها ۳۳۰ میلیون دلار باشد. البته آمار کولبری در حوزه صادرات لوازم خانگی گنجانده نمی‌شود.

این صنعت به عنوان دومین صنعت کشور پس از خودروسازی دارای پتانسیل بالایی است و در صنایع بزرگ نیز در عمل با تمام ظرفیت مشغول به تولید نیستیم که با همراهی دولت می‌توان ظرفیت تولید را از راه صادرات به کشورهای همسایه و حتی فراتر از آن توسعه داد؛ چرا که به لحاظ کیفی لوازم خانگی ایرانی قابلیت عرضه در کشورهای اروپایی را دارا هستند.

به دلیلی که به آن اشاره شد، سهم صادرات لوازم خانگی کمی محدودتر از گذشته شده است و به علت قیمت‌گذاری‌های دستوری، برگشت ارز در این صنعت چشمگیر نیست و این موضوع صنعت لوازم خانگی را با محدودیت بیشتر مواجه کرده است به همین جهت، سهم ایران در یکی-دو سال اخیر کمتر از یک میلیارد دلار از سهم جهانی لوازم خانگی بوده است.

چنانچه دولت ارز صادراتی ارزان‌تری در اختیار صادرکنندگان لوازم خانگی داخلی قرار دهد قطعا سهم ارزآوری این صنعت به چند میلیارد دلار افزایش خواهد داشت؛ چرا که قیمت و کیفیت دو مولفه اثرگذار در توسعه صادرات هستند که اگر قیمت‌گذاری دستوری نباشد رشد در این بخش قابل‌توجه خواهد شد.

وقتی تامین مواد اولیه داخلی و وارداتی به موقع انجام شود نگرانی از افزایش و نوسان قیمت‌ها در صنعت لوازم خانگی به وجود نخواهد آمد؛ مشروط به اینکه مواد اولیه، عرضه قطعات،

کدام اقتصادها بیشترین صادرات کالا را دارند؟

بر اساس داده‌های ۲۰۲۱ به میلیارد دلار





چالش‌های توسعه و دیپلماسی اقتصادی چین

با وجود تغییر در برخی از ابعاد سیاست خارجی چین، اما هنوز دولتی توسعه‌گرا در این کشور بر سر کار است؛ بدان معنا که پیشبرد توسعه اقتصادی مهم‌ترین اولویت حزب کمونیست چین محسوب می‌شود و به نوعی مشروعیت تسلط انحصاری این حزب بر بلوک قدرت را فراهم می‌کند. از همین رو می‌توان مدعی شد که دیپلماسی اقتصادی به عنوان تابعی از سیاست‌های توسعه‌ای حزب طراحی، عملیاتی و متحول می‌شود.

پیامدهای رشد و توسعه آن بسیار فراتر از کشورهایی مانند کره جنوبی، سنگاپور و سایر قدرت‌های تازه صنعتی شده است. رشد اقتصادی کم نظیر چین می‌تواند توزیع ثروت و قدرت در اقتصاد سیاسی و سیاست بین‌الملل را دگرگون کند.

درآمد متوسط؛ چالش توسعه و

دیپلماسی اقتصادی چین

چالش نخست، دام درآمد متوسط است. از دوره اصلاحات و سیاست درهای باز، چین به سرعت بدل به کارخانه جهان و کانون تولید جهانی کالاهایی با متوسط شد. تداوم موقعیت چین به عنوان کارخانه جهان به معنای سهم پایین این کشور از ارزش افزوده و در نتیجه تداوم موقعیت این کشور به عنوان کشوری با درآمد سرانه متوسط بود.

از نگاهی دیگر افتادن در «دام درآمد متوسط» به نگرانی مهم رهبران چین در سال‌های اخیر بدل شده است؛ روند دیگری که نگرانی‌های آنان را تشدید می‌کند، سرعت فزاینده سالخوردگی جمعیت چین است. در واقع چین با یک تهدید مهم مواجه است؛ اینکه پیش از پیوستن به باشگاه کشورهای ثروتمند، پیر شود.

پیامدهای زیست محیطی توسعه پرشتاب

چالش دوم، پیامدهای زیست محیطی توسعه سریع این کشور است که آن را به یکی از آلوده‌ترین کشورهای مبدل کرده است. محیط زیست چین در پیگیری رشد سریع اقتصادی آسیب‌های فراوان دیده است. چین بزرگترین تولید کننده دی اکسید کربن در سال ۲۰۲۱ بود که تقریباً ۳۱ درصد از انتشار جهانی را به خود اختصاص داد.

در یک دهه اخیر سیاست‌های توسعه‌ای چین

تحت تاثیر چالش‌هایی که در درون به وجود آمده و نیز تغییر محیط بین‌المللی، متحول شده‌اند. در داخل چالش‌هایی مانند پیامدهای زیست محیطی مخرب ناشی از پیشبرد سریع توسعه اقتصادی، افزایش ریسک گرفتار شدن چین در دام درآمد متوسط، نیاز فزاینده این کشور به منابع، مواد خام و آثار منفی کرونا زمینه‌هایی را برای تغییر سیاست‌های توسعه‌ای به وجود آورده‌اند.

از دیگر سو، تغییر محیط بین‌المللی چین و نگرانی فزاینده کانون‌های قدرت و ثروت بین‌المللی از رشد پرشتاب این کشور شرایط را

نسبت به دهه‌های نخست برنامه اصلاحات و سیاست درهای باز متفاوت کرده است.

توسعه اقتصادی چین در متن و بطن اقتصاد جهانی شکل گرفته و همچنان به عنوان بخشی از اقتصاد جهانی به پیش می‌رود؛ در واقع چین هم موتور اقتصاد جهانی محسوب می‌شود و هم از دیگر سو در اقتصاد جهانی تنیده شده است. از همین رو این کشور دیپلماسی اقتصادی خود را به گونه‌ای در سال‌های اخیر هدایت کرده است که به افزایش نقش و وزن آن در ساختارهای اقتصاد جهانی بدون برهم زدن این ساختارها منتهی شود.

چین کنونی اقتصادی ۱۷ تریلیون دلاری است و سهم آن در تجارت جهانی بیش از ۱۵ درصد است. در واقع کمتر کشور توسعه یافته‌ای توانسته در دهه‌های اخیر چنین موفقیتی به دست آورد. از آنجایی که چین قابلیت‌های تبدیل شدن به یک ابر قدرت را دارد،



در سال‌های اخیر کانون‌های قدرت و ثروت همواره از ظهور چین مرفه به عنوان سهامدار مسئول اقتصاد جهانی استقبال می‌کردند. از دیگر سو چین همواره از «فرصت تاریخی» سخن می‌گفت، فرصتی که بواسطه محیط بین‌المللی مساعد پدید آمده بود و این کشور باید از آن حداکثر بهره را می‌برد. اما از دوره روی کار آمدن «شی جین پینگ» ورق به تدریج برگشته است.

نظریه «چین به مثابه تهدید» در حال جایگزینی نظریه «چین به مثابه فرصت» است و الگوی حاکم بر روابط این کشور با ایالات متحده از «همکاری و رقابت راهبردی» به سوی «تعارض، رقابت و همکاری» تغییر یافته است.

آثار سیاست کرونا

کووید و نحوه مواجهه چین با آن تبعات منفی گسترده برای اقتصاد این کشور به همراه داشت. چین سخت‌گیرانه‌ترین سیاست‌ها را در مقابله با این همه‌گیری در پیش گرفت و فعالیت‌های اقتصادی را با اختلافات گسترده مواجه کرد. آثار این سیاست به تدریج در اقتصاد چین ظاهر شد و اکنون این کشور می‌کوشد در فضای پسا کووید آسیب‌ها را به تدریج جبران کند.

بازاندیشی سیاست‌های توسعه‌ای

چالش‌های مزبور، دولت چین را بر آن داشت تا در سیاست‌های توسعه‌ای خود تغییرات مهمی اعمال شود.

از یک سو، چین متهم اصلی تغییرات اقلیمی است و از سمت دیگر سرعت یافتن آن تأثیرات فزاینده‌ای بر اقلیم این کشور و منافع جهانی آن می‌گذارد. چین در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای در معرض سیل‌های ساحلی، طوفان‌های مکرر، فرسایش ساحلی و نفوذ آب شور به منابع آب شیرین قرار گرفته است.

برآوردهای بانک جهانی نشان می‌دهد تداوم این وضعیت می‌تواند منجر به کاهش تولید ناخالص داخلی چین بین ۵/۰ تا ۲/۳ درصد در اوایل سال ۲۰۳۰ شود.

نیاز فزاینده به منابع و مواد خام

نیاز فزاینده به منابع در پیگیری رشد اقتصادی بالا و پایدار این کشور بود. ارزش منابع طبیعی چین ۲۳ تریلیون دلار تخمین زده می‌شود. زغال سنگ و فلزات نادر ۹۰ درصد منابع معدنی چین را تشکیل می‌دهند.

سهم چین از ذخایر معدنی جهان از کشورهایی همچون ایران و عربستان کمتر است، در حالی‌که این کشور حدود ۲۰ درصد جمعیت جهان را دارد. از همین رو این کشور به سوی وابستگی فزاینده به منابع و مواد خام کشورهای دیگر سوق یافته است.

تغییر محیط بین‌المللی

چالش چهارم، تغییر محیط بین‌المللی است. هر کشوری برای پیشبرد توسعه نیازمند محیط بین‌المللی موافق است؛ چرا که هیچ کشوری در دوره پساجنگ سرد نتوانسته در محیط بین‌المللی ناموافق به توسعه دست یابد.



آب و هوایی از دیگر سو تهدیدات مهمی پیش روی این کشور قرار داده است.

دولت چین در پاسخ به این دسته از تهدیدات، در سالیان اخیر تغییرات مهمی در الگوی توسعه خود ایجاد کرده و کوشیده به سوی اقتصاد سبز و کم کربن حرکت کند؛ در این راستا دولت چین در سال ۲۰۱۹ سندی بالادستی منتشر کرد و در قالب آن سیاست‌های توسعه‌ای خود در واکنش به تخریب محیط زیست در داخل و تغییرات آب و هوایی در پهنه جهانی را تبیین کرد.

چین؛ فرصت تا تهدید

گفتنی است که محیط بین‌المللی موافق توسعه چین یا آنچه رهبران این کشور از آن به عنوان فرصت تاریخی یاد می‌کردند به سرعت در حال تغییر است.

رویکرد استقبال از چین به مثابه فرصت برای اقتصاد جهانی و موتور رشد آن به تدریج با رویکرد "چین به مثابه تهدید" در حال جایگزین شدن است.

چین از ابتدای دوره اصلاحات و سیاست درهای باز، سیاست صنعتی مدونی نداشته بلکه عمدتاً کوشیده به عنوان میزبان شرکت‌های بین‌المللی جهت تولید طیف بسیار وسیعی کالاهای با فناوری متوسط عمل کند.

از همین رو است که الحاق به سازمان تجارت جهانی را بسیاری مهم‌ترین اقدام چین در تعامل با اقتصاد جهانی در دوران پساجنگ سرد می‌دانند.

چین در سند سیاست صنعتی جدید موسوم به ساخت چین ۲۰۲۵ می‌کوشد تا موقعیت خود در زنجیره‌های جهانی ارزش را از کارخانه جهان به کانون فناوری و نوآوری تغییر دهد.

دقت در حوزه‌های تمرکز سیاست صنعتی جدید چین به خوبی این اولویت را نشان می‌دهد.

چین در چالش زیست‌محیطی

همچنین اشاره شد که آثار مخرب زیست‌محیطی توسعه پرشتاب چین در داخل و خارج و وابستگی فزاینده این کشور به واردات مواد خام از یک سو و تشدید روند تغییرات

از همین رو تطبیق با محیط جدید بین‌المللی که به طور فزاینده‌ای پیچیده و ناموافق می‌شود در سال‌های اخیر ذهن رهبران و اندیشمندان چینی را به خود مشغول کرده و به مناظراتی در چین دامن زده است.

حاصل این مناظرات در جهت‌گیری جدیدی تحت عنوان چرخه دوگانه مفهوم بندی و تبیین شده است.

در برداشت کلان، چرخه دوگانه ترسیم مدلی جدید از رابطه بازار داخلی و بازار بین‌المللی است.

در این مدل بازار داخلی و ارتباط چین با اقتصاد بین‌المللی یکدیگر را تقویت می‌کنند، اما نقش کلیدی یا به بیان دقیق‌تر نقش پیشران در اقتصاد چین را بازار داخلی ایفا می‌کند.

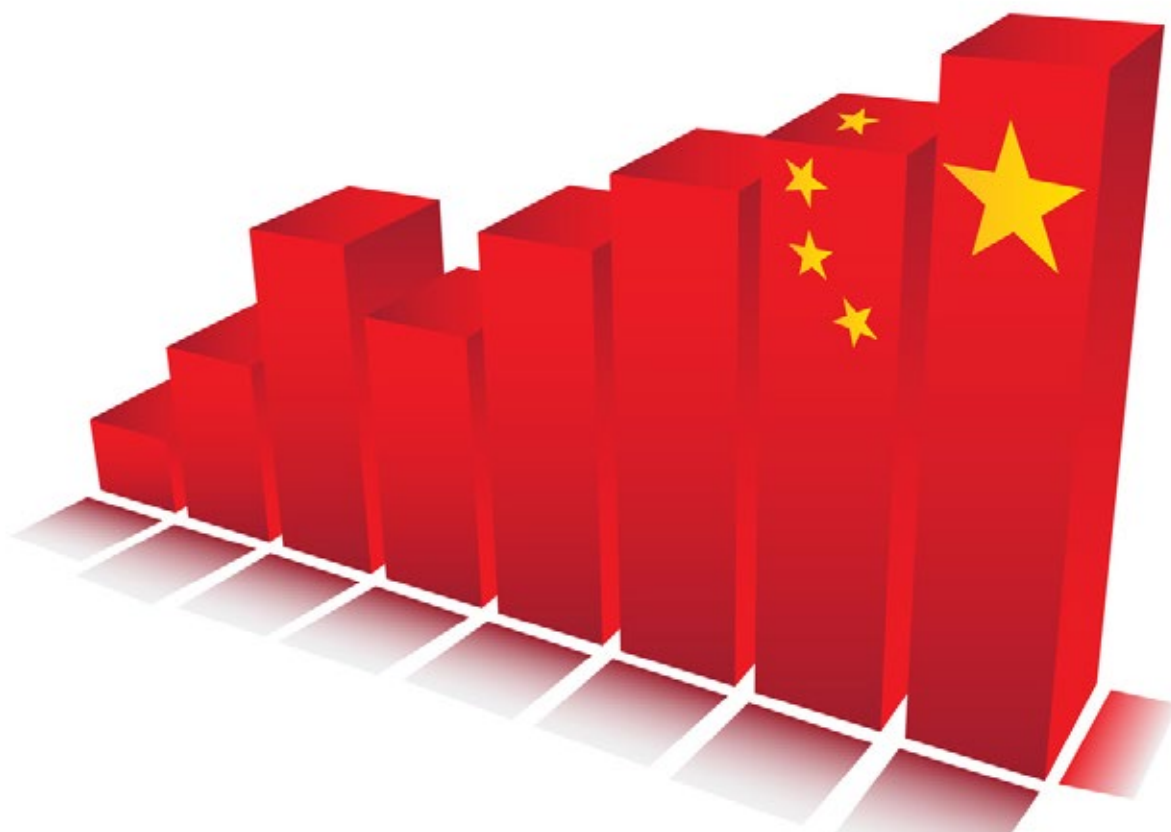
ذکر این نکته ضروری است که چرخه دوگانه نوعی خودکفایی به معنای سنتی کلمه یا استراتژی سنتی جایگزینی واردات نیست، بلکه به عبارت دیگر در قالب چرخه دوگانه پیشران توسعه اصلاح روابط اقتصادی داخلی و خارجی تاکید دارد.

تغییرات در سیاست‌های توسعه‌ای و دیپلماسی اقتصادی چین

اشاره شد که چین یکی از جذاب‌ترین داستان‌های توسعه در دهه‌های اخیر را روایت کرده است، کشوری که در مدت بسیار کوتاهی از کشوری فقیر به دومین اقتصاد بزرگ جهان بدل شده است. در شرایط کنونی چین بیش از هر زمانی در تاریخ بلند خود جهانی شده است؛ بدان معنا که منافع و آسیب‌پذیری‌های این کشور جهانی شده‌اند.

از یک سو، چین اقتصاد دوم جهان، اولین صادرکننده و دومین واردکننده بزرگ جهان و شریک اول تجاری بیش از ۱۰۰ کشور جهان محسوب می‌شود. از دیگر سو، این کشور به شدت وابسته به واردات مواد خام و سایر کالاها است و به ثبات و امنیت مسیرهای نقل و انتقال کالا و سایر زیرساخت‌های موجود اقتصاد جهانی وابستگی دارد.

