



PARLAR
SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

۱۲

آینده سازان صنایع لوازم خانگی



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



ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی • سال اول • شماره دوازدهم • شماره پیاپی ۳۹۱ • شهریور ۱۴۰۲ • قیمت ۸۵۰۰۰ تومان

نمایشگاه هامکس ۲۰۲۳

فرصتی برای ارائه ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های دومین صنعت پیشران کشور

یکسال با آینده‌سازان

هامکس ۲۳،

در خدمت رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی

صنعت مردمی لوازم خانگی
سرمایه ارزشمند ملی

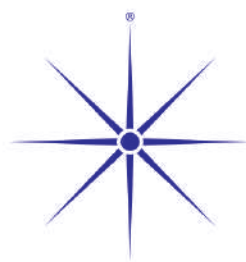
صنعت لوازم خانگی در «بهترین» هامکس ۲۳

نمایشگاه
دومین صنعتی
لوازم خانگی

آینده سازان



www.Ahamiran.com



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

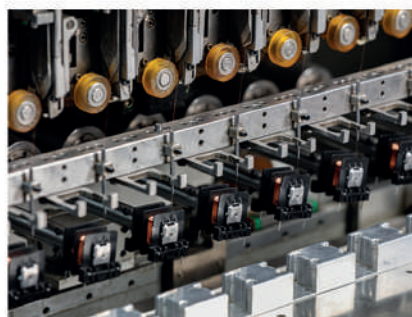
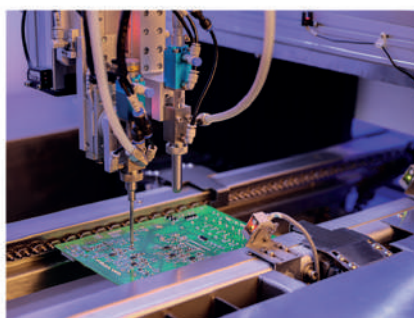
تلفن: ۰۴۱ ۵۱۶۱ ۵۵۵۵ فکس: ۰۴۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

 info@parlar.ir

 www.parlar.ir



PARLAR
SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

تایمر الکترونیکی و کنترلر
اجاق گاز و فر



نمایشگر و کنترلر
هود



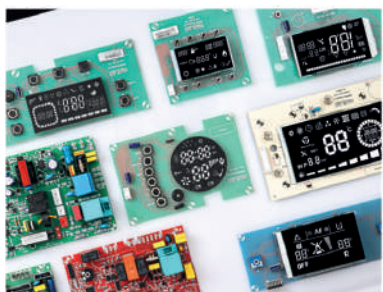
نمایشگر و کنترلر
یخچال



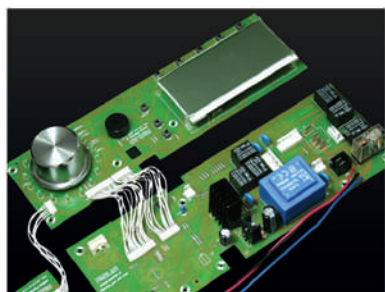
نمایشگر و کنترلر
کولر آبی و گازی



کنترل اتوماتیک
پکیج های گریه ای



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 ۵۵۵۵ فکس: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

info@parlar.ir

www.parlar.ir



EMERSUN

BEAUTIFUL | PIONEER | RELIABLE



ONYX Series

تلفن پشتیبانی: 1639

با ضمانت **نقاران** 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 کارانتی

TRV

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

%20
Energy Saving

۳۳ ماه کارانتی



TRV

www.takban.com



محمول جدید



ترموستات دیجیتال یخچالی



TAKBAN CONTROL ENERGY

glass carafe

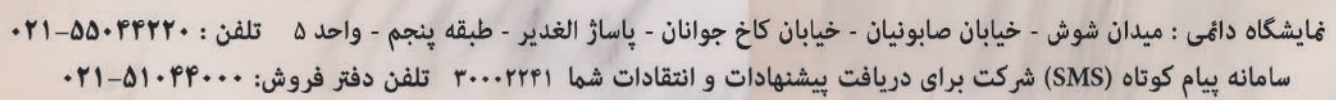
new product



ISO 9001
2008

www.limonware.com

بطری های شیشه ای با درب چوبی



ما کا جلسہ کر رہے ہیں!





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



tulips

www.neico-electric.com

لوازم خانگی با تکنولوژی ژاپن
از ناسیونال تا تولیپس



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

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

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



صنایع الکتریکی ناسیونال ایران (سهامی خاص)

National Iran Electric Industries Co. (LTD)





Juliana
Granite Coating System



☎ ۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴

📷 zarsab





ناب استیل
با ضمانت ناب سرویس

☎ 021-2708

📷 nabsteel

NAB
STEEL

www.nabsteel.ir

Kachiran
SINCE 1981

JANINA

MODEL: 4030⁺



سوزن نخ کن | همراه با درب | ۳۲ مدل دوخت | انتخاب دوخت آسان | ۳۶ ماه گارنتی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از پارک ساعی، بن بست یاس، شماره ۳

تلفن: ۰۲۱-۴۳۶۰۴

www.kachiran.com

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

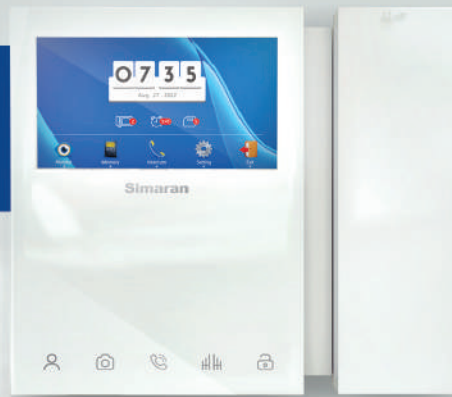
Tel :

021-56392011
021-56390172

Mob :

09121243827
09121434614
09126002735

سیماران



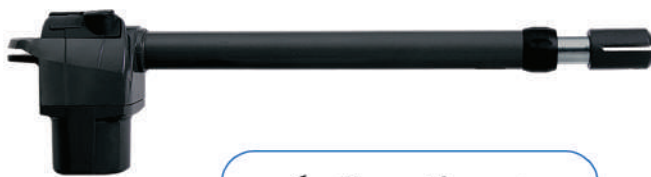
دربازکن های تصویری

VIDEO DOORPHONE



لامپ و چراغ LED

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



درب اتوماتیک

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



دربازکن تصویری

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



دوربین مدار بسته

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

www.simaran.com

 [simaran.electronic](https://www.instagram.com/simaran.electronic)

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

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۳۸۴۰۰ فکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۵۰۷۳

سیمارانت

لوازم خانگی
HOME APPLIANCES



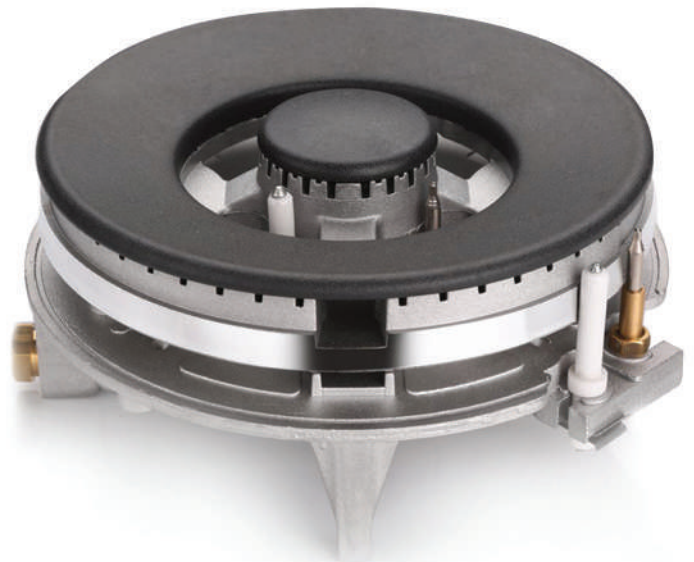
Simaran

Vitally

گرید A انرژی

گروه صنعتی اعتماد
Etemad Industrial Group

اولین تولید کننده
سرشعله های آلومینیومی در ایران
بیش از نیم قرن تجربه



H سرشعله های سری

A گرید انرژی

با قابلیت موتناژ 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



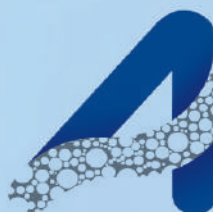
WILTON
KITCHEN APPLIANCES



• ۹۱۲۳۹۹۴۰۶۲

گروه صنعتی آبشار

ABSHAR Industrial Group



آبشار فوم گستر آبشار پلاستیک کار آبشار پلیمر کار

فوم‌های پلی‌استایرن بسته‌بندی و ضربه‌گیر



محافظتی تمام عیار

از تولیدات ارزشمند شما



تهران، خیابان مطهری، خیابان فجر، نبش خیابان غفاری، پلاک ۵۵ کد پستی: ۱۵۸۸۷۴۵۶۴۵

تلفن: ۷۹-۸۸۴۹۲۱۶۹ - ۷۰-۸۸۸۲۷۰۷۰ - ۴۰-۸۸۳۰۸۵۴۰ - ۴۳-۸۸۳۰۴۵۴۳ فکس: ۸۸۸۴۰۷۳۸

www.abshar-group.com

info@abshar-group.com



شماران، ذره بین کسب و کار شما
مدیریت یکپارچه در خط تولید
و محاسبه لحظه‌ای بهای تمام شده

منتظر دیدار شما در سالن ۳۱B (میلاد)، غرفه ۱۸ هستیم.

۰۲۱-۸۹۳۳۴

shomaran.com

نُشماران سیستم
shomaran system



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



Electro Techno Tak

Design and Production of Resistance Welding Machinery



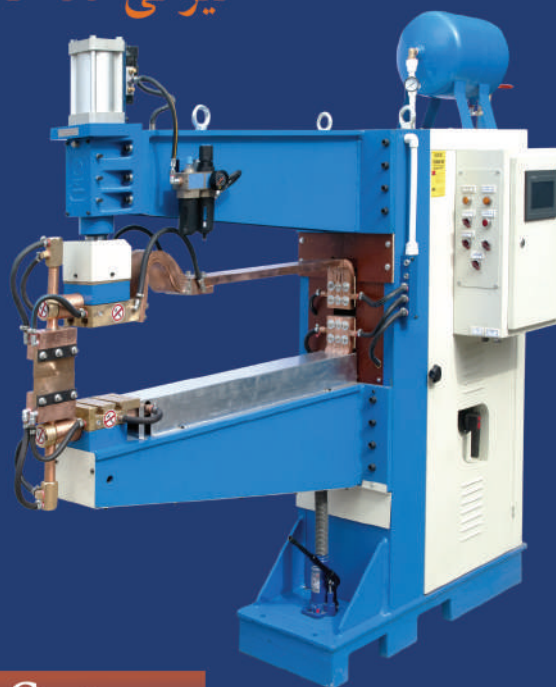
الکترو تکنوتک

طراحی و تولید انواع دستگاه های جوش مقاومتی

مخصوص تولیدات صنایع لوازم خانگی



با نیم قرن تجربه
میراثی ماندگار در صنعت جوش



پرس جوش

Projection Welding



مش جوش

Mesh Welding



جوش سر به سر

Butt Welding



نقطه جوش

Spot Welding



جوش جرقه ای

Flash Butt Welding



درز جوش

Seam Welding



سری S



www.electrotechnotak.com
info@electrotechnotak.com

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

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



بازگشت یک اسطوره

www.shahabco.ir



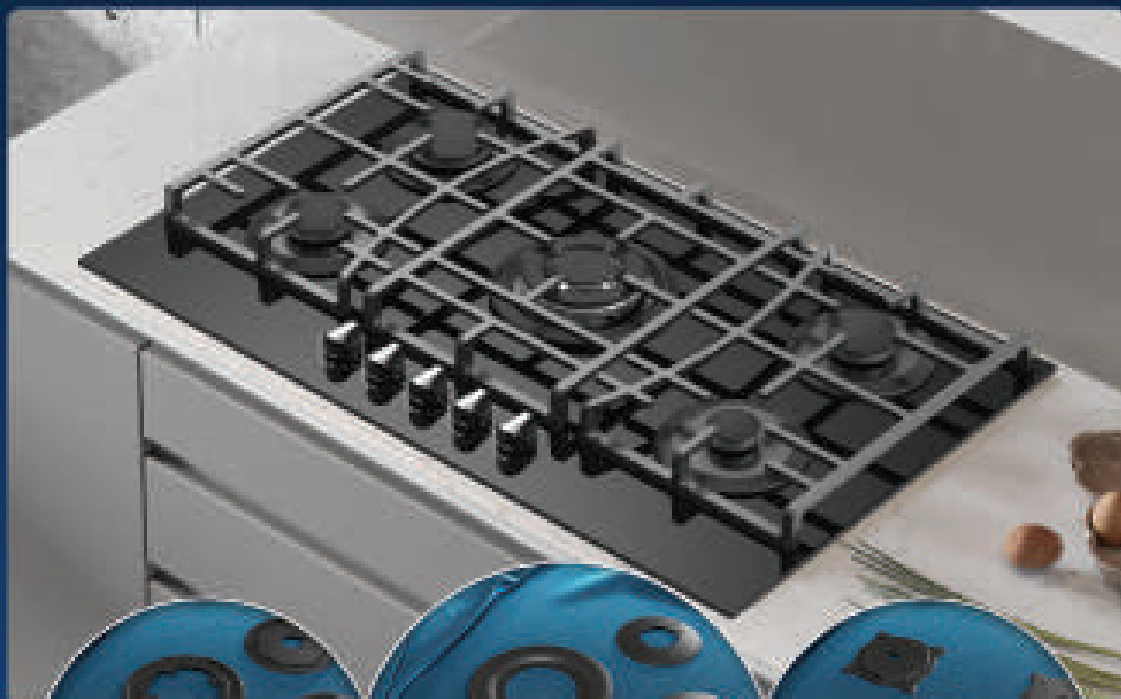
Food Serving Basket Square Mini

code : 305105

size : 15*10*10 cm

POUYA SANAT AKO PARDIS

HOME APPLIANCES



شرکت تولیدی پویا صنعت آکو پردیس

تولیدکننده قطعات اجاق گاز، هود و فر
ترمینال برق، انواع ولوم اختصاصی، روغن گیر یا انواع پانچ داخلی و خارجی، صلیب پی تپهوه جوش، قطعات المنت
انواع لولا و بست و قالب سازی اختصاصی انواع قطعات



pouya.sanat@yahoo.com



More information call us

09123543824

شماره موبایل

09123871929

شماره موبایل

09383871929

شماره موبایل

02176216451 , 02176216473 , 02176216496

شماره تلفن

02176216437

شماره تلفن

یزدگل

YazdGol

Since 1992

کاسه و آبکش رویال - سایز ۱

۵۸۴۲۰



طرح
رنگ
کیفیت



Yazdgolco

www.yazdgol.com



فایل ۳ طبقه الوند

۵۸۶۳

Design
Color
Quality

دفتر تهران : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۸۴ ۴۴ - ۹

فکس : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۳۳ ۱۶

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

کولان سل®

بیست و سومین نمایشگاه
بین المللی لوازم خانگی

سال ۱۴۰۲

سالن 41_41B



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
National Association of Home Appliances Industry of Iran



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 دوازدهم • شماره پیاپی ۳۹۱ • شهریور 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 تهرانچی، 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: شبهم شہلا

چاپ: آیین چاپ تابان

توزیع: علی یوسفی، میر سلیم هدایتی

نشانی دفتر نشریه: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی

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

کدپستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

شبکه‌های اجتماعی: ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

جذب آگهی: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۱)

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

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

نقطه نظرات سازنده‌ی خود را به روابط عمومی انجمن از طریق

پست الکترونیکی pr@ahamiran.com منعکس فرمایند.

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

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



www.ahamiran.com



info@ahamiran.com

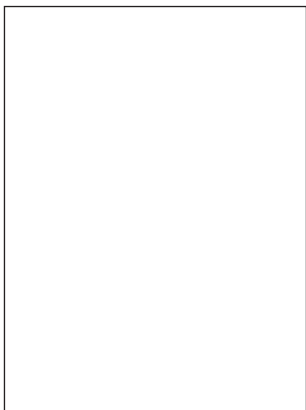


[ahamiran1361](https://www.instagram.com/ahamiran1361)



مجوز نشریه: ۹۱۴۴۶

- ۲ یادداشت مدیرمسئول: هامکس ۲۳، در خدمت رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی
- ۲ یادداشت: صنعت لوازم خانگی در «ویترین» هامکس ۲۳
- ۳ سخن سردبیر: صنعت مردمی لوازم خانگی؛ سرمایه ارزشمند ملی
- ۴ اینفوگرافیک: یکسال با آینده‌سازان
- ۸ گفت‌وگوی اختصاصی: لزوم توجه به نوآوری و آموزش در کانون
- ۱۰ گزارش: جولان هوش مصنوعی در صنعت
- ۱۴ اخبار برندها: ورود به بازارهای کریستالی جهان از شهرک صنعتی شمس‌آباد
- ۱۸ گزارش: دیپلماسی اقتصادی آفریقای جنوبی
- ۲۰ اخبار اتاق: در نشست هیات نمایندگان اتاق ایران چه گذشت؟
- ۲۲ گفت‌وگوی اختصاصی: ضرورت شناسنامه‌دار شدن واحدهای تولیدی
- ۲۴ گزارش: دستاورد بریکس برای ایران
- ۲۸ اینفوگرافیک: ده مهارت برتر برای موفقیت
- ۳۱ سند سیاستی
- ۳۲ گزارش: کندی رشد اقتصادی چین چه تبعاتی برای اقتصاد سایر کشورها دارد؟
- ۳۴ گفت‌وگوی اختصاصی: جایگاه مهم «انجمن» در پیشبرد اهداف صنعت لوازم خانگی
- ۳۶ اخبار انجمن: استاندارد ملی لوازم خانگی اجباری شد
- ۳۸ گزارش: هوش مصنوعی کدام مشاغل را حذف می‌کند؟
- ۴۶ گفت‌وگوی اختصاصی: سلطه دولتی در نظام کسب‌وکار
- ۴۷ گفت‌وگوی اختصاصی: شعار رفع موانع در ویترین دولت
- ۴۸ گزارش: اما و اگرهای تفکیک وزرت صمت
- ۵۰ گزارش: پیش‌بینی ناپذیری اقتصاد، درد مشترک کسب‌وکارها
- ۵۲ مدیران نسل دوم: تلفیق دانش و صنعت، دستاورد نسل دومی
- ۵۴ گزارش: گنج‌های خواب‌آلوده ایران
- ۵۶ اخبار اقتصادی
- ۵۸ گزارش: دست و دلبازی به سبک ایرانی
- ۶۲ گزارش: فصل جدید تحول در اقتصاد دانش‌بنیان آغاز شد
- ۶۸ اخبار اتاق: دولت از تصدی‌گری کنار برود
- ۷۰ کتابکده
- ۷۲ متن انگلیسی



در خدمت رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی



علیرضا محمدی دانیالی

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
مدیر مسئول ماهنامه آینده سازان صنایع لوازم خانگی

کشور به عنوان دومین صنعت بزرگ کشور و بازاریابی بهتر آن اقدام نماییم. توفیق همه شرکت کنندگان را آرزومندیم.

با احترام / علیرضا محمدی دانیالی
رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

با گرم‌ترین سلام‌ها حضور همه شرکت‌کنندگان در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران به همه غرفه‌داران و بازدید کنندگان محترم از سراسر کشور و همه کشورهای دنیا که با حضور گرم خود سبب رونق نمایشگاه می‌شوند خوشامد عرض نموده و آرزوی موفقیت در نمایشگاه را داریم.

صنعت لوازم خانگی دنیا با حجم بازار ۶۰۰ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۲ و پیش‌بینی رشد ۵/۷ درصدی سالیانه برآورد می‌شود که در سال ۲۰۲۳ به حجم ۱۰۳۹ میلیارد دلار برسد. صنعت لوازم خانگی کشور با حجم بازار ۶ میلیارد دلار توانسته است در سه سال گذشته به رشد ۱۰۰٪ رسیده و علاوه بر رشد کمی در زمینه رشد کیفی محصولات و برآوردن نیازهای مردم کشور برداشته و قدم‌هایی برای صادرات محصولات ایرانی به کشورهای منطقه را در دست اقدام دارد. امید است با همت همه تلاشگران صحنه تولید و همکاری و همفکری مسئولین

صنعت لوازم خانگی در «ویترین» هامکس ۲۳



عباس هاشمی

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

معرض بازدید دست‌اندرکاران و متخصصان قرار دهند و با در نظر گرفتن روند تقاضای بازارها و سمت و سوی رشد این صنعت، فعالیت‌ها و نوآوری‌های آتی خود را هدایت نمایند. در پایان ضمن خوش آمدگویی به شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان محترم بیست و سومین دوره نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، امید است با تبادل نظر، انتقال تجربیات و هم‌افزایی متخصصان، صنعتگران، تولیدکنندگان و بازرگانان در چنین رویدادهایی، زمینه مناسبی برای رشد و توسعه این صنعت فراهم گردد.

از رشد ۱۶ میلیونی تولیدات لوازم خانگی در سال گذشته و همچنین تولید ۶ میلیون و ۸۰۰ هزار دستگاه لوازم خانگی در ۵ ماه سال جاری حکایت دارد؛ آماري که به وضوح نشان‌دهنده رشد این صنعت است. لازم به تاکید است که صنعت لوازم خانگی توانسته است در حوزه‌های مختلف و با افزایش عمق تولید داخلی در حوزه‌هایی که تاکنون تولیدی انجام نشده برگ زرین دیگری را ورق بزند.

در حال حاضر حجم بازار جهانی لوازم خانگی ۵۹۰ میلیارد دلار است که از این میزان ۳۶۰ میلیارد دلار مربوط به لوازم خانگی بزرگ می‌شود. طبق پیش‌بینی‌ها حجم بازار این محصول تا سال ۲۰۲۶ معادل ۸۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید، بنابراین برای افزایش سهم ایران از این بازار بایستی ریل‌گذاری شود؛ بدین ترتیب لازم است به صورت سیستماتیک به زنجیره ارزش و تأمین جهانی متصل شویم چرا که نمی‌توان با عدم تعامل یا تعاملات محدود به اهداف بزرگ رسید. در همین راستا نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی HAMex 2023 فرصت بسیار مناسبی برای تولیدکنندگان و همچنین فعالان این صنعت خواهد بود تا دستاوردها و محصولات خود را در

صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت پیشران کشور شاهد برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (HAMex23) است؛ نمایشگاهی که در طول برگزاری ۲۲ دوره گذشته، هر سال پرشکوه و پربارتر از سال‌های گذشته برگزار شده و امید به تداوم آن در این دوره است.

صنعت لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱ با رشد تولید قابل‌توجهی مواجه بود به طوری که می‌توان گفت تولیدکنندگان ایرانی توانستند سهم قابل توجهی از بازار را در اختیار خود بگیرند و در تولید انواع یخچال، یخچال فریزر، ماشین لباسشویی، کولر آبی و حتی تلویزیون وضعیت تولید رو به رشد بود و حتی در لوازم خانگی کوچک هم وضعیت تولید قابل توجه است و این رشد در سال جاری نیز ادامه داشت. طبق آمار رسمی وزارت صمت، تولیدات صنعت لوازم خانگی ایران علی‌رغم شرایط سخت تحریمی، مشکلات ارزی، کمبود و عرضه محدود مواد اولیه در بورس، افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل، قوانین دست‌وپاگیر و ... توانسته در پنج ماهه ابتدایی سال جاری رشد ۲۲ درصدی داشته است. همچنین آمار دفتر صنایع خانگی وزارت صمت

صنعت مردمی لوازم خانگی؛ سرمایه ارزشمند ملی

از آنجا که یکی از عوامل کلیدی قدرت محرکه هر صنعت، بر بازار و مؤلفه‌های آن متمرکز است، بدون توسعه منطقی، اثرگذاری و اثرپذیری هدفمند در بازار، هیچ صنعتی زمینه توسعه و پیشرفت مطلوبی را تجربه نخواهد کرد. از سال ۱۷۹۱ که قاره سبز میزبان برگزاری نخستین رویداد نمایشگاهی صنعتی در جهان بود تا امروز که اقصی نقاط قاره، میزبان برپایی نمایشگاه‌های مختلف در موضوعات عمومی و تخصصی هستند، اثرگذاری چند وجهی نمایشگاه به عنوان یکی از ابزارهای کارآمد تبلیغ و ترفیع محصولات و خدمات، از اهمیت بالایی برخوردار گردیده و جای خود را در میان فعالان صنعتی نیز به خوبی پیدا کرده است.



فرشاد براتی

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

پیشران لوازم خانگی کشور موسوم به «آینده سازان صنایع لوازم خانگی» است. بی‌شک این رسانه جدید که در امتداد انتشار نشریه پیشین انجمن با عنوان «پیک شورا» در قالب نشریه داخلی شورای وقت سازندگان وسایل گازسوز و سیلندر مایع گاز سابق بوده که از ۲۵ اسفند ۱۳۴۴ با نگارش و صفحه آرایی سیاه و سفید و حال و هوای نوستالژیک مطبوعات دهی ۶۰ در ۸ صفحه و با الهام از آیه شریفه «وَ شَاوِزْهُمْ فِی الْأَمْرِ» در جمع رسانه‌های مکتوب و صنعتی کشور پا به عرصه وجود گذاشته و از مهرماه سال ۱۴۰۲ فرم و محتوای جدید را به خود دیده است. خط سیر این نشریه در طول انتشار ۱۲ شماره مسلسل با رویکردهای حرفه‌ای و محتوایی جدید نشان داد که این رسانه با اتخاذ تدابیر و اقدامات هدفمند، توانسته جای خود را در میان اعضای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و فعالان و کارآفرینان صنعت لوازم خانگی و صنایع وابسته و نیز مجموعه مدیران و مسئولان دستگاه‌های ذی‌ربط این صنعت، به خوبی باز نماید.

در راستای عاملیت به رسالت خطیر رسانه‌ای و تعمیق اثرگذاری این ماهنامه، تلاش داریم این رسانه مکتوب نوپا در کسوت نخستین و تنها ماهنامه تخصصی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور را با به کارگیری ظرفیت‌های نوین و ابزارهای به روز در اختیار، همچون بازوان توانمندی در پیکره توانمند صنعت پیشران لوازم خانگی کشور بیش از گذشته به خدمت در آورده و از این رو آغوش خود را برای بهره‌گیری از تجارب و اندیشه‌های سازنده خبرگان، کارآفرینان و صنعتگران و مدیران متعهد و متخصص عضو این انجمن و اهالی حوزه خطیر رسانه و ارتباطات، در پر بارتر کردن این رسانه مکتوب، همچون همیشه باز و گشوده نمایم.

مهم‌ترین کارکردهای چند وجهی رویداد بزرگ و بین‌المللی، نمایشگاه لوازم خانگی هامکس (HAMEx) که عنوان بزرگ‌ترین رویداد صنعت پیشران لوازم خانگی کشور را نیز با خود همراه دارد، کمک به توسعه صادرات و رونق تولیدات داخلی است.