رشد خیره‌کننده چین در متن ساختار موجود اقتصاد جهانی و عمدتاً در دوره بعد از جنگ سرد شکل گرفته است. این دستاوردها در شرایطی حاصل شده که چین فاقد نیروی نظامی جهان‌روا برای حفاظت از منافع خود است.





مدیرعامل شرکت نورافزار فوتون:

صنعت لوازم خانگی نیازمند «آمار شفاف» است

با نگاه کلی به اکوسیستم کسب‌وکار لوازم خانگی مشاهده می‌کنیم عدم شفافیت بازیگران و فقدان آمار و اعداد و ارقام قابل‌اتکا از واردات، صادرات، تولید و فروش و سرمایه‌گذاری، باعث ابهام و عدم شناخت درست از بازار شده است؛ این بخشی از گفت‌وگوی با «ماهنامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران» با مسعود حق‌شناس، مدیرعامل شرکت نورافزار فوتون است که در ادامه مشروح کامل آن را می‌خوانید:

از مسیر درست بود که رانت و فساد و ناکارآمدی حاضر در صنایع بزرگ مانند نفت و پتروشیمی، فولاد و خودرو، زائیده همین اشتباه تاریخی بود. اگرچه در کشورهای پیشرفته امروز اثبات شده که خدمات و تولید دانش می‌تواند ارزش اقتصادی بالاتری نسبت به صنعت داشته باشد، اما برای کشوری مانند ایران، صنعت و اقتصاد، همبستگی قوی با هم و با سطح رفاه اجتماعی دارند و این دو اگر در دست حکومتی لایق، مدیر و مدبر، توانمند و درستکار باشند با بستر نیروی انسانی تحصیلکرده و منابع انرژی سرشار، و همچنین جمعیت جوان مصرف‌کننده، می‌تواند موتور رشد کشور باشد.

• در این میان جایگاه صنعت لوازم خانگی را چگونه می‌بینید؟

کشورهای مختلف بر اساس منابع و مزیت‌های خود صنایع موردنیاز را توسعه می‌دهند. اما در ایران این صنایع مانند نفت و گاز و معادن، که بستگی به نعمت‌های خدادادی دارند بیشتر در دست دولت یا افراد وابسته هستند.

صنایع بزرگ مانند پتروشیمی، فولاد و خودرو نیز بیشتر توسط نهادهای وابسته به دولت یا افراد وابسته اداره می‌شوند. از میان سایر صنایع مانند لوازم خانگی، ساختمان، پوشاک، دارو، صنایع غذایی و غیره شاید صنعت لوازم خانگی جزء رده‌های اول توسعه‌یافتگی توسط بخش خصوصی باشد.

اگرچه گردش مالی و تأثیر اقتصادی این صنعت به ارزش سایر صنایع بزرگ نیست، اما تعداد شاغلین مستقیم و غیرمستقیم در آن و تأثیر محصولات آن بر زندگی مردم بسیار زیاد است و به خاطر شبکه‌های توزیع و خرده‌فروشی تا فروش و خدمات به مشتری نهایی، برای مردم جامعه ملموس‌تر است. پس هر بهبود بهره‌وری، بهبود کیفیت، کاهش هزینه و اقدامات مدیریتی که در این صنعت اتفاق می‌افتد به فاصله کمی توسط مردم جامعه احساس می‌شود.

• شما جایگاه صنعت را برای پیشبرد اهداف اقتصادی کشور چگونه ارزیابی می‌کنید؟

این پرسش خیلی کلی است و بسته به جایگاه سؤال شونده می‌تواند پاسخ‌های متفاوتی داشته باشد. اما از نگاه مدیریت شرکت دانش‌بنیان نورافزار فوتون که در صنایع الکترونیک فعال است و تأمین‌کننده صنایع لوازم‌خانگی و لوازم آشپزخانه است و کمی به صنایع خودرو خدمات می‌دهد می‌توانیم این‌طور بیان کنیم که به‌طورکلی می‌توان صنعت، معدن و تجارت را در هر جامعه سه رکنی دانست که بخش زیادی از رفاه اجتماعی را تأمین می‌کنند.

نخست از طریق عرضه محصولات و خدمات موردنیاز مردم، دوم از طریق اشتغال‌زایی و توزیع ثروت در جامعه و در نهایت از طریق تولید دانش و روحیه و امید به اینکه ما می‌توانیم، باعث افتخار و بالندگی مردم هر جامعه می‌شود.

در نگاه تاریخی نیز کشور ما جامعه‌ای کشاورزی با نماد رنج و مشقت و تلاش طاقت‌فرسا برای تأمین نیازهای اولیه زندگی مردم بود که با آغاز حرکت صنعتی شدن از زمان امیرکبیر یا رضاشاه، مسیر تمدن صنعتی و گسترش تولید انبوه را در پیش گرفت.

ذهنیت این بود که مانند کشورهای صنعتی، تعداد کمی از افراد جامعه با استفاده از ماشین‌آلات تولید صنعتی، می‌توانند نیازهای آحاد جامعه را به‌طور انبوه تأمین نمایند. در این تحول و سیر تمدن صنعتی، اقتصاد در جامعه که بر پایه اقتصاد کشاورزی و زمین‌داری شکل گرفته بود و عموم مردم در فقر زندگی می‌کردند، جای خود را به اقتصاد در دست صنعتگران و کارخانه‌داران داد.

اگر مسیر قبل از انقلاب یعنی توسعه صنعتی بر پایه توانمندی بخش خصوصی ادامه می‌یافت، شاید امروز شاهد فقر بخش بزرگی از جامعه نبودیم. در واقع سیاست‌های دولتی کردن صنایع کشور بزرگ‌ترین انحراف

نمی‌کنند.

ج- با توجه به تغییرات و افزایش قیمت ارزهای خارجی که برای تأمین قطعات الکترونیکی مورد نیاز هستند و تورم و افزایش حقوق درخواستی نیروهای متخصص، بهای تمام شده را افزایش می‌دهد و تولیدکنندگان لوازم خانگی با توجه به رکود بازار، افزایش قیمت را نمی‌پذیرند و تأمین مواد اولیه همان اقلامی را که می‌پذیرند را با مشکل مواجه می‌کند.

د- عدم روابط بین‌المللی مهم‌ترین مانع صادرات قطعات الکترونیکی به سایر کشورها مانند ترکیه است.

ه- سود کم همراه با افزایش هزینه‌ها، ضمن تحمیل مشکلات تأمین مالی به تأمین‌کنندگان قطعات الکترونیکی مانند فوتون، اجازه سرمایه‌گذاری و توسعه برای آینده را نمی‌دهد.

و- فرار مغزها و نیروهای متخصص از کشور که در سال‌های اخیر شتاب گرفته است، باعث مشکل منابع انسانی در جذب نیروی متخصص و مدیران کارآمد شده است که این موضوع برای شرکت‌های دانش‌بنیان صنایع الکترونیکی اهمیت بیشتری دارد.



• به عنوان تولیدکننده لوازم خانگی، از نظر شما صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت کشور چه تاثیری بر اقتصاد غیرنفتی کشور دارد؟

کشورهای صنعتی پیشرفته مانند آمریکا و اروپا و ژاپن، سال‌ها قبل از تأثیر این صنعت بر اقتصاد خود بهره برده‌اند ولی امروز صنعت لوازم خانگی ما برای بزرگ شدن و تأثیر بر اقتصاد ملی باید اول بازار خود را بگیرد که در این زمینه با کره جنوبی، چین، و ترکیه رقابت می‌کند.

متأسفانه به علت سیاست‌های موجود و محدودیت‌های بازرگانی و بانکی، نمی‌توان از این صنعت انتظار صادرات و تأثیر بالا بر اقتصاد غیرنفتی داشت. با کمی مطالعه در این صنعت در می‌یابیم کشور ترکیه در همین چهار دهه بعد از انقلاب، سهم قابل‌توجهی از اقتصادش را صنعت لوازم خانگی در اختیار دارد که شرکت‌های آن علاوه بر پوشش بازار داخلی، صادرات به بیش از ۱۰۰ کشور را گزارش می‌دهند.

• در شرایط موجود، محیط کسب‌وکار صنعت لوازم خانگی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با نگاه کلی به اکوسیستم کسب‌وکار لوازم خانگی مشاهده می‌کنیم عدم شفافیت بازیگران و فقدان آمار و اعداد و ارقام قابل‌اتکا از واردات، صادرات، تولید و فروش و سرمایه‌گذاری، باعث ابهام و عدم شناخت درست می‌شود. اما در یک نگاه کلی مشتریان مستقیم به علت کاهش فروش در اثر رکود بازار، خرید خود را کاهش می‌دهند. علت کاهش فروش تولیدکنندگان لوازم خانگی نیز کاهش سطح درآمد مردم و کاهش خرید آنها است.

در مجموع به علت فرصت‌های محدود سرمایه‌گذاری در کشور و تعداد زیاد تولیدکنندگان خرد، بازار محصولات نهایی لوازم خانگی، اقیانوس قرمزی در رکود بازار است که بعضی شرکت‌ها تنها با ارتباطات دولتی و استفاده از طرح‌های ملی و استفاده از اعتبارات بانکی می‌توانند خود را سر پا نگهدارند و سهم سایرین را به‌دست آورند.

با توجه به تنوع زیاد محصولات صنعت لوازم خانگی، بسیاری از تولیدکنندگان خرد با تهیه قطعات اقدام به جمع‌کردن محصولات می‌کنند و بدون پشتیبانی خدمات پس از فروش محصولات خود را با قیمت پایین‌تر می‌فروشند.

اما شرکت فوتون به‌عنوان تأمین‌کننده قطعات الکترونیکی برای تولیدکنندگان لوازم خانگی با چالش‌های زیر مواجه است:

الف- تعداد زیادی تولیدکنندگان خرد لوازم خانگی درخواست قطعات الکترونیکی می‌کنند که حجم سفارش آنها کوچک و توان تأمین مالی آنها کم است. طراحی و تولید محصولات در حجم کوچک دارای ارزش افزوده پایین است.

ب- تولیدکنندگان بزرگ، سفارشات حجیم خود را طبق سال‌های قبل از طریق واردات بردهای الکترونیکی از چین و کره انجام می‌دهند و برای خریدهای انبوه لوازم خانگی پرفروش، به تولیدکنندگان داخلی اعتماد

چه عواملی ترمز رونق صادرات لوازم خانگی را کشید؟



متعدد که باعث شده مقیاس تولید بهینه و کاهش قیمت‌ها محقق نشود، قدرت رقابت در بازارهای صادراتی را کاهش داده است.

همچنین در حالی که بازارهای صادراتی به سمت رقابت در زمینه صادرات کالاهای پیچیده و با فناوری بالا رفته‌اند، تولیدات لوازم خانگی با توجه به گپ تکنولوژیک موجود و عدم تعامل با کشورهای صاحب فناوری، قدرت رقابت در بازارهای صادراتی را ندارند. سازمان یونیدو، عملکرد رقابت صنعتی کشورها را با سه دسته شاخص‌های «بخش ظرفیت تولید و صادرات محصولات کارخانه‌ای»، «تعمیق و ارتقای فناوری» و «اثرگذاری جهانی» ارزیابی می‌کند.

ظرفیت تولید و صادرات محصولات کارخانه‌ای با زیرشاخص‌هایی همچون «سرانه ارزش افزوده تولیدات کارخانه‌ای» و «سرانه صادرات کارخانه‌ای» سنجیده می‌شود. شاخص‌های بخش تعمیق و ارتقای فناوری هم با زیرشاخص‌های «سهم کالاهای صنعتی دارای تکنولوژی متوسط و بالا از کل ارزش افزوده صنعتی»، «سهم ارزش افزوده صنعتی از تولید ناخالص داخلی»، «سهم کالاهای با فناوری متوسط و بالا از صادرات صنعتی» و «سهم صادرات صنعتی از کل صادرات» ارزیابی می‌شود.

به گزارش آهام ایران به نقل از دنیای اقتصاد، بعد از ممنوعیت واردات لوازم خانگی در سال ۹۷، اهداف صادراتی در کنار تامین نیاز بازار داخلی در دستور کار مسوولان صنعتی کشور قرار گرفت.

بررسی‌ها اما نشان می‌دهد صادرات لوازم خانگی همچنان بعد از گذشت نزدیک به پنج سال از ممنوعیت واردات، در ابتدای راه قرار دارد و سایه مشکلات ارزی، تحریم، کمبود و گرانی مواد اولیه در کنار نبود استراتژی صنعتی و خطاهای سیاستگذار از جمله قیمت‌گذاری دستوری و پیمان‌سپاری ارزی بر سر این صنعت سفید همچنان سنگینی می‌کند.

از طرف دیگر ضعف شاخص‌های رقابت‌پذیری صنعتی، فقر تکنولوژی، تعاملات و دیپلماسی کمرنگ تجاری در بازارهای هدف صادراتی در کنار بی‌توجهی به زنجیره ارزش جهانی و نادیده گرفتن مزیت‌های صادراتی، از جمله پتانسیل صادرات محصولات میانی و نیمه‌ساخته در این صنعت، رقابت در بازارهای هدف صادراتی را برای تولیدکنندگان ایرانی سخت‌تر کرده است.

کارشناسان معتقدند ممنوعیت واردات در عمل به‌جای اینکه به‌زعم سیاستگذار به نفع صادرات لوازم خانگی باشد، به این موضوع ضربه زد؛ چرا که با ممنوعیت واردات، بازار داخل به صورت انحصاری و بدون رقیب در اختیار تولیدکننده داخلی قرار می‌گیرد و تقاضا در این بازار ناخودآگاه افزایش یافته و انگیزه صادرات به‌مراتب کاهش می‌یابد.

از طرف دیگر نبود رقیب قدرتمند خارجی، سطح رقابت و کیفی تولیدات را کاهش می‌دهد و با برهم‌زدن نسبت عرضه و تقاضا روند افزایش قیمت را تشدید می‌کند. از همین رو بازنگری در سیاست‌های وارداتی برای افزایش قدرت رقابت و تقویت برندهای داخلی باید در دستور کار سیاست‌گذار قرار گیرد.

مزیت صادراتی در اقلام نیمه‌ساخته و محصولات میانی صنعت

لوازم خانگی براساس شاخص‌هایی همچون ارزش افزوده این صنعت، زنجیره عرضه، اشتغال محور بودن، درآمدزایی و عمق بومی‌سازی جزو صنایع استراتژیک کشور محسوب می‌شود.

کارشناسان معتقدند، صنعت لوازم خانگی کشور لزوماً دارای مزیت رقابتی در صادرات محصول نهایی نیست و بخش پررنگی از هدف‌گذاری صادراتی این صنعت می‌تواند روی قطعات و اقلام نیمه‌ساخته و محصولات میانی متمرکز شود. می‌تواند روی قطعات و اقلام نیمه‌ساخته و محصولات میانی متمرکز شود.

این در حالی است که غفلت از زنجیره‌های جهانی ارزش و اصرار بر تولید و صادرات محصولات نهایی ساخته‌شده باعث شده است تا صادرات لوازم خانگی در مسیر درستی پیش نرود. از طرفی ضعف توانمندی در تولید محصولات باکیفیت نهایی و ضعف برندینگ و وجود تولیدکنندگان

دست‌اندازه‌های صادرات لوازم‌خانگی

عباس هاشمی، دبیر کل انجمن صنایع لوازم‌خانگی با اشاره به پیش‌نیازهای تحقق صادرات لوازم‌خانگی به صورت پایدار، معتقد است برای تحقق این امر در دو بخش حکمرانی و بنگاه‌ها باید اقداماتی صورت بگیرد. به گفته او در بخش دولتی تا زمانی که گشایشی در ارتباطات با دنیا و حداقل با بازارهای هدف صادراتی لوازم‌خانگی صورت نگیرد، صادرات پایدار امکان‌پذیر نخواهد بود و با هر تلنگری متاثر خواهد شد.

هاشمی این سوال را مطرح می‌کند که در شرایطی که صادرکننده امکان گشایش حساب در بازار هدف را ندارد، با چه سیستمی قرار است پول صادرات خود را برگرداند و مبادله صادراتی و ارزآوری داشته باشد.

رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان مانع دیگری است که این فعال صنعت لوازم‌خانگی به آن اشاره می‌کند و معتقد است: پیمان‌سپاری ارزی، فرآیند صادرات را برای تولیدکننده پیچیده و دشوار می‌کند. همچنین در شرایطی صادرکننده لوازم‌خانگی مجبور است ارز صادراتی خود را با نرخ دستوری در سامانه دولتی بفروشد که تامین مواد اولیه داخلی، هزینه حمل‌ونقل، هزینه‌های مربوط به پیمانکاری، حقوق و دستمزد و هزینه تبلیغات با نرخ ارز آزاد باید صورت بگیرد و همزمان باید با کالاهای مشابه و کالای قاچاق رقابت کند.

این شرایط برای تولیدکننده لوازم‌خانگی در حالی است که در دنیا ارز صادراتی که به کشور وارد می‌شود، گران‌ترین ارز است؛ اما در کشور ما دولت ارز صادراتی تولیدکننده را با پایین‌ترین قیمت خریداری می‌کند. در این شرایط آیا امکان صادرات فراهم می‌شود؟

استفاده از ظرفیت صادراتی سازمان‌های توسعه‌ای

دبیر کل انجمن صنایع لوازم‌خانگی به دیگر اقداماتی که از سوی دولت باید برای تحقق صادرات پایدار لوازم‌خانگی صورت بگیرد، اشاره می‌کند و تاکید دارد؛ شرایط استفاده از امکانات سازمان‌های توسعه‌ای همچون ایمیدرو و ایدرو برای حمایت از صادرات لوازم‌خانگی محقق شود.

پیمان‌های ترجیحی با کشورهای هدف

موافقت‌نامه‌های تجاری و پیمان‌های ترجیحی با هدف کاهش تعرفه‌ها یکی از ابزارهای شناخته‌شده در دنیا برای توسعه صادرات است. این در حالی است که در دیپلماسی تجاری کشور به این موضوع توجه چندانی نشده و از این بستر حقوقی کمترین بهره را برای توسعه تجارت خارجی داشته‌ایم.



شاخص‌های اثرگذاری جهانی هم با زیرشاخص‌های «اثرگذاری یک کشور بر ارزش‌افزوده صنعتی جهان» و «اثرگذاری یک کشور بر ارزش صادرات صنعتی جهان» سنجیده می‌شود. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد، شاخص عملکرد رقابت صنعتی (CIP) ایران در سال ۲۰۲۰ با امتیاز ۰/۰۴۶ در رتبه ۵۵ جهان قرار گرفت. وضعیت عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی ایران پایین‌تر از متوسط جهانی (۰/۰۶۲) قرار دارد.

بررسی تحولات ساختار تولید و تجارت صنعتی ایران طی دودهمه اخیر همچنین نشان می‌دهد که ساختار تولید صنعتی ایران از سال ۲۰۱۰ به بعد تضعیف شده و از نقش بخش صنعت، هم از بعد ارزش‌افزوده صنعتی و سهم در اقتصاد ملی و هم از بعد سطح فناوری کاسته شده است، به نحوی که سهم بخش صنعت در اقتصاد کشور در سال ۲۰۲۰ (سال ۱۳۹۹) به ۱۲/۹ درصد و سهم صنایع با فناوری متوسط و پیشرفته به حدود ۴۴ درصد تنزل پیدا کرد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که صنعت لوازم‌خانگی کشور به دلیل نداشتن ارتباط با کشورهای صاحب تکنولوژی طی سال‌های اخیر و عدم واردات فناوری‌های پیشرفته، قدرت رقابت در بازارهای صادراتی را به نوعی از دست داده است. بنابراین توجه به زنجیره ارزش جهانی، بهبود فناوری و هوشمندسازی در این صنعت برای افزایش رقابت در بازارهای هدف صادراتی باید در دستور کار قرار گیرد.



دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی در همین زمینه به نقش رایزنان بازرگانی در کشورهای هدف برای تعاملات صادراتی اشاره می‌کند و معتقد است این رایزنان می‌توانند از طرف بخش خصوصی و با مشورت اتاق بازرگانی ایران انتخاب شوند و حتی با هزینه بخش خصوصی، شرایط توسعه صادرات در این کشورها را فراهم کنند.

هزینه بالای تولید و بوروکراسی داخلی

بسیاری از مطالعات و تحلیل‌های اقتصاد صنعتی نشان می‌دهد که سهم قیمت مواد اولیه در تولید کارخانه‌ها حدود ۴۰ تا ۶۰ درصد ارزش تمام‌شده محصول است.

این امر به آن معناست که هرگونه تغییر (افزایش یا کاهش) در قیمت مواد اولیه کارخانه‌ها اثر قابل‌توجهی بر سودآوری و مهم‌تر از آن بر قیمت تمام‌شده کالا در بازار دارد.

هدف‌گذاری صادرات پایدار لوازم خانگی در حالی است که صادرکنندگان لوازم خانگی در ساختارهای بوروکراسی موجود در کشور با موانع زیادی روبه‌رو هستند و در این فرآیند بیش از آنکه تقویت و حمایت شوند، با تنبیه و سنگ‌اندازی روبه‌رو هستند.

به‌عنوان نمونه، سود و عوارض واردات مواد اولیه و قطعات که طبق قانون باید یک‌ماهه به تولیدکننده برگردد، با تاخیرهای طولانی‌مدت روبه‌روست. تولیدکننده لوازم خانگی برای واردات قطعات و تجهیزات دو مسیر ورود موقت و ترخیص قطعی را پیش‌رو دارد و از آنجا که ورود موقت با بوروکراسی متعدد گمرکی، سقف زمانی و... روبه‌روست، تولیدکننده راهی جز ترخیص قطعی و پرداخت سود عوارض گمرکی ندارد.

همچنین در حالی که سیاست‌گذار، تولید ۱۹ میلیون دستگاه لوازم خانگی را هدف‌گذاری کرده تولیدکنندگان لوازم خانگی برای هر گونه اقدامی در جهت ارتقای کمیت و کیفیت تولید با مانع بزرگی به اسم قیمت‌گذاری دستوری روبه‌رو هستند.

به عنوان نمونه در حالی که ترکیه به‌عنوان یکی از رقبای بازارهای صادراتی دارای پیمان‌های تجاری با کشورهایی همچون عراق در جهت توسعه صادرات لوازم خانگی است، صادرات ما با این کشورها با تعرفه‌های بالای تجاری صورت می‌گیرد. در همین زمینه دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی به اهمیت گسترش پیمان‌ها و تعرفه‌های ترجیحی در منطقه برای تحقق صادرات لوازم خانگی اشاره می‌کند و معتقد است با توجه به مزیت‌های کشور باید وارد مذاکره برای انعقاد پیمان‌های تجارت ترجیحی با کشورهای هدف شد و این تعرفه‌های تجاری با توجه به شرایط و بازارهای رقابتی باید مدام به‌روز و تقویت شوند.

لزوم تقویت برندهای صادراتی لوازم خانگی

ضعف برندینگ یکی از موانع توسعه صادرات لوازم خانگی ایرانی است. در حالی که صادرات لوازم خانگی کره جنوبی در تمام دنیا توسط دو برند ال‌جی و سامسونگ صورت می‌گیرد، کشور ما فاقد برند شناخته‌شده در بازارهای صادراتی است.

از همین‌رو تقویت برند موضوع دیگری است که دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی برای تحقق صادرات پایدار به آن اشاره می‌کند و معتقد است برای جانداختن برندهای ایرانی در بازارهای هدف باید برنامه‌ریزی و حتی آموزش صورت بگیرد.

به گفته او در برخی کشورها مثل ازبکستان و پاکستان، ورود کالای نهایی لوازم خانگی ممنوع است، اما در مقابل، امکان صادرات کالا به صورت اجزا و قطعات وجود دارد و در این زمینه این مزیت و فرصت وجود دارد که با خریداران و مشتریان کالا در آن کشورها، شرکت مشترک تاسیس کنند و با راه‌اندازی خطوط assembling خطوط تولید کالا مشترک راه‌اندازی کنند.

تقویت نقش رایزنان بازرگانی در کشورهای هدف

کارشناسان معتقدند یکی از دلایل عدم‌توفیق تولیدات لوازم خانگی در بازارهای هدف صادراتی به ضعف دیپلماسی تجاری کشور برمی‌گردد. دستگاه‌های دولتی تاثیرگذار در مسیر صادرات از جمله وزارت امور خارجه، وزارت صمت و وزارت اقتصاد همراستا در جهت هدف‌گذاری‌های صادراتی پیش نمی‌روند.

ضرورت هوشمندسازی و تحولات دیجیتال

همراه شدن با تحولات دیجیتال و هوشمندسازی در فرآیند تولید و محصول نهایی لوازم خانگی پیش‌نیاز دیگری است که دبیر کل انجمن صنعت لوازم خانگی به آن اشاره می‌کند و تاکید دارد سازمان‌ها و نهادهایی همچون فاوا، وزارت صمت و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای پیش‌رفتن صنعت لوازم خانگی در فضای دیجیتال باید همراهی کنند.

هاشمی تشکیل کنسرسیوم در صنعت تجهیزات و قالب‌سازی با چینی‌ها را از اقدامات تاثیرگذار در این زمینه عنوان می‌کند.

به گفته هاشمی با توجه به پیشرفت‌های چین در زمینه قالب‌سازی و اینکه قیمت این تولیدات در این کشور، یک‌سوم قیمت کشورهای اروپایی است، تشکیل کنسرسیوم و آموزش افراد و تعامل در این زمینه می‌تواند به پیشبرد کشور در زمینه صنایع زیرساختی با توجه به سرعت تغییر قالب در صنعت لوازم خانگی به‌ویژه لوازم خانگی خرد و ضرورت به‌روز بودن دستگاه‌ها، مواد قالب‌ها و... کمک کند.

هاشمی به افزایش نرخ ارز، قیمت مواد اولیه داخلی و قطعات، تورم بالای ۵۰ درصد براساس گزارش مرکز آمار و تورم بالای ۷۵ درصد براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، اشاره کرد و افزود در شرایطی که نظارتی بر قیمت مواد اولیه تولید لوازم خانگی وجود ندارد و تولیدکننده مجبور به خرید مواد اولیه همچون فولاد از بورس کالا به صورت نقدی و تامین این مواد از بازار آزاد با نرخ‌های بالاتر است و با رسوب طولانی‌مدت کالا در گمرکات و هزینه‌های بالای تولید روبه‌روست، قیمت تولیدات لوازم خانگی به صورت دستوری تعیین می‌شود و بازار لوازم خانگی با دخالت سازمان‌های حمایتی و نظارتی مواجه است.

دبیر کل انجمن صنعت لوازم خانگی تاکید دارد در صورت ادامه این روش‌ها و سنگینی چنین شرایطی بر سر صنعت لوازم خانگی، تولید لوازم خانگی تا شهریورماه با کاهش ۳۰ درصدی روبه‌رو خواهد شد.

از همین‌رو برای صادرات پایدار ضروری است مشکلات داخلی تولید لوازم خانگی در ابتدا برطرف شود.



مدیریت برندهای صنعتی

نویسنده: فیلیپ کاتلر، والدمار پفورچ

مترجم: کامبیز حیدرزاده

سال چاپ: ۲۰۰۶ میلادی



کتاب «مدیریت برندهای صنعتی» با عنوان انگلیسی (B2B brand management) برای اولین بار در سال ۲۰۰۶ منتشر و مورد استقبال قرار گرفت. فیلیپ کاتلر به عنوان یکی از چهره‌های تاثیرگذار در علم بازاریابی در کتاب «مدیریت برند صنعتی» به مخاطب می‌آموزد چگونه با نام‌گذاری مناسب برند صنعتی می‌توان جایگاه واقعی آن‌ها را به نمایش گذاشت. نگارش این اثر با تحقیقات پیچیده در سه قاره‌ی آمریکا، آسیا و اروپا انجام گرفته و نتایج آن به صورت آنلاین جمع‌آوری شده است. فیلیپ کاتلر و والدمار پفورچ ابتدا به نام برندهای بازارهای مصرفی پرداخته‌اند. کوکا کولا، نوکیا، اپل به‌عنوان شرکت‌های مصرفی شناخته می‌شوند که سهم بزرگی از بازار را به خود اختصاص داده‌اند و دارای سرمایه و دارایی‌های پایدار هستند.

نگارش این اثر با تحقیقات پیچیده در سه قاره‌ی آمریکا، آسیا و اروپا انجام گرفته و نتایج آن به صورت آنلاین جمع‌آوری شده است. فیلیپ کاتلر و والدمار پفورچ ابتدا به نام برندهای بازارهای مصرفی پرداخته‌اند. کوکا کولا، نوکیا، اپل به‌عنوان شرکت‌های مصرفی شناخته می‌شوند که سهم بزرگی از بازار را به خود اختصاص داده‌اند و دارای سرمایه و دارایی‌های پایدار هستند. بازارهای صنعتی از معادلات دیگری پیروی می‌کند. تعداد معدودی از شرکت‌ها هستند که با انتخاب برند توانسته‌اند خود را به خوبی معرفی کنند. شرکت‌های اینتل، جنرال الکتریک، زیمنس از جمله شرکت‌های صنعتی به شمار می‌آیند که نام تجاری آنها بسیار قدرتمند است. بنابراین این شرکت‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از کتاب مدیریت برندهای صنعتی، مانند شرکت‌های مصرفی، شناسایی محصولات یا خدمات خود را ساده‌تر کنند و خود را از سایر رقبا متمایز سازند. نام‌گذاری خوب قادر است تفاوت بسیار زیادی در سلامت مالی و آگاهی عمومی شرکت ایجاد کند. کتاب حاضر با شکل و محتوی آموزشی می‌تواند شرکت‌های صنعتی را در ارتقای تخصصی شدن در این بخش همراهی کند.

الگوی جانشین‌پروری در سازمان‌های مدرن

نویسنده: سعید جلیل خویی

سال چاپ: ۲۰۰۶ میلادی



این کتاب که نوشته سعید جلیلی‌خویی است به تعریف جانشین‌پروری با عنوان «تعیین رهبران آینده» می‌پردازد. اگرچه جانشین‌پروری در ابتدایی‌ترین تعریف خود به عنوان «تعیین رهبران آینده» تعریف می‌گردد، اما در واقع این برنامه‌ریزی به مثابه فراگرد ارادی برای اطمینان از تداوم در منصب‌های کلیدی، حفظ و توسعه سرمایه معنوی و دانشی برای آینده و تشویق افراد برای توسعه، از راهبرد کلان‌تر برنامه‌ریزی نیروی انسانی نشأت می‌گیرد. در این فراگرد نظام‌یافته، پرورش شخصی و حرفه‌ای با راهبرد ترکیب می‌شود و این اطمینان به دست می‌آید که سازمان آماده است تا هر پست مهمی را که خالی می‌شود، در زمان مناسب، با افراد مناسب پر کند.

در این کتاب، ابتدا به تعریف کلیات و مفاهیمی نظیر سازمان، انواع آن، جانشین‌پروری و... سپس به تعریف انواع سبک‌های مدیریت و رهبری و ویژگی‌های این سبک‌ها، اهداف

و چالش‌های جانشین‌پروری، مدیریت استعداد پرداخته شده است. از آن‌جا که همه در سازمان، درگیر روزمرگی و فراهم کردن امکانات مالی برای امروز سازمان‌ها هستند، مدیریت جانشین‌پروری نیز در پی آماده‌سازی و نگهداری مدیران سازمان به منظور فراهم کردن امکانات مالی برای پنج تا بیست سال دیگر و آینده‌های دور سازمان است.

به اعتقاد نویسنده کتاب، رهبران یک کسب‌وکار باید با شرکای تجاری مرتبط باشند؛ زیرا تفاهم‌نامه‌های مشترک تضمین‌کننده آینده یک شرکت است. در نتیجه شرکای تجاری خارجی می‌توانند بر برنامه‌ریزی‌ها تأثیر داشته باشند، به ویژه اگر وارث آتی به خوبی با حمایت‌کننده‌ها و فروشندگان همکاری نکند؛ در حالی که ممکن است تصور بیرونی تنها یک نظر یا ایده باشد، مدیر باید به همین نظر توجه کند تا رشد را به همراه بیاورد.



Economics and the left

24 Economics and the left presents interviews with leading progressive economists, whose life work has been dedicated to both interpreting the world and changing it for the better. They all deploy the technical tools of their trade—the “dismal science”—in various ways. Much more importantly, they are all people dedicated to the principles of egalitarianism, democracy and ecological sanity. The result is a combustible brew of ideas, commitments and reflections on major historical events, including the 19-COVID

Economics and the Left presents interviews by C.J. Polychroniou with twenty-four leading progressive economists, pandemic and resulting global economic

including eight PERI researchers. All of these economists are dedicated to both interpreting the world and changing it for the better. The result is a wide-ranging combination of ideas and reflections on major pandemic and its impact on the global economy 19-historical events, including the Covid

Empathy Economics

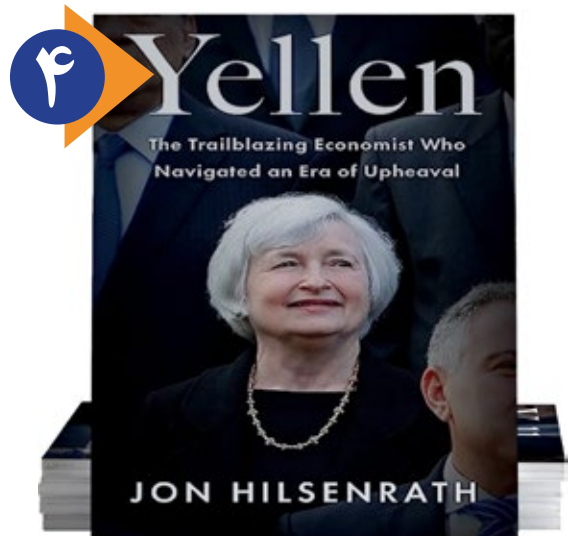
Janet Yellen is a rare individual. She is a highly accomplished woman and scholar in a male-dominated profession and is now the first female U.S. Treasury secretary.