این مهم از آنجایی اهمیت مضاعفی می‌یابد که ایران با دارا بودن ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بسیار ارزشمندی که نسبت به کشورهای منطقه در حوزه صنعت لوازم خانگی دارد و مضافاً لزوم حرکت کلان کشور در قطع وابستگی‌های نفتی، می‌تواند با تکیه بر توانمندی‌های صنعتگران ایرانی که در چند سال به خوبی به عینیت رسیده، بخش عمده بازار کشورهای هدف و همسایه را چه از منظر تولید محصولات با کیفیت و چه از منظر صنعت قطعه‌سازی در سایه حمایت‌های لازم و پشتیبانی‌های مستمر دولتمردان و استفاده هوشمندانه از دیپلماسی اقتصادی در دست گرفته و ابزار کارآمد ملی در توانمندسازی حداکثری صنعت و اقتصاد بدون نفت کشور باشد.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در کسوت بزرگترین و قدیمی‌ترین شکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور با سبقه بیست و یک سال میزبانی صنعتگران و کارآفرینان این صنعت در رویدادی با برند نمایشگاهی هامکس، تلاش دارد چله پاییز ۱۴۰۲ را به یمن تلاش‌های مجاهدانه صنعتگران متعهد و متخصص محصول‌ساز و قطعه‌ساز، سیمای چشم‌نواز «صنعت مردمی لوازم خانگی» را بر پرتره ایستگاه بیست و سوم هامکس به شایستگی نام بلند ایران زمین، ترسیم و تبیین نماید. برگزاری رویداد بزرگ نمایشگاه بین‌المللی هامکس ۱۴۰۲ مقارن با یک سالگی انتشار نخستین و تنها ماهنامه تخصصی صنعت

ملاحظه این نکته کلیدی در برنامه بازاریابی یک بنگاه اقتصادی صنعتی و درک کارکردها و میزان اثربخشی هر یک از مؤلفه‌های ارتباطات یکپارچه بازاریابی (IMC)، هنر مدیران یک بنگاه اقتصادی این برنامه بوده که بتواند در عمل و با توجه به مؤلفه‌های آن به ویژه تبلیغات و ترفیعات و متدلوژی‌های نوین و شیوه‌های پیاده‌سازی آن، یک استراتژی خوب و مؤثر را در مسیر تحقق اهداف و راهبردهای سازمانی از پیش برنامه‌ریزی شده خود، طراحی و عملیاتی نماید. کشورهای صنعتی جهان در سیاست‌های اقتصادی خود، همواره بر تقویت و رشد شاخص‌های صنعت تأکید داشته و آن را در سطوح مختلف سیاستگذاری در مباحث مرجع و اولویت‌دار خود قرار می‌دهند و امروزه صنایع پیشران، محرک اصلی اشتغال و رشد اقتصادی کشورها محسوب شده و موجب رونق بخشی بازار و پویایی جامعه می‌گردند. رسیدن به بازارهای گسترده‌تر، مستلزم حرکت به سوی اقتصاد باز، به کارگیری استراتژی‌های جهش صادراتی و نگاه مدبرانه به نیازها و خواسته‌های مشتریان گوناگون در بازارهای مختلف هدف می‌باشد.

رویدادی به نام نمایشگاه که امروزه از آن به تبلیغ زنده نیز یاد می‌شود، آمیزه‌ای از حضور تنگاتنگ بازیگران اصلی، تولیدکننده، توزیع‌کننده، مصرف‌کننده در یک زمان و یک مکان مناسب در کنار یکدیگر بوده که منتج به تولد واژگان صنعت نمایشگاه در ادبیات تولید، تجارت و بازرگانی گردیده است.

در بازارهای رقابتی، نمایشگاه به عنوان یکی از شیوه‌های مدرن، جایگاه خود را به عنوان یکی از ابزارهای کارآمد بازاریابی و برقراری و تعمیق ارتباطات دوسویه با مخاطبان در کسب سهم حداکثری بازار تثبیت کرده است. یکی از

۲

۱

۳



یک سال با آینده‌سازان



۱۰

۱۱

۱۲

۶



۵



۴



۷



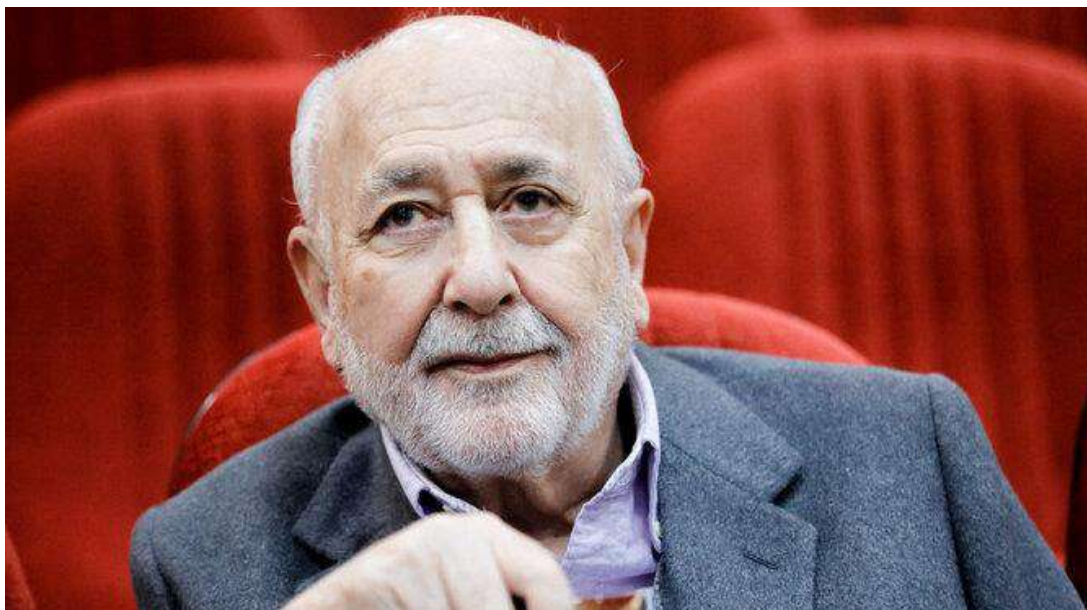
نخستین نشریه تخصصی صنایع لوازم خانگی



۹



پیام مهندس محسن خلیلی عراقی به مناسبت بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (هامکس ۲۰۲۳)



برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (هامکس ۲۰۲۳) فرصتی بس ارزشمند و مغتنم برای ارتباط و تعامل فعالان این حوزه با یکدیگر و طرف‌های بین‌المللی و نیز انبوه علاقمندان و مصرف‌کنندگان این لوازم و وسایل است که گستره بزرگی را در برمی‌گیرد؛ چرا که این صنعت مانند گروهی دیگر از صنایع در پیوند تنگاتنگ با زندگی جامعه و رفاه اجتماعی است، فلذا صنعتی است بس مهم و رقابتی. تحول توسعه‌ای هر کشوری اصولاً مبتنی بر رقابتی شدن صنایع آن کشور است و این نیز منوط به وجود ارتباط تنگاتنگ و منسجم با همه ذینفعان و یادگیری و اصلاح ضعف‌ها و افزایش توانمندی‌ها از طریق بروز خلاقیت‌ها و نوآوری‌هاست.

برگزاری سالیانه مهمترین رویداد صنعت لوازم خانگی یعنی «نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی»، دین خود را به حرفه، هموطنان و سایر مشتریان این محصولات در کشورهای دیگر ادا نموده است. متأسفانه اما کشورمان در آزادی اقتصادی، فضای کسب و کار، رقابت پذیری و ایجاد فضای غیر تورمی و... کمتر از آن چیزی که شایسته و بایسته توسعه صنعتی و از جمله توسعه صنایع لوازم خانگی است، جایگاه مناسبی داشته است.

امید است برگزاری "بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی" فضایی برای گفتگو در خصوص چرایی این موضوع و آسیب شناسی آن و ایجاد عزم و اراده ملی برای رفع موانع و رشد و شکوفایی این صنعت و پیشرفت و توسعه میهن عزیزمان باشد. در خاتمه به سهم خود از تلاش‌های بسیار ارزشمند هیأت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی و کارکنان پر تلاش آن و سایر دست اندرکاران برگزاری این نمایشگاه معظم نهایت سپاس و قدردانی را می‌نمایم.

**سلامت و پرتوان باشید.
محسن خلیلی**

بخش اعظم تحقق این الزامات برعهده نظام حکمرانی و دولت است تا با ایجاد فضای مناسب کسب‌وکار و ثبات مولفه‌های اقتصاد کلان (نرخ ارز، بهره بانکی، تعرفه و...) و تعامل مناسب با جهان، امکان حرکت ماشین اقتصاد را در جاده سیاست فراهم نماید. بالطبع مسئولیت بخشی از ایجاد این الزامات رشد و توسعه صنعتی و از جمله صنایع لوازم خانگی به عنوان حلقه‌ای مهم و حیاتی در زنجیره تولید و صنایع بالا و پایین‌دستی و حوزه خدمات و ارتباطات بین‌بنگاهی، نیز برعهده نهادها و تشکلهای و فعالان بخش خصوصی و صاحبان بنگاه‌های صنعتی است.

آنچه با یک نگاه حتی گذرا به جرات می‌توان گفت آن است که فعالان بخش خصوصی و نهادهای نمایندگی‌کننده آن تا حد بسیاری به وظایف و مسئولیت‌های خود عمل کرده و در سخت‌ترین شرایط تحریم‌های ظالمانه و کاستی‌ها و ضعف‌های بسیار سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و صنعتی توانسته‌اند محصولات خود را در قاره رقبات منطقه‌ای و جهانی برخوردار از انواع حمایت‌ها را تولید و روانه بازارهای داخلی و خارجی نمایند. همچنین این بخش با امکانات محدود خود در تعامل با فن‌آوری‌ها و دانش روز بوده و با برگزاری انواع گردهمایی‌ها و شرکت در سمینارها و از همه مهم‌تر

فرصتی برای ارائه ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های دومین صنعت پیشران کشور

محسن شکراللهی، مدیرکل دفتر لوازم خانگی وزارت صمت در گفتگو با نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۲۰۲۳) را فرصتی ارزشمند برای ارائه توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در این صنعت دانست و گفت: در حال حاضر فناوری در حوزه صنعت لوازم خانگی در مرحله رشد و شکوفایی قرار دارد، چشم‌اندازی که در برنامه راهبردی و سیاست‌گذاری‌های این صنعت دیده شده، رسیدن به فناوری‌های روز دنیا است.

دیدگاه شما در خصوص نقش نوآوری و فناوری و وضعیت کنونی این صنعت از این حیث این شاخص‌ها چیست؟

در حال حاضر فناوری در حوزه صنعت لوازم خانگی در مرحله رشد و شکوفایی قرار دارد چشم‌اندازی که در برنامه راهبردی و سیاست‌گذاری‌های این صنعت دیده شده است، رسیدن به فناوری‌های روز دنیا، هوشمندسازی، جهت‌گیری‌های الکترونیکی محصولات با رویکرد پیشران‌های صنعت، دانش الکترونیک روز دنیا در شبکه جهانی و اجرای آن با کمک مدیران واحدهای تولیدی در محصولات فعلی و چشم‌انداز بلندمدت در جهت تولید محصولات به‌روز برای رقابت در بازارهای جهانی است.

عموماً از صنعت قطعه‌سازی به عنوان موتور محرکه صنایع یاد می‌شود. آیا نقش‌آفرینی قطعه‌سازان فعال در صنعت لوازم خانگی در توسعه کیفی و شتاب‌گیری توسعه صادرات در این صنعت مثرتر باشد؟ بله قطعاً، کارآفرینان و قطعه‌سازان این حوزه نقش بسزایی در انتقال دانش فنی، افزایش عمق ساخت داخل، کاهش ارزیابی، تنوع و ارتقای کیفیت محصولات دارند به‌طوری‌که در حال حاضر بخش اعظمی از صنعت قطعه‌سازی این حوزه تأثیر مستقیمی در قیمت تمام‌شده و ایجاد رقابت محصولات تولید داخل در بازارهای جهانی داشته‌اند، لیکن قطعاً این هدفمندی و استراتژی توسعه قطعه‌سازی می‌بایست بیش از این ادامه داشته باشد چون رمز موفقیت صنعت لوازم خانگی انتقال از تولید مونتاژ محور به تولیدات با عمق ساخت داخل بالاتر می‌باشد.

جایگاه انجمن‌ها و تشکلهای ملی صنعتی را در پیشبرد اهداف کمی و کیفی صنایع پیشران خاصه صنعت لوازم خانگی کشور چه می‌دانید؟ انجمن‌ها و تشکلهای ملی قطعاً می‌توانند در تسریع برای رسیدن به اهداف برنامه راهبردی صنعت لوازم خانگی نقش بسزایی را ایفا نمایند چون بدنه و شاکله انجمن‌ها را خود مدیران، نخبگان، خبرگان این صنعت تشکیل داده‌اند بی‌شک ارائه نقطه نظرات دلسوزانه و برنامه‌های



صنعت پیشران لوازم خانگی در توسعه صنعتی و اقتصادی کشور و تقویت توان داخلی و کاهش تحریم‌ها چه نقش‌هایی می‌تواند ایفا نماید؟

طبق برنامه‌ریزی‌های انجام پذیرفته در دو سال اخیر، گلوگاه‌های این صنعت که واحدهای تولیدی دچار مشکل جهت خرید مواد اولیه خارجی بوده‌اند شناسایی شده و طبق برنامه زمان‌بندی مشخص، نسبت به رفع آنها با همت خود صاحبان صنایع اقدام مثبت انجام پذیرفته است؛ به‌عنوان مثال افزایش عمق داخلی‌سازی و همچنین کاهش ارزیابی محصولات مختلف لوازم خانگی را می‌توان نام برد. در این راستا در دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری گروه رفع موانع و مشکلات زیرمجموعه حوزه کسب‌وکار این دفتر تشکیل گردید و کلیه موانعی که منجر به تعلل و مشکلات جهت ادامه فعالیت صنعت‌کاران این حوزه بوده است را استخراج و ضمن مکاتبه، برگزاری جلسه و اقدام با دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط با کمک و همراهی ستاد تسهیل و رفع موانع تولید در این خصوص اقدام لازم به عمل آمد که از جمله می‌توان به تسریع در ترخیص اجزاء و قطعات رسوب شده در گمرکات اجرایی کشور، تأیید اولویت تأمین ارز در بانک مرکزی، رفع مشکلات زیرساختی در سازمان صمت استان‌ها و شهرک‌های صنعتی و ... اشاره کرد.

اجرایی که برای رفع مشکلات برآمده از بطن محیط کارخانجات به سمت سیستم حاکمیت و تصمیم‌گیرنده ارائه می‌گردد می‌تواند تصمیمات کارساز و راهگشا چه در حوزه تولید و چه در حوزه بازرگانی و خدمات در تمام زنجیره لوازم خانگی ایفا نماید. سند پیشنهادی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی حاصل ساعت‌ها کار کارشناسی و انتقال تجربیات صاحبان صنایع بوده است که این‌جانب نیز آن را مطالعه کرده‌ام. بخش اعظمی از سند پیشنهادی مذکور با سند راهبردی در دست تدوین این وزارتخانه همپوشانی دارد که از نکات، ارائه پیشنهادات و سیاست‌ها، چالش‌ها و راهکارهایی که در این صنعت ارائه گردیده است در راستای ارائه قوانین و مقررات پیشران‌های حوزه صنعت لوازم خانگی، رفع موانع و مشکلات و چشم‌انداز به‌سوی محصولات لوازم خانگی با دیدگاه صادراتی و رقابت بین‌المللی و در یک کلام در تولید محصولات لوازم خانگی ایرانی دانش‌بنیان و صادراتی استفاده خواهد گردید.

با توجه به برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی هامکس ۱۴۰۲ به عنوان ویتترین تولیدی و صادراتی کشور، این رویداد بزرگ چه اثراتی می‌تواند بر این صنعت داشته باشد؟

برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در هر رشته، فرصتی است برای ارائه توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در آن حوزه صنعت، قطعاً صنعت بالغ لوازم خانگی کشور که به همت مدیران و تولیدکنندگان کوشا و عالم به این حوزه صنعت به این مرحله از شکوفایی رسیده است در نمایشگاه بین‌المللی امسال، وجه متمایزی نسبت به نمایشگاه‌های هر سال ارائه خواهد کرد. تولید محصولات با دانش فنی به‌روز در راستای کاهش ارزیابی و مبارزه با قاچاق کالا که جایگزین بسیار خوبی برای کالاهای قاچاق‌پذیر بوده‌اند و همچنین تنوع گسترده‌ای که امسال شرکت‌کنندگان بزرگ خانواده صنعت لوازم خانگی در آن ارائه خواهند نمود، چشم‌انداز بسیار قوی از ارتقاء و رشد محصولات این صنعت برای کلیه بازدیدکنندگان از این نمایشگاه نمایان خواهد ساخت. فرصت مغتنمی است تا مصرف‌کنندگان



بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران



به گزارش خبرنگار آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، روز شانزدهم مهرماه ۱۴۰۲ نشست خبری عباس هاشمی، دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران، با موضوع «تبیین و تشریح برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (HAMex 2023)» با حضور اصحاب رسانه برگزار شد. در ابتدای نشست خبری، عباس هاشمی به برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران در تاریخ سوم تا ششم آبان‌ماه سال جاری اشاره کرد و گفت: با توجه به اینکه این نمایشگاه در سطح A پلاس برگزار می‌شود، باید برخی الزامات مانند حضور تولیدکنندگان خارجی و برگزاری رویدادهای علمی در آن وجود داشته باشد. بنا به گفته وی، همه ساله نمایشگاه لوازم خانگی تمام سایت نمایشگاه بین‌المللی تهران که بالغ بر ۴۱ هزار مترمربع است را پوشش می‌داد، اما متأسفانه در نمایشگاه امسال حجم آن کاهش یافت و به ۲۰ هزار و ۷۸۱ مترمربع رسید. دبیر انجمن لوازم صنایع لوازم خانگی ایران علت کاهش مترای نمایشگاه را اضافه شدن چندین نمایشگاه دیگر در تقویم نمایشگاهی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی عنوان کرد.

به بخش صادراتی صنعت لوازم خانگی خواهد بود. در حال حاضر انجمن صنایع لوازم خانگی در فرآیند اخذ مجوز این نمایشگاه است.

سه محور مهم HAMex 2023

وی با توضیح اینکه این نمایشگاه ۳ محور خواهد داشت در این خصوص گفت: محور اول برگزاری این نمایشگاه مربوط به شرکت‌های دانش‌بنیان و مرتبط با فناوری است. این بخش با همکاری کسب و کارهای وزارت صمت و همچنین برخی دانشگاه‌های صنعتی برگزار می‌شود. محور دوم در مورد نقش اساسی بانوان در گردش اقتصادی این صنعت است. به این دلیل که برای خرید لوازم خانگی منازل، اغلب خانم‌ها هستند که تصمیم‌گیرنده هستند بنابراین برای تاکید بر نقش آنها برنامه‌هایی در این نمایشگاه خواهیم

نمایشگاه، گروه کالایی انرژی‌بر (لوازم خانگی برقی بزرگ و کوچک و گازسوز و همچنین زنجیره تامین) حضور خواهند داشت. البته جدا از این نمایشگاه، انجمن تلاش دارد یک نمایشگاه دیگر در آذرماه امسال تحت عنوان «خانه هوشمند و مدرن» برگزار کند که لوازم خانگی غیرانرژی‌بر در آن حضور خواهند داشت و معطوف به کالاهای صادراتی این شرکت‌ها خواهد بود. دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با بیان اینکه از آنجایی که در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران گروه کالایی انرژی‌بر حضور دارند، انجمن برنامه‌ریزی کرده است جدا از این نمایشگاه، یک نمایشگاه دیگر در دهه اول آذرماه امسال برگزار کند تا لوازم خانگی غیرانرژی‌بر امکان حضور در آن را داشته باشند. این نمایشگاه معطوف

حضور بیش از ۳۰۰ شرکت در هامکس ۲۰۲۳

او در ادامه به تعداد شرکت‌کنندگان در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران اشاره کرد و توضیح داد: تعداد شرکت‌کننده‌ها در این نمایشگاه ۳۰۹ واحد صنعتی هستند که از این تعداد ۲۶۷ شرکت داخلی و مابقی خارجی خواهند بود. همچنین در این دوره از نمایشگاه ۱۲ نمایندگی و ۱۷ شرکت خارجی حضور خواهند داشت که شرکت‌های خارجی عمدتاً از دو کشور چین و ترکیه هستند. هاشمی گفت: آوردن هیات‌های تجاری خارجی برای قراردادهای صادراتی، برگزاری رویدادهای علمی و غیره از جمله برنامه‌های انجمن در این نمایشگاه است.

آذرماه میزبان نمایشگاهی دیگر

هاشمی، خاطرنشان کرد: در این دوره از

عباس هاشمی در مورد مزیت‌های صادراتی نمایشگاه سال قبل گفت: در نمایشگاه سال قبل قراردادهای خوبی با شرکای خارجی منعقد شد که نزدیک به ۶۵ میلیون دلار بود. عمده این کالاهای مربوط به لوازم چینی، لوازم پلاستیکی آشپزخانه و همچنین لباسشویی دو قلو بود که اغلب آنها به خریدارانی از اقلیم کردستان عراق فروخته شد. پیش‌بینی می‌شود میزان این قراردادها در نمایشگاه سال جاری بیشتر شود. وی با بیان اینکه سال قبل ۴۴۰ میلیون دلار صادرات لوازم خانگی داشتیم و امسال نسبت به سال قبل این رقم افزایش خواهد داشت، در مورد موضوع قاچاق لوازم خانگی نیز افزود: ثبت شناسه کالا و کد رهگیری به جلوگیری از قاچاق کمک کرده است، کالاهای قاچاق به خاطر نداشتن ۳۰ درصد هزینه‌های عوارض و مالیات، ارزان‌تر عرضه می‌شوند ضمن اینکه باید تولیدکنندگان داخلی با ارتقای کیفیت خدمات و قیمت مناسب سهم خود را در بازار حفظ کنند. البته باید در نظر داشت آمار دقیقی از قاچاق لوازم خانگی وجود ندارد.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در پایان درباره وضعیت تولید نیز گفت: تولید برخی اقلام افزایشی و برخی کاهش یافته است. البته آمار رسمی دست وزارت صمت است. علت کاهش تولید برخی اقلام، طولانی بودن زمان تخصیص ارز است که به ۷۵ تا ۹۰ روز هم رسیده است. سازمان توسعه تجارت اخیراً اعلام کرده که بازگاران معادل ۸۵ درصد میانگین دو سال گذشته و تولیدکنندگان معادل ۱۲۵ درصد میانگین دو سال گذشته مجاز به واردات هستند. این موضوع باعث شده بانک مرکزی بخشی از پرونده‌ها را برای گرفتن تایید مجدد به وزارت صمت برگرداند.

سازمان توسعه تجارت اخیراً اعلام کرده که بازگاران معادل ۸۵ درصد میانگین دو سال گذشته و تولیدکنندگان معادل ۱۲۵ درصد میانگین دو سال گذشته مجاز به واردات هستند. این موضوع باعث شده بانک مرکزی بخشی از پرونده‌ها را برای گرفتن تایید مجدد به وزارت صمت برگرداند.

هاشمی تأکید کرد: باید مرکز فرماندهی واحد تولید در کشور شکل بگیرد و اداره کردن جزیره‌ای بخش تولید غلط است. دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی در ادامه با بیان اینکه ممنوعیت واردات نمی‌تواند دائمی باشد، گفت: حتی تولیدکنندگان هم نمی‌خواهند این ممنوعیت همیشگی باشد. ممنوعیت ابدی نیست مقطعی است و تولیدکنندگان هم قائل به این نیستند که ابدی باشد. البته ممنوعیت واردات صرفاً

بحث حمایتی نبوده و مساله اصلی مشکل تامین منابع ارزی بود.

قاچاق ۳۰ درصد زیر قیمت تولید داخل

هاشمی در ادامه نشست خود با خبرنگاران با بیان اینکه جلسات متوالی در حوزه قاچاق برگزار شد و شناسه کالا و کد رهگیری هم کمک‌کننده است، گفت: اما با توجه به هزینه‌های تولید، قاچاق ارزان‌تر تمام می‌شود. حدود ۳۰ درصد هزینه‌های تولید داخل مربوط به عوارض و مالیات است. بنابراین با در نظر گرفتن همین فاکتور، قاچاق ۳۰ درصد زیر قیمت تولید داخل است. تولیدکنندگان داخلی باید برای حفظ سهم بازار در حوزه خدمات پس از فروش و قیمت دقت لازم را داشته باشند.

برآوردهایی که مطرح می‌شود این است که سهم کالای قاچاق در بازار لوازم خانگی ۳۰ تا ۳۵ درصد است، اما این رقم قطعی نیست. بخشی از مبادی ورودی قاچاق هم قانونی است. برای مثال سهمیه‌های پیله وری سقف و محدوده دارد و نباید از استان خارج شود، اما در مواردی نظارت کافی نیست و ممکن است بازرگانی از تهران برود و چند هزار کارت پیله وری بگیرد و لوازم خانگی وارد کند.

تشریح جزئیات بیست و سومین نمایشگاه صنعت لوازم خانگی ایران

در ادامه نشست خبری فرشاد براتی، معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به برنامه‌های بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی «HAMex2023» که شامل تور دانشجویی و دانش‌آموزی، نخستین رویداد Tech talk لوازم خانگی، جایزه ملی نوآوری و خدمات پس از فروش و میز خدمت است اشاره کرد.

وی در ادامه با بیان اینکه در این نمایشگاه نگاه ویژه‌ای به موضوع دانش‌بنیان‌ها خواهیم داشت و همچنین برای عرضه و تقاضای فناورانه لوازم خانگی نیز برنامه‌ریزی شده است، اظهار داشت: با همکاری دفتر خدمات کسب‌وکار وزارت صمت، نخستین جایزه ملی فناوری در اختتامیه نمایشگاه به شرکت‌ها و واحدهای تولیدی برگزیده اهدا خواهد شد. همچنین برای نخستین بار جایزه ملی خدمات پس از فروش نیز در مراسم اختتامیه به شرکت‌های منتخب اهداء خواهد شد. براتی با تأکید بر اینکه نگاه کانونی صنعت‌گران لوازم خانگی به این نمایشگاه است، عنوان کرد: در همین راستا مانع‌زدایی، طرح مشکلات و مسائل پیرامونی تولیدکنندگان در این صنعت

موردتوجه انجمن صنایع لوازم خانگی در این نمایشگاه بوده است؛ از این رو تولیدکنندگان در قالب «میز خدمت» که در فضای نمایشگاه سازماندهی خواهد شد می‌توانند بدون واسطه مشکلات خود را با مسئولان در میان بگذارند. همچنین این بخش نیز کارجویانی که به دنبال اشتغال و کارفرمایی که به دنبال نیروهای متخصص هستند می‌توانند بدون واسطه در قالب میز خدمت با یکدیگر مذاکره کنند. او اضافه کرد: در موضوع اشتغال‌زایی هم با همکاری جهاد دانشگاهی پلتفرمی در نظر گرفته شده که به افرادی که در جست‌وجوی شغل هستند، کمک خواهد کرد که در این صنعت شغل مناسب خود را پیدا کنند. در ادامه فرشاد براتی معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و مسئول روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ضمن ارائه آمار در تشریح دلایل برگزاری این نشست، گفت: صنعت لوازم خانگی دومین صنعت بزرگ ایران است که ۳۰۰ هزار نفر به صورت مستقیم و یک میلیون نفر به صورت غیرمستقیم در آن مشغول فعالیت هستند. فرشاد براتی در ادامه با بیان این نکته که انجمن نیز که سابقه ۴۱ ساله در این صنعت دارد همواره سعی داشته تا نقش مثبتی در صنایع لوازم خانگی ایفا کند.

خوشبختانه ۸۵ درصد سهم بازار تولید لوازم خانگی متعلق به این انجمن است که در تولید لباسشویی و تلویزیون ۷۰ درصد، یخچال ۸۵ درصد، پکیج ۹۰ درصد و سایر لوازم نیز درصد بالایی از تولید دارد. وی در توضیح این موضوع که انجمن جایگاه مشورتی برای قوای سه‌گانه کشور دارد ادامه داد: با ظرفیت‌هایی که نزد انجمن وجود دارد ۲۳ سال متمادی است که نمایشگاه صنعت لوازم خانگی را با موفقیت کامل برگزار می‌کنیم چرا که هامکس از بزرگ‌ترین رویدادهای نمایشگاهی کشور است.

براتی با بیان این مهم که این صنعت پیشران عامل موثری برای اقتصاد بدون نفت در کشور است، ابراز داشت: سهم ارزش لوازم خانگی از کل تولیدات در کشور ۸ درصد است که تلاش می‌کنیم با استفاده از ظرفیت‌ها این میزان را بیشتر کنیم. وی با ذکر این موضوع که صنعت لوازم خانگی کشور در کل سهم ۷/۰ درصدی از صادرات غیرنفتی دارد، اهداف کلان این انجمن را تشریح کرد و گفت: افزایش کمی و کیفی محصولات، ارتقای خدمات پس از فروش، جهت‌دهی ارتقای کیفی و برگزاری با کیفیت نمایشگاه‌های داخلی از مهم‌ترین اهداف این انجمن خواهد بود.



در آستانه برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۲۰۲۳) که خود نشان از تبلور و بلوغ این صنعت می‌باشد، قرار داریم. به عبارتی صنعت پیش‌ران لوازم خانگی که یکی از مولدهای اساسی در توسعه و پیشبرد زیرساخت‌های هر کشوری می‌تواند باشد، امروز شاهد عبور از دو دهه فعالیت نمایشگاهی این صنعت هستیم که اگر سال‌های پاندمی که این نمایشگاه در آن دوران برگزار نگردید، بتوان گفت که ربع قرن فعالیت مستمر و رو به جلو در این صنعت رخ داده است. صنعتی که پس از تحریم‌های ظالمانه شیب پیشرفت سریع‌تر به خود گرفت و امروز می‌توانیم ادعا کنیم در تولید بسیاری از محصولات نه تنها به مرز خودکفایی رسیده‌ایم، بلکه قابلیت رقابت با نمونه مشابه خارجی را نیز دارا هستیم.



محمد مهدی برادران

معاون امور صنایع وزیر صنعت، معدن و تجارت

امنیت به مصرف‌کننده را فراهم کرده است. رشد شرکت‌های قطعه‌ساز و بهره‌مندی از شرکت‌های دانش‌بنیان برای رفع مشکلات تولیدی و افزایش بهره‌وری در تولید نیز گامی موثر در تحقق منویات مقام معظم رهبری مبنی بر رشد تولید بوده که شرکت‌های تولیدکننده لوازم خانگی کشور به اهمیت آن واقف بوده و اقدامات عملی مهمی را انجام داده‌اند.

انشاءالله با یاری حق تعالی شاهد بالندگی و توسعه هر چه بیشتر این صنعت با فعالیت هرچه بیشتر صاحبان صنعت باشیم.

پرنده‌ای سبک بال از قید مشکلات تحریمی عبور کرده و نیاز مصرف‌کننده داخلی را با بهترین کیفیت تامین نماید. استانداردسازی تولیدات نهایی و ارایه شبکه خدمات پس از فروش، مبتنی بر قوانینی که حافظ منافع مصرف‌کننده باشد نیز از دست‌آوردهایی است که در این چند سال اخیر و با حضور دولت سیزدهم در دستور کار تولیدکنندگان قرار گرفته است. همچنین بهره‌مندی از سامانه جامع تجارت و تجمیع تمام عملیات در سامانه قدم‌های بسیار مثبتی را در راستای مبارزه با قاچاق کالا و کنترل بازار و ایجاد احساس

افق پیش روی این صنعت در گرو شکست مرزهای داخلی و ورود به بازارهای بین‌المللی است. اقدامی که منجر به درآمد ارزی برای کشور شده و قابلیت تامین ارز مورد نیاز صنعت از محل صادرات خود را محقق خواهد کرد. یقیناً با یک خرد جمعی و همت ملی به راحتی می‌توان از این مرحله گذار نیز عبور کرد و شاهد حضور برندهای ایرانی معتبر در عرصه بین‌الملل خواهیم بود. این صنعت و صنعتگران آن نشان داده‌اند که تولیدکننده ایرانی هر زمان اراده نماید، توانسته در مقابل فشارهای موجود اقتصادی همچون

جایگاه مهم صنعت لوازم خانگی در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور

صنعت لوازم خانگی ایران، سابقه فعالیت چند ده ساله دارد و در سخت‌ترین شرایط مانند دوران جنگ تحمیلی و دفاع مقدس، توانسته در انبوه مشکلات داخلی و خارجی، روی پای خود بایستد، اتفاقی که تولد انواع برندهای ایرانی در حوزه صنعت لوازم خانگی را رقم زد که امروزه بخش بزرگی از بازار داخلی را پوشش می‌دهند. صنعت لوازم خانگی از جمله صنایعی است که در بحران تشدید تحریم‌ها تسلیم نشد و با اتکا به توان داخل، علاوه بر حفظ تولیدات خود، توانست به رشد داخلی‌سازی و قطع وابستگی به واردات در برخی بخش‌ها دست یابد. طبق آمار دفتر لوازم خانگی وزارت صمت، صادرات لوازم خانگی کشور در سال گذشته با رشد ۱۲ درصدی به ۴۴۰ میلیون دلار رسیده است. این آمار نشان می‌دهد صنعت لوازم خانگی تهدید تحریم را به فرصت تبدیل کرد و توانست جهش تولید در این صنعت را رقم بزند و اثرات منفی تحریم را بی‌اثر کند؛ در واقع صنعت لوازم خانگی در چند سال اخیر تحول گسترده‌ای به خود دیده است.

متخصص، بستر و زمینه مناسبی را از طریق برپایی نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی جهت تولیدکنندگان، بازرگانان داخلی و خارجی مهیا ساخته است تا علاوه بر عرضه و نمایش توانمندی‌ها، مبادلات تجاری، سرمایه‌گذاری‌های مشترک و بین‌المللی خود را در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران توسعه بخشند.

شرکت سهامی نمایشگاه‌های جمهوری اسلامی ایران ضمن ابراز خرسندی از تداوم برگزاری این نمایشگاه طی ۲۳ دوره، مراتب سپاسگزاری خود را از انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، شرکت‌ها و مشارکت‌کنندگان که امکان برپایی این نمایشگاه را فراهم کردند، اعلام می‌دارد.

ارتقای تولید ملی ضروری است. در همین راستا نقش نمایشگاه‌ها برای ایجاد فرصت انتقال تکنولوژی و اطلاعات، بازاریابی، برندسازی و شبکه‌سازی بسیار حائز اهمیت است و بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران «هامکس ۲۰۲۳»، فضایی برای تعامل و همکاری میان تولیدکنندگان و صاحبان صنایع با شرکت‌های دانش‌بنیان، متخصصان و بازرگانان است.

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران به عنوان یکی از مهم‌ترین شرکت‌های تجاری و اقتصادی ایران با بهره‌مندی از فضا، امکانات و تسهیلات نمایشگاهی منحصر به فرد و نیروهای



سیداحمد رضا علایی طباطبایی

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران

در همین زمینه صنعت لوازم خانگی یکی از صنایعی است که با تنوع محصولات و پتانسیل بالا می‌تواند پس از نفت، بزرگ‌ترین صنعت سودآور کشور محسوب شود. جایگاه صنعت لوازم خانگی برای پیشبرد اهداف اقتصادی کشور بسیار مهم و استراتژیک است.

این صنعت می‌تواند با تولید محصولات با کیفیت و قابل‌رقابت با برندهای خارجی، ارزش افزوده، درآمد و اشتغال‌بایی را ایجاد کند. بنابراین، شناسایی و رفع مشکلات و چالش‌های پیش روی توسعه صنعتی کشور و بازنگری نیازهای حمایتی این بخش برای

آیا تدوین استانداردها و اصرار بر رعایت آنها تضمین را در پی خواهد داشت؟

استانداردسازی برای کالا یا محصول از قرن‌ها پیش مرسوم بوده است، اما در قرن بیست و یکم و در دهه اخیر با توجه به حجم گسترده نیاز و استفاده مردم به خدمات، اهمیت استاندارد سازی بیشتر نمایان می‌شود. بر اساس الزامات بند یک سند ایزو ۹۰۰۱ ISO ۹۰۰۱-۲۰۱۵ دامنه کاربرد همه سازمان‌ها بدون توجه به نوع و اندازه محصول و خدماتی که ارائه می‌کنند، کاربرد دارد. در دنیایی که به‌طور مکرر از تفاوت‌ها و بدیع بودن برنامه‌های آموزشی نسبت به یکدیگر و شخصی‌سازی آن‌ها بحث می‌شود، اما لزوم فرایند استانداردسازی چیست؟ آیا تدوین استانداردها و اصرار بر رعایت آن‌ها، تضمین کیفیت آموزش را در پی خواهد داشت؟ این‌ها سؤالاتی هستند که ممکن است در ذهن کنکاش‌گر ایجاد شده باشد اما درباره ارائه یک پاسخ قابل اعتماد به آن تردید داشته باشید. در ایران بسیاری از مردم فکر می‌کنند کالا یا محصول باید استاندارد باشد و تصور اینکه خدمات نیز باید استاندارد سازی شوند برایشان سخت است.

برخی سازمان‌ها به جهت شرکت در مناقصه یا استفاده تبلیغاتی یا الزام توسط مشتریان آن‌ها به این سمت و سوی می‌روند. از اینها مهم‌تر سازمان‌های بالادستی است که متأسفانه در ایران کمتر به آن پرداخته شده است. بعضی از سازمان‌های بالادستی بدون توجه و استفاده از ابزارهای تبلیغاتی آن، نسبت به پیاده سازی این استاندارد اقدام کرده‌اند ولی فاصله زیادی تا حد ایده‌آل داریم. در این بین اما برخی استانداردها از اهمیت بیشتری برخوردار است مانند ایزو؛ اگر بخواهیم ایزو را در یک کلمه معنی کنیم، ایزو یعنی نظم. بر این اساس سازمان‌هایی که نظم بیشتری دارند، راحت‌تر می‌توانند به سمت استانداردسازی بروند. در ویرایش‌های جدید استاندارد، تفکر مبتنی بر ریسک و فرصت تاکید شده است. اگر مشکلات سازمان‌ها را ریشه‌یابی کنید، دلیل اصلی اکثر آن‌ها این است که در ابتدای کار یا در ابتدای

و کارایی آن استفاده می‌کنند ولی این سوال پیش می‌آید که آیا سازمان‌های بالادستی و پایین دستی چطور؟ سازمان‌های بالادستی همچون شهرداری، سازمان مسکن و شهرسازی، سازمان نظام مهندسی، انجمن انبوه سازان و سایر انجمن‌های مرتبط و سازمان‌های پایین دستی همچون پیمان‌کاران اجرایی، تاسیساتی، بتن‌ریزی، تولیدکنندگان مصالح ساختمانی و حتی سیستم حمل و نقل.

استاندارد به دو بخش تقسیم می‌شود، یکی استاندارد ویژگی‌های آن خدمات که برای مشتری یا دریافت‌کننده خدمات ملموس است و دیگر سیستم مدیریت کیفیت خدمات (فرایندهای عملیاتی آن خدمات) است. در کشورهای پیشرفته از استانداردسازی بیشتر برای ارتقای کیفیت محصول یا خدمات، جلب رضایت مشتری، بهره‌وری بیشتر، کاهش هزینه و بهبود مستمر استفاده می‌کنند. اما در ایران

واقعیت این است که استانداردسازی برای کالا یا محصول از قرن‌ها پیش مرسوم بود، اما در قرن بیست و یکم به خصوص در دهه اخیر با توجه به حجم گسترده نیاز و استفاده مردم به خدمات همچون تاکسی تلفنی، نظافت ساختمان، تعمیر اتومبیل، شرکت‌های توریستی، مراکز دانشگاهی، سیستم قضایی، وکلا، رسانه‌ها، پزشکان، نهادهای نظارتی (سازمان نظام پزشکی و نظام مهندسی) اهمیت استانداردسازی بیشتر آشکار می‌شود.

پیاده‌سازی استانداردها وقتی معنی و مفهوم جدی، اثربخشی و کارایی بالایی را خواهد داشت که کل سیستم آن را اجرا کند و شکل جزیره‌ای نداشته باشد. برای نمونه تصور کنید شرکت‌های ساختمانی که بسیاری از آن‌ها به جهت شرکت در مناقصه موفق به اخذ گواهینامه‌های ایزو شده‌اند، استاندارد ایزو ۹۰۰۱ را پیاده‌سازی کرده‌اند و بین ۲۰ تا ۸۰ درصد هم از اثربخشی





شروع پروژه، ریسک‌های مرتبط با فرایندهای آن را شناسایی کرده‌اند و این باعث پدیدآوردن مشکلات بعدی در سازمان‌هاست.

پیشنهاد می‌شود تمام سازمان‌ها به ویژه نهادهای بالا دستی، تمام ریسک‌ها و فرصت‌های مرتبط با فعالیت‌های خود و فعالیت‌های نهادهای پایین دستی را شناسایی و اقدامات مورد نیاز را برای کاهش عدد اولویت ریسک و استفاده از فرصت‌های احتمالی انجام دهند. درباره استاندارد ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «هرچه بگندد نمکش می‌زنند، وای به روزی که بگندد نمک» بنابراین وقتی که سازمان‌های پایین دستی به نهادهای بالادستی مراجعه و می‌بینند که وضعیت استانداردسازی در این نهاد ضعیف است، فرایند ارائه خدمات آنها طولانی است، سردرگم می‌شوند یا مدارک مستند و مکتوبی که آن‌ها را راهنمایی کند وجود ندارد، دلسرد می‌شوند و در این صورت است که نمی‌توان از سازمان‌های پایین دستی توقع زیادی داشت و اینجاست که اهمیت پیاده‌سازی استانداردهای مدیریتی در نهادهای بالادستی بیشتر نمایان می‌شود.

استانداردها اما تنها مربوط به کالا نمی‌شوند، بلکه بسیاری از خدمات را نیز شامل می‌شوند. باید قبول کرد هر کالا و یا هر نوع خدماتی باید در یک چارچوب مشخص ارائه شود و این چارچوب‌ها را می‌توان با استاندارد تعریف کرد. در دنیای امروزی تقریباً تمامی کشورها از یک استاندارد ملی برخوردار هستند. در برخی موارد بسیاری پا را فراتر گذاشته و موسساتی را ایجاد کرده‌اند که کارشان استاندارد است.

با این اوصاف تعداد استانداردهای صادر شده مرتب بالاتر و بالاتر رفت، به‌گونه‌ای که درحال حاضر بسیاری از حرفه‌های مختلف در دنیا استانداردهای مخصوص خود را دارند.

اما برای آنکه کالای ایرانی در بازار داخل و خارج، مقبول واقع شود و بتواند با کالاهای مشابه خارجی رقابت داشته باشد به یک موضوع مهم و حیاتی نیاز دارد و آن کیفیت است.

زمانی کیفیت یک کالا می‌تواند ارتقا پیدا کند که تولیدکنندگان به مقوله استاندارد توجه کنند و بدانند که شرط فروش بیشتر و کسب رضایت مردم رعایت استانداردها است.

زمانی که چنین امری بین تولیدکنندگان نهادهای شود شاهد توسعه پایدار اقتصادی خواهیم بود. ظهور انقلاب صنعتی و رشد تعاملات میان بنگاه‌های مختلف تولیدی و خدماتی در جهان و افزایش روزافزون نیاز به همکاری‌های اقتصادی و مبادلات تجاری میان کشورهای جهان روبه‌روز توجه به تدوین و اجرای استانداردها را گسترش

داده و هم از این جهت چه در سطح جهانی، چه در سطح ملی و به همین میزان در سطح کارخانه‌ای، استانداردها نقش بسیار مهمی بر این مبنا در مبادلات تجاری میان کشورها و تعامل مردم در سراسر جهان ایفا می‌کنند و زبان مشترکی برای تداوم ارتباطات هستند.

استانداردسازی ابزار مهمی در فرایندهای مرتبط با تثبیت و انتقال دانش و فناوری هستند و در تمام زمینه‌ها و از جمله افزایش سطح ایمنی، سلامت و بهداشت تمام مردم اثربخشی خود را به اثبات رسانیده‌اند. از طرفی دیگر استانداردها دامنه وسیعی از قوانین و مقررات را مورد بازنگری قرار داده یا خود ایفای نقش قوانین و مقررات را بر عهده گرفته‌اند. براین اساس در این دوران هیچ ساختاری در هیچ سطحی نمی‌تواند بدون اتکا به استانداردهای مختلف و توجه به این زبان مشترک در جهت توسعه پایدار فرایندهای کسب‌وکار حتی در کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی کند.

استاندارد و استانداردسازی از جمله فرایندهای مهم و ضروری برای توسعه پایدار صنایع و فناوری‌های مختلف به شمار می‌روند که تدوین و پیاده‌سازی آن‌ها، امری حیاتی در جهت توسعه پایدار فناوری‌های مختلف است. استانداردسازی مانعی بر سر راه خلاقیت و منحصربه‌فرد بودن یک برنامه نیست؛ بلکه با استاندارد کردن آموزش و منابع دانشی برنامه، می‌توان کیفیت هر دوره آموزشی را تضمین کرد. استانداردسازی می‌تواند به ما در جهت ایجاد نظم، یکنواخت کردن، حفظ توازن و تعادل، کمک به مقررات‌گرایی، اعتباربخشی، ایجاد اعتماد و اطمینان، تسهیل ارتباطات و در نهایت ارتقای کیفیت هر دوره‌ای برای بهبود عملکرد یا توسعه شایستگی‌های نیروهای انسانی در آموزش‌های صنعتی کمک کند.

همانگی با استانداردهای بین‌المللی باعث بهبود کیفیت محصول و خدمات می‌شود. از آنجا که استانداردهای ISO دائماً در حال تحول و

ارتقا هستند ما را با روند استانداردسازی جهانی همراه می‌کنند. مشاغل همچنین می‌توانند با مشارکت در فرایندهای استاندارد سازی نقش فعالی در شکل‌گیری آینده صنعت خود داشته باشند. استانداردسازی به ویژه هنگامی که موسسات به دنبال رشد و رقابت هستند بسیار ارزشمند است. اکثر مشتریان و سازمان‌های بین‌المللی فقط با مشاغلی همکاری دارند که از استانداردها استفاده کنند.

فرآیند استانداردسازی در گذر تاریخی و در روند تکاملی خود همگام با رشد و تکامل علوم بشری و توسعه ارتباطات و مبادلات بین‌المللی تحولات و پیشرفت‌های قابل توجهی را تجربه کرده است. امروزه در زندگی روزمره شاهد انواع استانداردها در زمینه محصولات، خدمات یا در زمینه سیستم‌های مدیریت کیفیت در محیط پیرامون خود هستیم و این انتظار و باور نیز به وجود آمده است که تحرک و پویایی این فرآیند به حدی است که قابلیت تعریف موضوعات در زمینه‌های جدید را نیز دارد. گفتنی است که استانداردسازی در عین تحرک و پویایی بر اصول خاص و تعریف شده‌ای استوار است که با پیروی از آن‌ها جامعه‌ای یک‌دست، پیشرفته و با کیفیت بسازیم. از سویی پذیرش عمومی استانداردهای بین‌المللی باعث می‌شود که تولیدکننده اساس توسعه محصولات و سرویس‌های خود را بر این اساس گذاشته و در نتیجه به مقبولیت عمومی دست پیدا کند. همچنین باعث می‌شود که کسب و کارهایی که بر اساس استانداردهای بین‌المللی ایجاد شده‌اند به راحتی در نقاط مختلف دنیا قابل رقابت باشند.

گرچه برخی استانداردهای عملکرد اصلی وجود دارد که می‌تواند در بسیاری از سازمان‌ها اعمال شود، صنایع مختلف ممکن است انتظارات متفاوتی از کارکنان خود داشته باشند. با وجود تمام تعارف مختلفی که از استاندارد

جلسه کمیسیون رسانه انجمن

جلسه کمیسیون رسانه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با حضور برخی از اعضای کمیسیون در روز چهارم مهرماه سال جاری در محل انجمن برگزار شد. در ابتدای جلسه فرشاد براتی معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی به اشاره‌ای به برنامه‌های بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران کرد و گفت: برگزاری تور دانشجویی و دانش‌آموزی، نخستین رویداد Tech Tour لوازم خانگی، نخستین رویداد Ted talk لوازم خانگی، جایزه ملی نوآوری و خدمات پس از فروش و میز خدمت از جمله برنامه‌های این دوره از نمایشگاه هامکس ۲۰۲۳ خواهد بود.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، فرشاد براتی، رئیس میسیون رسانه خبر داد: بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران، HAMEx ۲۰۲۳ از تاریخ سوم تا ششم آبان‌ماه در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران با حضور بیش از ۳۰۰ شرکت داخلی و خارجی برگزار خواهد شد.

وی در ادامه اضافه کرد: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افتخار دارد که در طی ۲۲ سال گذشته مجری نمایشگاه‌های بین‌المللی موفق لوازم خانگی بوده است. در این میان نمایشگاه هامکس ۱۴۰۱ با وسعت ۴۰/۰۰۰ مترمربع در بین تمام ۲۲ نمایشگاه بیشترین میزان مشارکت‌کنندگان و مخاطب مردمی را به خود اختصاص داد و توانست ۹۷ درصد رضایت بازدیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان را به همراه داشته باشد و شاهد حضور وزیر سابق صمت در افتتاحیه و بازدید خوبی از برخی سالن‌ها توسط وی بودیم. براتی نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس) را ویتترین کاملی از توانمندی شرکت‌های عضو و غیرعضو فعال در این صنعت برشمرد و عنوان کرد: متأسفانه امسال ۱۲ سالن با مساحت ۲۰۸۷۱ مترمربع به نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ اختصاص داده شد که در نتیجه فقط شرکت‌های تولیدکننده لوازم خانگی انرژی‌بر و قطعات وابسته در این نمایشگاه امکان حضور را خواهند داشت.

او در بخش دیگری در یک انفکاک تأسف‌آور پیشنهاد برگزاری نمایشگاه لوازم خانگی غیرانرژی‌بر در بهمن‌ماه سال جاری به انجمن صنایع لوازم خانگی ایران مطرح شد. البته کادر مدیریت انجمن تلاش‌های زیادی به کار بردند تا بتوانند مجوز برگزاری نمایشگاه در سال جاری را اخذ کنند. اما در عین حال، بر اساس پروتکل‌های سازمان توسعه تجارت، یک شرکت نمایشگاهی توسط انجمن به ثبت رسید که از سال آینده مجری برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی شرکت یادشده خواهد بود. به عبارت دقیق‌تر در فاز اول نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲، چهار دسته تولید کنندگان لوازم خانگی بزرگ، لوازم صوتی و تصویری، لوازم خانگی برقی کوچک و صنعت قطعه سازی را خواهیم

مترمربع باشد تا جذب حداکثری شرکت‌ها را شاهد باشیم. براتی در خصوص برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در خصوص برگزاری رویدادهای فناورانه در جریان نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ گفت: با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، روزهای دوم و سوم نمایشگاه، به برگزاری رویدادهای نوآورانه و فناورانه اختصاص خواهد یافت و برای اولین بار اعطای جایزه ملی نوآوری را نیز خواهیم داشت؛ ضمن آنکه رویدادی خواهیم داشت که برخی از تولیدکنندگان دانش بنیان طی ۷ دقیقه به معرفی فعالیت‌ها و پیشرفت‌های خود خواهند پرداخت.

وی اظهار داشت: همچنین در نمایشگاه امسال تورهایی بازدید دانشجویی و دانش‌آموزی در نظر گرفته شده و به همین منظور با دانشگاه‌ها و وزارت آموزش و پرورش مذاکراتی به عمل آمده و در تلاش هستیم که رشته کارشناسی لوازم خانگی در آینده نزدیک بین رشته‌های دانشگاهی گنجانده شود تا بتوانیم متخصصین و تکنسین‌های مخصوص این رشته را تربیت و به صنعت لوازم خانگی معرفی نماییم. رئیس کمیسیون رسانه با اشاره به جشن یکسالگی نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی در مهرماه عنوان کرد: در همین راستا از تمام اعضای کمیسیون‌های تخصصی انجمن انتظار داریم با ارائه مطالب، انتقادات و پیشنهادات سازنده خود ما را یاری دهند تا ماهنامه غنی‌تر و جهت‌دار شود.

داشت. البته بخشی از فضای باز نمایشگاهی هم به عنوان فضای غرفه‌های باز به شرکتها واگذار خواهد شد. رئیس کمیسیون رسانه و ارتباطات انجمن افزود: نظر به نارضایتی تعداد کثیری از تولیدکنندگان لوازم خانگی غیرانرژی‌بر مبنی بر عدم امکان شرکت در نمایشگاه هامکس ۲۰۲۳، بررسی‌های کارشناسی جهت امکان برگزاری نمایشگاه لوازم خانگی غیرانرژی‌بر در یکی از سه سایت نمایشگاهی شهر آفتاب، مصلی و ایران مال توسط انجمن به عمل آمد و در نهایت در تاریخ سوم مهرماه در جلسه‌ای با حضور نمایندگان شرکت‌های مطرح این صنف، برگزاری نمایشگاه مربوط به این شاخه از صنعت لوازم خانگی در فضای نمایشگاهی ایران مال با وسعت بیش از ۱۵/۰۰۰ مترمربع در تاریخ ۸ الی ۱۵ آذرماه مصوب گردید. قطعا اطلاع‌رسانی گسترده این نمایشگاه در جریان برگزاری فاز اول نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ در آبان ماه سال جاری انجام خواهد شد. ضمناً ورود انجمن به حیطه برگزاری نمایشگاه‌های لوازم خانگی استانی نیز در مرحله مطالعه و بررسی قرار دارد. وی اضافه کرد: در طول ۳ سال گذشته، سامانه ثبت‌نام الکترونیکی نمایشگاه را راه‌اندازی کردیم تا مراجعات حضوری ثبت‌نام‌کنندگان فقط محدود به مسائل مالی شود؛ همانطور که پیش‌بینی می‌کردیم امسال نیز در عرض ۴۸ ساعت اول آغاز ثبت‌نام، تقاضاها از میزان فضای موجود فراتر رفت و جهت توزیع عادلانه تصمیم گرفته شد حداکثر فضای قابل تخصیص به غرفه‌ها ۱۷



گزارش تصویری کمیسیون رسانه و ارتباطات



استمرار دوره‌های آموزشی اینبار در کمیسیون تدوین استاندارد

آشنایی با ساختار و شیوه نگارش استانداردهای ملی ایران بر اساس الزامات استاندارد ملی شماره ۵، دستور ۲ جلسه کمیسیون تدوین استاندارد قطعات اجاق گاز خانگی مورخ هشتم شهریورماه و پنجم مهرماه سال جاری بود. بر اساس درخواست اعضای کمیسیون و حسب نیاز موجود، انجمن براساس هماهنگی‌های به عمل آمده، در دو جلسه سه ساعته این مهم را به انجام رساند.

ویژه رئیس و دبیر تدوین باید آشنایی کامل با استاندارد شماره ۵ داشته و دوره آموزشی مربوطه را گذرانده باشند؛ چرا که در صورت عدم همخوانی استاندارد نگارش شده با استاندارد مذکور حتی در صورت تأیید ویراستار مورد تأیید سازمان ملی استاندارد در مرحله کمیته ملی استاندارد تهیه شده برگشت داده می‌شود.

طبقه‌بندی فصل‌های مختلف استانداردهای ملی، شیوه تهیه ضوابط الزامی و اطلاعاتی و روش درج عکس‌ها و تصاویر مختلف از جمله سرفصل‌های این دوره آموزشی بود.

گفتنی است عدم آشنایی گروه تدوین استاندارد لوله اصلی اجاق گاز خانگی انجمن به استاندارد شماره ۵، علیرغم اتمام کار تدوین این سند، موجب بروز تاخیر چند ماهه در پذیرش این استاندارد از سوی دفتر تدوین استانداردهای ملی سازمان به عنوان استاندارد ملی و حتی کارخانه‌ای شده بود و به همین علت در مراحل آغازین تدوین استاندارد سرشعله اجاق گاز خانگی حسب نیاز فوری به تشکیل دوره آموزشی استاندارد شماره ۵، این امر محقق گردید.

لازم به تأکید است که تمامی اعضای گروه تدوین استانداردهای ملی و کارخانه‌ای به

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، سینا نوروزی مدرس دوره از شرکت دایا الکترونیک پایا در طی این ۲ جلسه، آخرین ویرایش استاندارد ملی یادشده و تغییرات به عمل آمده را برای اعضای گروه تدوین استاندارد داخلی سرشعله اجاق گاز خانگی متشکل از مدیران و کارشناسان کنترل کیفیت و آزمایشگاه شرکت‌های تولیدکننده اجاق گاز خانگی و قطعات وابسته عضو انجمن و همچنین پرسنل آزمایشگاه‌های همکار سازمان ملی استاندارد ایران تشریح کرد.