She has held the other two top economic policy jobs in the nation—chair of both the Federal Reserve and the Council of Economic Advisers—and was the first woman in both posts. In Owen Ullmann’s meticulous and laudatory Empathy Economics: Janet Yellen’s Remarkable Rise to Power and Her Drive to Spread Prosperity to All, he outlines Yellen’s philosophy of lifting up those from the economic ladder’s lowest rung and her humanity, which stands out in the brutal world of Washington politics.

Yellen grew up in Bay Ridge, Brooklyn, N.Y. She is the daughter of a physician who employed a pay-what-you-can policy for his patients and a former elementary schoolteacher mother,

who also ran her husband’s practice after he had a medical setback. Ullmann, an award-winning journalist, takes the reader from Yellen’s happy, stable childhood, where she observed economic disparities among the patients who visited her father’s office. He recounts the gender discrimination she has faced at marriage to George Akerlof, who won the Nobel 1978 universities and throughout her career, and her Prize in Economics.

He details her stints at the Fed—including her firing by then-President Donald Trump, who said in a staggeringly superficial pronouncement that she was too short to be Fed chair, a job she had been doing well for four years before Trump took office—and her professional life today. Ullman writes of Yellen: “One signature achievement involves climate change: For the first time, she made it the focus of every aspect “of the financial world that the Treasury supervises.



مدیرعامل استیل‌البرز مطرح کرد:

فاصله اقتصاد ایران با اقتصاد صنعتی

ماهانامه «آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی» به مناسب روز صنعت و معدن گفتگویی با نوید ایزدپناه، مدیرعامل استیل‌البرز، داشت. وی در این گفت‌وگو تاکید کرد که راه‌های حمایت از صنعت لوازم خانگی ایران لزوماً از ایجاد شرایط گلخانه‌ای برای صنعت نمی‌گذرد، بلکه باید فرصت‌های رقابتی را برای تولیدکنندگان داخلی با ایجاد سیاست‌های افزایش تقاضای مؤثر و افزایش کیفیت و روزآمدی محصولات تولید داخل فراهم آورد.



صنعت لوازم خانگی اگر بتواند بازارهای صادراتی خود را افزایش داده و سهم بیشتری از بازارهای منطقه و جهان را برای خود کسب کند موجب رونق اقتصاد غیرنفتی خواهد شد و از سوی دیگر با پاسخگویی به نیاز داخلی از خروج ارز به واسطه واردات محصولات نهایی جلوگیری می‌کند. طبعاً تأثیر بسیار قابل توجهی بر روی تراز تجاری کشور و ذخایر ارزی خواهد گذشت.

• لطفاً کمی درخصوص چالش‌ها و مشکلات محیط کسب‌وکار صنعت لوازم خانگی در شرایط کنونی توضیح دهید و بگویید چه موانعی بر سر راه این صنعت قرار دارد؟

در حال حاضر صنعت لوازم خانگی با مشکلات عمومی که در همه صنعت و اقتصاد ایران وجود دارد، مواجه است. تأمین مواد اولیه و تأمین مالی فرایند تولید، قیمت‌گذاری دستوری و شیوه عرضه دستوری محصولات که در جهت سرکوب قیمتی اعمال می‌شود و نیز محدودیت‌های سیاسی و اقتصادی که در کسب سهم بازار صادراتی برای صنایع لوازم خانگی عمده‌ترین چالش‌های صنعت لوازم خانگی در حوزه شرایط محیط کسب و کار است.

• در سوال آخر، به نظر شما جایگاه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به سبقه ۴۲ ساله برای پیشبرد اهداف صنعت لوازم خانگی چگونه است؟

انجمن صنایع لوازم خانگی کانون بسیار مؤثری در برقراری ارتباط چند جانبه صنعت، دولت، مراجع قانون‌گذاری و نظارتی، سازمان‌های حمایتی و تعزیراتی، بازار سرمایه و مجموعه بانکی کشور می‌تواند باشد. انجمن مسیر طولانی و دشواری را در طول چهار دهه گذشته طی کرده است و اعتبار و جایگاه بالایی در میان خانواده صنعت و نیز نهادها و مجامع مرتبط دارد. امیدوارم که این مسیر را هر روز بهتر از گذشته ادامه دهد و نقش مؤثر خود را بهتر از گذشته ایفا کند.

• به نظر شما اقتصاد ایران با توجه به مزیت‌های موجود، توانسته به اقتصاد صنعتی نزدیک شود؟

اقتصاد کشور ایران، فاصله زیادی با اقتصاد صنعتی دارد. طبیعتاً ما کماکان نتوانسته‌ایم متکی بر مزیت‌های نسبی کشورمان از منابع، مواد اولیه و انرژی گرفته تا موقعیت‌های زیست‌بومی و فرصت‌های ژئوپلیتیکی سرزمینی به ویژه موقعیت ترانزیتی کشور در جهت یافتن یک الگوی استراتژیک صنعتی گام برداریم و از این جهت یک افق گشوده پیش‌روی ماست.

اینکه چرا نمی‌خواهیم و نمی‌توانیم به سمت این افق حرکت کنیم به عوامل متعددی بستگی دارد که از حوصله این مصاحبه خارج است؛ اما روشن است که سهم حداکثر ۳۰ درصدی صنعت در تولید ناخالص داخلی ایران با افق گشوده پیش‌رو فاصله بسیار دارد. ما ناگزیریم برای افزایش این سهم و طبعاً رشد اقتصاد ملی با اتکا به افزایش سهم صنعت راه‌های بازگشت و پیوستن به زنجیره تولید جهانی و جذب سرمایه‌گذاری جهانی به اقتصاد صنعتی ایران را پی بگیریم.

• در این میان جایگاه صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت بزرگ ایران، چگونه ارزیابی می‌کنید؟

صنعت لوازم خانگی در سبد هر چند کوچک صنایع ملی ایران سهم قابل‌ی دارد و جایگاه دوم را به خود اختصاص داده است. طبیعی است که باید تلاش صنعتگران و کارآفرینان و تولیدکنندگان لوازم خانگی را ستود و به تقویت و حمایت از این صنعت پرداخت. البته راه‌های حمایت از این صنعت لزوماً از ایجاد شرایط گلخانه‌ای برای صنعت لوازم خانگی نمی‌گذرد بلکه باید فرصت‌های رقابت را برای تولیدکنندگان داخلی با ایجاد سیاست‌های افزایش تقاضای مؤثر و افزایش کیفیت و روزآمدی محصولات تولید داخل فراهم آورد.

• به اعتقاد شما در شرایط موجود، صنعت لوازم خانگی می‌تواند نقش مهمی در اقتصاد غیرنفتی ایفا کند؟



سرپرست سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران منصوب شد

وزیر صنعت، معدن و تجارت در حکمی «فرشاد مقیمی» را به‌عنوان سرپرست سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران منصوب کرد. در حکم وزیر صمت خطاب به مقیمی آمده است: نظر به تعهد، تخصص و شایستگی و سوابق جنابعالی، به‌موجب این حکم به سمت سرپرست سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران منصوب می‌شوید.

انتظار می‌رود با همکاری همه بخش‌های مرتبط در وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر سازمان‌های حاکمیتی دولتی و بخش خصوصی و با بهره‌گیری از توانمندی‌های بالفعل و بالقوه کشور، ضمن رعایت کامل قوانین و مقررات و با برنامه‌ریزی و نظارت درست و اتخاذ تصمیمات اصولی و راهگشا در جهت ایفای وظایف و تحقق اهداف و مأموریت‌های سازمان و در خدمت به مردم و کسب و کارها کوشا باشید. مقیمی پیش از این، معاون امور صنایع وزارت صمت، مدیرعامل شرکت ایران‌خودرو، معاون نوسازی و بهره‌برداری ایدرو، معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران و معاون صنایع کوچک و شهرک‌ها و نواحی صنعتی ایران را در کارنامه اجرایی خود داشته است.



سرپرست جدید ایدرو منصوب شد

عباس علی‌آبادی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در حکمی «بابک احمدی ناقدی» را به سمت سرپرست سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران منصوب کرد. بابک احمدی پیش از این مدیرعامل گروه مپنا بود که با حکم وزیر صمت، راهی وزارت صمت شد. گفتنی است که وی مدیرعاملی بخش حمل‌ونقل ریلی گروه مپنا را به عهده داشت و قبل از آن هم معاون بهره‌برداری و سیر و حرکت شرکت راه‌آهن بود.



علی‌رسولیان مشاور وزیر صمت شد

با حکم وزیر صمت علی‌رسولیان «مشاور وزیر» صمت شد.

براساس حکم عباس علی‌آبادی، وزیر صمت، علی‌رسولیان به عنوان «مشاور وزیر» منصوب شد.

علی‌رسولیان در دولت یازدهم معاون امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی بود و بعد از آن به عنوان معاون وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مشغول به کار شد.

مدیرکل دفتر هماهنگی امور اقتصادی و بین‌الملل استانداری خراسان رضوی، معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی و معاون وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، مسئولیت‌هایی بود که پیش از این علی‌رسولیان عهده‌دار آنها بوده است.



ایرانیان چقدر در شبکه‌های اجتماعی فعال هستند؟

بسیاری از کاربران ایرانی تصور داشتند که با فیلترینگ اینستاگرام از شهریور ۱۴۰۱، این شبکه اجتماعی نیز همانند فیسبوک از رده‌بندی شبکه‌های پرطرفدار ایرانیان خارج می‌شود. اما داده‌های دیتاک نشان می‌دهد که پس از اعتراضات حجم محتوای عمومی این بستر به مرور افزایش یافت.



شامل سایر هشتگ

شامل ۵۰ هشتگ پرکاربرد

٪۸۴

انتشار رتبه‌بندی رسانه‌های جهان در سال ۲۰۲۳

انتشار رتبه‌بندی رسانه‌های جهان در سال ۲۰۲۳، توسط مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی SID اعلام شد. سایمگو، مؤسسه تحقیقاتی در اسپانیا است که به رتبه‌بندی مؤسسات و پژوهشگاه‌های علمی می‌پردازد. اخیراً علاوه بر مؤسسات علمی به رتبه‌بندی رسانه‌های جهان نیز پرداخته و دو دوره از آن را از سال ۲۰۲۲ منتشر کرده است.

این رتبه‌بندی با عنوان رتبه‌بندی رسانه‌های جهان منتشر شده است.

شاخص‌های به‌کار رفته در رتبه‌بندی رسانه‌های جهان

شاخص‌های زیادی برای این رتبه‌بندی به‌کار رفته است، اما مهم‌ترین این شاخص‌ها عبارتند از:

۱. **امتیاز اقتدار:** کیفیت کلی وب‌سایت و تأثیر آن بر سئو اندازه‌گیری می‌شود. این امتیاز براساس تعداد بک لینک‌ها، دامنه‌های ارجاع‌دهنده، ترافیک جستجوی ارگانیک و بقیه داده‌ها محاسبه می‌شود.

۲. **رتبه‌بندی دامنه (AHREFS):** با قدرت و اقتدار یک وب‌سایت اندازه‌گیری می‌شود. این امتیاز با میزان بک لینک‌های یک سایت، پست‌ها در شبکه‌های اجتماعی و بقیه داده‌های مرتبط محاسبه می‌شود.

۳. جریان استنادی (MAJESTIC):

بازتابی از تعداد لینک‌هایی است که به یک وب‌سایت معین انجام شده است؛ با صرف‌نظر از اینکه لینک‌ها کیفیت خوب یا ضعیفی دارند.

۴. **جریان اعتماد (MAJESTIC):** کیفیت پیوندهایی که به یک وب‌سایت شده را اندازه‌گیری می‌کند. هرچه میزان جریان اعتماد بیشتر از جریان استنادی باشد، نشان‌دهنده کیفیت لینک‌های بالاتر است. هرکدام از این شاخص‌ها امتیازی برابر با ۲۵ درصد دارند.

معرفی برترین رسانه‌های جهان براساس رتبه‌بندی سایمگو

جدول فوق، برترین رسانه‌های جهان براساس رتبه‌بندی سایمگورانشان می‌دهد.

رتبه جهانی	عنوان رسانه	آدرس اینترنتی رسانه	کشور رسانه	زبان رسانه	امتیاز کلی از صد
۱	THE GUARDIAN	theguardian.com	انگلستان	انگلیسی	۸۹.۵
۲	THE NEW YORK TIMES	nytimes.com	ایالات متحده آمریکا	انگلیسی/چینی اسپانیایی	۸۶.۵
۳	USA TODAY	usatoday.com	ایالات متحده آمریکا	انگلیسی	۸۸.۵
۴	THE INDEPENDENT	independent.co.uk	انگلستان	انگلیسی	۸۶
۵	THE WASHINGTON POST	washingtonpost.com	ایالات متحده آمریکا	انگلیسی	۸۵

بر این اساس «گاردین»، «نیویورک تایمز» و «یو اس تودی» به‌ترتیب از کشورهای انگلستان، آمریکا و آمریکا در رتبه‌های اول تا سوم

قرار گرفته‌اند. زبان هر پنج رسانه برتر جهان نیز انگلیسی است.

معرفی برترین رسانه‌های ایران براساس رتبه‌بندی رسانه‌های جهان توسط سایمگو

بر اساس معیارهای مطرح شده در رتبه‌بندی رسانه‌های سایمگو، هشت رسانه از ایران در این رتبه‌بندی حضور دارند.

جدول فوق، برترین رسانه‌های ایران براساس رتبه‌بندی رسانه‌های جهان

توسط سایمگو را نشان می‌دهد.

بر این اساس «همشهری»، «تهران تایمز» و «جام جم» به‌ترتیب در رتبه اول تا سوم کشور در رتبه‌بندی رسانه‌های جهان قرار گرفته‌اند.

رتبه	عنوان رسانه	آدرس اینترنتی رسانه	زبان رسانه	رتبه جهانی رسانه	امتیاز از صد
۱	HAMSHAHRI	hamshahrionline.ir	فارسی	۸۷۳	۵۵.۵
۲	DOUBLE	doubletimes.com	انگلیسی	۱۰۵۰	۲۳
۳	Jam Jam Daily	jamejameonline.ir	فارسی	۲۶۵	۲۲.۵
۴	ENTEKHAB	enteekhab.ir	فارسی	۲۶۱	۲۱.۵
۵	Shargh Daily	sharghdaily.com	فارسی/عربی/انگلیسی	۲۸۰	۲۹.۵
۶	KHABAR E VARZESHE	khabarvarzeshi.com	فارسی	۲۹۳	۲۸.۵
۷	RESALAT	resalatnews.com	فارسی	۲۵۰۲	۲۸.۵
۸	Ettela'at Daily	ettelaat.com	فارسی	۲۸۱	۲۶.۵

از این هشت رسانه فقط «تهران تایمز» به زبان انگلیسی منتشر می‌شود. رسانه‌ی «شرق» نیز به زبان‌های انگلیسی، عربی و فارسی منتشر می‌شود. «خبر ورزشی» تنها رسانه‌ی تخصصی ورزش در میان هشت رسانه برتر ایران است.



SCImago
LAB

صنعت راه برون‌رفت از بن‌بست تحریم

پرویز کلباسی، مدیرعامل سیماران، در گفت‌وگو با ماهنامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی جایگاه صنعت را در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور بسیار حائز اهمیت توصیف کرد و گفت: گسترش صنایع می‌تواند تمام نیازهای اقتصادی سیاسی، اجتماعی، نظامی و فرهنگی ایران را پاسخگو باشد. او در ادامه به قدمت چندصدساله «صنعت ایران» اشاره کرد و معتقد است که صنعت ایران می‌تواند می‌تواند نیازمندی‌های خاورمیانه و آسیا را تامین کند.



مدیرعامل سیماران بر این باور است انرژی ارزان، معادن متنوع و فراوان، نیروی انسانی تحصیلکرده و فنی، جمعیت نسبتاً بزرگ و ... پشتوانه صنایع هستند اما از هیچ‌یک از این امکانات بهره‌گیری نشده است.

کلباسی با اظهار به اینکه هر روز این منابع تحلیل می‌رود و متأسفانه با گروه بزرگی از مردم گرسنه، بیکار و بی هدف روبه‌رو هستیم، گفت: کشور غنی ایران با همه امکانات تبدیل به یک کشور نیازمند شده است.

وی تصریح کرد: برای مثال استان سیستان و بلوچستان می‌توانست گندم کل کشور را تامین کند، یا اینکه منابع نفت، گاز، آهن، مس و ... می‌توانست پشتوانه تولیدات صنعتی کشور باشد؛ اما از این فرصت‌ها به‌خوبی استفاده نشد.