شایان ذکر است شاکله و طرز نگارش و بایدها و نبایدهای متون استانداردهای ملی و ساختار آنها و همچنین فونت‌های مورد تأیید و روش استفاده از استانداردهای ملی و بین‌المللی مرجع و طریقه فرمول نویسی، درج یکاهای اندازه‌گیری، تعیین ساختار و





انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران مجری

بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران



HAMMEX

بیست و سومین

نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس

23rd Home Appliance Manufacturers Exhibition

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

Tehran International Exhibition Center

۳ الی ۶ آبان ۱۴۰۲

25-28 October 2023



iranfair.com

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ا.

hamex.ahamiran.com

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

(۰۲۱) ۸۸۵۱۳۱۲۷

راه مبهم پیش روی صادرات لوازم خانگی



صادرات به عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی را در عرصه اقتصاد ایفا می‌کند؛ ۲۹ مهرماه یعنی «روز ملی صادرات» بهانه‌ای شد تا به وضعیت بازارهای صادراتی و موانع آن در حوزه صنعت لوازم خانگی بپردازیم؛ در همین زمینه نشریه آینده‌سازان صنعت لوازم خانگی گفتگویی با نیما زاهدیان، عضو کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و مدیر فروش شرکت انرژی داشت که در ادامه به مشروح کامل آن را می‌توانید بخوانید:

از دیدگاه شما، آمار و وضعیت فعلی صادرات لوازم خانگی قابل دفاع است؟

به گفته مدیرکل دفتر لوازم خانگی وزارت صمت، جناب آقای محسن شکراللهی، صادرات لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱ با رشد ۱۲ درصدی، حدود ۴۴۰ میلیون دلار ارز وارد کشور شده است. طبق برآورد ایشان، ۱۵ درصد رشد صادرات در سال ۱۴۰۲ محقق خواهد داشت. بیشترین صادرات لوازم خانگی مربوط به یخچال و فریزر حدود ۶۴ درصد، تجهیزات سرمایشی و گرمایشی حدود ۱۶ درصد و لوازم خانگی کوچک ۷ درصد اختصاص دارد. تولید تلویزیون، کولرگازی و ماشین ظرفشویی در کشور رشد داشته و نیاز کشور به این محصولات بیشتر از تولید داخلی است.

لذا جواب به این سوال با نگاه آماری و وضعیت فعلی کشور مثبت است از همین رو صادرات لوازم خانگی ایران قابل دفاع خواهد بود. در سال‌های اخیر، صادرات لوازم خانگی ایران رشد داشته است که نشان‌دهنده توانایی صنعت لوازم خانگی ایران علیرغم فرسوده بودن دستگاه‌های تولیدی و بی‌شمار موانع موجود در رقابت با بازارهای خارجی و تأمین نیازهای بین‌المللی است.

برنامه وزارت صمت برای صادرات لوازم خانگی افزایش کیفیت و پایین آوردن قیمت تمام شده محصول است تا لوازم خانگی ایرانی با نشان‌های خارجی رقابت کند، آیا وزارت صمت در این زمینه موفق عمل کرده است؟

اگر حمایت از تولید و تولیدکننده وجود داشته باشد یعنی سیاست‌گذاری‌های صحیح و سیستمی در خصوص تسهیل در

تأمین قطعات خارجی و فرایند واردات به کشور و تخصیص ارز و رفع تحریم‌های بین‌المللی و تأمین مواد اولیه از بورس کالا و نه بازار آزاد (عرضه و تقاضا مواد اولیه متناسب در بازار) وجود داشته باشد، قطعاً شاهد رشد و شکوفایی درخورد صادراتی خواهیم بود که مستلزم پیگیری‌های مستمر و اقدامات فوری و همکاری و هماهنگی همه دستگاه‌های ذی‌ربط داخل کشور است. افزایش کیفیت و استانداردهای محصولات لوازم خانگی ایران می‌تواند به تقویت جایگاه صادراتی کشور کمک کند. همچنین تلاش برای بهبود فرآیندهای تولید، استفاده از فناوری‌های نوین و رعایت استانداردهای بین‌المللی و بسته‌بندی مناسب از جمله عوامل مهم در این زمینه است.

از سوی دیگر کاهش قیمت تمام شده محصولات لوازم خانگی ایران می‌تواند به تقویت رقابت‌پذیری در بازار جهانی کمک کند و وزارت صمت، معدن و تجارت نیز می‌بایست برنامه‌هایی برای پایین آوردن قیمت تمام شده محصولات و افزایش رقابت‌پذیری صادراتی تبیین و در مدت زمان کوتاه عملیاتی نماید چرا که سرعت رشد صادرات کشور در مقایسه با کشورهای توسعه یافته بسیار کم است. اما موضوع دیگر آن است که در بازارهای جهانی، محصولات گوناگون با کیفیت و قیمت‌های مختلف وجود دارند و قیمت امروز محصولات ایرانی با توجه به ارزش ریال نسبت به دلار و یورو به خودی خود مزیت رقابتی صادراتی را در بازارهای جهانی در این صنعت ایجاد کرده است و این صنعت شایسته حمایت است تا ارزش‌آوری و به تبع آن اشتغال‌زایی نماید. نکته مهم دیگر آن است که نباید سیاست‌های اقتصادی به

صورت کوتاه‌مدت دچار تغییرات عمده و در نتیجه تغییر ارزش ارز نسبت به ریال شود، چرا که شرایط ثابت نگه داشتن قیمت محصولات در بازارهای جهانی بسیار حائز اهمیت بوده و بر تصمیم‌گیری خرید توسط مشتریان خارجی تأثیرگذار است. بنابراین پیشنهاد می‌کنم الگوهای موفق را سرلوحه حمایت از صادرات قرار دهند تا پیشرفت صادراتی محقق گردد که در این زمینه به عقیده بنده کشورهای چین و ترکیه الگوهای موفق در حوزه صادرات هستند؛ از این رو شایسته است مدل‌های آنها بررسی و در کشور اجرا شوند.

متاسفانه در چند سال اخیر برخی از محصولات ایرانی با کیفیت پایین یا با نشان‌های متفرقه وارد بازار کشورهای همسایه شده و به نام و نشان کالای ایرانی لطمه وارد کرده است، راهکار مقابله با این موضوع چیست؟

استفاده از برندهای معتبر و شناخته شده در بازار جهانی، به افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان و تأثیرگذاری بر تصمیم خرید آن‌ها کمک می‌کند. باید توجه داشت که Country Brand ما در برخی از بازارهای جهانی موانعی را برای تولیدکنندگان داخلی ایجاد کرده است. برای رفع مشکل صادرات محصولات بی‌کیفیت ایرانی یا محصولات با برچسب‌های مختلف به کشورهای همسایه و لطمه زدن به اعتبار کالای ایرانی، راه‌حل‌های بالقوه‌ای وجود دارد.

اولاً، دولت می‌تواند مقررات سخت‌گیرانه‌تر و اقدامات کنترل کیفیت را برای اطمینان از صادرات فقط محصولات با کیفیت بالا با نام تجاری قانونی اعمال کند.

این می‌تواند شامل افزایش بازرسی‌ها و حتی جریمه‌ها برای شرکت‌هایی باشد که در حال صادرات محصولات کیفیت پایین‌تر (subpar products) از سطح تایین شده یا استفاده از برندهای نادرست هستند باشد. ثانیاً، تبلیغ محصولات ایرانی از طریق کمپین‌های بازاریابی و نمایشگاه‌های تجاری می‌تواند به ارتقاء شهرت آن‌ها و افزایش تقاضا برای کالاهای اصیل ایرانی کمک کند. این می‌تواند شامل همکاری با دولت‌ها و سازمان‌های خارجی برای نمایش کیفیت و اصالت محصولات ایرانی باشد.

در نهایت، تشویق و حمایت از تولید داخلی کالاهای باکیفیت می‌تواند به کاهش نیاز به واردات محصولات خارجی و افزایش دسترسی به محصولات اصیل ایرانی برای صادرات کمک کند.

این می‌تواند شامل ایجاد انگیزه برای شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه یا ارائه وام و کمک‌های بلاعوض به مشاغل کوچک در بخش تولید باشد.

وزارت صمت همواره برای رشد صادرات لوازم خانگی برنامه ارائه می‌دهد و معتقد است این رشد صادراتی مستمر خواهد بود، اما به نظر شما در شرایط موجود که تولیدکنندگان به سختی اقدام به تولید می‌کنند و از طرفی با تحریم‌های موجود، این موضوع میسر خواهد شد؟

با توجه به شرایط فعلی تولیدکنندگان لوازم خانگی و همچنین تحریم‌های موجود، امکان رشد صادراتی در این صنعت به چالش کشیده شده است.

از طرفی ظرفیت تولیدی محصولات برای بازار داخلی در نظر گرفته شده است و نگاه غالب سازمان‌ها به صادرات یک نگاه ایده‌آل و با حداقل سیاست سرمایه‌گذاری و تبلیغات است و از طرف دیگر انگیزه‌های تولیدکنندگان نسبت به سودآوری از طریق صادرات در حاله‌ای از ابهام قرار دارد.

به‌طور واضح‌تر عدم حمایت‌های دولتی و راه مبهم پیش‌رو برای سازمان‌های کوچک و متوسط جهت صادرات مانع از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در قالب صادرات می‌گردد هرچند که علاقه‌مند

هستند در بازارهای جهانی حضور داشته باشند اما قدرت ریسک‌پذیری آنها را پایین آورده و ترجیح می‌دهند با سرعت بسیار کمتری نسبت به سایر کشورها عمل کرده و دست به عصاء حرکت کنند.

بازار هدف صنعت لوازم خانگی ایران عمدتاً کشورهای منطقه از جمله عراق و افغانستان و همچنین تاجیکستان و آسیای میانه است، آیا امکان ورود و نفوذ به بازارهای دیگر نیز فراهم است؟

بله، امکان ورود و نفوذ این صنعت به بازارهای دیگر نیز وجود دارد. موفقیت چنین تلاش‌هایی به عوامل مختلفی مانند کیفیت و رقابت‌پذیری محصولات، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، تلاش‌های بازاریابی، تقاضا و رقابت کلی در بازار هدف و خدمات پس از فروش بستگی دارد.

پس از بررسی‌های میدانی و انتخاب بازارهای هدف بازار تقاضا می‌توان با سرمایه‌گذاری و راهکارهای بازاریابی متناسب و استراتژی‌های ورود با روش‌های مختلف، به بازارهای جدید دست یافت و یکی از کلیدی‌ترین اقداماتی که می‌بایست مدنظر داشته باشند شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی در کشور هدف است که پیشنهاد بنده برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی لوازم خانگی و HVAC با کمک‌های دولتی (از جمله نرخ‌های بسیار پایین و سوبسیددار جهت گرفتن غرفه نمایشگاهی، ارسال محموله‌های شرکت‌کنندگان به نمایشگاه مربوطه توسط مجریان به صورت تجمیع محموله‌های صادراتی و ارسال یکبار به یک سند صادراتی، پیش‌بینی تمهیدات مقتضی جهت تسهیل در گرفتن روادید، هتل و هواپیما و...) برای شرکت‌کنندگان و همکاری دولت‌ها در بخش ورود موقت و گاه‌ا ترخیص قطعی برای کالاهای نمایشگاهی در کشور مقصد جهت کاهش هزینه‌های لجستیک) از یک سو و بسترسازی جهت جلسات B2B بین تجاری که در یک صنف و تخصص هستند برای مثال صنف لوازم خانگی؛ از سوی دیگر کمک بسیار شایانی برای صادرات خواهد کرد.

لطفاً کمی در خصوص موانع و مشکلات پیش روی صادرات بگویید.

سعدیا گرچه سخندان و مصالح گویی*** به عمل کار برآید به سخندانی نیست.

امروزه همه ما واقف به تحریم‌های ظالمانه بین‌المللی، نبود سیستم بانکی بین‌المللی و LC و کارکردن در یک فضای ناامن صادراتی با اکثر کشورهای دنیا هستیم، اما مشکل جایی تبدیل به درد می‌شود که صادرکنندگان با تحریم‌های داخلی نیز دست‌وپنجه نرم می‌کنند. رفع تعهد ارزی صادراتی و قوانین دست‌وپاگیر منجمده در خصوص برگشت ارز حاصل از صادرات و تفاوت نرخ ارز آزاد و نیمایی همه و همه دست به دست هم داده‌اند تا صادرات کشور بال‌های خود را نتواند آنچنان که در خور وطن گرامیمان است بگشاید.

جدای از این موارد الگوبرداری صحیح در سیستم دیده نمی‌شود؛ برای مثال دولت کشور دوست و مسلمان همسایه، ترکیه که حمایت‌های ارزنده و شایانی در زمینه‌های صادراتی و برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی به همراه حمایت‌های مالی و مالیاتی دارد را باید الگو صادرات در منطقه قرار داد که در تمامی زمینه‌های صادراتی خود گوی سبقت را از کشور عزیزمان رپوده است و نه تنها در زمینه صادرات بلکه به معنای واقعی کلمه در زمینه لجستیک نیز فعالیت کرده و ناوگان حمل‌ونقل بین‌المللی خود از نظر کمی و کیفی و برخلاف کشور عزیزمان بروزرسانی کرده و با اختلاف چشمگیری در بازارهای جهانی ورود پیدا کرده است که متأسفانه ناوگان حمل‌ونقل ما (هوایی، دریایی و زمینی) بسیار در مقابل ایشان کوچک و فرسوده است.

علاوه بر آن جمهوری اسلامی ایران نیازمند ورود به کوریدرهای جدید و توسعه محور می‌باشد تا فرصت‌های ترانزیتی و صادراتی را از دست نهد که به جد نیازمند سیاست‌های کلان پایدار در کشورهای منطقه است.

سخن آخر؟

در حوزه بازرگانی و صادرات میهن عزیزمان به جد نیازمند بکارگیری افراد باهوش، متخصص، متعهد و دلسوز، شجاع، توانگر و جوان در منصب‌های کلیدی و حساس می‌باشیم تا تمامی موانع صادراتی را از پیش روی واحدهای صنفی مختلف بردارند.

جایگاه بورس در تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی



مهمترین هدفی که همه کشورها و جوامع در تلاش برای رسیدن به آن هستند، رشد و توسعه اقتصادی است، تامین زندگی مناسب برای همه افراد جامعه همواره سرلوحه اهداف و برنامه‌ریزی‌های گوناگون کشورها و اصلی‌ترین عامل توسعه جوامع، رشد اقتصاد آنها است. از اهداف اصلی سیاست‌گذاران اقتصادی ایجاد بستر مناسب برای بهره‌برداری حداکثری و بهینه از منابع بالقوه اقتصادی یک کشور در فرآیند چرخه تولیدات کالا و خدمات است و در این زمینه از سیاست‌های متفاوتی استفاده می‌شود. از جمله این سیاست‌ها که در سال‌های گذشته در بسیاری از کشورها اجرا شده است، اعمال سیاست‌های مداخله‌گرایانه و دستوری از سوی دولت بر مکانیسم مالی - پولی نظام اقتصادی بود که با هدف افزایش نرخ رشد اقتصادی از طریق تامین مالی طرح‌های تولیدی و بهای منفی شدن نرخ‌های واقعی پرداختی و دریافتی واسطه‌های مالی و نیز تحمیل سایر پیامدهای حاصل از اعمال این سیاست‌ها صورت می‌پذیرفت.

اختلال ایجاد می‌کنند. بنابراین میانگین موزون تورم سه ساله و حدود کنترل دولتی قیمت‌ها دو عامل اثرگذار بر آزادی پول هستند که با آن رابطه غیرمستقیم دارند. بر اساس آمار، ایران به لحاظ آزادی پولی وضعیت مناسبی ندارد. آزادی پولی ایران در سال ۲۰۲۳ برابر ۴۰/۶ برآورد شده است. طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ ایران در سال ۲۰۱۲ نسبت به سایر سال‌ها نمره بالاتری دارد.

تحلیل نمودار شاخص بورس در سال ۱۳۹۹

شاخص کل تا اواسط مردادماه سال ۱۳۹۹ صعودی بود، اما از این تاریخ به بعد تا اواخر آبان سال ۱۳۹۹ نزولی شد. عمده دلایل برای حرکت نزولی بورس پس از مردادماه ۹۹ عبارت است:

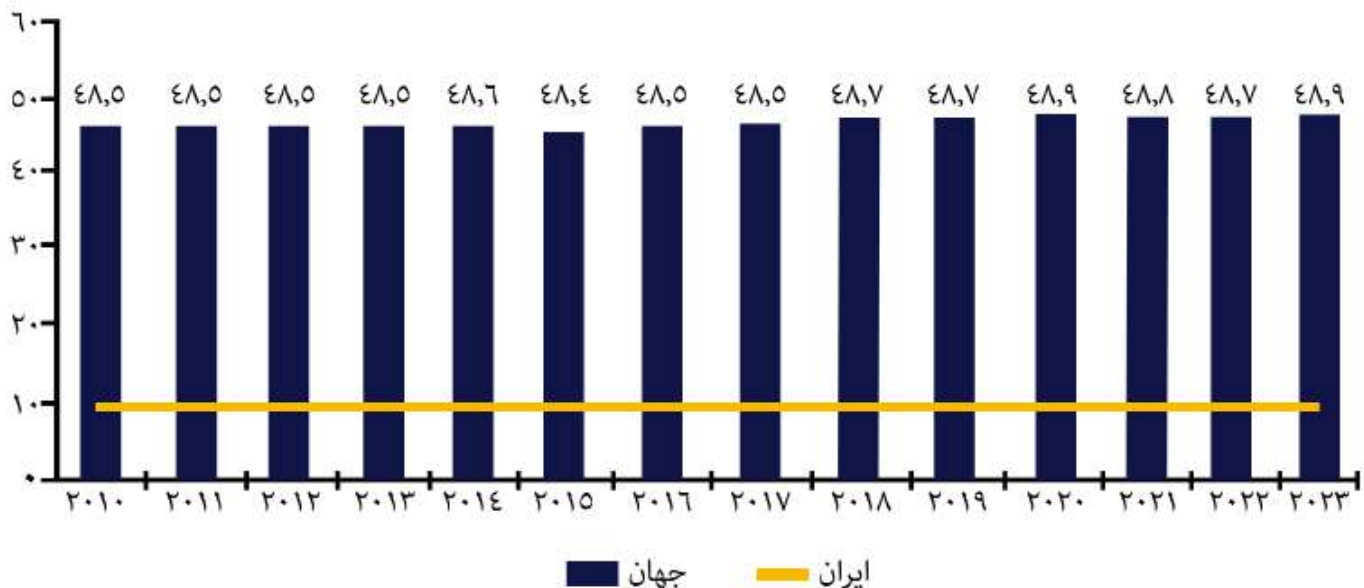
۱. رشدهای شاری همیشه با اصلاح‌های شاری نیز همراه هستند و این یک روند طبیعی در بازار بورس است
۲. دریافت سودهای کلان در بازه کوتاه ۵

از طریق مالکیت مستقیم یا غیرمستقیم، میزان توسعه بازارهای مالی و سرمایه، مقدار تاثیر دولت در تخصیص اعتبارات و آزادی در رقابت خارجی. بر اساس معیارهای بنیاد هریتج، رتبه ایران در شاخص آزادی مالی بین ۱۸۶ کشور، طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ برابر ۱۰ بوده است که نسبت به میانگین جهانی در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. این شاخص نمره‌ای بین صفر تا صد را به خود اختصاص داده و نمره کلی به دست آمده برای هر کشور حاصل میانگین زیرشاخص‌ها است و هرچقدر به ۱۰۰ نزدیکتر باشد از جایگاه مطلوبی برخوردار است.

دو آفت برای بازارهای اقتصادی، دخالت و کنترل دولت در قیمت‌ها و نرخ تورم زیاد است. این شاخص ترکیبی از میزان ثبات قیمت‌ها و کنترل دولت بر قیمت‌ها است. بی‌ثباتی قیمت‌ها و از طرف دیگر کنترل دولت بر قیمت‌ها هر دو در تخصیص منابع

بورس اوراق بهادار یکی از ارکان اصلی بازار سرمایه است. سرمایه‌گذاری در بورس اهمیت بسیار زیادی در سامانه‌های اقتصادی دارد و یکی از پارامترهایی است که میزان سلامت یا بیماری اقتصادی کشورها را مشخص می‌کند. عناصر مختلف بازار مالی ایران در طی سالیان گذشته با اعمال سیاست‌های سرکوب‌گرایانه مواجه بوده که در بسیاری از سال‌ها هدف از اجرای آن رسیدن به رشد اقتصادی مناسب و در درجه بالایی از توسعه‌یافتگی عنوان شده است. با توجه به اهمیت موضوع در این گزارش تلاش شده وضعیت بازار بورس و مهم‌ترین علل و عوامل بروز نوسانات در چند سال اخیر ضمن بررسی جایگاه بورس در تامین مالی بنگاه‌ها موردبررسی و ارزیابی قرار گیرد. این شاخص کارایی و استقلال بخش مالی کشورها را بر اساس پنج مولفه محاسبه می‌کند؛ مقررات دولتی حاکم بر خدمات مالی، میزان مداخله دولت در بخش مالی

وضعیت ایران در آمارهای بین‌المللی آزادی مالی



سرمایه‌گذاری در بورس - بی‌اعتمادی مردم به بازار به دلیل ریزش معروف در سال ۹۹

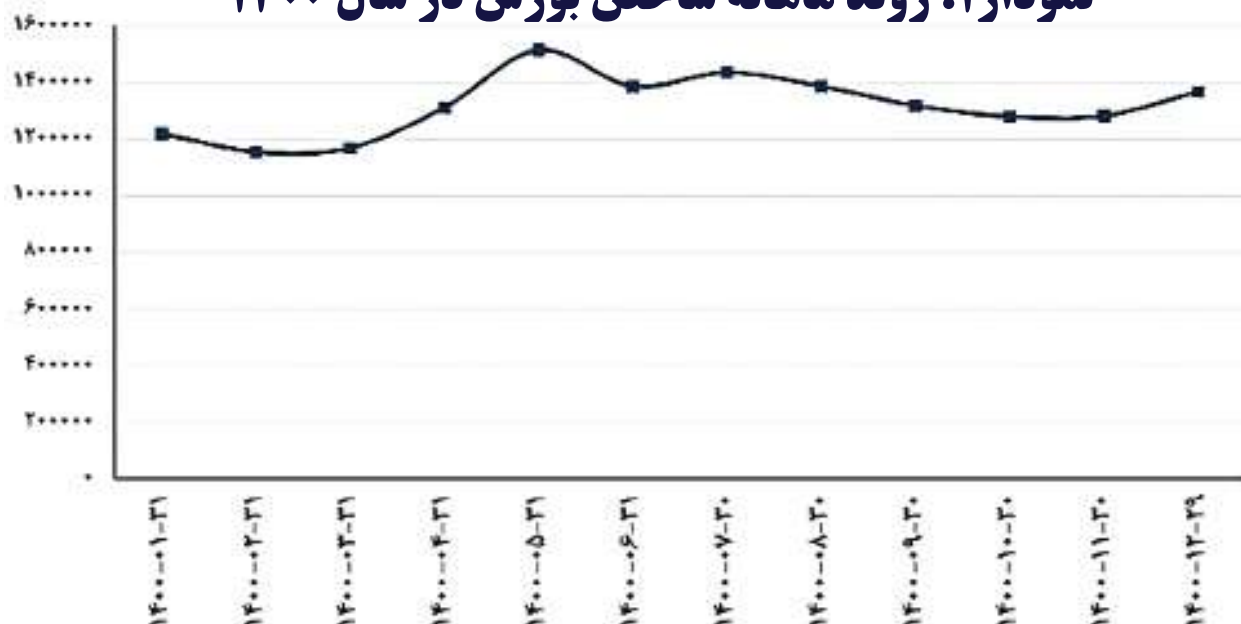
در کنار این عوامل ریسک سرمایه‌گذاری در بورس به دلیل شرایط زیر زیاد بود:

۱. برجام
 ۲. نرخ دلار
 ۳. انتخابات ریاست جمهوری ایران
 ۴. شرایط و قوانین بودجه
 ۵. وضعیت پاندمی کرونا
 ۶. تصمیمات فدرال رزرو آمریکا
 ۷. درگیری روسیه و اوکراین
- در تاریخ چند ساله بورس جمع شدن چنین ترافیکی از ریسک‌ها کم‌سابقه بوده است. شاخص کل در سال ۱۴۰۰ توانست تنها

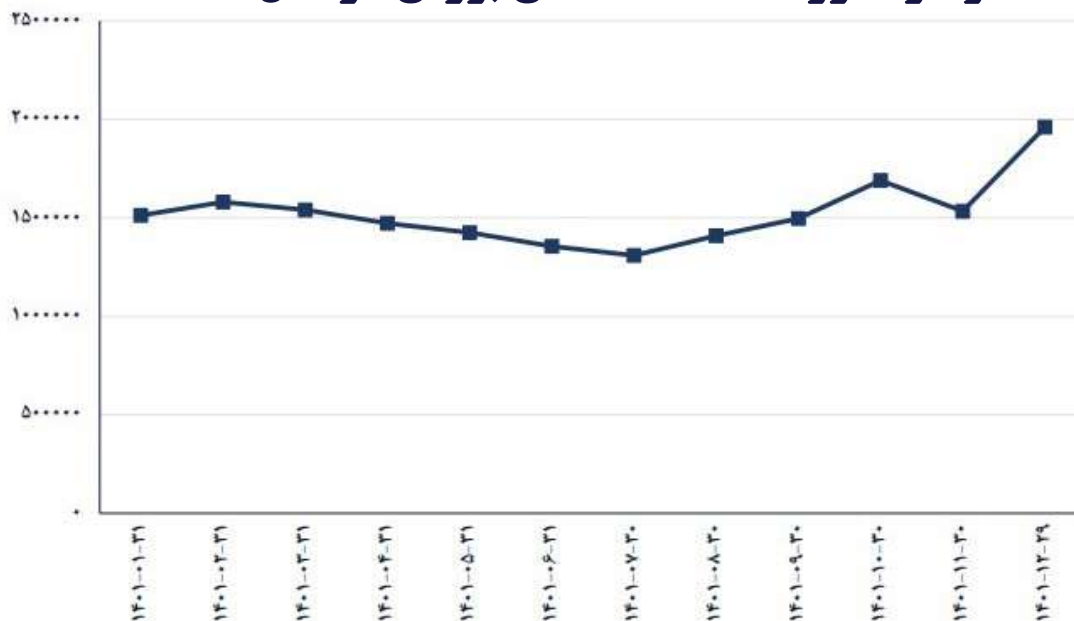
در نیمه دوم اسفند ۱۳۹۹ بازار اندکی بهبود یافت و اینگونه تصور می‌شد که روند فوق در سال ۱۴۰۰ نیز با توجه ریزش ۷۰ درصدی ارزش سهام ادامه پیدا یابد، اما با آغاز سال جدید دوباره وضعیت نزولی و اصلاحی بازار در ماه‌های ابتدایی سال ۱۴۰۰ مشاهده شد. به‌گونه‌ای که شاخص کل در سوم خرداد ۱۴۰۰ روی عدد یک میلیون و ۹۵ هزار واحد قرار گرفت (ریزش ۴۶ درصدی شاخص کل از اوج). بدون شک سال ۱۴۰۰ یکی از سخت‌ترین سال‌هایی است که فعالیت بورس تجربه کرده‌اند؛ از جمله دلایل رشد اندک بورس در این سال می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: - بی‌اعتمادی مردم به بازار به دلیل دعوت‌های بدون محاسبه دولت برای

ماهه ابتدای سال، باعث شد تا بسیاری از کاربران از نظر روانی از سود سیر شده و سرمایه‌های خود را از بازار بیرون کشیدند که همین عامل باعث فشار فروش نیز شد. ۳. اعلام آزادسازی سهام عدالت و فروش آن یکی‌دیگر از عواملی است که روند شاخص را در این مدت منفی نگه داشته است. در ادامه و پس از انتخاب بایدن به‌عنوان رئیس جمهوری آمریکا و برطرف شدن نگرانی درباره جنگ علیه ایران شاخص کل به مدت ۱ ماه تا اواخر آذر ۱۳۹۹ روند صعودی به خود گرفت، اما به دلیل قیمت‌گذاری دستوری در بورس کالا، صحبت‌ها درباره کاهش قیمت دلار به ۱۵ هزار تومان و ... دوباره وارد فاز اصلاحی شد.

نمودار ۱. روند ماهانه شاخص بورس در سال ۱۴۰۰



نمودار ۲. روند ماهانه شاخص بورس در سال ۱۴۰۱



انتشار یافته با تاکید بر اوراق شرکتی پرداخته شده است.

تامین مالی

کل تامین مالی در اقتصاد ایران طی سه ماهه ۱۴۰۲ از طریق بازار پول و بازار سرمایه حدود ۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۳ درصد افزایش یافته است. مشارکت بازار پول به عنوان عامل مسلط در رشد تامین مالی طی مدت موردبررسی برابر با ۲۴ واحد درصد و مشارکت بازار سرمایه نیز حدود ۹ واحد درصد است. اگرچه در مقایسه با سه ماهه ۱۴۰۱، سهم بازار سرمایه در تامین مالی در سه ماهه سال جاری حدود ۵ واحد درصد بهبود یافته و به ۱۳ درصد نزدیک شد، اما همچنان بازار پول با سهم ۸۷ درصد نقش غالب را در تامین مالی داراست.

می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران در عراق
۲. برقراری روابط دوباره ایران و عربستان
۳. سفر وزیر خارجه عمان به ایران
۴. عدم انتشار گزارش‌های مالی پروژه خودروسازی

وضعیت تامین مالی بنگاه‌ها از طریق بازار سرمایه طی سه ماهه نخست ۱۴۰۲

در اقتصاد ایران دو بازار پول و سرمایه در تامین و تجهیز منابع موردنیاز برای فعالیت‌های اقتصادی نقش دارند. در ادامه در سطح کلان و با استفاده از آمارهای بانک مرکزی و سازمان بورس، ضمن مقایسه اجزای تامین مالی در دو بازار مزبور طی سه ماهه نخست ۱۴۰۲ با مدت مشابه سال قبل، به ترکیب و تغییرات اوراق بدهی

۵۰ درصد از ریزش عمیق سال ۱۳۹۹ را جبران کند. در انتهای سال ۱۴۰۰ و اوایل سال، ۱۴۰۱ به دلیل موضوع مذاکرات و احتمال به نتیجه رسیدن برجام دوباره بازار تا اوایل خردادماه سال مزبور مثبت بود، ولی در ادامه به دلیل حاکم شدن فضای منفی مذاکرات، شاخص کل تا ۱ میلیون و ۲۵۰ هزار واحد تا هفته او آبان ۱۴۰۱ کاهش یافت.

روند بورس و شاخص کل به عوامل مختلفی از جمله نرخ ارز، قیمت جهانی کامودیتی‌ها و نحوه تدوین بودجه کشور (نرخ خوراک پتروشیمی، دالر نیمایی و ...) بستگی دارد. به طور کلی می‌توان گفت با تثبیت قیمت کامودیتی‌ها در جهان، بورس تهران که به عنوان یک بورس کامودیتی محور شناخته می‌شود نتوانست رشد چندانی کند، اما با این وجود و حتی با رخ دادن ناآرامی‌های اجتماعی سیاسی در ایران، شاخص بورس همگام با رشد کم سابقه قیمت دلار اما نه به اندازه دلار از اواسط آبان شروع به رشد کرد. در ماه‌های پایانی سال ۱۴۰۱ و شروع سال جدید، روند شاخص کدل مثبت بود؛ به گونه‌ای که توانست سقف تاریخی سال ۱۳۹۹ را بشکند. شروع سال ۱۴۰۲ برای بورس کمی متفاوت بود و شاخص کل بورس توانست در نخستین روز کاری خود به محدوده ۲ میلیون واحدی برسد و پس از ۷ روز کاری سقف تاریخی سال ۱۳۹۹ را شکست. از جمله وقایع سیاسی تاثیرگذار بر شاخص کل بورس در ۴ ماهه نخست سال ۱۴۰۲ را





شماران سیستم
shomaran system



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

قابل توجه اعضای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

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

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

تصویری از تجارت عربستان طی دهه اخیر



شرکای عمده عربستان سعودی

عمده مبادی وارداتی

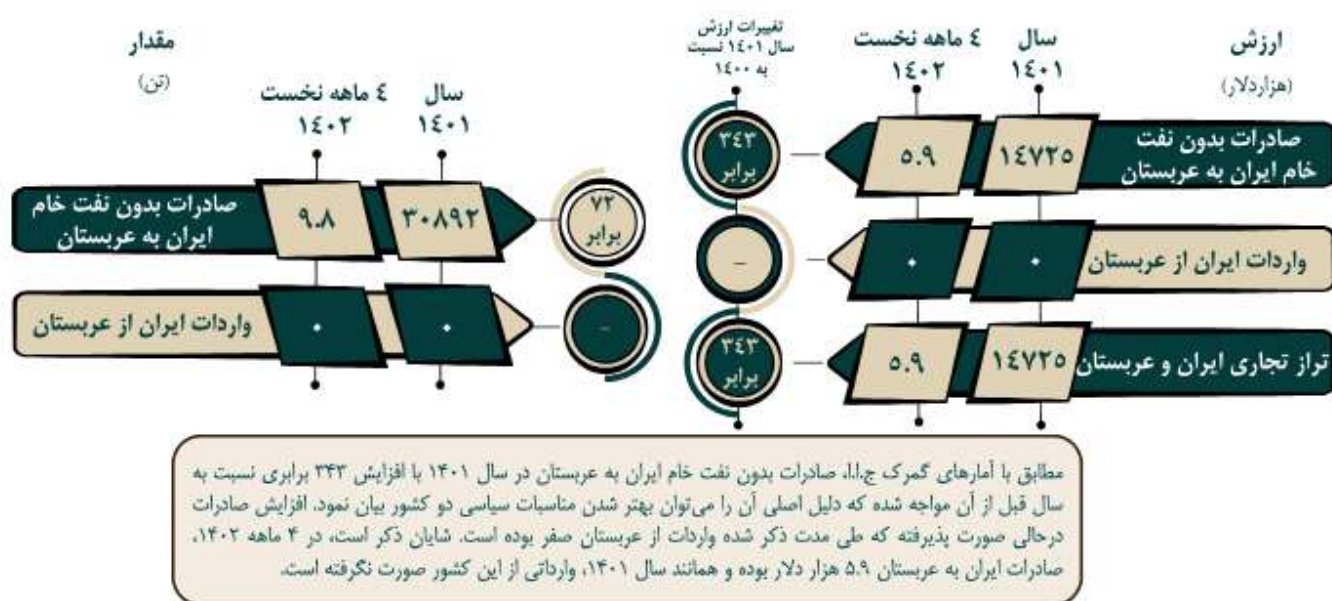


چین: مهم‌ترین
شریک تجاری
عربستان در سال
۲۰۲۱

عمده مقاصد صادراتی



تصویری از روابط تجاری ایران با عربستان



کل کالاهای صادراتی ایران به عربستان در سال ۱۴۰۱

ردیف	کد تعرفه	شرح تعرفه	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)
۱	۷۲۰۶۱۰۰۰	شمش از آهن و فولاد غیر ممزوج، که در جای دیگر ذکر نشده.	۳۰۰	۱۴۰۲
۲	۸۷۰۷۹۰۳۰	بدنه برای کامیون، کامیونت و کشنده جاده‌ای	۰۰۹	۰۰۱۶
۳	۲۸۱۵۱۱۰۰	هیدروکسید سدیم (سود سوزآور)، جامد	۰۰۲۴	۰۰۱۳
۴	۰۸۰۶۲۰۶۰	انگور بی‌دانه (انگور خشک کرده)	۰۰۰۶	۰۰۱۳
۵	۲۸۱۵۱۱۱۰	هیدروکسید سدیم (سود سوزآور) جامد به صورت پرک	۰۰۱۰	۰۰۰۵
۶	۷۰۱۸۲۰۱۰	دانه‌های ریزکروی از شیشه که قطران از یک میلی‌متر بیشتر نباشد جهت ایمنی جاده‌ها	۰۰۲۷	۰۰۰۳
۷	۶۸۰۲۹۱۹۰	سایر سنگ مرمر، تراورتن، رخام و غیر از رخام پولیش داده شده، شکل داده شده یا کار شده اما کنده کاری و حکاکی نشده	۰۰۱۳	۰۰۰۲
۸	۶۹۰۷۲۱۰۰	کاشی و چهارگوش و لوح سرامیکی با ضریب جذب آب وزنی حداکثر ۵/۰ درصد	۰۰۰۳۲	۰۰۰۰۳
مجموع			۳۰۰۹	۱۴۰۷

همانطور که ملاحظه می‌شود در سال ۱۴۰۱، علی‌رغم افزایش ۳۴۳ برابری ارزش صادرات نسبت به سال ۱۴۰۰، صادرات ایران به عربستان از تنوع بالایی برخوردار نبوده و «شمش از آهن و فولاد» با کد تعرفه ۷۲۰۶۱۰۰۰ و با سهم حدود ۹۶ درصد از کل ارزش صادرات، عمده کالای صادراتی به این کشور بوده



خدمات پس از فروش، بازتابی از اعتبار برند



در بازار پر رقابتی امروزه، ارائه خدمات پس از فروش به اندازه‌ای مهم است که می‌تواند بر سود یا زیان یک شرکت تاثیرگذار باشد. از سویی مرحله خدمات پس از فروش یکی از بخش‌های چالش برانگیز است به این دلیل که جلب رضایت تمامی مشتریان، اصلاً کار ساده‌ای نیست و در صورت غفلت، می‌تواند خسارت‌های جبران‌ناپذیری به اعتبار و برند شرکت وارد نماید. در کشور ما، در حوزه لوازم خانگی، برندها و شرکت‌های خارجی و داخلی زیادی فعالیت می‌کنند که غالباً رقابت شدیدی با هم دارند و هرکدام به دنبال افزایش فروش و افزایش سهمشان از بازار لوازم خانگی ایران هستند.



محمد مهدی رضایی
مدیر برندینگ و تبلیغات شماران سیستم

با بررسی موشکافانه برندهای بین‌المللی در این صنعت، خواهیم یافت که این شرکت‌ها در کنار تولید محصولات باکیفیت، با بهره‌گیری از یک سیستم یکپارچه در سطح کل کارخانه، اطلاعات دقیق و لحظه‌ای از بخش‌های مختلفی اعم از تامین مواد اولیه، کنترل کیفیت، لجستیک، انبار، تولید، مونتاژ و در نهایت خدمات پس از فروش و گارانتی؛ جمع‌آوری می‌کنند و اشراف کاملی بر سیر تولید هر یک از محصولات خود دارند. در واقع با این تکنیک، امکان ردیابی هر قطعه و هر محصول را دارند و در زمان ارائه خدمات پس از فروش، پاسخگویی کاملی در برابر مشکلات مشتریان خواهد داشت.

مزایای نرم افزار خدمات پس از فروش

واقعیت این است که در کسب و کارهایی که خدماتی را پس از فروش محصول به مشتریان ارائه می‌دهند، وجود یک نرم‌افزار یا سیستم ثبت و پیگیری درخواست‌ها و نتایج آن، کاملاً ضروری و حیاتی است. نرم‌افزاری که بتواند از لحظه ورود مشتری به فرآیند خدمات پس از

استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM) در بستر یکپارچه؛ از فروش تا خدمات پس از فروش امکان ثبت و نگهداری اطلاعات دقیق هر یک از قطعات و مواد اولیه در هنگام ورود به انبار امکان نظارت بر کیفیت مواد و قطعات هر یک از تامین کنندگان مواد اولیه امکان ثبت مشخصات دستگاه، شرایط گارانتی و بخشنامه و تعرفه قطعات و خدمات امکان ثبت مشکلات مطروحه مشتریان در خدمات پس از فروش و فرآیند پذیرش امکان ثبت پذیرش و سرویس در مراکز تعمیر یا محل مشتری امکان ثبت نظر کارشناسی سرویس‌کاران در چند مرحله امکان ثبت مراحل تست و عیب‌یابی امکان ارسال پیامک‌های اطلاع رسانی به مشتری در هر مرحله از فرآیند خدمات پس از فروش امکان ثبت خدمات یا قطعات استفاده شده در فرآیند خدمات پس از فروش امکان نگهداری پرونده و سابقه تعمیرات یا خدمات ارائه شده به مشتری بصورت یکپارچه امکان استفاده از سیستم رضایت‌سنجی به منظور برآورد کیفیت خدمات پس از فروش امکان تهیه گزارش به تفکیک خدمات ارائه شده، قطعات تعویضی، قطعات پر تکرار در خرابی، مشتریان، کیفیت سرویس‌های تعمیرکاران و دهها گزارش مدیریتی امکان تهیه داشبورد مدیریتی از وضعیت خدمات پس از فروش در یک نگاه امکان استفاده از زیرسیستم فرم‌ساز و فرآیندساز به منظور تطبیق کامل با فرآیندهای داخلی هر یک از کسب و کارهای فعال در این حوزه امکان استفاده از زیرسیستم اتوماسیون اداری، بصورت یکپارچه، به منظور ایجاد بستر ارتباطی بین کارمندان، سرویس‌کاران و مشتریان

فروش تا مرحله آخر و خروج مشتری، تمامی اطلاعات و مسیر مشتری را ثبت، نگهداری و گزارش‌گیری کند. این نوع نرم‌افزارها امکان ارائه گزارش‌های متعددی به تفکیک نوع خدمت، مشتریان، نوع درخواست‌ها، مشکلات پرتکرار، قطعات پرایر، تامین کنندگان و دهها گزارش دیگر را خواهد داشت. ثبت تمامی فرآیندها بصورت یکپارچه و تجمیعی ثبت مشخصات محصول به تفکیک نوع گارانتی همراه با جزئیات کامل قطعات مدیریت درخواست‌های مشتریان مدیریت سرویس‌ها و تعمیرات مورد نیاز مدیریت سرویس‌کاران و پورسانت آنها مدیریت قطعات تعویضی، تعمیر و ضایعاتی اطلاع رسانی خودکار به مشتری در هر مرحله از فرآیند خدمات پس از فروش ثبت سوابق درخواست‌ها، مشکلات و اقدامات انجام شده گزارش مدیریتی به تفکیک هر محصول، هر مشتری، هر تعمیرکار، هر تامین کننده و ... گزارش داشبورد وضعیت درخواست‌ها و صف تعمیر و تامین قطعات

برخی از امکانات نرم‌افزار خدمات پس از فروش شماران

شرکت شماران سیستم، با تکیه بر ۴۰ سال حضور موفق و مستمر در صنعت لوازم خانگی، راهکارهای تخصصی و تضمینی برای موفقیت فعالان این صنعت ارائه داده است. این نرم‌افزار که با بهره‌گیری از نقطه نظرات و تجارب فعالان حوزه خدمات پس از فروش لوازم خانگی طراحی و با موفقیت راه‌اندازی شده است، به عنوان یکی از محصولات موفق شرکت شماران در صناعی که خدمات پس از فروش ارائه می‌دهند، شناخته شده است. یکپارچگی کامل اطلاعات در کلیه بخش‌های مرتبط با کالا، خدمات و مشتریان

با حضور معاون وزیر صمت

خط تولید مجموعه «الکترواستیل» دوباره راهاندازی شد



مجموعه تولید یخچال و فریزر «الکترواستیل» مشهد که فروردین‌ماه امسال از آتش‌سوزی خسارت سنگینی متحمل شده بود، طی مراسمی با حضور معاون صنایع عمومی وزیر صنعت، معدن و تجارت، تولید خود را به صورت آزمایشی آغاز کرد. معاون صنایع عمومی وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه مراسم افتتاح آزمایشی و بازدید از بخش‌های بازسازی شده کارخانه تولید یخچال و فریزر الکترواستیل در جمع خبرنگاران گفت: ۱۵ فروردین ماه امسال واقعه آتش‌سوزی، در یکی از واحدهای تولیدی خوشنام و صاحب برند معتبر لوازم خانگی با نام «الکترواستیل» در مشهد رخ داد که واقعه تلخی برای حوزه تولید و جامعه صنعتی کشور بود.

الکترواستیل برای دریافت بیمه بیکاری به سازمان تامین اجتماعی ارایه شد. محمد امین بابایی افزود: از این مجموع ۵۳۰ نفر از بیمه بیکاری برخوردار شدند. مدیرکل صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی نیز در حاشیه این مراسم به شرح پیگیری‌ها برای رفع مشکلات الکترواستیل بعد از واقعه آتش‌سوزی پرداخت و گفت: همه دستگاه‌های اجرایی استان برای حل مشکلات الکترواستیل همت کردند، کارگروه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید استان برای حل مشکلات این کارخانه مصوبه‌ای داشت که در این راستا بخشی از استمهال بدهی‌های این کارخانه توسط بانک‌ها متوقف و همچنین واردات ۵۶۷ یورو ماشین‌آلات برای این کارخانه تایید شده است، با پیگیری‌های انجام گرفته آهن‌آلات موردنیاز این کارخانه نیز خارج از بورس تامین خواهد شد.

امیررضا رجبی اظهار داشت: زمینی در شهرک صنعتی رضوی برای اجرای طرح توسعه واحد صنعتی الکترواستیل اختصاص یافته است، مشکلات مربوط به شهرداری برای بازسازی محل فعلی کارخانه الکترواستیل رفع و بازسازی از چند ماه قبل آغاز شد و امروز شاهد افتتاح آزمایشی خط تولید این کارخانه هستیم.

وی در انتها گفت: الکترواستیل جزء کارخانه‌های بزرگ لوازم خانگی است که انواع یخچال‌های خانگی و صنعتی و فریزر را تولید می‌کند، این واحد جزء برندهای مطرح استان و کشور است و از بخش‌های مهم شبکه توزیع کشور در حوزه یخچال به شمار می‌رود و بازار قابل‌توجه صادراتی نیز دارد.

این کارخانه در آینده نزدیک با محصولات کیفی‌تر و کاهش انرژی برق کمتری فعالیت خود را ادامه خواهد داد تا به سطحی از صادرات کالا دست یابد.

۲۰ هزار میلیارد ریال برای احیای کارخانه هزینه شد

مدیرعامل کارخانه الکترواستیل نیز در حاشیه این مراسم عنوان کرد: بیش از ۲۰ هزار میلیارد ریال برای احیای کارخانه هزینه شده است و شرکت بیمه نیز ۶۰ درصد از خسارت کلی وارد آمده ناشی از آتش‌سوزی معادل پنج هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال را پرداخت کرده است، البته با در نظر گرفتن ماشین‌آلاتی که در آتش سوخته و احتساب آن‌ها به قیمت روز، رقم خسارت بیشتر می‌شود. مجید محمدزاده با اشاره به اینکه بیشتر کارگران این مجموعه به کارخانه بازگشته‌اند، افزود: هم اکنون خط تولید در حال آزمایش است و پس از انجام آزمایش نهایی آن و اطمینان از کیفیت محصول، خط تولید به صورت رسمی فعالیت خود را آغاز می‌کند و همه کارگران به سر کار باز می‌گردند.

وی اظهار داشت: کارخانه الکترواستیل ۵۰ سال قدمت دارد و از ۲ هزار کارگر به صورت مستقیم و غیرمستقیم برخوردار است، از ۱۵ فروردین‌ماه که دچار آتش‌سوزی شده بود تاکنون همه حق و حقوق کارگران پرداخت شده است. مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان رضوی نیز در حاشیه این مراسم به پیگیری‌های این اداره کل برای حفظ حق و حقوق کارگران مجموعه الکترواستیل اشاره کرد و گفت: فهرستی که از کارگران مجموعه

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، محمد مهدی برادران در این خصوص عنوان کرد: خوشبختانه با تلاش مجدد مالک کارخانه و برنامه‌ریزی منسجم با همت همه مدیران دست‌اندرکار، بعد از حدود پنج ماه واحد خسارت دیده الکترواستیل بازسازی و خط تولید خود را راهاندازی کرد و منجر به اشتغال مجدد کارگران شد. وی بیان کرد: با وجود اینکه بیمه تاخیرهایی در پرداخت خسارت داشت، اما وعده مالک کارخانه الکترواستیل محقق شد و هنوز به نیمه دوم سال نرسیده، چراغ کارخانه دوباره روشن شد و اشتغال و تولید به آن بازگشت.

معاون وزیر صمت تخلیه خسارت‌های ناشی از آتش‌سوزی در کارخانه الکترواستیل را دشوار دانست و گفت: با همت این کارخانه همه خسارات بجا مانده از آتش‌سوزی پاکسازی شد، مواد اولیه و طراحی برای تولیدی باکیفیت‌تر از قبل تامین و خط تولید دوباره فعال شد و همان‌طور که وعده کرده بودم که در روز اول ربیع‌الاول کارخانه الکترواستیل را از نزدیک ببینم، امروز وارد واحد شدم و شاهد فعالیت مجدد آن بودم.

وی اظهار امیدواری کرد که مجموعه الکترواستیل به روزهای خوش خود بازگردد و سهمش از بازار لوازم خانگی کشور را حفظ کند و بتواند با همراهی مردم و توزیع‌کنندگان، محصول یخچال و فریزر را با کیفیت بالاتر به دست مشتری برساند و وقفه چند ماهه را جبران کند. برادران همچنین از پیوستن ماشین‌آلات جدید به کارخانه الکترواستیل و خطوط تولیدی جدید این کارخانه خبر داد و گفت:

به بهانه روز ملی صادرات نگاهی به چشم‌انداز صادرات ایران



در سال‌های اخیر صادرات غیرنفتی جایگاه و اولویت بالایی در کشور یافته است. تجارت گسترده‌تر با جهان نه تنها در شکوفایی اقتصادی کشور و ارتقای رفاه مردم مؤثر است، بلکه از طریق زمینه‌سازی برای تحکیم روابط دوستانه و مبتنی بر منافع متقابل با طرف‌های تجاری گسترده کشور، به حفظ ارتباطات بین‌المللی و ثبات و پایداری مناسبات اقتصادی و سیاسی نیز کمک می‌کند. تجارت از جمله مهم‌ترین پایه‌های ارتباطی کشورها محسوب می‌شود.

قوت در یک محیط پرچالش خارجی رشد کرده‌اند.

تدوین راهبرد ملی صادرات

اما تنگنای داخلی روشنی هم تحقق ظرفیت بالقوه رشد ایران را محدود ساخته‌اند. با این حال، ضرورت دستیابی به استحکام اقتصادی بیشتر، به ویژه با توجه به آثار بیماری‌های همه‌گیر جهانی، خودنمایی می‌کند. در چنین شرایطی، ایران سند جدید «راهبرد ملی صادرات» خود را نیز تهیه کرده است. این سند حاکی از وفاقی فزاینده درباره لزوم تکیه بر رشد مبتنی بر تجارت برای تقویت استحکام داخلی است. موفقیت با تکیه بر تجارت مستلزم تلاش‌های هماهنگ و سازمان یافته است. در فرایند تدوین این راهبرد، بازیگران اصلی به ضرورت مقابله با چالش‌های اساسی رویاروی بخش خصوصی اذعان کرده‌اند. در راهبرد ملی صادرات، با تکیه بر نقاط قوت و مزایای رقابتی ایران، راهکارهای متناسبی ارائه شده است.

وحدت و یکپارچگی در کانون راهبرد ملی صادرات قرار دارد

اشتراک نیروها به سوی چشم‌اندازی مشترک و انتخاب گزینه‌های راهبردی که به پیشبرد توسعه

در میان توده مردم، تقدیر از فعالان اقتصادی، فرصتی برای تبادل افکار، شناخت گیرها و تنگناها و بررسی راهکارهایی برای رسیدن به هدف والا ی جهش صادرات است.

روز ملی صادرات باید سمبلی برای ارج نهادن به تلاش‌های انجام شده از سوی صادرکنندگان برای نفوذ و حضور در بازارهای جهانی و زمینه‌ای برای گفت‌وگوی رودررو باشد. در غیر این صورت جامعه از تعقل‌گرایی دور می‌ماند و فقط در عرصه تقدیرگرایی باقی خواهد ماند و تغییر و تحول که لازمه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است، هرگز به وقوع نخواهد پیوست. قرار گرفتن ایران در میان شرق و غرب از دیرباز به این کشور جایگاهی محوری در تجارت جهانی بخشیده است. ایران با منابع طبیعی، جاذبه‌های گردشگری غنی، محصولات کشاورزی عالی، و صنعت ریشه‌دار آن به خوبی می‌تواند به سوی رشد بیشتری با تکیه بر تجارت گام بردارد. ایران این ظرفیت را دارد که با بهره‌گیری از دارایی‌های خود به مرکزی برای تولید برنامه‌های دیجیتالی نوآورانه تبدیل شود. نیروی کار بسیار تحصیل‌کرده و مولد ایران و جذابیت آن برای سرمایه‌گذاری می‌تواند این کشور را به یک صادرکننده عمده به بازارهای سراسر منطقه و جهان مبدل سازد. این نقاط

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، تحکیم همین ارتباط در مراحل بعدی به سایر جنبه‌های تعامل نظیر افزایش سرمایه‌گذاری خارجی، ارتقای مبادلات علمی و فنی، زمینه‌سازی برای توسعه روابط می‌یابد و همه اینها به رشد و شکوفایی همه جانبه کشور کمک می‌کنند. بنابراین، توسعه تجارت فرهنگی و نظایر آن تسری می‌یابد و می‌تواند سنگ بنای توسعه سایر حوزه‌های همکاری محسوب شود و از این لحاظ اهمیت ویژه‌ای دارد. برای توسعه تجارت خارجی، علاوه بر سرمایه‌گذاری اساسی جهت ارتقای ظرفیت‌های صادراتی، هدفگذاری‌های اصولی و زمینه‌سازی برای رفع مشکلات و کاستی‌های هر حوزه واجد اهمیت زیادی است.

صادرات به‌عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی را در عرصه اقتصاد ایفا می‌کند، زیرا تقویت ظرفیت‌های تولید و ایجاد ظرفیت‌های جدید، هموار کردن راه توسعه صادرات نقش دولت را به‌عنوان تضمین‌کننده سرمایه‌گذاری‌های موجود و کاهش انحصار پررنگ تر می‌کند. از سال ۱۳۷۶ بیست و نهم مهرماه با تصویب شورای فرهنگ عمومی کشور، به عنوان روز ملی صادرات تعیین گردید. تعیین یک روز از روزهای سال برای صادرات ضمن ترویج فرهنگ صادرات

اقتصادی کمک می‌کنند. راهبرد ملی صادرات متضمن چارچوبی برای تعیین اولویت‌ها، هماهنگی فعالیت‌ها و تعریف اقدامات عینی و ملموس است. «راهبرد ملی صادرات ایران» با رویکردی مشارکتی تدوین شده است و در فرایند تدوین آن، بیش از ۴۰۰ تن از مدیران، صاحبان بنگاه‌های کوچک، کشاورزان و نمایندگان بخش عمومی به رایزنی برای دستیابی به اجماع درباره مسائل اصلی رقابت‌پذیری و فعالیت‌های اولویت‌دار در بخش‌ها پرداخته‌اند.

این برنامه‌ها و سیاست‌های ملی و بخشی موجود هماهنگ است و بر اساس برنامه‌های جاری در حوزه‌های مرتبط با توسعه بخش خصوصی، همگرایی منطقه‌ای، سرمایه‌گذاری و توانمندسازی اقتصادی جوانان تدوین شده است. آنچه همین قدر اهمیت دارد، آن است که در طرح تدوین راهبرد ملی صادرات، بودجه پشتیبانی از اجرای فعالیت‌های آزمایشی اساسی تعیین شده در فرایند طراحی راهبرد پیش‌بینی شده است. این امر کارایی و سرعت کار را از ابتدا تضمین و به بسیج منابع و اعتمادسازی بیشتر کمک می‌کند. افزایش هماهنگی و رقابت‌پذیری تجاری برای ارتقای رشد فراگیر، پایدار و تاب‌آور لازم است. بر اثر ترکیبی از عوامل خارجی و داخلی، تاریخ اقتصادی اخیر ایران با رشد نسبتاً کند و بی‌ثبات همراه بوده است. برای ایجاد فرصت‌های نو، جذب سرمایه‌گذاری جدید و ارتقای رشد بهره‌وری، نیاز به تنوع اقتصادی است و افزایش رقابت‌پذیری صادراتی بیشترین کمک را به رشد بهره‌وری می‌کند. دستیابی به این هدف بر اثر چالش‌های ناشی از تحریم‌های ایالات متحده و چالش‌های اقتصادی بین‌المللی دشوار شده است. به‌رغم این شرایط، انجام تلاش‌های داخلی جهت افزایش رقابت‌پذیری و توسعه تجارت باز هم امکان‌پذیر و در واقع ضروری است.