وی با طرح این پرسش که شاید ۱۰ درصد سرمایه مالی و انسانی که از این کشور خارج می‌شود بتواند صرف تامین هزینه‌های نان و گوشت یکسال مردم ایران کرد، اما آیا برنامه‌ای برای جلوگیری از خروج این سرمایه و انسان‌های ارزشمند وجود دارد؟ گفت: معتقدم که دولت باید از سرمایه‌گذاران واقعی ایرانی بدون نگرانی و با قدرت حمایت کند. از سوی دیگر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با توان فنی که در اختیار دارد، با ارائه طریق و برنامه دقیق چندساله به دولت می‌تواند نقش مهمی در حفظ ارزش تولید داخلی و رشد آن ایفا کند.

این فعال بخش خصوصی با بیان اینکه در شرایط موجود، مدیران صنایع به تدریج انگیزه خود را برای توسعه از دست داده‌اند و تنها برای بقاء خود در پایین‌ترین سطح تلاش می‌کنند، عنوان کرد: با تمام مشکلات موجود، محیط کسب‌وکار بسیار سخت اما در عین حال بسیار آموخته است؛ امیدوارم جوانان و سرمایه‌گذاران از خرید و فروش دلار، سکه، خودرو، ملک و ... صرف‌نظر کنند و به‌جای سرمایه‌گذاری در خارج از کشور به ایران و ایرانی فکر ببندیشند.

او گفت: معتقدم اگر دولت در عمل تولید را اولویت قرار دهد، مشکلات سیاست خارجی و ناهنجاری‌های داخلی کاهش خواهد یافت. با شعار گذشته، حال و آینده نمی‌توان پیشرفت کرد اما با ساخت‌وساز و توسعه صنایع در همه زمینه‌ها می‌توان زندگی سالم، شاد و افتخارآمیز داشت.

کلباسی با ابراز به این مسئله که صنایع لوازم خانگی در چند سال، گذشته به‌ویژه بعد از تحریم توسعه شایانی یافته است، خاطرنشان کرد: این صنعت که می‌توان گفت بزرگ‌ترین صنعت پس از خودروسازی است، چنانچه فرصت لازم و زمینه مناسب تولید در اختیار آن قرار گیرد، می‌تواند در طیف وسیعی در کشور تولید شود.

امکان تبدیل صنعت لوازم خانگی به هسته آموزشی صنایع بزرگ‌تر

مدیرعامل شرکت سیماران، افزود: صنعت لوازم خانگی حتی می‌تواند هسته آموزشی برای تولیدات صنایع بزرگ‌تر نیز باشد. آنچه به‌خاطر دارم آن است که کشوری مانند چین، بیل و کلنگ خوب می‌ساخت و از ایران ماشین باری و اتوبوس می‌خرید، اما اکنون توسعه یافته و با بزرگ‌ترین کشورهای توسعه‌یافته

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران مطرح کرد:

اقتصاد دستوری مانع صادرات پایدار است



یارانه‌ای را دریافت نمی‌کند، توضیح داد: مواد اولیه مورد نیاز این صنعت از بورس تامین می‌شود که فرمول قیمت‌گذاری در بورس کالا قیمت‌های جهانی، نرخ ارز و ضرر حدی ۱۰ الی ۱۵ درصد حاشیه رقابت است. این در حالی است که به دلیل عرضه محدود مواد اولیه در بورس، حدود ۴۰ الی ۴۵ درصد مواد اولیه این صنعت از بازار آزاد با قیمت‌های بسیار بالا تامین می‌شود. از همین رو در شرایط موجود، قیمت‌گذاری دستوری برای صنعت لوازم خانگی را فاجعه است.

وی با بیان اینکه در حال حاضر موضوعی به عنوان گران‌فروشی وجود ندارد، بلکه مسئله موجود گرانی است، اظهار کرد: بر اساس آمار اعلام شده از سوی مرکز آمار ایران نرخ تورم حدود ۵۰ درصد و بر اساس اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس، نرخ تورم حدود ۷۲ درصد است که نرخ تورم در بخش صنعت به مراتب بالاتر است.

لزوم تشکیل کارگروه تخصصی بخش خصوصی توسط دولت

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در بخش دیگری از سخنان با پیشنهاد تشکیل یک کارگروه تخصصی در حوزه صنایع پیشران از جمله صنعت لوازم خانگی به وزیر جدید صمت، گفت: تشکیل این کارگروه از بخش خصوصی، می‌تواند تأثیر بسیار زیادی در حل مسائل و انتقال دغدغه‌های بخش خصوصی به دولت داشته باشد.

پیش‌شرط‌های توسعه پایدار صادرات

هاشمی ورود بیش از حد دستگاه‌های دولتی و نظارتی به بخش تولید، فروش و ... را به نوعی سیگنال منفی به صنعت دانست و تصریح کرد: مکانیزم عرضه و تقاضا بهترین روش برای تنظیم و تعدیل بازار است. اگر معیشت و قدرت خرید مردم پایین است با سرکوب یک بخش دیگر نمی‌توان سطح اقتصادی مردم را ارتقاء داد؛ دولت باید فکری به حال تورم که شاه بیت اقتصاد کشور است، کند. وی تأکید کرد: تا زمانی که ندانیم، در کجای پازل جهانی قرار داریم و دارای چه مزیت‌هایی هستیم نمی‌توان انتظار صادرات پایدار را داشت. انتظار صادرات پایدار لوازم خانگی در صورتی امکان‌پذیر است که بتوانیم به صورت سیستماتیک به شبکه ارزش و تامین جهانی وصل شویم.

به گزارش آهام ایران، عباس هاشمی، دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در گفت‌وگو با فردای اقتصاد با بیان اینکه این انجمن حدود ۴۲ سال قدمت دارد و بیش از ۳۰۰ واحد تولیدی در دو محور اصلی یعنی (محصول‌سازان و قطعه‌سازان) عضو این انجمن هستند، عنوان کرد: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، عضو اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران است که در آن ۱۱ کمیسیون تخصصی به عنوان بازوی مشورتی دستگاه‌های اجرایی فعال هستند. وی اضافه کرد: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ۲۲ دوره مجری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی بوده است.

هاشمی در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع ممنوعیت واردات لوازم خانگی اشاره کرد و گفت: دولت اقدام به ممنوعیت واردات تمام کالاها نکرد، این ممنوعیت مشمول کالاهایی شد که امکان تولید داخلی آن وجود داشت. وی با بیان اینکه بسیاری از واحدهای تولیدی از فرصت پیش آمده استفاده حداکثری کردند، توضیح داد: در این مدت، در بخش‌های مختلف صنعت لوازم خانگی، سرمایه‌گذاری بسیار خوب و قابل توجهی انجام شد.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با تأکید بر اینکه رضایت مصرف‌کننده مهم‌ترین موضوع در تولید لوازم خانگی است، خاطرنشان کرد: موضوع خدمات پس از فروش، جلب رضایت مشتری، توسعه دامنه تنوع محصولات تولیدی در راستای تامین نظر مشتری، کیفی‌سازی محصولات، متعادل‌سازی قیمت‌ها و ... از جمله مواردی است که تولیدکننده باید به آن توجه و عمل کند، اما واقعیت موضوع این است که دولت چه وظایفی در راستای این ممنوعیت و یا محدودیت ایجاد کرده است؟

ادامه مشکلات ارزی در صنعت لوازم خانگی

هاشمی در ادامه افزود: برای مثال در بخش تامین ارز، از اواخر بهمن ماه سال گذشته تاکنون، تخصص ارز از سوی بانک مرکزی برای تامین مواد اولیه وارداتی بی‌نهایت کند و در برخی مواقع متوقف بوده است.

این فعال بخش خصوصی اضافه کرد که عدم تامین ارز برای واردات مواد اولیه در برخی مواقع منجر به رسوب کالا در گمرک شده است. صنعت لوازم خانگی یارانه‌ای برای مواد اولیه دریافت نمی‌کند.

هاشمی با بیان اینکه صنعت لوازم خانگی عملاً در حوزه مواد اولیه هیچگونه

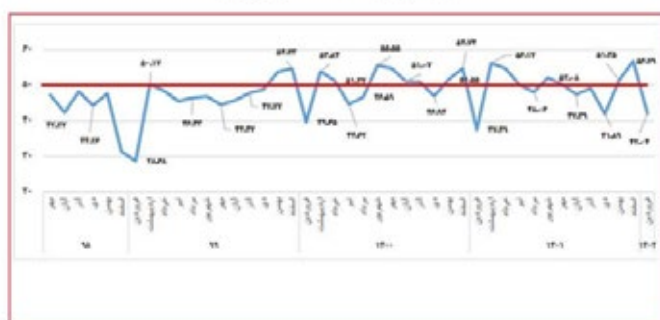
تحولات اقتصادی کشور با محوریت بازار زنجیره فولاد و لوازم خانگی

از جمله شاخص‌های اصلی تعیین فعالیت‌های اقتصادی در بازارهای مختلف از جمله بازار فولاد، رشد اقتصادی است که افزایش آن معادل با انبساط فعالیت‌ها و کاهش آن رکود را در پی خواهد داشت. به منظور درک بهتر رشد اقتصادی در بهار ۱۴۰۲ و نیز نیم‌نگاهی به ادامه روند رشد در بهار ۱۴۰۲ می‌توان از شاخص مدیران خرید کل اقتصاد، بخش صنعت و اجزای آن در فروردین ماه ۱۴۰۲ استفاده کرد.

شاخص مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در فروردین ماه عدد ۴۲.۰۴ محاسبه شده و شاخص کل کمترین مقدار ۳ ماه گذشته از بهمن ماه ۱۴۰۱ را به ثبت رسانده است. در این ماه همه مولفه‌های اصلی، به غیر از سرعت انجام و تحویل سفارش و میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی، کمتر از ۵۰ گزارش شده‌اند.



شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در فروردین ۱۴۰۲



این شاخص برای لوازم خانگی ۲۸ و نسبتاً نگران‌کننده است و برای زنجیره فولاد و فلزات توام با بهبود بوده و رقم ۵۵ حاصل شده است.

شوگ ارزی به صنایع

شاخص سرعت انجام و تحویل سفارش (۴۴.۴۵) طی ۲۴ دوره از اردیبهشت ۱۴۰۰ به کمترین مقدار خود رسیده است. به عقیده فعالان اقتصادی عدم تخصیص ارز از سوی بانک مرکزی ثبت سفارشات را با تأخیر روبرو کرده است.

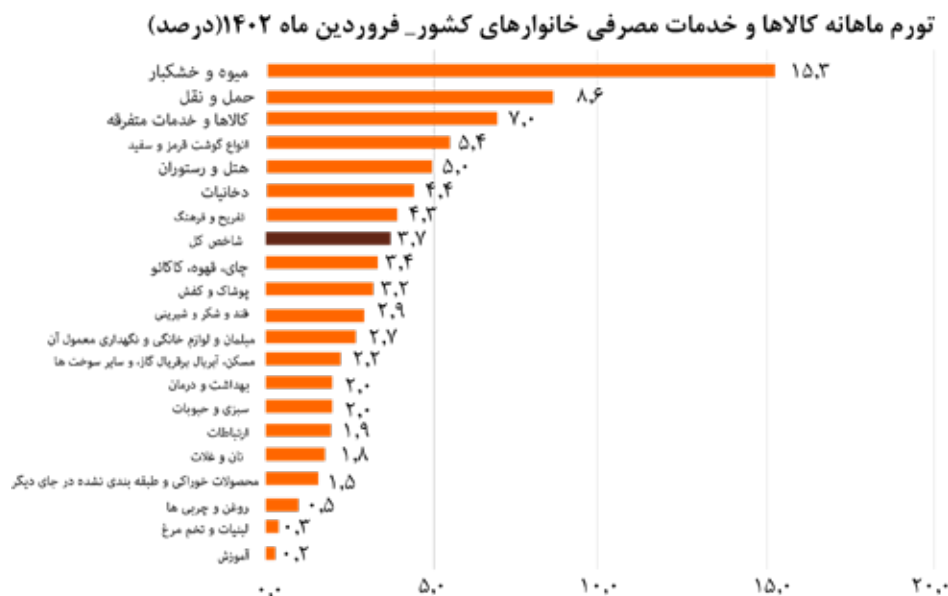
تقریباً چند ماهی است که تخصیص ارز سهمیه‌ای برای صنایع قطع شده و نوبت‌های تخصیص به ماه آینده موکول می‌شود. ترس از شوک ارزی در آینده نزدیک باعث شده بسیاری از شرکت‌ها در تحویل کالا دچار مشکل جدی شوند. با این حال، وضعیت صنایع فلزی و لوازم خانگی با توجه به موجودی‌های قبلی تا حدودی بهتر از متوسط صنعت بوده است.

آمار نشان می‌دهد، در فروردین ماه سال جاری به دلیل تعطیلات نوروز، ماه رمضان و همچنین نابسامانی قیمت‌ها، اکثر کسب‌وکارها در رکود و تعطیل بوده‌اند. در میان رشته فعالیت اصلی هر سه فعالیت رکود داشته‌اند و بخش صنعت کمترین مقدار را در مقایسه با بخش ساختمان و خدمات و کشاورزی داشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد؛ شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعت در فروردین ماه (۲۵.۷۱) به کمترین مقدار ۳۶ ماه گذشته یعنی از اردیبهشت ۹۹ رسیده است. به عقیده فعالان اقتصادی شدت گرفتن نابسامانی نرخ ارز طی ماه‌های اخیر باعث شده تا شرکت‌ها در تأمین مواد اولیه و تولید مشکل داشته باشند.

در اسفند ۱۴۰۱ نیز عمده فروش‌ها از موجودی انبار تامین شد که جایگزین مواد اولیه مناسب برای تولید محصول نداشته است. با این حال، انتظار اردیبهشت و خردادماه مناسبی برای تولید خواهیم داشت. این شاخص برای صنعت لوازم خانگی کمی بیش از ۱۳۰ برای زنجیره فلزات ۳۵ است که تا حدودی نگران‌کننده به نظر می‌رسد.

کاهش شاخص موجودی محصول نهایی در انبارها

شاخص موجودی محصول نهایی در انبار در فروردین‌ماه (۴۶.۴۱) برای چهارمین‌ماه پیاپی کاهش داشته است؛ گرچه شدت کاهش در مقایسه با ماه قبل کمتر بوده است اما همچنان توان جایگزینی محصولات فروش رفته از انبار در صنایع به حالت نرمال بازنگشته و در صورت قطعی برق و یا رشد نرخ ارز و عدم تخصیص ارز برای واردات مواد واسطه‌ای روند شاخص مورد بررسی با افت بیشتری مواجه خواهد شد.



هشدار کمبود مواد اولیه

آمار نشان می‌دهد، شاخص موجودی مواد اولیه خریداری شده (۳۹.۱۹) کاهش داشته و طی ۱۲ دوره از اردیبهشت سال گذشته به کمترین مقدار خود رسیده است. نابسامانی بازار ارز و عدم تخصیص ارز توسط بانک مرکزی تولیدکنندگان را در زنجیره تأمین مواد اولیه با مشکل روبرو کرده است.

از دیگر سو، کمبود گاز و افت تولید مواد واسطه‌ای در زمستان نیز موجودی مواد اولیه را در برخی صنایع با کسری بیشتری مواجه ساخته است. در بخش لوازم خانگی عدد مذکور ۳۴ و در زنجیره فلزات ۴۳ بوده که ادامه روند فعلی و شوک‌های ارزی احتمالی، دسترسی و تامین مواد اولیه را با سختی بیشتری

شاخص مدیران خرید صنعت در فروردین ماه ۱۴۰۲ - در صنایع مختلف

[illegible]

بلا تکلیفی عدم تخصیص ارز

رکود کسب و کارهای بخش صنعت در اردیبهشت ماه با شدت بیشتری همراه است. طبق روال سال های گذشته، در فروردین ماه همه رشته فعالیت های بخش صنعت با کاهش شاخص رو به رو بوده اند.

با توجه به نابسامانی بازار ارز و همچنین عدم تخصیص ارز موردنیاز مواد اولیه شرکت‌ها از سوی بانک مرکزی، اکثر تولیدکنندگان در فروردین‌ماه سال جاری تمایل به توقف تولید داشتند. جالب اینکه این بلا تکلیفی عدم تخصیص ارز چشم‌انداز روشنی تا اردیبهشت‌ماه نداشته است.

در بخش فلزات، زنجیره فولاد و لوازم خانگی در فروردین ماه تا حدودی افت سفارشات و فروش داخلی دیده می شود که به دنبال تعطیلات و کاهش موجودی در این ماه تا حدودی طبیعی است.