راه پیش رو برای بهبود عملکرد صادرات

برای بهبود چشم‌انداز صادرات ایران و مدیریت دو چالش تحریم‌ها و رکود اقتصادی جهانی لازم است تا تلاش‌های هماهنگی انجام گیرد. برای تحریک سریع رشد و ایجاد شرایط الزم برای رشد در میان مدت و بلندمدت در صورت بهبود شرایط خارجی، به راه حل‌های کوتاه مدت نیاز است. بنابراین، انجام اقدامات متمرکز بر حوزه‌های اقتصادی پُر ظرفیت، همراه با ابتکارات گسترده‌تر، ضروری است. به منظور حمایت از تغییر و دگرگونی در بخش‌های مذکور و پیشرفت‌های گسترده‌تر در زمینه رقابت‌پذیری صادراتی، اقداماتی برای بهبود سه کارکرد مهم پشتیبانی تجارت برنامه‌ریزی شده است: اطلاعات تجاری

و توسعه تجارت، مدیریت کیفیت و کارآفرینی. تحقق اهداف راهبرد ملی صادرات مستلزم تبیین و اجرای اقدامات تعریف شده در چارچوب این راهبرد است که این هم به ایجاد ساختارهای مدیریت و هدایت راهبرد مذکور نیاز دارد. مدیریت موفقیت‌آمیز فرایند اجرا، به نظارت در مورد تخصیص مؤثر منابع، تقویت احساس مالکیت در نهادهای مجری، پشتیبانی و مشارکت بخش خصوصی، بسیج منابع مالی برای اجرا، و یک برنامه ارتباط مؤثر بستگی دارد.

تحقق ظرفیت ایران از طریق تجارت

انتظار می‌رود اقتصاد ایران در برابر این تهدیدهای مضاعف، مقاوم باقی بماند. تلاش‌ها برای افزایش رقابت‌پذیری و گسترش فرصت‌های تجاری به سازگاری و بازیابی کمک می‌کند و در ورای آن، در صورت نبود محدودیت‌های مذکور، رشد قوی‌تری برای ایران به ارمغان می‌آورد. صادرات با ایجاد انگیزه برای بهبود رقابت‌پذیری، گسترش بازارها، و تسهیل انتقال دانش و فناوری می‌تواند محرک رشد و تنوع باشد. بر اساس ارزیابی ظرفیت صادرات توسط مرکز بین‌المللی تجارت، ایران حتی در شرایط چالش برانگیز فعلی، توانایی توسعه صادرات کالا به میزان ۴/۹ میلیارد دلار را دارد. در حالی که چین، عراق و هند از مهم‌ترین مقاصد صادراتی ایران هستند. ظرفیت صادراتی اضافی می‌تواند به ایجاد صدها هزار شغل جدید منجر شود. تخمین زده می‌شود که تحریم‌های فعلی تأثیر محدودی بر ظرفیت صادراتی ایران داشته باشد، زیرا حذف این محدودیت‌ها تنها حدود ۴۳۰ میلیون دلار به این ظرفیت اضافه می‌کند. ظرفیت صادراتی ایران بر پایه مزیت‌های رقابتی اساسی مربوط به منابع طبیعی، موقعیت راهبردی، ویژگی‌های جمعیتی و جذابیت آن برای سرمایه‌گذاری مبتنی است. با استفاده از این نقاط قوت، راهبرد ملی صادرات نقشه‌راهی متناسب برای رشد، تنوع و توسعه صادرات محور با توجه به شرایط منحصربه‌فرد ایران و فرصت‌های پیش روی آن ترسیم می‌کند.

محدودیت‌های داخلی و چالش‌های رقابت‌پذیری

باید رفع شود

سرمایه‌گذاری، به‌ویژه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، نقش مهمی در ایجاد ظرفیت و رقابت‌پذیری برای رشد مبتنی بر صادرات دارد. علاوه بر ورود سرمایه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند باعث بهبود ظرفیت تولید و ارتقای تنوع و نوآوری از طریق انتقال فناوری، تقویت ارتباطات بین‌المللی و تجارت، بهبود سرمایه انسانی، افزایش رقابت و تحریک

توسعه بنگاه‌ها بشود. سهم تشکیل سرمایه ثابت ناخالص از تولید ناخالص داخلی در ایران نسبتاً کم بوده و اهمیت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برای اقتصاد ایران نسبت به کشورهای مشابه کمتر بوده است.

صادرات ایران پیش از حضور استعمار

پیش از تسلط استعمار روس و انگلیس بر اقتصاد ایران، تجارت خارجی ایران بیش‌تر با کشورهای آسیایی انجام می‌شد و صادرات کشور طیف وسیعی از کالاهای کشاورزی و صنعتی را در بر می‌گرفت. اما با شکست نظامی ایران از روسیه و تحمیل قراردادهای تجاری همراه با اعطای امتیاز به روسیه و انگلیس و تغییر در طرف‌های تجاری ایران که بیش‌تر کشورهای اروپایی عمده روسیه و انگلیس شدند. مرحله‌ای جدید آغاز شد که نشان از پیامدهای ناخوشایند بر اقتصاد ایران داشت. از طرف دیگر، این روند در دوره پهلوی و سال‌های پس از جنگ جهانی، ادامه یافت. در دوره پهلوی اول، آلمان و پس از جنگ، آمریکا به صورت مهم‌ترین طرف‌های تجاری ایران درآمدند و رشد وابستگی در اقتصاد ایران در دهه‌های ۴۰ تشدید شد و در هفت سال اول دهه ۵۰، به اوج خود رسید. توسعه تجارت خارجی و به ویژه صادرات از عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی کشورها محسوب می‌شود.

تعریف انواع صادرات

صادرات از نظر خروج کالا از کشور به دو دسته صادرات قطعی و صادرات موقت تقسیم می‌شود. صادرات قطعی عبارت است از ارسال کالا به خارج از قلمرو گمرکی کشور برای فروش یا مصرف در کشورهای خارجی، این نوع صادرات از پرداخت حقوق گمرکی و سود بازرگانی و عوارض و مالیات معاف ولی مشمول هزینه‌های گمرکی است. صادرات قطعی غیرتجاری از طریق پست و مسافر انجام و صادرات قطعی تجاری به تشخیص گمرک برای فروش، وارد یا صادر می‌شود.

صادرات مجدد

صادرات مجدد عبارت است از صدور کالاهایی که قبلاً وارد شده است بدون فرآوری یا تغییر اضافی، چنانچه صادرات مجدد از طریق بنادر، مناطق آزاد یا انبارهای تحت حفاظت گمرک انجام گیرد مشمول پرداخت حقوق گمرکی نخواهد بود. با تنوع بخشی به اقتصاد و درآمدها در جهت کاهش وابستگی‌ها و نوسان‌های اقتصادی، ایجاد اشتغال و افزایش رفاه موضوعاتی هستند که کاهش وابستگی به عایدات حاصل از فروش نفت و افزایش صادرات غیرنفتی را می‌طلبند، چرا که افزایش بیش از

رئیس کمیسیون صادرات انجمن ملی لوازم خانگی ایران مطرح کرد: قوانین دست و پاگیر، ترمزگیر صادرات لوازم خانگی

از سال ۱۳۷۶ با تصویب شورای فرهنگ عمومی کشور، روز ۲۹ مهرماه به عنوان روز ملی صادرات تعیین شد. تعیین یک روز از روزهای سال برای صادرات ضمن ترویج فرهنگ صادرات در میان توده مردم، تقدیر از فعالان اقتصادی، فرصتی برای تبادل افکار، شناخت‌گیرها و تنگناها و بررسی راهکارهایی برای رسیدن به هدف والا ی جهش صادرات است. در واقع صادرات به عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی را در عرصه اقتصاد ایفا می‌کند، زیرا تقویت ظرفیت‌های تولید و ایجاد ظرفیت‌های جدید، هموار کردن راه توسعه صادرات نقش دولت را به عنوان تضمین‌کننده سرمایه‌گذاری‌های موجود و کاهش انحصار پررنگ‌تر می‌کند.



رامین رازی، رئیس کمیسیون صادرات انجمن لوازم خانگی ایران در گفتگو با ماهنامه «آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی» با بیان اینکه صادرات لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱ با یک افزایش حدود ۳۰ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۰ همراه شد، عنوان کرد: اما باید اذعان داشت که این حجم از صادرات نسبت به گستردگی و وسعت صنعت لوازم خانگی عدد قابل توجهی نیست. اما با بسترسازی‌هایی که سهم عمده آن بخش دولتی است میتوان شرایط را برای صادرات هر چه گسترده‌تر این صنعت فراهم کرد.

رازای در بخش دیگری از گفتگوی خود به برخی از محصولات ایرانی با کیفیت پایین یا با نشان‌های متفرقه وارد بازار کشورهای همسایه شده است اشاره کرد که به نام و نشان کالای ایرانی لطمه وارد کرده است و در این رابطه اوضح داد: البته این مشکل از گذشته تا به امروز وجود داشته و متأسفانه ادامه نیز دارد. برای این مسئله دو راهکار وجود دارد که یکی از آن بحث تقویت استاندارد و نظارت بر کالای تولید شده است. در حال حاضر بر روی کالایی‌هایی که برند هستند نظارت و سخت‌گیری وجود دارد، اما کالاهایی اکنون به صورت زیرپله‌ای تولید و روانه باز می‌شوند که هیچگونه نظارتی بر روی آن‌ها وجود ندارد. برخی از این کالاها نیز به صورت قاچاق صادر می‌شوند که منجر به ضعف برند ایرانی شده است. وی افزود: راهکار دوم برای جلوگیری از تولید و صادرات لوازم خانگی بی‌کیفیت از مسیر گمرکات کشور می‌گذرد؛ بدان معنا که گمرکات با نظارت بیشتر و سخت‌گیرانه‌تر باید مانع صادرات لوازم خانگی غیراستاندارد شوند. البته این موضوع در گمرکات اصلی رعایت می‌شوند از همین رو لازم است که کنترل و نظارت در سایر مرزها نیز تشدید شود.

شرایط نابرابر تولیدکنندگان با رقبا

او در ادامه در پاسخ به این سوال که برنامه وزارت صمت برای صادرات لوازم خانگی افزایش کیفیت و پایین آوردن قیمت تمام شده محصول است تا لوازم خانگی ایرانی با نشان‌های خارجی رقابت کند، آیا وزارت صمت در این زمینه موفق عمل کرده است؟ توضیح داد: افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه تولید جزو موضوعاتی است که شرکت‌ها برای حضور در بازار داخل و خارج باید به سمت آن حرکت کنند اما متأسفانه تحریم‌ها چند سال اخیر منجر به این شده است که تولیدکنندگان شرایط یکسانی نسبت به رقبای خود نداشته باشند.

رئیس کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اضافه کرد: تولیدکنندگان سایر کشورها به مانند تولیدکنندگان داخلی از مشکلاتی نظیر پیمان سپاری ارزی، هزینه و ریسک انتقال پول، تامین مواد اولیه و ... را ندارند که این خود منجر به افزایش هزینه‌های صادراتی برای تولیدکنندگان شده است.

از طرفی هزینه‌های بالای صادراتی که از طریق قوانین حاکم بر صنعت و صادرات وجود دارد، خود مانع بزرگی بر سر صادرات تبدیل شده جلوی رشد توسعه صادرات کشور را گرفته است.

لطمه صادرات لوازم خانگی غیراستاندارد به برند ایرانی

تولیدکنندگان و صادرکنندگان از تحریم‌های داخلی لطمه بیشتری خورده‌اند. بنا به گفته رازی، متأسفانه طی سال‌های اخیر قوانینی وضع شده که خود مانع توسعه صادرات شده است. مشکلاتی مانند پیمان‌سپاری ارزی خود مانع رشد صادرات بوده است. معتقدم اگر موضوع پیمان‌سپاری ارزی برداشته شود حجم صادرات لوازم خانگی به دو الی سه برابر حجم فعلی صادرات خواهد رسید. این فعال بخش خصوصی با بیان اینکه پیمان‌سپاری ارزی خود یک هزینه حدود ۲۵ درصدی برای تولیدکنندگان به دنبال دارد این در حالی است که این صنعت چینی سودی را برای پرداخت این میزان ندارد، عنوان کرد: صادراتی که همراه با زیان باشد برای تولیدکننده توجیه اقتصادی ندارد.

او در انتها تاکید کرد برای حل مشکلات صادرات باید از تمام ابزارها استفاده شود چرا که تولید به شرایط فعلی بسیار سخت است. متأسفانه مسیری که در این سال‌ها پیش روی صادرات گذاشته‌اند نه تنها هیچ کمکی به صادرکننده و صادرات نکرده بلکه موانع متعددی را پیش روی آن‌ها نیز گذاشته است که امیدواریم مسئولان به فکر حل مشکلات باشند.

لطمه تحریم داخلی به صادرات

رئیس کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به موضوع مشکلات داخلی که مانع توسعه و رشد صادرات شده است، اشاره کرد و گفت: واقعیت امر این است که تحریم‌های خارجی در طول سال‌های اخیر صدمات بسیاری بر بدنه صنعت لوازم خانگی و دیگر صنایع وارد کرده است، اما تولیدکنندگان به نحوی با مشکلات موجود کنار آمده‌اند و راهکاری مختلفی را برای حل آن داشته‌اند، اما بنده بارها در جلسات مختلف عنوان کرده‌ام که در حال حاضر تاثیر تحریم‌های داخلی به مراتب بالاتر از تحریم‌های داخلی است و

نقش نمایشگاه‌های تخصصی در توسعه صادراتی



دستیابی به رشد اقتصادی پایدار و توسعه همه‌جانبه، نیازمند پیروی از الگوهای مناسب توسعه اقتصادی است. تجربه کشورها، علی‌الخصوص شرق آسیا، بیانگر این موضوع است که این کشورها از الگوی توسعه صادرات به نحو درست بهره‌برداری کرده‌اند تا به رشد اقتصادی بالا و پایدار دست پیدا کنند. برای کشور ما که اقتصاد آن همواره به لحاظ کسب درآمدهای ارزی به تولید و صادرات نفت وابسته بوده است و با توجه به نوسانات قیمت نفت در دو برنامه گذشته و میزان ذخایر نفتی و توانایی صدور آن برای کشور، سیاست جایگزینی صادرات غیرنفتی جهت تأمین ارز موردنیاز کشور یعنی صنایع داخلی را تشویق به تولید کالاهای وارداتی و صدور دیگر کالاها به کشورها بیش از هر زمان دیگری موردتوجه قرار گرفته است. در این راستا هر آنچه که بتواند به توسعه صادرات غیرنفتی کمک کند می‌بایست مدنظر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و فعالان اقتصادی قرار گیرد.

بالغیر ۹۵٪ آنها تخصصی بین‌المللی است. کشور ما نیز طی سال‌های اخیر بر تعداد نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی افزوده و از سیاست‌های وزارت بازرگانی در جهت توسعه صادرات غیرنفتی، برگزاری این‌گونه نمایشگاه‌ها است. از همین رو می‌توان گفت که نمایشگاه‌ها ابزاری کارآمد و مؤثر در جهت پیشبرد امور اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، و اجتماعی محسوب می‌شوند. این در حالی است که در کشور ما هنوز جایگاه ارزشمند خود را نیافته و متولیان و مجریان امر، نسبت به رسالت خطیر و تعهد سنگین خود در قبال این مهم، بی‌تفاوت هستند.

اگرچه تلاش‌های ارزشمندی از سوی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران صورت پذیرفته است، لکن هنوز فاصله بسیار است و می‌باید توجه لازم و ویژه‌ای را به این مسئله معطوف سازند و نمایشگاه‌ها را به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در موفقیت برنامه‌های اقتصادی در رأس برنامه‌ها قرار دهند چراکه می‌توان بیان نمود نمایشگاه‌ها، تجلیگاه بارز تخصص‌ها و یکی از ابزارهای مؤثر در توسعه صادرات غیرنفتی است.

نیاز صادرات به تجارت در آن سوی مرزها

با نظری و تفکری نسبت به صادرات می‌توان دریافت که صادرات صرفاً تجارت است، ولی فروشنده در یک کشور و مشتری در کشوری دیگر زندگی می‌کند. در حقیقت صادرات بسط نیاز به تجارت به آن سوی مرزها است. لزوم انجام مبادلات

اکثر کشورها، مخصوصاً کشورهای در حال توسعه بیشترین کوشش خود را در جهت توسعه صادرات به کار می‌گیرند تا بتوانند حداقل نیازهای ارزی خود را تأمین کنند از آنجا که دولت مردان ایران برنامه اقتصاد بدون نفت را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده‌اند، ضرورت تجدیدنظر در مسائل اقتصادی به‌ویژه برگزاری نمایشگاه‌ها که از ابزارهای مهم، با هدف شناسایی بازارهای هدف و نفوذ در آن‌ها است، بیش از پیش اجتناب‌ناپذیر شده است. مسئله مهمی که دیر زمانی است به فراموشی سپرده شده و برگزاری نمایشگاه‌های موفق که متضمن رسیدن به موارد ذیل است در نظر گرفته نمی‌شود.

اهمیت، ضرورت و انگیزه پژوهش مشکلات اقتصادی ناشی از کاهش قیمت نفت، دیون ارزی دولت به‌واسطه اعتبارات مأخوذه در سال‌های پس از پایان جنگ تحمیلی جهت بازسازی کشور، ازدیاد جمعیت و عدم اجرای طرح‌های بزرگ اقتصادی در کشور، سیاست‌های اقتصادی کشور را به سمت توسعه صادرات غیرنفتی و جهش صادرات رهنمون کرد. از همین رو بود که سیاست‌های تولید جهت جایگزینی واردات (خودکفایی) به سیاست توسعه صادرات بدل گشت. از ابزارهای مهم دستیابی به بازارهای هدف در دنیا و در اقتصاد امروز جهان حضور در نمایشگاه‌های تخصصی صادراتی است که نقش مؤثری در توسعه صادرات غیرنفتی دارد و به همین لحاظ در کشورهای پیشرفته سالانه متجاوز از ۳۰۰ برنامه نمایشگاهی اعلام و اجرا می‌کنند که

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به نقل از IRANFAIR یکی از ابزارهای مهم برای رونق بخشیدن به صادرات و انجام فعالیت مؤثر در تبلیغات و بازاریابی کالاها و خدمات، نمایشگاه‌ها است. با توجه به نظرات کارشناسان اقتصادی و بازرگانی از مؤثرترین نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات غیرنفتی، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی (صادراتی) بین‌المللی است که این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت آن می‌پردازد. نمایشگاه‌ها ابزار گفتگوهای چندمنظوره است که امکان حصول و نیل به اهداف ارتباطی به‌منظور توسعه فعالیت‌ها را فراهم می‌آورد. امروزه کارشناسان و صاحب‌نظران عرصه‌های اقتصادی در بررسی و تحلیل موضوع‌های مربوط به توسعه، به‌ویژه صادرات غیرنفتی بر این باورند که رونق صادرات در افزایش تولید ناخالص داخلی، ارزآوری، ایجاد اشتغال و در نهایت رهایی از وابستگی اقتصاد نفت بسیار تأثیرگذار بوده است و می‌بایست موردحمایت نیز قرار گیرد.

بر این اساس برای نیل به چنین اهدافی، نباید از ابزار کارآمدی چون نمایشگاه‌های بین‌المللی غفلت ورزید؛ چرا که امروزه نمایشگاه‌ها نقش بسیار مهمی را در بازاریابی بین‌المللی بازی می‌کنند، زیرا امکان مقایسه سریع میان کالاهای تولید شده را در یک مکان فراهم می‌سازد. حضور در نمایشگاه مؤثرترین وسیله برای ارتباط با بهره‌بردار تولید و شناساندن کالاهای تولیدی، صادراتی، خدماتی و یافتن بازارهای جدید است. در قرن بیست و یکم

دولت‌ها تمایل زیادی نسبت به صادرات دارند زیرا که صادرات، توسعه اقتصادی کشور را تسریع و سطح زندگی ملت را بهبود می‌بخشد. افزایش صادرات زمانی با موفقیت همراه است که نه تنها اقلام صادراتی متنوع، بلکه بازارهای صادراتی نیز گوناگون باشند. این تنوع کاهش خطر و افزایش سود را در بر خواهد داشت.

بعضی از اهداف ملی صادرات را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

الف: استفاده بهتر از منابع ملی
ب: پیشرفت فنی
پ: کاهش بیکاری
ت: گسترش بازار به آن سوی مرزهای ملی
ث: افزایش‌های درآمدهای ارزی
تجارب برخی از کشورها در صادرات در انتخاب راهکارها، هرگز نمی‌توان نقش تجربه را نادیده گرفت. آنچه که دیگران با آزمون‌ها، خطاها و تکرار آموخته‌اند به هر دلیل ارزش آن را دارد که لااقل در گزینش شیوه‌ها و روش‌ها و تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌ها مورد استفاده و بهره‌برداری قرار گیرد ضمن اینکه نمی‌توان از شرایط و مقتضیات بومی و محیطی غفلت کرد و آن‌ها را در نظر نگرفت. بعد از جنگ جهانی دوم، در اقتصاد جهان تحولاتی رخ داد که هم به تفکر حاکم بر اقتصاد اثر گذاشت و هم الگوها و مدل‌های تازه‌ای برای رشد و توسعه ارائه کرد که نمونه موفق آن‌ها کشورهایی هستند که در سه دهه اخیر به یک‌باره سر برافراشته و به گروه کشورهای تازه توسعه‌یافته معروف شدند.

باور بسیاری بر آن است که عملکرد این کشورها به یک معجزه شبیه است. برای شناسایی عوامل و عناصری که در رشد و توسعه این کشورها مؤثر بوده، از هفت کشور بیشتر آسیایی و عمدتاً کشورهای آسیای جنوب شرقی انتخاب شدند. تا اصولی را که برای رسیدن به پیشرفتگی و توسعه صادرات بکار گرفته‌اند و شرایطی که از آن‌ها بهره جسته‌اند، مورد مطالعه و بررسی واقع شود. از این هفت کشور فقط آرژانتین در قاره آسیا قرار ندارد؛ البته اگر با اندکی اغماض جنبه اروپایی بودن ترکیه را فراموش کنیم. ابتدا لازم است که به مشابهت‌هایی که از این کشورها در مسیر رشد و توسعه داشته‌اند اشاره شود و سپس اصول و مبانی توسعه آن در انتخاب راهبردهای اصلی مورد بحث قرار گیرد.

خام، فلزی یا معدنی را از خارج خریداری نمایند، زیرا که در داخل کشور موجود نیست. تعدادی از کشورها بخصوص کشورهای پرجمعیت، نیاز دارند که بخشی از مواد و محصولات غذایی را از خارج وارد کنند و بعضی دیگر نیاز به واردات ماشین‌آلات دارند ولی تمام کشورها ناچارند در مقابل واردات از خارج بهای آن را پرداخت نمایند. این مسئله موجب گردیده که بعضی کشورهای در حال توسعه، به سیاست جایگزین کردن واردات رو بیاورند یعنی صنایع داخلی را تشویق نمایند که به تولید کالاهای وارداتی بپردازند تا کشور مجبور نباشد آن‌ها را از خارج وارد نماید. اجرای این سیاست در کشورهای در حال توسعه اغلب باعث شده است که حداکثر استفاده از ظرفیت‌های تولیدی به عمل نیاید، زیرا که برطرف کردن نیازهای داخلی هدف اصلی است و از آنجایی که نیازهای داخلی محدود است، در نتیجه تولید محدود بوده و در عین حال تابع نوسانات تقاضای داخلی است. از سوی دیگر به دلیل عدم رقابت، کیفیت، اغلب پایین است. بنابراین تولید داخلی در محدوده سیاست جایگزین ساختن واردات، غالباً پرهزینه و نامرغوب است. در صحنه تجارت بین‌الملل رقابت بسیار فشرده است. در واقع تنها وجود کالا یا محصول بالقوه صادراتی در داخل کشور، برای فروش آن به خارج کافی نیست. شناخت بازار خریدار، آگاهی از نیاز و خواست مشتریان، آشنا نمودن آنان با ویژگی‌های کالا موانع متعددی است که بر سر راه صادرات کالا قرار دارد.

به‌منظور رفع نیازهای بشری از زمان پیدایش انسان‌های اولیه احساس گردید. بشر ابتدایی دریافت که زندگی سختی در پیش خواهد داشت، اگر قرار باشد خود هم شکار نماید و هم به پرورش محصول بپردازد. پس راه‌حل در این بود که یک نفر به زراعت روی آورد و دیگری رهسپار شکار شود. این طریق باعث می‌شد که هر فرد هم برای خودش و هم برای دیگری کار کند و سپس مازاد دست آورد خود را با یکدیگر مبادله نمایند. آشنایی بشر با فن ساخت ابزار، لزوم انجام فعالیت‌های تخصصی را بیشتر کرد.

مبادله در محدوده خانوار به مبادله در داخل یک قوم گسترش یافت. گروه‌های قومی در فعالیت‌های خاصی تخصص یافته و به مبادلات مازاد تولید خود با سایر قبایل پرداختند و بالاخره ملل مختلف صدور کالاها یا خدمات خاصی را به خود اختصاص دادند. هنگامی که صحبت از تخصص ملل مختلف در تولید یا انجام فعالیت می‌شود باید توجه کرد که کشورهای دنیا، از مزایای خاصی برخوردار هستند که انجام پاره‌ای فعالیت‌ها را برای آنها آسان می‌سازد. این مزیت‌های نسبی ممکن است در خاک، آب‌وهوا، لایه‌های معدنی، موقعیت جغرافیایی، استعدادهای فیزیکی یا فکری خاص و نمونه‌هایی از این قبیل باشد. بسیاری از کشورها، خریدهایی از خارج انجام می‌دهند به این دلیل که کالاها ارزان‌تر، بهتر و یا آسان‌تر از داخل در دسترس آنها قرار می‌گیرند.

بسیاری از کشورها ناگزیرند پاره‌ای مواد



انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران مجری

بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران

۳ الی ۶ آبان ۱۴۰۲
محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران
25-28 October 2023
Tehran International Exhibition Center




HAMEX

۲۳ بیست و سومین

نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس
23rd Home Appliance Manufacturers Exhibition

طرح شاخص مدیران خرید کل اقتصاد

شاخص PMI بخش صنعت جهان، که توسط Morgan P.J. و P&S Global و با همکاری ISM و IFPSM تهیه شده است، در ماه آگوست ۲۰۲۳ مقدار ۴۹/۰ محاسبه شده و نسبت به ماه ژوئیه (۴۸/۶) به بیشترین مقدار سه ماهه رسیده و همچنان کمتر از ۵۰/۰ باقی مانده است. شاخص تولید در بخش صنعت جهانی برای سومین ماه متوالی کاهش داشته است. علاوه بر آن، میزان سفارشات جدید و میزان صادرات کاهش یافته و اشتغال افزایش داشته است. شاخص‌های PMI در منطقه یورو، کاهش تولید با سرعت قابل توجهی را نشان می‌دهد. شاخص مدیران خرید در چین افزایش و در ایالات متحده دوباره کاهش را گزارش می‌دهد و رکود در ژاپن ادامه دارد. آخرین نظرسنجی گردآوری شده، نشان می‌دهد که شاخص ترکیبی مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در مردادماه ۴۹/۹۷ در مقایسه با تیرماه ۵۰/۶۳ اندکی کاهش یافته و برای چهارمین ماه پیاپی، روند کاهشی داشته و به کمترین مقدار هفت ماه اخیر (به غیر از فروردین) رسیده است. علیرغم افزایش شاخص میزان فعالیت کسب‌وکارها در مردادماه، کاهش شدید شاخص میزان سفارشات جدید در کاهش شاخص کل تأثیرگذار بوده است. بدیهی است پس از تعطیلات تابستانی برخی از شرکت‌ها در مردادماه، میزان خوشبینی نسبت به چشم‌انداز فعالیت‌ها برای شهریورماه بهتر شده است.



شاخص میزان صادرات ۴۶/۲۱ برای چهارمین ماه پیاپی کاهش داشته است و به غیر از فروردین ماه، کمترین مقدار ۷ ماهه خود را ثبت کرده است. بر اساس نظرات فعالان اقتصادی در برخی موارد بسته بودن مرز ایران و عراق در آستانه اربعین بر کاهش صادرات اثرگذار بوده است و از سوی دیگر نحوه رفع تعهدات ارزی باعث شده تا در مواردی که صادرات به کشورهای همسایه به صورت ریالی انجام می‌شود، صرفه اقتصادی نداشته باشد.

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

۱. به دلیل کاهش تقاضا و بعضاً عدم پرداخت به موقع مطالبات شرکت‌ها و عدم پرداخت وام و تسهیلات به تولیدکنندگان، نقدینگی و گردش پول بسیار محدود شده است.
۲. علاوه بر این، شرکت‌ها در تأمین ارز به شدت با مشکل روبه‌رو هستند و بانک‌ها ارزی تخصیص نمی‌دهند و عدم تخصیص ارز جهت واردات مواد اولیه طی چند ماه گذشته بسیاری از شرکت‌ها را با کمبود مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز روبه‌رو کرده است.
۳. قطعی مکرر برق خسارت‌های زیادی را به فرآیند تولید، مواد اولیه و دستگاه‌ها وارد کرده

کاهش سرعت افزایش قیمت، شاخص موجودی مواد اولیه و لوازم موردنیاز همچنان کاهشی باشد.

شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

براساس داده‌های به دست آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت در مردادماه با ثبت عدد ۴۷/۷۳ برای چهارمین ماه پیاپی و با شدت بیشتری در مقایسه با ماه گذشته کاهش یافته است و کمترین میزان هفت ماهه اخیر را از دی ماه (به غیر از فروردین‌ماه) به ثبت رسانده است. در این ماه، مولفه‌های اصلی به جز میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی و سرعت انجام و تحویل سفارش، کمتر از ۵۰ گزارش شده‌اند. کاهش در شاخص صنعت و ایجاد شرایط رکودی عمدتاً به دلیل کاهش رشد میزان سفارشات است. افزایش قیمت خرید مواد اولیه طی ماه‌های گذشته و کمبود نقدینگی در بازار، کاهش شدید در تقاضای مشتریان رکود را به همراه داشته است؛ به‌طوری‌که شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان ۴۳/۶۵ برای چهارمین ماه پیاپی کاهش داشته است و پایین‌ترین مقدار خود را طی ۱۲ ماه گذشته از مرداد ماه سال ۱۴۰۱ (به جز فروردین ماه) ثبت کرده است. در بخش تقاضای خارجی نیز،

در میان بخش‌های اقتصادی، تقاضای مشتریان در بخش‌های صنعت و خدمات کاهش داشته و در بخش تقاضای خارجی نیز شاخص میزان صادرات کالا یا خدمات با مقدار ۴۸/۸۹ برای دومین ماه پیاپی کاهشی بوده اگرچه شیب کاهش در مقایسه با ماه گذشته اندکی ملایم‌تر بوده است. بر همین اساس به دلیل کاهش در تقاضای داخلی و خارجی، شاخص میزان فروش با مقدار ۴۹/۱۳ برای دومین ماه پیاپی کاهش داشته است اما شدت کاهش در مقایسه با ماه گذشته کمتر است.

در مردادماه شرکت‌ها همچنان در تأمین مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز خود با مشکل روبه‌رو بوده‌اند به طوری‌که شاخص موجودی مواد اولیه و لوازم موردنیاز ۴۷/۸۸ برای سومین ماه پیاپی کاهشی است، اگرچه شدت کاهش آن در مقایسه با تیرماه ۴۴/۵۶ کمتر بوده است. در همین حال، شاخص قیمت خرید مواد اولیه و لوازم موردنیاز و تورم قیمت نهاده‌ها با شتاب کمتری افزایش داشته و به کمترین میزان ۱۱ ماه اخیر از مهرماه ۱۴۰۱ رسیده است، اما مشکلات مربوط به کمبود نقدینگی و عدم تخصیص ارز و تسهیلات از سوی بانک‌ها به همراه محدودیت‌های مربوط به واردات مواد اولیه و ترخیص کالا از گمرک، باعث شده تا علیرغم

است و باعث به تعویق افتادن فعالیت‌ها شده است.

۴. به دلیل مشکلات ارزی و قوانین غیرکارشناسانه در خصوص واردات مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز، امکان ترخیص مواد اولیه از گمرک وجود ندارد؛ همچنین فرآیند ثبت سفارش و ترخیص از گمرک با منشا ارزی با چالش‌های زیادی روبه‌رو است. ۵. بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده‌ای که صادرات به کشورهای همسایه دارند و با توجه به اینکه صادراتشان دلاری انجام نمی‌شود، به دلیل مشکلات نحوه رفع تعهد ارزی در آستانه تعطیل شدن قرار دارند و تعدیل نیرو داشته‌اند. ۶. کاهش سهمیه تعیین شده برای مصرف برق

برای شرکت‌ها، باعث می‌شود تا ناچار به تأمین مقدار بیشتری از برق مورد نیاز خود از بورس با تعرفه‌های بالاتر باشند که هزینه انرژی بالایی را به تولیدکننده تحمیل کرده است. ۷. به دلیل بسته شدن مرز عراق در اربعین صادرات و فروش خارجی کم شده است. ۸. اعمال سلیقه‌ای قوانین در وزارت صمت و گمرک اخلاف زیادی در فرآیند کسب و کارها برای فعالان اقتصادی ایجاد کرده است. ۹. شرکت‌ها در استخدام نیروی کار ماهر به دلیل پایین بودن حقوق و دستمزد با مشکل روبه‌رو هستند و به سختی فرآیند جذب نیرو را انجام می‌دهند.

۱۰. شرکت‌ها اکثراً در تأمین مواد اولیه خود و همچنین تأمین قطعات و لوازم یدکی دستگاه‌ها، از گمرک با مشکل روبه‌رو هستند. این در حالیست که تأمین آن از طریق بازار به دلیل اینکه بسیاری از قطعات موجود در بازار تقلبی و بی‌کیفیت است، آسیب و خسارت جدی به دستگاه‌ها وارد می‌کند، انتظار تولیدکنندگان این است که گمرک به منظور سهولت در انجام کار برای تولیدکنندگانی که نیاز به لوازم یدکی و تجهیزات برای دستگاه‌های خود دارند تعداد مشخصی سهمیه واردات برای مصرف در خط تولید تخصیص دهد.

قصه پرغصه ناترازی انرژی در ایران

تراز مالی کشور در صنعت برق منفی است و شرایط عجیبی بر اقتصاد انرژی ایران سایه انداخته که اگر بخواهیم بهترین توصیف را به آن اطلاق کنیم، ناچاریم واژه «نااطمینانی» یا «ابهام» را برگزینیم. چندین سال است که اقتصاد انرژی گرفتار یک تراژدی شده است. تراژدی‌ای که بیشتر ناشی از ضعیف شدن آهن‌ربای سرمایه‌گذاری در صنعت برق و گاز است و احتمالاً تا همین ده، پانزده سال پیش هیچ‌کس تصور نمی‌کرد ایران گرفتار آن شود. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از اتاق بازرگانی تهران، در حقیقت ماجرای صنعت برق و ناترازی برق و انرژی در ایران، قصه قمار سیاست‌گذار با دستان خالی است. دولت قصد دارد بر صنعتی که با این شکل نمی‌تواند ادامه حیات دهد، قمار کند؛ در واقع دولت انتظار دارد که بدون اصلاح نظام اقتصادی پر ایراد برق و انرژی و ایجاد جاذبه، سرمایه‌گذار خصوصی در این بخش سرمایه‌گذاری کند. ایده‌ای پر ایراد که حالا بعد از گذشت چندین سال، منجر به ناترازی و بحران انرژی کشور شده است. این ایده چنان نخ‌نما و آن‌قدر بد است که حتی متولیان وزارت نیرو و دولت هم از آن دفاع نمی‌کنند. آنان هر سال با شروع همسان نشدن دخل و خرج انرژی کشور، وعده واقعی شدن نظام قیمت‌گذاری انرژی می‌دهند و خودشان هم بارها از لزوم اصلاح قیمت حامل‌های انرژی سخن گفته‌اند، اما در عمل هیچ اتفاق رو به جلویی رخ نداده است.

ربه‌کا سولنیت در کتاب «امید در تاریکی» یک جمله طلایی دارد که می‌گوید برای تغییر دادن هر چیزی نخست باید با آن روبه‌رو شد. این جمله و ضرب‌آهنگ کوتاه همه آن چیزی است که سیاست‌گذار باید به محض ورود به مسئله، آن را اجرا کند. یعنی بدون پیش‌دوری و در کمال خونسردی، با وضعیت کنونی مواجه شود و به یک تحلیل مبتنی بر عقلانیت از آن برسد. این چارچوب، یک چارچوب منطقی حل مسئله است که می‌تواند بحرانی به بزرگی ناترازی صنعت برق کشور را حل کند. کارشناسان اقتصادی بارها با تأکید بر ضرورت احیای نظام اقتصادی صنعت برق، از لزوم تعیین تکلیف قیمت برق سخن گفته و می‌گویند. آنان عنوان می‌کنند که بدون حل و فصل این موضوع، صنعت برق جاذبه‌ای برای سرمایه‌گذاران نخواهد داشت و از سوی دیگر هم عدم تزریق منابع مالی به این بخش، چشم‌انداز عرضه برق را تیره و تار خواهد کرد. رخدادی که هرساله ضربه مهلکی به تولیدکنندگان صنایع می‌زند. آن هم در شرایطی که سیاست‌گذار هرساله انگشت اتهام را به سمت و سوی بخش خانگی و تجاری

می‌برد و اصلاً به این مسئله اولیه اقتصاد که با تأمین عرضه، تقاضای بخش خانگی نیز افزایش خواهد یافت، توجهی نمی‌کند. به گفته کارشناسان اقتصاد انرژی تنها راهکار حل معضل ناترازی و مصرف بی‌رویه از این منابع واقعی کردن قیمت‌ها به صورت پلکانی است. راهکاری که بارها از آن سخن گفته شده بود اما هرگز اجرایی نشد. شاید در دهه‌های ۷۰، ۸۰ و حتی نیمه‌های دهه ۹۰ امیدها به صنعت برق بسیار زیاد بود؛ اما اکنون وضعیت چنین نیست. قرار بود با تولید ظرفیتی مازاد بر نیاز کشور، تبدیل به هاب منطقه شود و انرژی مورد نیاز برای کشورهای همسایه را نیز تأمین کند. اما چنین نشد و سرمایه‌گذاران هم که روز به روز بیشتر از قبل از وزارت نیرو طلبکار می‌شدند، آینده این صنعت و اقتصاد انرژی را تیره و تار دیدند. البته بنا بر تازه‌ترین گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در خصوص پایش امنیت سرمایه‌گذاری هم نمره عملکردی ایران در فصل پاییز سال جاری معادل ۶/۸۲ بوده است که چندان جالب به نظر نمی‌رسد اما احتمالاً به دلیل شرایط ویژه

در صنعت برق، این شاخص در صنعت برق نابسامان‌تر باشد. به هر حال سرمایه‌گذاری در صنعت برق دیگر هیچ جاذبه‌ای ندارد و این جمله نتیجه نظام سراسر ایراد اقتصاد انرژی است. شاهد این ادعای بزرگ، میزان سرمایه‌گذاری در صنعت برق در بازه زمانی ۱۰ سال اخیر بوده که افت چشمگیری داشته است. گزارش وزارت نیرو و بررسی بازوی پژوهشی مجلس، هر دو تأیید می‌کنند میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت برق از ۶/۲ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۰ به ۶۰۰ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ کاسته شده است. همچنین، بنا بر آمارهای رسمی که خود وزارت نیرو و کارشناسان صنعت برق منتشر کرده‌اند، اختلاف میان قیمت تکلیفی و قیمت تمام‌شده برق زیاد است. به همین نسبت هم بدهی‌های وزارت نیرو به فعالان بخش خصوصی هم به طور مستمر و روز به روز در حال افزایش است. چرا که هر سال دولت بدون تعیین تکلیف بهای برق، رفع اختلاف قیمت تمام‌شده برق و قیمت تکلیفی آن را به سال بعد موکول می‌کند. اقدامی که گرچه ظاهراً به نفع مصرف‌کنندگان و عموم

رعایت استاندارد خدمات پس از فروش الزام است



دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با تاکید بر این مهم که رعایت استاندارد خدمات پس از فروش از این پس الزام است، عنوان کرد: در جهان استاندارد برای خدمات پس از فروش از سوی دولت‌ها ابلاغ نمی‌شود و واحدها خدمات و تعهدات پس از فروش کالاهای آن‌ها را به صورت عمومی اعلام می‌کنند و اگر این موارد رعایت نشود با آنها برخورد خواهد شد، این در حالی است که در ایران این موارد به عنوان استاندارد اعلام می‌شود.

برخورد خواهد شد، این در حالی است که در ایران این موارد به عنوان استاندارد اعلام می‌شود.

ارتباط سهم بازار و خدمات پس از فروش

فارغ از بحث الزام و به دلیل نبود انحصار در این صنعت، بنابراین رقابت برای کسب سهم بیشتری از بازار واحدهای تولیدی را بر این مهم وادار می‌کند، موضوع دیگری بود که این مقام مسئول به آن اشاره کرد و افزود: امروزه یکی از شاخص‌های مهم در انتخاب و خرید کالا توسط مصرف‌کننده بحث خدمات پس از فروش است لذا کوتاهی در این بخش مساوی است با از دست دادن بخش بزرگی از بازار از سوی تولید کنند.

از اهمیت ویژه‌ای نزد مصرف‌کنندگان ما برخوردار است. تولیدکنندگان داخلی در سال‌های اخیر نسبت به توسعه خدمات پس از فروش خود اقدام کرده و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با همکاری نزدیک با وزارت صمت اقدام به تدوین سند خدمات پس از فروش کرده و شاخص‌های خدمات پس از فروش تک به تک استانداردسازی و به اعضا ابلاغ شد. دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با تاکید بر این مهم که رعایت استاندارد خدمات پس از فروش از این پس الزام است، ابراز داشت: در جهان استاندارد برای خدمات پس از فروش از سوی دولت‌ها ابلاغ نمی‌شود و واحدها خدمات و تعهدات پس از فروش کالاهای آن‌ها را به صورت عمومی اعلام می‌کنند و اگر این موارد رعایت نشود با آنها

محصولات ایرانی در رقابت با تولیدات کشورهای منطقه

عباس هاشمی در قیاس تولیدات لوازم خانگی ایران با کشورهای مطرح صاحب صنعت در جهان، افزود: به دلیل دستیابی به فناوری روز جهان قطعاً برندهای خارجی پیش‌تر از تولیدات ایرانی هستند هرچند به اعتقاد بنده تولیدکنندگان ما نیز در مسیر درستی گام برمی‌دارند. وی همراهی دولت در تامین مواد اولیه و رفع موانع ارزی و بروکرسی اداری را از عوامل سرعت بخشیدن به ورود تکنولوژی ساخت لوازم خانگی به کشور دانست و گفت: پاسخگویی به سلابق هموطنان همواره مدنظر تولیدکننده ایرانی بوده است.

رشد مثبت خدمات پس از فروش لوازم خانگی در ایران

هاشمی در رابطه با رشد خدمات پس از فروش لوازم خانگی در کشور نیز یادآور شد: این نکته

آیا استانداردهای ملی قابل دفاع هستند؟

چهاردهم اکتبر برابر با ۲۲ مهر به نام روز جهانی استاندارد تعیین و نامگذاری شد؛ همین امر بهانه‌ای شد تا به سراغ رضا تقوی، مدیر آزمایشگاه شرکت صنعتی بوتان برویم و گفتگویی در خصوص وضعیت استاندارد در صنایع لوازم خانگی داشته باشیم. به عقیده بسیاری از متولیان امر و متخصصان این حوزه استانداردها نه تنها مانع نیست بلکه مسیر را برای دستیابی صنعتگران و تولیدکنندگان کشورمان به بازارهای صادراتی هموار می‌سازد. رضا تقوی، در گفتگو با نشریه آینده‌سازان صنعت لوازم خانگی ایران در خصوص اینکه آیا تولیدات لوازم خانگی در ایران از لحاظ استاندارد وضعیت قابل دفاعی دارد، توضیح داد: استانداردهای ملی که دقیقاً مطابق استاندارد مرجع تدوین شده و دخل و تصرفی در متن آن صورت نگرفته باشد، کاملاً قابل دفاع و اجرایی هستند



چنانچه دقیقاً طبق استاندارد مرجع مشخص شده باشد، قابل قبول است.

مصرف انرژی، لوازم خانگی انرژی‌بر عنوان کرد: متأسفانه از آنجایی که معمولاً در تدوین این استانداردها دخل و تصرف صورت می‌گیرد یا بعضاً بر اساس تحقیقات داخلی و میدانی تهیه می‌شوند، مشکلاتی به لحاظ تعیین رده انرژی حاصل می‌شود. وی اظهار داشت: به عنوان نمونه در استاندارد ملی برچسب انرژی آبگرمکن مخزن‌دار برقی، ۲-۱۵۶۳، بازه‌ها آن‌قدر نزدیک تعیین شده‌اند که احتمال تغییر رده انرژی بر اساس عدم قطعیت‌های مربوطه وجود دارد. درخصوص استاندارد ۱۳۶۲۹ از آنجا که این مورد در تخصص بنده نیست اظهارنظر نمی‌کنم. او در پایان درباره اجباری شدن استاندارد در زمینه خدمات پس از فروش لوازم خانگی تصریح کرد: سطح موارد ایمنی در استانداردهای ملی عملکرد، همانطور که پیشتر اشاره شد،

او معتقد است که استانداردسازی وظیفه نیست بلکه سرمایه‌گذاری است، خاطرنشان کرد: به عنوان مثال استاندارد ملی ۱۸۲۸، مربوط به آبگرمکن فوری گازسوز که مطابق استاندارد اروپایی EN۲۶ تهیه شده است.

نکته مهم تولید محصول مطابق الزامات استاندارد و از آن مهم‌تر آماده‌سازی شرایط کنترل مطابقت محصول با خواسته‌های استاندارد است.

مدیر آزمایشگاه شرکت صنعتی بوتان افزود: از آنجا که استانداردهای مرجع تدوین استانداردهای ملی بسیار جامع هستند، متأسفانه در اکثر موارد نهادی که قابلیت بررسی مطابقت کامل محصولات داخلی را با الزامات استانداردهای مربوطه داشته باشد، وجود ندارد. تقوی با اشاره به استانداردهای برچسب‌های

نرخ رشد اقتصادی در ۳ ماهه امسال به ۶/۲ درصد رسید

بانک مرکزی آمار حساب‌های ملی ایران برای سه‌ماهه ۱۴۰۲ را منتشر کرد. براساس این گزارش، تولید ناخالص داخلی در بهار امسال ۶/۲ درصد بیشتر از بهار سال گذشته بوده و رشد اقتصادی بدون نفت به ۵/۲ درصد رسیده است. بانک مرکزی رشد اقتصادی کشور در سه‌ماهه سال ۱۴۰۲ را با احتساب نفت ۶/۲ درصد و بدون احتساب نفت ۵/۲ درصد اعلام کرد. طبق گزارش بانک مرکزی، در این دوره بخش نفت بیشترین رشد را ثبت کرده اما نقش اول رشد را بازی نکرده است. مقایسه ارقام سال جاری با رشد اقتصادی سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۱ نشان از افزایش بیش از سه برابری رشد اقتصادی کشور دارد. در مقایسه با رشدهای نقطه‌ای هر فصل، این عدد بزرگ‌تر از نرخ‌های رشد تمام فصول از تابستان ۱۴۰۰ به این سو است. رشد ۱۶/۴ درصدی بخش نفت از جمله عوامل مهم این اتفاق بوده است. رشد گروه‌های کشاورزی، صنعت و خدمات هم به ترتیب ۲/۲، ۴/۲ و ۶/۲ درصد بوده است.



در سمت هزینه‌ها، رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص (سرمایه‌گذاری) به ۲ درصد کاهش یافته؛ اما هزینه‌های بخش دولتی به ۵/۳ درصد افزایش یافته است. مصرف خصوصی هم ۸/۲ درصد رشد ثبت کرده است. براساس محاسبات مقدماتی اداره حساب‌های اقتصادی بانک مرکزی، تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه (به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵) در سه‌ماهه اول سال ۱۴۰۲ به رقم ۳۸۰۲/۱ هزار میلیارد ریال رسیده که در مقایسه با سه‌ماهه اول سال ۱۴۰۱، به میزان ۶/۲ درصد رشد داشته است. مقایسه ارقام مزبور با عملکرد رشد اقتصادی در سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۲ حاکی از افزایش بیش از سه برابری رشد اقتصادی کشور در فصل اول سال ۱۴۰۲ نسبت به فصل اول سال ۱۴۰۱ می‌باشد. بررسی عملکرد رشد اقتصادی برحسب گروه فعالیت‌های

از اقتصاد ایران هم است. رشد کل صنعت ۴/۲ درصد محاسبه شده است. این عدد به طور معناداری کمتر از رشد ۱۴ درصدی این بخش در زمستان و رشد ۷/۹ درصدی صنایع بورسی در بهار (طبق شاخص پژوهشکده پولی و بانکی) است. کل بخش خدمات در بهار سال جاری ۶/۲ درصد بیشتر از بهار گذشته ارزش افزوده ایجاد کرده است. رشد این بخش به عنوان بخش بزرگ و اشتغال‌زای اقتصاد ایران خبر خوبی به نظر می‌رسد. رشد بخش کشاورزی هم که طی سال‌های گذشته وضعیت خوبی نداشته، حدود دو درصد تخمین زده شده است. طبق آمار رشد بهار گذشته که بانک مرکزی منتشر کرده، ۱/۵ واحد درصد از کل رشد ۶/۲ درصدی اقتصاد ایران در بهار (نسبت به بهار سال قبل) را فعالیت‌های استخراج نفت و گاز تشکیل داده است.

اقتصادی (به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵) نشان می‌دهد، رشد تولید ناخالص داخلی در سه‌ماهه اول سال ۱۴۰۲ حاصل تحقق رشد مثبت ارزش افزوده در تمامی گروه‌ها بوده است. بیشترین رشد اقتصادی در بخش «فعالیت‌های مربوط به تأمین جا و غذا» رخ داده است. این بخش که طی سال گذشته با افزایش قابل توجه قیمت محصولات در اثر حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ هم همراه بود، طبق آمار بانک مرکزی رشد حقیقی (تورم‌دررفته) ۲۵ درصدی داشته است. هر چند که کم‌برآورد تورم محصولات ممکن است به بیش‌برآورد رشد حقیقی منجر شده باشد. رشد ۱۶/۴ درصدی بخش نفت و گاز اهمیت بسیار زیادی برای رشد اقتصادی این فصل داشته؛ چرا که علاوه بر سهم قابل توجه در تولید داخلی، این بخش محرک بخش‌های بزرگ دیگری

تعليق کارت بازرگانی تا ۶ ماه متوقف می‌شود

میلیارد تومان تسهیلات ریالی و یک میلیارد دلار تسهیلات ارزی از محل بانک‌ها و صندوق توسعه ملی به صادرات محصولات کشاورزی اختصاص یافت که مقرر شده از شنبه هفته آینده این قراردادهای فعال و اجرایی شود. وی همچنین در مورد تعلیق کارت‌های بازرگانی، اظهار کرد: صادرات محصولات کشاورزی ما توسط افغانستانی‌ها و پاکستانی‌ها انجام می‌شود و به دلیل مسائل مربوط به تعهدات ارزی، بسیاری از صادرکنندگان خوشنام و معتبر و

پسته و سایر محصولات کشاورزی نمایان خواهد شد. رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی گفت: در این زمینه نشستی با حضور مسئولان اقتصادی کشور در کمیسیون اقتصادی برگزار و در این نشست تسهیلات سرمایه در گردش برای صادرات محصولات کشاورزی که ۹۰ درصد این محصولات پسته است، مصوب شد. محمدرضا پورابراهیمی، در نودمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان کرمان، افزود: بر این اساس ۶ هزار

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس، گفت: مقرر شده که کارت‌های بازرگانی تعلیق شده به مدت ۶ ماه با دریافت تضامین لازم، رفع تعلیق شوند و تاثیر این تصمیمات در روزهای آینده بر صادرات پسته و سایر محصولات کشاورزی نمایان خواهد شد.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس، گفت: مقرر شده که کارت‌های بازرگانی تعلیق شده به مدت ۶ ماه با دریافت تضامین لازم، رفع تعلیق شوند و تاثیر این تصمیمات در روزهای آینده بر صادرات



در هامکس ۱۴۰۱ چه گذشت؟

بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی HAMEx، از تاریخ ۳ الی ۶ آبان برگزار خواهد شد؛ در همین رابطه نگاه اجمالی به آنچه در بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی خواهیم داشت. در این دوره از نمایشگاه، ۵۱۶ شرکت داخلی با متراژ ۳۸۲۶۶ متر مربع در ۲۰ سالن و ۴۵ شرکت با متراژ ۲۲۴۶ متر مربع در فضای باز حضور داشتند. پیش از آغاز نمایشگاه دو نشست خبری به منظور معرفی هرچه بیشتر بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با حضور اصحاب رسانه‌های داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی برگزار شد.



افتتاحیه گرم در سرمای زمستان

روز سه شنبه ۲۹ آذر، در سرمای منتهی به زمستان ۱۴۰۱ آیین افتتاحیه بیست و دومین نمایشگاه صنایع لوازم خانگی ایران در گرماگرم حضور خبرنگاران داخلی و خارجی و مهمانان برگزار شد. در مراسم افتتاحیه بزرگترین رویداد سالانه صنعت لوازم خانگی کشور، وزیر صنعت، معدن و تجارت، مدیرکل دفتر تخصصی لوازم خانگی و اداری وزارت صمت، دبیر و رئیس هیات مدیره انجمن، رئیس شرکت سهامی نمایشگاه بین‌المللی و رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم خانگی حضور داشتند. سیدرضا فاطمی امین وزیر پیشین پس از افتتاح نمایشگاه، راهی استادیو پخش زنده نمایشگاه شد و دقایقی را به گفتگو با خبرنگاران و همچنین دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گذراند. پس از این، وزیر صمت به همراه ایشان از غرفه‌های نمایشگاه بازدید کرد، بازدیدی که با صحبت و طرح مسائل تولیدکنندگان همراه بود.

نایزمنند تسریع در صادرات هستیم

وزیر پیشین صمت در جریان بازدید از بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوازم خانگی با اشاره به تولیدات صنایع لوازم خانگی در ایران، روند این صنعت در ۸ ماهه امسال را رو به رشد دانست. فاطمی امین با اشاره به رضایت مردم از کیفیت لوازم خانگی داخلی گفت: ما در خط تولید لباسشویی و یخچال داخلی موفق عمل کردیم و در عرصه دانش‌بنیان شدن تولید نیز به بلوغ مناسبی رسیدیم. به باور وزیر صنعت، معدن و تجارت، صنعت لوازم

خانگی باید با استفاده از توان و ظرفیت بالتر خود و سرمایه‌گذاری مشترک، حرکت خود را به سمت صادرات تسریع بخشد. محمد مهدی برادران معاون وزیر صمت نیز در حاشیه بازدید از این لوازم خانگی، ضمن اشاره به لزوم حمایت علاقه‌مندان، صاحب‌نظران، جامعه دانشگاهی، مسئولان و نمایندگان مجلس از این رویداد و صنعت لوازم خانگی، نمایشگاه هامکس را به مثابه کارنامه‌ای از عملکرد سالانه صنایع لوازم خانگی ایران قلمداد کرد. برادران در ارزیابی از صنایع لوازم خانگی با تشکر از تولیدکنندگان و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گفت: این عزیزان در سال گذشته موفق شدند به پویایی محیط کسب و کار کمک کنند. وی افزود: ما در افزایش تولید و با توجه به کمبود کالا، رشدی ۸ درصدی داشتیم و حتی در برخی از کالاها افزایش ۵۰ درصدی تولید و فروش را تجربه کردیم. معاون صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به رضایتمندی مشتریان، از افزایش خدمات پس از فروش برای برخی از کالاها از ۲۴ ماه تا ۵ سال خبر داد. برادران در این بازدید، این نکته را هم اضافه کرد که برخلاف سایر حوزه‌ها، در صنایع لوازم خانگی افزایش قیمت نداشته‌ایم و در این میان، یک بازار رقابتی با حجم تولید مناسب رقم خورده است.

برگزاری سمینار تخصصی صادرات محور در حاشیه نمایشگاه هامکس ۲۰۲۲

در دومین روز از برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایران در کشورهای همسایه موردبررسی قرار گرفت.

پنل تخصصی این نشست با حضور دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، رئیس اتاق بازرگانی دیوانیه عراق، مشاور امور بین‌الملل سازمان توسعه تجارت و مذاکره‌کننده توافق ایران با اوراسیا، وابسته اقتصادی ارمنستان در ایران و رئیس کمیسیون‌های صادرات و رسانه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار شد.