منبع: بخش مطالعات اقتصادی، شرکت انرژی، کشور

۱۰ ویژگی مشترک بین بهترین اعضای هیأت مدیره

مؤسسه HIM For Her اخیراً گفتگو و مصاحبه‌ای با ۲۰۰ مدیرعامل، مدیرمالی و عضو هیئت مدیره خبره داشته و از آنها در مورد مؤثرترین و بهترین اعضای هیئت مدیره‌ای که در طول فعالیت خود با آنها مواجه شده‌اند سؤال کرده است. در نهایت به ۱۰ ویژگی مشترک بین پاسخ‌های دریافت شده رسیده است که خلاصه آن‌ها را به صورت مختصر منتشر کرده است. از این رو، این گزارش می‌تواند یکی از ورودی‌های مناسب در انتخاب اعضای هیئت مدیره، تدوین برنامه‌های آموزشی برای توانمندسازی اعضاء و همچنین ارزیابی عملکرد فردی اعضای هیئت مدیره‌ها باشد.



۱ سوال متفکرانه و عمیق می‌پرسند؛ نه برای مچ‌گیری یا اثبات دیدگاه خود

این قبیل اعضا جستجوگرند و تلاش می‌کنند تا پیش از تصمیم‌گیری کلیه جوانب مختلف موضوع برای هیئت مدیره باز شود، دیدگاه‌های جدید در هیئت مدیره طرح شود و با به چالش کشیدن اصولی طرح‌ها و پیشنهادات، باعث افزایش کیفیت تصمیم‌گیری هیئت مدیره خواهند شد.

۲ نگاه وسیع و همه‌جانبه دارند

این قبیل اعضاء، منتظر رسیدن و دریافت اطلاعات نمی‌مانند و معمولاً به‌طور مستمر در حال شناسایی ترندها و فرصت‌های بالقوه برای توسعه استراتژی‌های شرکت و افزایش منافع ذی‌نفعان هستند؛ در واقع می‌توان گفت که دیدبان خوبی برای شرکت هستند.



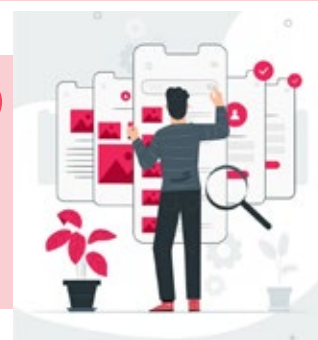
۳ بزرگ فکر می‌کنند، آینده‌نگر هستند

در وجه مدیریت، مدیرعامل و تیم اجرایی وی موظف به پیشبرد عملیات جاری و روزمره شرکت هستند ولی اعضای هیأت مدیره باید روبه‌جلو و اصطلاحاً دو قدم جلوتر را ببینند و به جایگاه شرکت برای سه تا پنج سال آینده و استراتژی دستیابی به آن فکر کنند.



۴ برای شرکت شبکه‌سازی موثر انجام می‌دهند

اعضای هیئت مدیره برتر یا بالغ در واقع به محض عضویت در ترکیب هیئت مدیره تبدیل به سفیران برند شرکت می‌شوند و حتی منجر به جذب استعدادها به‌ویژه در رده‌های بالای مدیریتی در شرکت خواهند شد.



۴ با ذی‌نفعان کلیدی ارتباط مستقیم ولی اصولی می‌گیرند



اینکه اعضای هیئت مدیره از موضوعاتی مثل وضعیت رضایت مشتریان و انتظارات آنها و همچنین تصویر برند شرکت در بازار بی‌اطلاع باشند، نامطلوب است ولی چندان غریب نیست، اما اعضای برتر هیئت مدیره بین خود و این ذی‌نفعان کلیدی اصولی (ضمن حفظ حریم مدیرعامل و تیم اجرا) و مستقیم برقرار می‌کنند. به‌عنوان مثال چنین اعضایی گاهی به‌صورت مستقیم به تماس‌های ضبط شده صدای مشتری گوش می‌دهند و یا به‌طور مداوم کانال‌های مختلف شرکت در Social Media مثل سایت، اینستاگرام، توییتر، لینکدین و غیره را دنبال می‌کنند و با کنجکاوی کامنت افراد زیر هر پست را مطالعه می‌کنند.

۵ نظارت موثر اما بدون دخالت مستقیم دارند

این قبیل اعضا حتی در شرایط بحرانی و مواردی که به‌درستی رویکرد و تصمیم خود و احیاناً اشتباهات مدیرعامل و تیم اجرایی واقفاند، از دستور دادن به انجام کاری خودداری می‌کنند و با مهارت سعی می‌کنند بدون دستور دادن و دخالت مستقیم در اوضاع، مدیرعامل و تیم اجرا را با خود همراه کنند. البته گفتن این موضوع به‌ظاهر ساده است و در عمل چنین رفتاری، نیاز به آموزش و کسب مهارت از سوی اعضای هیئت مدیره دارد.



۶ برای شرکت وقت می‌گذارند

این تصور که هیئت مدیره فقط باید در چند جلسه هیئت مدیره در طول سال شرکت کنند، کاملاً اشتباه است. یک عضو بالغ هیات مدیره برای امور اجرایی شرکت نیز در صورت تمایل و درخواست مدیرعامل، وقت می‌گذارد. مثلاً ممکن است حتی برای صرفاً همراهی مدیرعامل در یک جلسه مهم تجاری، شبانه پرواز طولانی را به جان بخرد درحالی‌که قرار است در آن جلسه صرفاً همراه مدیرعامل باشد و احتمالاً عمده زمان جلسه را در سکوت خواهد گذراند.

۷ روی مدیرعامل سرمایه‌گذاری می‌کند

سرمایه‌گذاری صرفاً به معنی تخصیص زمان برای کوچ کردن مدیرعامل نیست، بلکه گاهی اوقات حمایت و سرمایه‌گذاری عاطفی نیز الزام است؛ به‌عنوان مثال چنین اعضای هیات مدیره‌ای، در زمان وقوع یک بحران، گاهی اوقات تلفن را برداشته و صرفاً جهت پرسیدن حال مدیرعامل با وی تماس می‌گیرند و از وی در برابر شرایطی که در آن قرار دارد، حمایت عاطفی می‌کنند.

درمجموع شما به‌عنوان عضو هیات مدیره ممکن است چندین سال در کنار یک شرکت باشید و در این مدت ممکن است اتفاقات بسیاری در زندگی شخصی افراد، چه سایر اعضا و چه مدیرعامل رخ دهد، بنابراین مراقبت از مدیرعامل یکی از نکات کلیدی است که اعضای برتر هیات مدیره به آن توجه می‌کنند.





نتیجه این تحقیق نیز حاکی از آن است که اگر به یکباره در خصوص موضوعی، بدون هیچ چالشی همه اعضا موافق هستند، اصطلاحاً یک جای قضیه می‌لنگد؛ چنین اعضای این شرایط را به چالش می‌کشند تا از بررسی کلیه جوانب و درستی تصمیم اطمینان پیدا کنند.

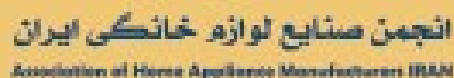
یک عضو هیات‌مدیره بالغ می‌داند کلماتی که از دهان وی خارج می‌شود و لحن وی به‌ویژه در زمانی که مدیرعامل یا مدیران ارشد شرکت در جلسه حضور دارند، می‌تواند بار سنگینی به همراه داشته باشد. حتی در برخی موارد از سمت مدیرعامل و تیم اجرا دچار سوءتعبیر و بروز سوتفاهمات جدی شود. بنابراین همواره به‌طور شخصی از این موضوع مراقب می‌کنند.

در مجموع در دنیای امروز مهارت‌های نرم هیات‌مدیره نسبت به مهارت‌های تخصصی ارجحیت دارد و در دوره‌های آموزشی که در سراسر دنیا برای پرورش عضو هیات‌مدیره برگزار می‌شود، تمرکز عمده روی مهارت‌های نرم است که یک عضو هیات‌مدیره مؤثر و خوب را از سایر اعضا متمایز می‌کند.

در جایی از این گزارش آمده است که هیچ یک از مدیران عامل جامعه هدف این گزارش، حتی یک‌بار هم یک عضو هیات‌مدیره را برای اینکه فرضاً به فرایندهای حسابرسی و ممیزی اشراف کامل دارد، تحسین نکرده‌اند!

در انتها لازم به تاکید است که نباید فراموش کرد که فرهنگ‌سازمانی ابتدا از هیات‌مدیره آغاز می‌شود.





آینده سازان
صنایع لوازم خانگی
ماهانامه عمومی صنعت لوازم خانگی

ماہنامہ

صنعت پیشران لوازم خانگی ایران

مطابق این روش، عملکرد یک تیم را می‌توان به روش زیر محاسبه کرد:

اشتراک بخش ماهه

۴۵۰ هزار تومان

اشتراک یک مجسمه

۹۰۰ هزار تومان



فرم اشتراک

نام و نام خانوادگی: _____ نام شرکت: _____

Journal Pre-proof

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000 1001 1002 1003 1004 1005 1006 1007 1008 1009 1010 1011 1012 1013 1014 1015 1016 1017 1018 1019 1020 1021 1022 1023 1024 1025 1026 1027 1028 1029 1030 1031 1032 1033 1034 1035 1036 1037 1038 1039 104

© 2013 by Global Journal of Management Science. All rights reserved.

50

لطفا هزینه اشتراک را به حساب بانک صادرات به شماره ۹۱۴۸۸۲۶۶۰۰ و یا شماره شعبه ۹۱۴۸۸۲۶۶۰۰۰۰۰۰ ارسال نمایید.
به نام انجمن صناعیه لوازم خانگی ایران، داریز و فیض داریز، همکاران درم اشتراک تکمیل شده را به شماره ۹۱۴۸۸۲۶۶۰۰ ارسال نمایند.

دربارهٔ شمعند است، هر گونهٔ شمع، شمعانی را به دفتر راهنمای شمعند، فرستاد.

مروری اجمالی بر کتاب «بازآفرینی یک صنعت»

قانونی و همچنین تحولات فناورانه بر توسعه زنجیره ارزش این صنعت، به تفصیل به مباحث قانونی و فناورانه و کاربرد آن در صنایع لوازم خانگی ایران پرداخته شده و از این طریق زمینه برای ورود به بخش سوم این کتاب آماده می‌گردد.

بخش سوم (مشمول بر سه فصل)، حاوی خروجی آسیب‌شناسی‌های صورت‌گرفته در این صنعت طی یک سال و نیم ارتباط تنگاتنگ با اعضای محترم انجمن ملی صنایع لوازم خانگی و مصاحبه‌های صورت‌گرفته طی آن دوره -برحسب عوامل محیط سیاسی، کسب‌وکاری و محیط خرد بنگاهی- است. با احصای نتایج آسیب‌شناسی در قالب یک الگوی سیستماتیک، ماتریس راهبردهای مرجع در این صنعت برحسب هر یک از سه زیرگروه انرژی‌بر، غیرانرژی‌بر و قطعه‌سازی لوازم خانگی استخراج گردید و نهایتاً نقشه راه حرکت در این صنعت، طی فصل آخر طبق الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک برایسون (۱۹۸۵) طراحی و تدوین گردید.

بخش چهارم به تبیین سند تحول صنایع لوازم خانگی ایران با تفکیک بر محصولات لوازم خانگی انرژی‌بر، غیر انرژی‌بر و اجزا و قطعات و ابعاد ناظر بر آن می‌پردازد.

امید بر آن است چالش‌ها و خطوط راهبردی و سیاستی ارائه شده در این بخش تا حد زیادی تصویری از مشکلات توسعه صنایع لوازم خانگی و نسبت برخی سیاست‌های دولت با عملکرد آن را به تصویر کشد. همچنین امید است به واسطه ارائه راهبردها و راهکارهای اجرایی که بعضاً متکی بر محیط‌شناسی و ظرفیت‌های قانونی کشور هستند، خطوط کلی برنامه‌های اجرایی برخی دیگر از رشته فعالیت‌های ساخت‌محور در کشور را در شرایط حاضر در اختیار متولیان و سیاست‌گذاران حوزه صنعت و معدن قرار دهد.

مجلد علمی- کاربردی و تحقیقاتی «بازآفرینی یک صنعت، هفت دهه تحولات لوازم خانگی ایران» با در ۱۰ فصل توسط گروه مؤلفان: افسانه شفیعی، مجید جلیلی و فائزه هدایت نظری و با ویراستاری علمی فرشاد براتی و ویراستاری ادبی ام‌فروه موسوی منتشر گردیده و همینک در دسترس فعالان، تولیدکنندگان و صنعتگران، مدیران و مسئولان دستگاه‌های ذی‌ربط و علاقه‌مندان صنعت لوازم خانگی قرار دارد.

به گزارش آهام ایران، نگاهی به روند تحولات صنایع لوازم خانگی کشور نشان می‌دهد که این صنعت با وجود بهره‌مندی ۱/۷ 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.

بخش اول از کتاب حاضر تلاشی در راستای مدون کردن سیاست‌های ناظر بر صنایع لوازم خانگی است که با معرفی الگوهای نظری و تجربی توسعه زنجیره ارزش، جایگاه این مفهوم را در برابر توازن بخشی به زنجیره تأمین فیزیکی در صنایع لوازم خانگی به تصویر می‌کشد. در واقع، این بخش از کتاب تلاش می‌کند تا با ارائه تصویری از لوازم خانگی برحسب دسته‌بندی سه‌گانه صنایع انرژی‌بر، غیرانرژی‌بر و قطعات واسطه‌ای و معرفی محصولات زیرمجموعه، مروری بر تحولات بازار جهانی آن داشته باشد.

سپس با تمرکز بیشتر بر صنایع لوازم خانگی انرژی‌بر، به مقایسه تطبیقی روش‌های مداخله‌ای و حمایتی دولت در کشورهای منتخب و موفق در حوزه این صنعت در یک نظام هماهنگ (برحسب سیاست‌های بازگانی، صنعتی و فناوری) پردازد و درس‌هایی را برای به‌کارگیری در ایران با ایجاد تناسب میان ساختار این صنعت در کشورهای مذکور و نوع سیاست‌های به کار رفته اعمال نماید.

بخش دوم کتاب (مشمول بر چهار فصل) به‌طور اختصاصی به تحلیل وضعیت صنایع لوازم خانگی در ایران می‌پردازد. در این ارتباط ابتدا تاریخچه‌ای از تحولات صنایع لوازم خانگی کشور و الگوی تکامل زنجیره ارزش در آن طی یک قرن اخیر ارائه شده است و سپس با پرداختن به شاخص‌های عملکردی در این صنعت، سنجه‌های مقدماتی از مشکلات این صنعت را معرفی می‌کند. در ادامه این بخش به سبب اهمیت بالای چارچوب‌های

«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 شماره تماس ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۶ و ۱۰۴)

روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تماس حاصل فرمایند.

www.ahamiran.com

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

آیین‌نامه جدید ضوابط «خدمات پس از فروش» ابلاغ شد



این کار را با تعامل بخش خصوصی و تولیدکنندگان و حتی انجمن حمایت از خدمات پس از فروش و انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان پیش بردیم.

آیین‌نامه جدید خدمات پس از فروش چه تغییری نسبت به آیین‌نامه قبلی کرده است؟

ببینید موضوع تغییرات در اساس تغییر رویه نگرش به این ضوابط بوده است؛ حدود ۱۰ سال گذشته که این آیین‌نامه ابلاغ شد، منوط به ابلاغ وزیر بود و هر زمان که کوچک‌ترین تغییری در آن صورت می‌گرفت، باید این تغییرات بر این اساس دنبال می‌شد. در همین راستا، یک کارگروهی در وزارتخانه تشکیل شد به نام «کارگروه خدمات پس از فروش»؛ در این کارگروه تقریباً تمامی مدیرانی که در حوزه تولید کالاهای سرمایه‌ای و با دوام فعالیت دارند، عضو هستند. در این کارگروه مصوب شد که هر تغییری که تفویض شده از طریق این آیین‌نامه و با ابلاغیه وزیر صنعت، معدن و تجارت، اگر مصوبه این کارگروه باشد می‌تواند اعمال شود.

در آیین‌نامه جدید گروه‌بندی در خصوص کالاها نیز انجام گرفته است؟

بله گروه‌بندی شده است؛ البته در گذشته نیز گروه‌بندی وجود داشت، اما این گروه‌ها افزایش پیدا کرده است. برای مثال، زمان گارانتی برای تلفن همراه با سایر لوازم خانگی مشابه نیست؛ برای تلفن همراه ۱۸ ماه و برای سایر کالاها ۲۴ ماه است. در همین راستا در جدولی مشخص شده اعلام کردیم که کدام گروه‌های کالایی نصب اجباری دارند و کدام گروه‌های کالایی نصب ترجیحی دارند و یا حتی کدام گروه‌های مربوط به لوازم خانگی نصب ندارند و موقع تحویل کالا همان‌جا در فروشگاه صحیح و سالم باید کالا تحویل مصرف‌کننده شود. در بخش لوازم خانگی خدمات پس از فروش از ۱۸ ماه به ۲۴ ماه افزایش پیدا کرد.

ضوابط اجرایی خدمات پس از فروش کالاهای مختلف به شرکت‌های ارائه‌دهنده این خدمات ابلاغ شد.

به گزارش آهام ایران به نقل از خبرگزاری صدا و سیما، حمید محله‌ای، مدیرکل دفتر خدمات فنی و مهندسی وزارت صمت، می‌گوید: بر اساس ضوابط، خدماتی که شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پس از فروش موظف به انجام آن هستند از طریق سامانه جامع تجارت به صورت برخط قابل رصد و پیگیری است.

در خبرها عنوان شد که آیین‌نامه ضوابط اجرایی خدمات پس از فروش اصلاح و ابلاغ شده است که در آن از تغییر مدت خدمات پس از فروش گرفته تا امکان ثبت شکایات درباره این خدمات، دیده می‌شود. این موضوع در میز اقتصاد رسانه ملی، بررسی و جزئیات آیین‌نامه جدید با مدیرکل دفتر خدمات فنی و مهندسی وزارت صمت مورد گفت‌وگو قرار گرفت.

جزئیات ضوابط اجرایی آیین‌نامه جدید خدمات پس از فروش چیست؟

متأسفانه به موضوع «خدمات پس از فروش» به طور شایسته پرداخته نشده است، اما با تغییری که در وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام گرفت این موضوع مورد بازنگری و تجمیع قرار گرفت. ما معتقدیم که نباید به موضوع خدمات پس از فروش، به عنوان یک هزینه نگاه کرد؛ چرا که طرف حساب ما صرفاً مصرف‌کننده نیست. در واقع تولیدکنندگان نیز باید به موضوع خدمات پس از فروش حساس باشند؛ چرا که موضوع خدمات پس از فروش، موضوع آینده و سهم بازار شرکت‌ها را می‌تواند تحت تأثیر قرار دهد.

در حقیقت در طول یکسال گذشته که این ماموریت به عهده دفتر خدمات فنی و مهندسی وزارت صمت واگذار شد، در ابتدا اقدام به تغییرات مناسب در ضوابط اجرایی خدمات پس از فروش کردیم.



این بخشنامه چه ضمانت اجرایی دارد؟

در ماده چهار قانون حمایت از مصرف‌کنندگان به صراحت اعلام شده که تمام کالاهایی که سرمایه‌ای با دوام هستند، تولیدکننده و واردکننده مکلف است خدمات پس از فروش را در اختیار خریداران در دو بخش قرار دهد.

برخی مشمول خدمات رایگان (گارانتی) می‌شود که در طول زمان مشخص، چنانچه کالایی ایراد ذاتی پیدا کرد خدمات رایگان در اختیار خریدار قرار داده خواهد شد. اما پس از اتمام دوره بسته به نوع کالا وارانتی به محصول تعلق می‌گیرد واردکننده یا تولید کننده مکلف است برای این کالا تامین قطعه کند.

مردم نسبت به خدمات پس از فروش اعتماد خود را از دست داده‌اند، برای این موضوع چه سازوکاری پیش بینی شده است؟

متأسفانه مردم اعتماد خود به اکثر ضمانت‌نامه‌ها را به دلیل عملکرد نامناسب برخی شرکت‌ها از دست داده‌اند که ناشی از کلی‌گویی در ضمانت‌نامه‌ای است که به خریداران عرضه می‌شود که در ضوابط جدید برای این موضوع نیز تدابیری اندیشیده شده است.

آیا موضوع مورد اشاره در ضمانت‌نامه‌ها لحاظ شده است؟

در ضوابط جدید علاوه بر خودداری از کلی‌گویی‌ها در ضمانت‌نامه تلاش بر این است تا هزینه ایاب‌وذهاب نیز جز در مواقع خاص بر عهده خریدار نباشد. چنانچه منطقه‌ای دور از مناطق شهری مابه‌التفاوت هزینه دریافت خواهد شد، لذا در سایر موارد خریدار می‌تواند نسبت به عدم اجرای مفاد ضمانت‌نامه شکایت اعلام شکایت کند. در شیوه جدید امکان استعلام اصالت ضمانت‌نامه‌ها هم فراهم شده درست است.

کد رهگیری تا چه حد در ترسیع رسیدگی به شکایات مردمی اثرگذار است؟

از آن جا که اصالت کالای را براساس شناسه رهگیری استعلام و موردتایید قرار می‌گیرد به هنگام فعالسازی، خدمات پس از فروش هم باید از همان شناسه استفاده شود. خریداران توجه داشته باشند کالایی که کد رهگیری نداشته باشد فاقد اصالت و موردتایید نیست و خدمات پس از فروش به آن تعلق نمی‌گیرد.

آیا کد رهگیری در حوزه پوشاک نیز فعال شده است؟

خیر؛ پوشاک در حال حاضر مشمول کالاهایی که دارای کد رهگیری

هستند نیست و لذا خدمات پس از فروش نیز شامل آن نخواهد شد. چرا که شناسه هم در بخش تولید پوشاک محل بحث است.

چگونه خریدار متوجه اصالت کد رهگیری در هنگام خرید کالا باشد؟

خریدار پیش از اقدام به خرید با مراجعه سامانه گارانتی، می‌تواند از اصالت کد رهگیری یا شناسه کالا اطمینان حاصل کند؛ چرا که به محض صدور فاکتور کد رهگیری معتبر در اختیار خریدار قرار خواهد گرفت.

اطمینان حاصل کردن از اصالت کد رهگیری چگونه صورت می‌گیرد؟

با روشی که به آن اشاره شد، خریدار به راحتی می‌تواند نسبت به اصالت کد رهگیری کالای خریداری شده اطمینان پیدا کند و از این راه به اطلاعات کامل این که گارانتی از ابتدای تولید مورد محاسبه قرار می‌گیرد و یا پس از فروش دسترسی داشته باشد.

لیلا محمدی معاون دفتر خدمات فنی وزارت صنعت، معدن و تجارت

آیا امکان شکایت به صورت برخط در فرم جدید ضوابط نصیص ضمانت‌نامه وجود دارد؟

بله؛ از آبان ماه ۱۴۰۱ این امکان را در سامانه جامع خدمات پس از فروش در سامانه جامع گارانتی قرار داده شد که با توجه به اطلاع‌رسانی‌هایی که اتفاق افتاد بررسی شکایات از این مسیر میسر شد.

نحوه عملکرد سامانه را توضیح می‌دهید؟

این سامانه نوع، برند و فروشگاه اطلاعاتی را در اختیار خریدار قرار می‌دهد که به راحتی در صورت لزوم اقدام به طرح شکایت کند. چنانچه فاکتور فروش نیز در این سامانه بارگذاری شود در رسیدگی به شکایت خریدار تسریع خواهد شد.

درباره بازه زمانی رسیدگی به شکایات، توضیح خاصی مد نظر شماست؟

در صورتی که شکایت ثبت شده قابل رسیدگی باشد، شکایت مطرح شده به تولیدکننده کالا اطلاع داده می‌شود و ظرف ۷ روز گارانتی‌کننده کالا باید نسبت به رفع مشکل ایجاد شده اقدام کند.

ورود اعضای جدید را به جمع خانواده بزرگ انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گرامی می‌داریم

نام شرکت: تابان گستر پویا (سهامی خاص)

نام مدیر عامل: ناصر تقی زاده اصل

فعالیت: تولید انواع شیشه‌های سکوریت لوازم خانگی- انواع یراق آلات



نام شرکت: رویانا صنعت زنده‌رود (سهامی خاص)

نام مدیر عامل: مجتبی کریمی

فعالیت: تولید انواع وسایل پخت‌وپز خانگی- انواع آبگرمکن‌های برقی و گازسوز خانگی



نام شرکت: ارس گستر پویا (شرکت با مسئولیت محدود)

نام مدیر عامل: بهروز یگانه دهر سراب

فعالیت: تولید انواع اواپراتور یخچال فریزر خانگی- انواع کندانسور- انواع آکومولاتور و ساکشن



نام شرکت: ثمین سیم سپاهان اصفهان (سهامی خاص)

نام مدیر عامل: مجید علی صادقی

فعالیت: تولید انواع مفتول مسوار- مفتول فنر- مفتول گالوانیزه



نام شرکت: شماران سیستم (با مسئولیت محدود)

نام مدیر عامل: پویا الیشائی صیاد

فعالیت: انواع نرم‌افزارهای ERP



نام شرکت: شیمی کاران جلودار (سهامی خاص)

وابسته به گروه صنعتی کاریزماتک

نام مدیر عامل: ترنم خامسیان

فعالیت: تولید انواع سیفون سینک ظرفشویی- انواع سبد سینک ظرفشویی- تخته برش



نام شرکت: کاریزگران ناب صنعت (تعاونی)

وابسته به گروه صنعتی کاریزماتک

نام مدیر عامل: فاطمه اصفهانی

فعالیت: تولید انواع جا مایع- انواع لوازم جانبی فلزی سرویس بهداشتی



نام شرکت: ساربان صنعت سبز (سهامی خاص)

وابسته به گروه صنعتی کاریزماتک

نام مدیر عامل: محمدحسین خامسیان

فعالیت: تولید انواع سرشعله اجاق‌گاز خانگی- انواع سیفون سینک ظرفشویی



نام شرکت: دیزل ساز (سهامی خاص)

نام مدیر عامل: شهره کریم‌زاد

فعالیت: تولید انواع کولرگازی خانگی- انواع تصفیه آب خانگی



کوپر حسنه جنس غمیش فرق مرکند...



مؤسسه خیریه کهریزک
آسایشگاه معلولین
وسالمندان کهریزک
استان تهران



مرکز نگهداری، درمان و آموزش معلولین
وسالمندان - غیردولتی، غیرانتفاعی، مردمی

راه های ارتباطی با آسایشگاه خیریه کهریزک :

pr@kahrizakcharity.com

تلفن مشارکتهای مردمی : ۴۲۱۱۴۰۰۰

۰۲۱۵۶۵۲۳۱۳۲ ۰۲۱۵۶۵۲۳۱۳۱

تلفن روابط عمومی :

برنامه هفتم توسعه و چالش‌های اقتصاد ایران در هدف‌گذاری برنامه‌ها، واقع‌بینانه عمل نکرده‌ایم



«بعد از نیم قرن فروش نفت، یک اقتصاد انحصاری، رانتی و شبه‌دولتی با نهادهای کاریکاتوری نصیب‌مان شد.» این بخشی از سخنان وحید شقاقی‌شهری در گفت‌وگو با روزنامه اعتماد است که در ادامه مشروح کامل این مصاحبه را خواهید خواند:

دهیم که چرا اهداف با عملکرد حداقل در سه برنامه گذشته، فاصله معنی‌داری داشته و باید این موضوع آسیب‌شناسی درستی انجام شود. به نظر من هنوز در برنامه هفتم به این سوال بنیادین پاسخ داده نشده است. یعنی اگر من تدوین‌کننده برنامه هفتم بودم قبل از شروع کار به این سوال پاسخ می‌دادم. اگر نتوانیم به این سوال پاسخ دهیم همه برنامه‌های آینده ما هم به سرنوشت برنامه‌های گذشته دچار می‌شود.

بحث دوم اینکه دهه ۱۴۰۰ که به میلادی دوره ۲۰۲۰ تا ۲۰۳۰ میلادی می‌شود، تحولات تکنولوژی شتابان خواهد بود و تحولات عظیمی در دنیا در حال شکل‌گیری است. به نظرم ۵۰۰ سال تحولات دوره مدرنیته یعنی از سال ۱۵۰۰ تا ۱۹۵۰ میلادی رخ داده و این ده سال پیش رو، معادل ۵۰۰ سال تحولات در دوران مدرنیته خواهد شد. به همین دلیل می‌خواهم بگویم جهان شتاب گرفته و هر لحظه به لحظه دهه ۱۴۰۰ که مصادف با ۲۰۲۰ میلادی است، زمان طلایی محسوب می‌شود.

اگر فرصت و زمان را از دست بدهیم، شکاف تمدنی ما شدیدتر و بیشتر خواهد شد و وارد «دوران حیرت» می‌شویم.

همان اتفاقی که در دوره قاجار افتاد. هر کسی از ایران به فرنگ می‌رفت وقتی برمی‌گشت به جای سیاحتنامه، حیرتنامه می‌نوشت. من نگران هستم که ما اگر همین روند را ادامه دهیم دوباره وارد دوران حیرت شویم. مساله سوم این است که ما یک دهه سوخته به نام دهه ۹۰ داریم.

دو بار تحریم شدیم و چالش‌های انباشت شده ما بیشتر شده و چالش‌های نوظهوری هم ایجاد شد. در این ده سال فاصله ما با عربستان و ترکیه خیلی زیاد شد. ما تا ۲۰۱۰ میلادی از نظر قدرت اقتصادی یعنی تولید ناخالص داخلی به شاخص قدرت برابری خرید با ترکیه و عربستان هم‌پا بودیم.

● **برنامه هفتم توسعه در مجلس در حال بررسی است و قصد داریم اتفاقاتی که در این برنامه قرار است بیفتد و چالش‌هایی که در ۵ سال آینده با آن روبه‌رو هستیم به بحث و بررسی بگذاریم. به‌طور کلی و از نظر شما، در برنامه هفتم توسعه با چه چیزی روبه‌رو هستیم؟**

متأسفانه مفهوم برنامه مثل بسیاری از کلمات، در کشور ما خوب جا نیفتاده و به روح حاکم بر این کلمات خیانت شده است. به نظرم به برنامه‌ها هم خیانت کردیم و در طول ۴۰۰-۳۰۰ سال گذشته ایران اگر مرور کنید عمدتاً فهم من این است که برنامه برچسبی برای اقدامات ما بوده، نه اینکه اقدامات ما در جهت تحقق برنامه‌های ما باشد. عمدتاً برنامه نوشته شده، اما در کتابخانه قرار گرفته و اجرایی نشده است. این فهم بسیاری از عقلا و عالمان ماست.

در مجموع واقعیت این است که برنامه در کشور ما جا نیفتاده است و در طول ۲۰۰-۳۰۰ سال اخیر هر زمانی که برنامه‌ریزی کرده‌ایم این برچسبی بوده بر اقدامات ما و عمل نشده است.

این موضوع نوعی بدبینی را در بین محافل علمی، عقلا و دلسوزان کشور نسبت به مفهوم برنامه ایجاد کرده است.

● **همواره در برنامه‌های توسعه‌ای یک «هدف» تعریف می‌شود، اما در نهایت عملکرد به آن هدف حتی نزدیک هم نیست. چه روندی در برنامه‌های توسعه‌ای بعد از انقلاب در این زمینه ایجاد شد؟**

بله اهداف با عملکرد برنامه‌های توسعه انحراف معنی‌داری داشته است. به ویژه از برنامه چهارم این شکاف هدف و عملکرد خیلی زیاد شده است.

یک سوال بنیادی ذهن خود بنده و بسیاری دیگر از اقتصاددان‌ها را به خود مشغول کرده که باید به آن پاسخ

• چه چیزی در برنامه هفتم وجود داشت که بیش از هر چیز توجه شما را برانگیخت؟

چیزی که برایم عجیب بود، عدم تطابق است. در نسخه اولیه لایحه یک اعداد و ارقامی آمده بود که وقتی این لایحه توسط آقای رییس‌جمهور تقدیم مجلس شد این دو تا را با هم مقایسه کردم. فاصله‌شان یک هفته بود و دیدم اعداد کلیدی تغییر کرده‌اند.

مثلا می‌گویم در نسخه اولیه سرمایه‌گذاری برای رشد ۸ درصد حدود ۶۰ هزار و ۲۳۴ هزار میلیارد تومان در طول برنامه دیده شده بود.

یعنی حدود ۱/۵ هزار میلیارد دلار برای ۵ سال. یعنی میانگین سالی ۳۰۰ میلیارد دلار برای رشد ۸ درصد در نظر گرفته شده بود. اما در لایحه‌ای که به مجلس رسید، سالی ۱۰ میلیارد یورو دیده شده است.

خیلی عدد متفاوتی است. در ۵ سال ۵۰ میلیارد یورو می‌شود که به دلار می‌شود مثلاً ۵۵ میلیارد دلار عدد قبلی ۱/۵ هزار میلیارد دلار بود.

• چرا این برنامه‌ها به نقطه هدف نخورد؟ آیا دلیل آن برمی‌گردد به اهداف برنامه‌های توسعه که بیشتر انشایی یا کمی بود؟

واقعیت این است که ما واقع‌بینانه عمل نکردیم. من عربستان را مثال بزنم. عربستان یک چشم‌انداز برای ۲۰۳۰ نوشته است. برای اینکه به آن چشم‌انداز برسد لوازم خاصی را فراهم می‌کند. اول اینکه تنش‌زدایی با دنیا و منطقه را در پیش گرفته است. یکی از دلایلی که عربستان با ایران سر بحث تنش‌زدایی وارد شد به دلیل همان چشم‌اندازش بود.

نه با ایران بلکه با تمام دنیا می‌خواهد تنش‌زدایی کند، چون به دنبال تحقق چشم‌انداز است.

دوم اینکه دست به تغییرات ساختاری زده است. در بهره‌گیری از شایستگان و مشاوره‌های بین‌المللی و اصلاحات ساختاری درون اقتصاد برای گذار از اقتصاد نفتی این کار را کرده است. در جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی دگرگونی‌های اساسی را شروع کرده است.

اما فاصله ما خیلی زیاد شده است، چون این شاخص وزنه سیاسی را نشان می‌دهد تا زمانی که چینی‌ها قدرت اقتصادی نداشتند در معاملات جهانی وارد نمی‌شدند وقتی اقتصادشان قوی‌تر شد از نظر شاخص تولید ناخالص داخلی به قدرت برابری خرید آمدند در صحنه جهانی. اقتصاد ترکیه الان ۲۶۰۰ میلیارد دلار است. تولید ناخالص داخلی به قدرت برابری خرید در عربستان ۱۸۰۰ میلیارد دلار و ایران ۱۳۰۰ میلیارد دلار است. به قیمت جاری ۳۵۰ میلیارد دلار است. ما ۵۰۰ میلیارد دلار بودیم الان اقتصاد ترکیه دوبرابر ماست و عربستان ۴۰-۳۰ درصد از ما پیشی گرفته است.

• این فاصله‌ای که می‌گویید در این ده سال اخیر ایجاد شده است؟

بله در همین ده سال فاصله ما با این کشورها زیاد شده است. دلیلش این است که ما تحریم شدید، رشد اقتصادی ما زیر یک درصد شد و سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران صورت نگرفت و درگیر تحریم‌ها و دعوای بودیم و کشورهای همسایه پیش می‌رفتند. ولی نگرانی من این است که در این دهه ۱۴۰۰ این فاصله بیشتر بشود. محاسبه کرده‌ام و اگر رشد اقتصادی ایران و ترکیه و عربستان برابر با هم حرکت کند در این دهه، فاصله ما خیلی شدیدتر خواهد شد، چون این کشورها ابتدای رشدشان ۲۶۰۰ میلیارد دلار می‌شود و با رشد ۵ درصد جلو می‌روند و ما با مقدار تولید ۱۳۰۰ میلیارد دلار می‌خواهیم برویم.

• چرا این فاصله را نتوانستیم با برنامه‌های توسعه‌ای پر کنیم؟

یک مگاترندهایی وجود دارد که یا ابرچالش یا ابرفرص است. برای حل ابرچالش‌ها به تصمیمات سخت نیاز داریم. در برابر مگاترندها اقدامات جزئی چاره‌ساز نیست.

برای اینکه در مقابل ابرچالش بتوانید صحنه را برگردانید به تصمیم سخت نیاز است. موضوع این است که با توجه به شتاب تحولات جهانی برنامه‌ریزی، دنیا ایستا را کنار گذاشته و به سمت برنامه‌ریزی سناریو محور رفته است. اما همچنان متدولوژی برنامه‌ریزی ما از ۱۳۲۷ تاکنون برنامه‌ریزی ایستاست.

جهان شتاب گرفته و تغییرات زیاد می‌شود و برنامه‌ریزی ایستا پاسخگو نخواهد بود.





Smart cutting boards

Two smart cutting boards made their CES debuts this year, adding to a long list of kitchen tools that have been smartified.

The Blok is a snazzy and expensive walnut board with a detachable screen meant to beam in live or recorded cooking videos so you can work through dishes without having to look up at a tablet. It's awfully nice to look at, but we're not sure it's worth the \$799 upfront cost, plus a \$39 monthly subscription.

A more practical version is the Versaware Smart Cutting Board. We don't have pricing info yet, but we sure hope it will be less than the Blok.

This gadget-y cutting board features a smaller, more manageable screen that is fixed to the bottom corner and walks you through recipes, providing useful information about technique, calories and nutrition.



Kaltech Fresh Food Keeper

Keeping nonrefrigerated fresh food from getting stale and growing mold has always been a problem, and the kitchen innovators at Japan's Kaltech think they've unlocked an answer.

The tech-forward breadbox is electric-powered and uses photocatalysis, a chemical procedure sometimes used in the decontamination of water, to keep bread and produce fresh for longer.

We have yet to test the \$315 Fresh Food Keeper, which naturally has to be done over a period of a few days, but we're on it and will report back with findings soon.

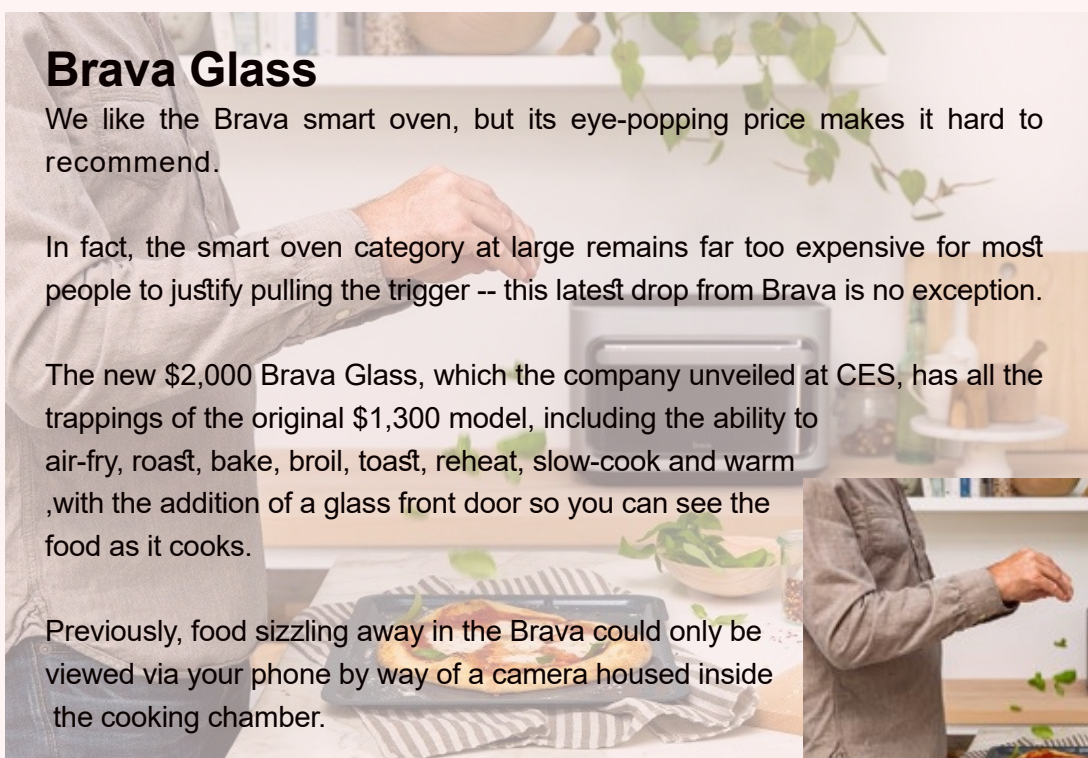
Brava Glass

We like the Brava smart oven, but its eye-popping price makes it hard to recommend.

In fact, the smart oven category at large remains far too expensive for most people to justify pulling the trigger -- this latest drop from Brava is no exception.

The new \$2,000 Brava Glass, which the company unveiled at CES, has all the trappings of the original \$1,300 model, including the ability to air-fry, roast, bake, broil, toast, reheat, slow-cook and warm, with the addition of a glass front door so you can see the food as it cooks.

Previously, food sizzling away in the Brava could only be viewed via your phone by way of a camera housed inside the cooking chamber.



LG's MoodUp

When 2023 began just days ago, I didn't know I'd need a fridge that changes colors with the tap of a button and syncs with my music 'but here we are. Yes, LG's MoodUp fridge is flashy, and most of its features are completely superfluous, but not all of them.



Consider Instaview knock-to-view technology, which is not totally new but makes it so one of the front fridge-side panels becomes transparent when you nudge it, letting you see what's inside without opening. Oh, and the fridge can sense you coming in the middle of the night, and offers some gentle light via one of the panels so you don't step in the dog's water while sneaking 2 a.m. bites of cheesecake.



Samsung's AI Wall Oven

Samsung's new AI Wall Oven, introduced at CES 2023, is equipped with an internal camera and technology that lets you send a view of the inside of your oven straight to social media. The AI Pro Cooking algorithm can recognize up to 80 dishes and recommend an appropriate temperature, time and cooking mode, then send notifications to help prevent your food from burning.

The Biggest Kitchen Trends, Gadgets and Smart Tech You'll See in 2023.

Smart kitchen appliances including ovens, multicookers and fridges are becoming more and more common, but there is still extraordinary innovation happening in the category.

2023 looks to be a big year for integrated smart tools that will help us store groceries, prep ingredients and, of course, cook.

Always a leader in smart home tech, LG released an electrifying new fridge with color-changing panels to match your mood, along with a few more practical features, at CES in Las Vegas last week.

Not to be outdone, GE Profile dropped a brilliant smart stand mixer with updates to the baker's top companion that have us rethinking KitchenAid's decades-long dominance in the category.

Other smart kitchen tools you can expect to see in 2023? Two connected, smart cutting boards made their first appearance at the early January consumer tech showcase.

And Kaltech, a Japanese water and air purification outfit unveiled an intriguing \$315 produce and bread storage box that uses photocatalysis to slow mold and spoilage.





HOME Appliances

Indonesia are expected to register an increase in the sales of smart appliances, mostly owing to the rising energy and labor costs, the high purchasing power of consumers, and greater awareness about smart cities and smart integrated appliances.

China has the highest demand for conventional air conditioners, by volume, across the globe, owing to government policies that favor energy-saving appliances, a growing property market, and hot weather.

Home Appliances, Furniture' Registers 37.9% Inflation

Home Appliances, Furniture and Maintenance", one of 12 groups of goods and services surveyed by the Statistical Center of Iran, registered an annualized inflation rate of 37.9% in the third month of the current Iranian year (May 22-June 21).

The group's month-on-month and year-on-year inflation stood at 3.1% and 39.6% respectively.

The overall goods and services Consumer Price Index (using the Iranian year to March 2022 as the base year) stood at 189.3 in the month under review, indicating a month-on-month rise of 2% and a year-on-year rise of 42.6%.

Among 12 groups of goods and services reviewed by SCI, the highest and lowest annualized inflation rates were respectively registered for "hotels and restaurants" with 82% and "communications" with 15.2%.

The highest and lowest MOM inflation rates were respectively registered for "hotels and restaurants" with 6.2% and "transportation" with -2% month-on-month, respectively. "Hotels and restaurants" with 62.5% and "communications" with 21% registered the highest and lowest YOY inflation respectively.

CPI hit 187.9 for urban households and 197.8 for rural households, indicating a month-on-month increase of 2.1 and 1.8%, respectively. SCI put the annualized inflation for urban and rural areas at 47.7% and 53.3%, respectively. The year-on-year inflation stood at 42.5% for urban areas and 43.2% for rural areas in the month. Notably, in the current Iranian year that started on March 21, SCI changed the base year for CPI from the fiscal 2016-17 to the fiscal 2021-22 in five-year updates, as the expenditure weights used to calculate CPI change over time.

Home Appliance Industry Segmentation

A home appliance, also referred to as a domestic appliance, an electric appliance, or a household appliance, is a machine that assists in household functions such as cooking, cleaning, and food preservation.

A complete background analysis of the home appliances market, which includes an assessment of the national accounts, economy, and the emerging market trends by segments, significant changes in the market dynamics, and the market overview, is covered in the report. The Market is Segmented By Product (Major

Appliances (Refrigerators, Freezers, Dish Washing Machines, Ovens, Air Conditioners, and Other Major Appliances) and Small Appliances (Coffee/Tea Makers, Food Processors, Grills And Roasters, Vacuum Cleaners, and Other Small Appliances)), By Distribution Channel (Multi-Branded Stores, Specialty Stores, Online, and Other Distribution Channels), and By Geography (North America, South America, Europe, Asia-Pacific, and Middle-East And Africa).

The report offers the market size and forecasts in value (USD Billion) for the above segments.

Home Appliance Market Trends

The Refrigerators Segment Accounts for a Significant Market Share

Refrigerators are considered a safe, easy, and convenient way to preserve food and food products.

Rising disposable income, availability of smart and energy-efficient refrigerator units, and widening base of nuclear families are leading to an upsurge in demand for refrigerators for household applications.

Single-door refrigerators are the most widely used door type as



they are cost-efficient, easy-to-use, and may or may not contain an inbuilt freezer.

The French door refrigerators, on the other hand, are rapidly gaining popularity owing to ease of usability and smart features introduced in these refrigerators. Nevertheless, market players are trying to come up with new models that have a minimum impact on the environment.

Abandoning the use of old refrigerators and regular servicing are likely to reduce harmful emissions, thereby curtailing environmental pollution.

Asia-Pacific is Dominating the Home Appliances Market

The market for home appliances in the Asia-Pacific region is largely dominated by regional brands, including Haier, Midea, Gree, Hisense from China, Samsung, and LG from Korea, Panasonic, Sharp, and Hitachi from Japan, and Videocon from India.

The smart appliances market in Asia-Pacific is expected to grow at a rapid rate.

Developed countries like Japan, Singapore, Hong Kong, and

Technological advancements have led to the development of smart appliances and are expected to drive the market growth over the forecast period.

Smart appliances offer advanced features and are more energy-efficient.

The rise in consumer disposable income, high living standards, and the need for comfort encourage consumers to upgrade their existing appliances to smarter versions, which is further expected to coerce the market demand.

Consumers widely purchase home appliances as they offer ease, diminish efforts, and save time.

Product innovation, new product development, product differentiation, and integration of numerous value-added features are further expected to catapult the market demand over the next few years.

The market is considerably driven by trends such as effectiveness, diversity, sustainability, stylish design, and smart functionality of home appliances.

The home appliance market offers significant growth opportunities as they are easy to use and help improve the quality of life. Moreover, the market is beholding new trends in terms of sustainability and energy efficiency, thereby simplifying several household tasks while endorsing well-being. High-quality materials and aesthetically pleasing designs combined with innovative and diverse functionalities offer avenues for market growth.

Design is an important aspect of these white goods.

Wireless technologies like Wi-Fi and Bluetooth can be used in or accessed by smartphones and tablets.

But the inclusion of these technologies in home appliances (like air conditioners) is a means of product differentiation by manufacturers that is enticing tech-savvy consumers.

The improvement in network infrastructure has translated into better broadband and internet penetration.

Therefore, consumers are increasingly opting for wireless and technologically advanced products, mostly for the convenience

they offer. The low cost associated with the ownership of white goods, particularly in developing economies, also provides opportunities for market growth. Furthermore, a rise in replacement sales in developed regions is also expected to drive the market demand. This may be attributed to a rise in per capita income, coupled with rapid urbanization.



Home Appliance Market

COVID-19 has disrupted the global supply chain of the major home appliances and consumer electronic brands.

China is one of the largest consumers and producers of various home appliances and consumer electronics products, but it also caters to a wide range of countries by exporting several input supplies that are essentially used to produce finished goods.

The shutdown of the production in China has forced other consumer electronics makers based in the United States and Europe to temporarily hold the production of the finished goods.

This is leading to an increase in the supply and demand gap.

Technological advancements have led to the development of smart appliances and are expected to drive the market growth over the forecast period. Smart appliances offer advanced features and are more energy-efficient.

The rise in consumer disposable income, high living standards, and the need for comfort encourage consumers to upgrade their existing appliances to smarter versions, which is further expected to coerce the market demand.

Consumers widely purchase home appliances as they offer ease, diminish efforts, and save time. Product innovation, new product development, product differentiation, and integration of numerous value-added features are further expected to catapult the market demand over the next few years.



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 نمایید:

اعضای انجمن: ☐ محصول سازان ☐ قطعه سازان
☐ غیر اعضای انجمن:

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





FARA DID AFZAR®
Since 2002



www.faradid.org

info@fda.ir

Social Networks : +98 933 0015600

Tel : +98 21 22 85 0002 - 7

Fax : +98 21 22 85 0008

Central Office : Apt. 11 • No.74 • Ghoba Sq. • Zomorod St.
Golnabi St. • Pasdaran St. • Tehran • IRAN

Factory : Yazd Industrial Zone • Yazd • IRAN



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[®]



iei

Iran Engineering Inspection Co.



آمن صنعت
کیفیت پنهان محصولات شماست

✓ بزرگترین تولید کننده اوپراتور نوفر است به همراه المنت در ایران

✓ کلیه محصولات تولیدی در یونیت های کاملا صنعتی و صادراتی

بر روی پالت بسته بندی می شود

آبسال

اوئیور سال سابق (تأسیس ۱۳۳۵)

همه سال با آبسال



Aabsal

فروش مرکزی: ۷۷۴۵۵۰۹۵ - ۷۷۴۵۱۰۹۴

www.Aabsalco.com