بازدید رئیس اتحادیه واردکنندگان و صادرکنندگان اقلیم کردستان عراق از نمایشگاه هامکس ۲۰۲۲

شیخ مصطفی عبد الرحمان، رئیس اتحادیه وارد کنندگان و صادرکنندگان اقلیم کردستان عراق در حاشیه بازدید از بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوازم خانگی ایران گفت: نمایشگاه لوازم خانگی ایران هر سال بهتر از سال قبل برگزار می‌شود و تولیدات جدید، تولیدکنندگان قوی و کارخانه‌های جدید به کیفیت این نمایشگاه افزوده است. وی با بیان اینکه اقلیم کردستان عراق حجم تولیدات بسیار پائینی دارد و محصولات ایرانی با اقبال خوبی در بازار عراق روبه‌رو است، افزود: ما در صدد واردات هستیم و در این بین محصولات ایرانی از لحاظ کمی و کیفی مورد رضایت مردم اقلیم عراق نیز است. عبدالرحمان در خصوص امضای تفاهمنامه در حاشیه بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی گفت: این تفاهمنامه نکات بسیار مهمی دارد که برای تعامل بیشتر دو کشور موثر خواهد بود. امیدواریم به مدد برپایی نمایشگاه دائمی و محیطی مناسب در اقلیم، میزبان تاجران و بازرگانان ایرانی باشیم و سهم صادرات سالانه بین دو کشور



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار می کند

مهارت های نوین مذاکره و فروش

عناوین و مدرسان دوره >



مهارت های نوین
بازاریابی و فروش

مدرس: دکتر سعید وفایی



مهارت های فن بیان و
اصول مذاکره

مدرس: دکتر رضا رنجبر



مهارت های رفتارشناسی
با مدل جهانی DISC

مدرس: دکتر صالح زعیم

لازمه رشد صادرات لوازم خانگی، افزایش کیفیت است

جواد نوفرستی، کارشناس اقتصادی معتقد است که ایجاد کنسرسیوم‌ها و تشکل‌های صادراتی در رشد صادرات لوازم خانگی موثر خواهد بود اما این رشد در کنار ارتقای مستمر استانداردهای داخلی و نظارت جدی بر رعایت استانداردها از سوی تمام تولیدکنندگان، حذف تولیدکنندگان زیرپله‌ای بی‌کیفیت، ادغام و حذف برندهای متعدد تولیدکننده لوازم خانگی و تقویت برندهای مطرح ملی جهان تراز، توجه جدی به تحقیق و توسعه و بروزرسانی سطح کیفی و تکنولوژی تولید به رشد تولیدات با کیفیت و حفظ بازار داخل برای برندهای داخلی در رقابت قیمتی با کالاهای ارزان وارداتی و رقابت کیفی با برندهای مطرح و باکیفیت وارداتی منجر خواهد شد. در ادامه مشروح کامل این مصاحبه را در ماهنامه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی خواهید خواند.



صادرات مشخص می‌شود. حتی نه فقط در بحث صادرات، حتی برای بازار داخل و برای مصرف‌کننده داخلی، چرا هر کالای بی‌کیفیتی و یا برندهای فاقد کارخانه باید اجازه تولید و عرضه داشته باشند. یکی از مهم‌ترین نقاط آسیب تولیدکنندگان مطرح کشور، همین مساله است. مثال بازار آن، برندهای متعدد زیرپله‌ای کولرهای آبی است که دغدغه مشترک تمام تولیدکنندگان مطرح و صاحب‌نام کشور است که انگیزه آن‌ها را در تولید و صادرات سلب کرده است.

وزارت صمت همواره برای رشد صادرات لوازم خانگی برنامه ارائه می‌دهد و معتقد است این رشد صادراتی مستمر خواهد بود، اما به نظر شما در شرایط موجود که تولیدکنندگان به سختی اقدام به تولید می‌کنند و از طرفی با تحریم‌های موجود، این موضوع میسر خواهد شد؟

اگر دولت از تصدی‌گری و دخالت در این صنعت خارج شوند و تولید، بازار داخل و صادرات را به بخش خصوصی واقعی واگذار کنند، بخش خصوصی هوشمندانه‌تر از دولت، حتی در شرایط تحریم، بازارهای هدف صادراتی را شناسایی، ارزیابی، هدف‌گذاری و اقدام می‌کنند. حکمرانی درست، تنظیم‌گری، تدوین و ارتقای استانداردها و نظارت قاطع و محکم برای اجرای استانداردها و مشوق‌ها و حمایت‌ها از افزایش سهم و حجم صادرات شرکت‌ها، به افزایش مستمر و پایدار این صنعت کمک خواهد کرد. این حرف دل بسیاری تولیدکنندگان به دولت‌ها و وزارت صمت است: از طلا بودن پشیمان گشته‌ایم، مرحمت فرموده ما را مس کنید.

بازار هدف صنعت لوازم خانگی ایران عمدتاً کشورهای منطقه از جمله عراق و افغانستان و همچنین تاجیکستان و آسیای میانه است، آیا امکان ورود و نفوذ به بازارهای دیگر نیز فراهم است؟

اگر تولید بر اساس شناخت درست از نیاز

از دیدگاه شما، آمار و وضعیت فعلی صادرات لوازم خانگی قابل دفاع است؟

قطعاً خیر. با وجود تلاش‌های انجام شده و موفقیت‌های نسبی برخی برندهای محدود، آمار و وضعیت فعلی صادرات لوازم خانگی قابل دفاع نیست. اگر سهم صادرات از تولید، به صورت پایدار و مستمر در حال افزایش باشد، حتی اگر کم باشد، قابل دفاع خواهد بود.

برنامه وزارت صمت برای صادرات لوازم خانگی افزایش کیفیت و پایین آوردن قیمت تمام شده محصول است تا لوازم خانگی ایرانی با نشان‌های خارجی رقابت کند، آیا وزارت صمت در این زمینه موفق عمل کرده است؟

نقش وزارت صمت و به‌طور کلی دولت و حاکمیت، باید به‌جای تصدی‌گری، حکمرانی خوب و حمایت از برندسازی ملی برای بازارهای صادراتی، حمایت تولید باکیفیت، حمایت از تولید صادرات‌گرا و حمایت از صادرات کالاهای باکیفیت باشد که در دولتهای مختلف در هیچ‌کدام از وظایف اصلی خود، موفق عمل نکرده است. حتی وزارت صمت در برخورد با تولیدات بی‌کیفیت، موفق نبوده است که همین ترک فعال، بزرگترین ضربه و آسیب را به تولیدکنندگان صاحب نام و باکیفیت وارد کرده است. همین ترک فعل در برخورد با تولیدکنندگان بی‌کیفیت را در عدم برخورد و حتی صدور مجوز برای صادرات کالاهای بی‌کیفیت را شاهد بوده‌ایم که به اعتبار کالای ساخت ایران و حتی نام ایران در بازارهای صادراتی لطمه زده است.

متأسفانه در چند سال اخیر برخی از محصولات ایرانی با کیفیت پایین یا با نشان‌های متفرقه وارد بازار کشورهای همسایه شده و به نام و نشان کالای ایرانی لطمه وارد کرده است، راهکار مقابله با این موضوع چیست؟

در ادامه پاسخ سوال قبلی، اتفاقاً همینجا ضعف عملکرد حاکمیت و دستگاه‌های نظارتی و حتی صادرکنندگان مجوزهای بهره‌برداری و تولید

بازار اروپایی هم باشد، حتماً امکان ورود به این بازارها خواهد بود. نیاز و کیفیت موردانتظار و استانداردهای تولید برای کشورهای مختلف متفاوت است و پیچیدگی‌ها و سختی‌های خود را دارد، اما غیرممکن نیست. داشتن استراتژی درست و متناسب با هر بازار صادراتی همراه با تمایزهای رقابتی از جمله کیفیت، رمز موفقیت در صادرات به بازار اروپایی است. شرکت‌هایی که در همین بازارهای منطقه، تداوم و رشد مستمر و پایدار نداشته‌اند و صرفاً بر اساس مزیت موقتی قیمت ورود کرده‌اند، دیر یا زود همین بازارها را هم از دست خواهند داد.

لطفاً کمی در خصوص موانع و مشکلات پیش روی صادرات بگویید.

به موانع و مشکلات در دو دسته کلی می‌توان اشاره کرد؛ دسته اول مشکلات درون بنگاهی از جمله عدم شناخت مناسب از بازارهای هدف صادراتی، نداشتن استراتژی درست و مناسب و متناسب با شرایط و نیاز هر بازار هدف، کیفیت پایین و یا ثبات یا افت کیفیت، سطح تکنولوژی در تولید و تولیدات و عدم تغییر متناسب با تغییر نیاز بازار هدف و ... است. بخش دوم مرتبط با مشکلات و موانع برون بنگاهی از جمله رقابت منفی برندهای

روشی جامع برای افزایش بهره‌وری در صنایع لوازم خانگی



سلمان‌زاده

دانشکده صنایع دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی

بوش و زیمنس در حوزه لوازم خانگی مشترکا شرکت BSH را تاسیس کرده‌اند و در خصوص استفاده از این روش به عنوان مثال از بسته‌های کاری مرتبط با کنترل چشمی نام برده‌اند. مهندسین این شرکت علاوه بر شفافیت، قابل برنامه‌ریزی بودن و قابلیت تکرارپذیری این بسته‌های کاری به مزیت‌های دیگری از جمله بهبود ارگونومیکی فعالیت‌های مرتبط با کنترل چشمی و خستگی پرسنل (ماه‌چپ‌ها و چشم) و زمان‌بندی بهتر برنامه‌های کنترل و همچنین هدفمند کردن راهنمای کنترل را گزارش کرده‌اند. همچنین شرکت BSH برای استقرار کامل Digital factory از روش MTM در حوزه فعالیت‌های انسانی در کلیه کارخانجات خود بهره گرفته‌اند و در قالب نرم‌افزار Teamcenter که نرم‌افزار اختصاصی شرکت زیمنس در حوزه ERP نیز است، داده‌های مرتبط با فعالیت‌های انسانی که در ایستگاه‌های کاری شرکت در سراسر دنیا انجام می‌گیرد، به‌صورت متمرکز ذخیره و توسعه می‌دهند و برای همه کارخانجات خود در کلیه مراحل چرخه حیات محصول از طراحی گرفته تا برنامه‌ریزی و تولید در اختیار مهندسین و مدیران خود قرار می‌دهند. شرکت Mille به عنوان یک شرکت موفق دیگر در حوزه لوازم خانگی استفاده از بسته‌های کاری MTM را به کاهش زمان محدود نمی‌داند و آن را به عنوان الگوی بهبود روش‌ها انتخاب کرده‌اند. آن‌ها همچنین گزارش کرده‌اند که با کمک بسته‌های کاری MTM تنوع محصولات را خیلی بهتر و سریع‌تر پیکربندی کرده و به نیازهای مشتریان سریع‌تر می‌توانند پاسخ دهند. در ضمن از آن به عنوان یک سیستم انعطاف‌پذیر برنامه‌ریزی زمان و ظرفیت نام برده شده است.

در اثر جهانی شدن صنعت و اقتصاد در دنیای امروز، تنها شرکت‌هایی که امکان رقابت دارند، می‌توانند بقاء و دوام داشته باشند. در شرایطی که انحصار وجود نداشته باشد افزایش کیفیت محصول در کنار عرضه به موقع و با قیمت مناسب از مهم‌ترین عواملی هستند که باعث افزایش رقابت‌پذیری شرکت‌ها می‌شوند. هر چند از دید مدیریت سنتی به نظر می‌رسد بهبود هر کدام از عوامل و یا اهداف فوق نتیجه برعکس در روند بهبود عامل دیگر داشته باشد، لیکن استفاده از دانش مدیریت بهره‌وری تحقق همزمان بهبود عوامل ذکر شده را ممکن می‌سازد. تحقیقات زیادی اثبات کرده‌اند که نیروی انسانی ارزشمندترین سرمایه هر سازمانی به حساب می‌آید. حال اگر نیروی انسانی در سازمان‌ها با انگیزه و اشتیاق درگیر کار شوند و فعالانه در طراحی و اجرای فعالیت‌ها مشارکت و نقش داشته باشند، می‌توانند منشاء تحولات بزرگی در هر سازمان باشند. به عنوان مثال می‌توان با اتخاذ یک استراتژی مناسب، برای طراحی کاهش هزینه‌ها و افزایش همزمان کیفیت محصول از خلاقیت و مشارکت خود پرسنل بهره گرفت.

مذکور را فراهم می‌نماید. روش MTM-UAS از طریق کدبندی بسته‌های کاری یا همان اجزا فعالیت‌ها، استاندارد را ایجاد می‌کند که بستر را برای تحقق اهداف ذکر شده فراهم می‌نماید. لازم به ذکر است این بسته‌های کاری انعطاف دارند که می‌توان به سادگی از آن‌ها بسته‌های کاری جدید ایجاد کرد و حتی در آینده استفاده از هوش مصنوعی در ساختن بسته‌های خودساخته هم وجود خواهد داشت؛ به همین جهت مزیت اصلی این بسته‌های کاری آن است که در صورت بسترسازی و فرهنگ‌سازی در خطوط تولید و کارخانجات، امکان ایجاد و بهبود آن‌ها نه فقط از طریق مهندسین که از طریق خود کارگران نیز وجود دارد و این همان بهبود مستمری است که در تولید ناب از آن به عنوان مسئله کلیدی ذکر می‌شود.

برای حل چالش دیجیتال‌سازی فعالیت‌های انسان‌محور که اتفاقاً در صنعت نیز مورد تأکید ویژه قرار گرفته، راه‌حلی ارائه شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به استفاده از بسته‌های کاری که با روش MTM-UAS کدبندی شده‌اند، اشاره کرد.

با توجه به تنوع محصولات و ویژگی‌های آن در صنعت لوازم خانگی امکان ذخیره‌سازی زمان و مهم‌تر از آن فرایند اجرایی فعالیت‌های یک خط تولید در قالب بسته‌های کاری متنوع وجود دارد که بر اساس سفارش مشتریان از کتابخانه‌های اطلاعاتی قابل استخراج و برای طراحی و برنامه‌ریزی قابل استفاده می‌باشند.

شرکت‌های متعددی در این زمینه از مزیت‌های ذکر شده منتفع شده‌اند در این مقاله به دو نمونه از گزارشات مدیران و مهندسین در حوزه صنعت لوازم خانگی اشاره می‌شود. شرکت

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، شرکت Hay group که مدل اثربخشی آن در حوزه مدیریت منابع انسانی بسیار شناخته شده است، در اثر نتایج تحقیقات خود گزارش کرده است که افزایش میزان مشارکت پرسنل تا ۱۰ برابر بهره‌وری را بهبود می‌دهد. همچنین به‌منظور پاسخگویی سریع به نیازهای متنوع مشتریان و تحویل به موقع محصولات باید با برنامه‌ریزی علمی، سیستم تولید قابلیت عکس‌العمل چابک را طوری فراهم نماید که توجیه اقتصادی هم داشته باشد و یا حتی به بهبود و کاهش هزینه‌ها هم منجر شود.

موضوعات دیگری از جمله مدیریت دانش و مهارت و نیز بهبود فضای ایمنی و ارگونومیکی ایستگاه‌های کاری همچنین استقرار سیستم ارزیابی عملکرد شفاف و عادلانه، عارضه‌یابی اتلافات تولید و رفع و یا کاهش آن‌ها موجبات بهبود بهره‌وری را در یک سازمان فراهم می‌کنند. هدف این مقاله معرفی روشی است که در ذیل مدیریت بهره‌وری امکان تحقق اهداف و عوامل



نگاهی به بزرگترین نمایشگاه چین

نمایشگاه کانتون که به عنوان نمایشگاه واردات و صادرات چین نیز شناخته می‌شود، یکی از بزرگ‌ترین و جامع‌ترین نمایشگاه‌های تجاری جهان است. تاریخچه این نمایشگاه به دهه ۱۹۵۰ برمی‌گردد و نقش کلیدی در ترویج تجارت بین‌المللی و همکاری اقتصادی بین چین و بقیه جهان داشته است. در ادامه گزارش به موضوع تاریخچه، اهمیت، و جنبه‌های کلیدی نمایشگاه کانتون خواهیم پرداخت.

پلی بین تولیدکنندگان چینی و خریداران جهانی عمل می‌کند و برای کسب‌وکارها امکان پذیرش تأمین‌کنندگان و برای تأمین‌کنندگان دسترسی به بازارهای بین‌المللی را آسان‌تر می‌کند.

بازارگاه برای نوآوری‌ها: این نمایشگاه محصولات متنوعی از جمله الکترونیک، نساجی، ماشین‌آلات، وسایل لوازم خانگی و... را به نمایش می‌گذارد. این به عنوان یک پلتفرم کلیدی برای معرفی محصولات و فناوری‌های جدید به بازار جهانی عمل کرده است.

تأثیر اقتصادی: نمایشگاه کانتون به طور قابل توجهی به رشد اقتصادی چین کمک کرده است. از طریق افزایش صادرات چین، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و تسهیل انتقال تکنولوژی از شرکای خارجی، نقش مهمی در تحول چین از یک اقتصاد بسته به یکی از بازیگران اصلی جهانی ایفا کرده است.

نمایشگاه کانتون چین اهمیت بسیار زیادی در جهان تجارت و اقتصادی دارد که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

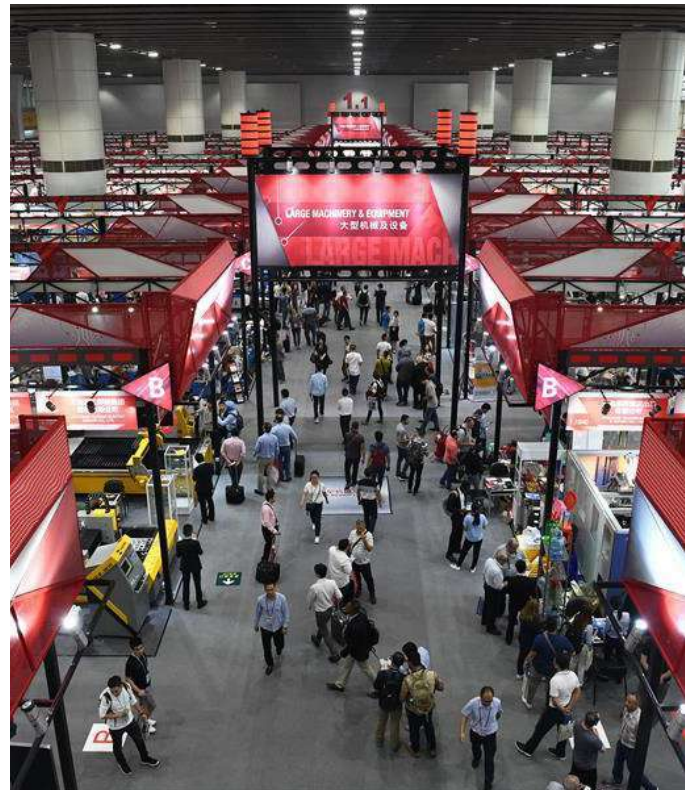
۱. **مرکز تجارت بین‌المللی:** نمایشگاه کانتون به عنوان یکی از بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های تجاری جهان شناخته می‌شود. این نمایشگاه به عنوان یک پلتفرم برای تبادل کالا و خدمات بین کشورها و مناطق مختلف عمل می‌کند. چین به عنوان یکی از بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده جهان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و نمایشگاه کانتون به عنوان نقطه اتصال میان تولیدکنندگان چینی و خریداران جهانی عمل می‌کند.

۲. **نمایشگاه چندصنعتی:** یکی از ویژگی‌های بارز نمایشگاه کانتون، چندصنعتی بودن آن است. این نمایشگاه محصولات و خدمات در صنایع مختلف از جمله الکترونیک، نساجی، ماشین‌آلات، مصالح ساختمانی، خوراکی و بسیاری از دیگر صنایع را به نمایش می‌گذارد. این تنوع به افراد و کسب‌وکارهای مختلف امکان می‌دهد تا به دنبال محصولات و خدمات موردنیاز خود بگردند.

۳. **فرصت برای معرفی محصولات جدید:** نمایشگاه کانتون به عنوان یک پلتفرم برای معرفی محصولات و فناوری‌های جدید به بازار جهانی عمل می‌کند. شرکت‌ها می‌توانند محصولات جدید خود را در این نمایشگاه به نمایش بگذارند و بازخورد واقعی از خریداران جهانی دریافت کنند. این برای توسعه تجارت و رشد کسب‌وکارها بسیار مهم است.

۴. **تأثیر اقتصادی:** نمایشگاه کانتون به عنوان یک مولفه کلیدی در توسعه اقتصادی چین عمل کرده است. این نمایشگاه به افزایش صادرات چین، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، ارتقاء فناوری و ایجاد فرصت‌های کاری در کشور کمک کرده است. همچنین، نمایشگاه کانتون به تبدیل چین از یک اقتصاد بسته به یک بازیگر اصلی جهانی در تجارت کمک کرده است.

۵. **تبادل فرهنگی و همکاری بین‌المللی:** نمایشگاه کانتون نقشی در تبادل فرهنگی و تفاهم بین مردم و کسب‌وکارها از جمله انتقال دانش و فناوری از یک کشور به دیگری ایفا می‌کند. این نمایشگاه فرصتی برای برقراری ارتباطات بین انسانی و تجاری میان افراد و کشورهای مختلف فراهم می‌کند.



تاریخچه:

تأسیس: نمایشگاه کانتون برای اولین بار در آوریل ۱۹۵۷ در شهر گوانژو، استان گوانگدونگ چین برگزار شد. این نمایشگاه به عنوان یک پلتفرم برای ترویج صادرات چین و تسهیل روابط تجاری با خریداران خارجی تأسیس شد.

نام: در ابتدا به عنوان نمایشگاه کالاهای صادراتی چین شناخته می‌شد. بعداً در سال ۲۰۰۷، نام آن به نمایشگاه واردات و صادرات چین تغییر کرد تا نقش روزافزون خود در زمینه واردات و صادرات نمایش دهد.

فراوانی: این نمایشگاه دوبار در سال برگزار می‌شود، یکی در بهار و دیگری در پاییز. هر جلسه حدود سه هفته به طول می‌انجامد.

رشد: در طی سال‌های برگزاری، این نمایشگاه به طور قابل توجهی از نظر اندازه و تأثیر آن در صنایع و تجارت رشد زیادی داشته است. به عبارت دیگر کشورها و شرکت‌های شرکت‌کننده در این نمایشگاه نه تنها از نظر تعداد بیشتر شده‌اند بلکه از نظر وسعت جغرافیایی نیز کشورهای مختلف از قاره‌های متنوعی را در برمی‌گیرد.

اهمیت:

مرکز تجارت جهانی: نمایشگاه کانتون به عنوان یک پلتفرم حیاتی برای تجارت بین‌المللی و همکاری تجاری شناخته می‌شود. این به عنوان

محصولات: مواد ساختمانی، پل‌های خورشیدی، لوازم ساختمانی و فناوری‌های موثر انرژی.

۸. محصولات بهداشتی و پزشکی:

برندها: مایندری، وگو، سینوکر، بوایدی، نئوسافت مدیکال.
محصولات: تجهیزات پزشکی، تجهیزات تشخیصی، داروها و نوآوری‌های بهداشتی.

۹. فناوری‌های سبز و پایدار:

برندها: انویژن، کتل، جی‌سی‌ال، لانگی سولار، بوایدی.
محصولات: راه‌حل‌های انرژی تجدیدپذیر، پل‌های خورشیدی، لوازم الکترونیک مصرفی مؤثر انرژی و فناوری‌های سبز.

۱۰. شرکت‌های نوپا و نوآور:

نمایشگاه کانتون همچنین به نمایشگاه شرکت‌های نوپا و نوآور امکان معرفی محصولات جدید و نوآورانه توسط شرکت‌های نوپا در صنایع مختلف را فراهم می‌کند. لطفاً توجه داشته باشید که نمایشگاه کانتون یک رویداد پویا است و شرکت برندها و محصولات مشهور ممکن است از یک دوره به دیگر تغییر کند. به علاوه، نمایشگاه اغلب محصولات و برندهای شرکت‌های خارجی را نیز در بر می‌گیرد که به تنوع جهانی آن افزوده می‌شود. اگر به برندها یا محصولات خاصی در یک دوره خاص از نمایشگاه کانتون علاقه دارید، مناسب است وبسایت رسمی نمایشگاه را یا با سازمان‌دهندگان تماس بگیرید تا به‌روزترین اطلاعات را دریافت کنید.



۶. آینده‌نگری سیاست‌های اقتصادی: موضوعات و صنایعی که در هر دوره از نمایشگاه کانتون به تأکید می‌رسند، می‌توانند نشان‌دهنده سیاست‌ها و اولویت‌های اقتصادی چین باشند. این نمایشگاه می‌تواند اطلاعات مهمی برای تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکاری و سیاست‌گذاری اقتصادی فراهم کند.

۷. تجارب مجازی و آنلاین: در سال‌های اخیر، نمایشگاه کانتون با به‌کارگیری تکنولوژی‌های مجازی و آنلاین، به ارائه پلتفرم‌های آنلاین و نمایشگاه‌های مجازی نیز پرداخته است. این امکان را فراهم می‌کند تا در مواقعی که مسافرت‌ها محدود شده باشد، شرکت‌کنندگان به‌صورت مجازی در نمایشگاه شرکت کرده و محصولات را مشاهده و با تولیدکنندگان در ارتباط باشند.

۸. توسعه تجارت پایدار: در سال‌های اخیر، نمایشگاه کانتون به بررسی و معرفی فناوری‌های پایدار و سبز توجه ویژه‌ای داده است. این تطابق با روندهای جهانی به سمت شیوه‌های زیست‌محیطی دوستانه و تعهد چین به توسعه پایدار انطباق دارد.

در کل، نمایشگاه کانتون اهمیت خود را به عنوان یک مرکز برجسته تجارت بین‌المللی، نمایشگاهی چندصنعتی، و فرصتی برای معرفی محصولات جدید و تبادل فرهنگی اعلام می‌کند. این نمایشگاه نه تنها به رشد اقتصاد چین کمک کرده است، بلکه نقش مهمی در شکل‌دهی منظر تجارت جهانی ایفا کرده و به تعامل اقتصادی بین چین و باقی دنیا کمک کرده است. نمایشگاه کانتون شامل طیف گسترده‌ای از برندها و محصولات در صنایع مختلف است، بنابراین تعیین «بهترین» برندها به دلیل تنوع محصولات مشکل است.

با این حال، می‌توانم برخی از صنایع و دسته‌های محصولات معروف که معمولاً در نمایشگاه حضور دارند و نمونه‌هایی از برندهای چینی و محصولات در این دسته‌ها آورده شده است:

۱. الکترونیک و فناوری:

برندها: هواوی، شیائومی، لنوو، دی‌جی‌آی، تی‌سی‌ال، هایپر، اپو، ویوو، زد‌تی‌ای.
محصولات: گوشی‌های هوشمند، لپ‌تاپ‌ها، تلویزیون‌ها، وسایل خانگی، پهپادها، الکترونیک مصرفی و لوازم جانبی.

۲. نساجی و پوشاک:

برندها: لی‌نینگ، آنتا، بوسیدنگ، یانگور، مترز/یون‌وی، HLA.
محصولات: لباس‌ها، پارچه‌ها، لباس‌های ورزشی، لوازم جانبی مد و ماشین‌آلات نساجی.

۳. ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی:

برندها: سانی، زوملیون، ایکس‌سی‌ام‌جی، هواوی، سی‌آر‌آر‌سی، هایر.
محصولات: ماشین‌آلات ساختمانی، روبات‌های صنعتی، تجهیزات کشاورزی، ماشین‌آلات تولید و وسایل نقلیه سنگین.

۴. خانه و مبلمان:

برندها: سانون، آپین، کینوای، سیب سرخی، کوکا، میدیا.
محصولات: مبلمان، تزئینات خانه، وسایل آشپزخانه، لوازم روشنایی و کالاهای خانگی.

۵. خودرو و حمل‌ونقل:

برندها: بوایدی، جیلی، گریت‌وال موتورز، نی‌آی‌او، ایکس‌پنگ موتورز.
محصولات: وسایل نقلیه مسافری، خودروهای الکتریکی، قطعات خودرو و محصولات مرتبط با حمل‌ونقل.

۶. کالاهای مصرفی:

برندها: واهها، منگنیو، لی‌نینگ، وولیانگیه، موتایی.
محصولات: مواد غذایی و نوشیدنی‌ها، محصولات بهداشتی و زیبایی، محصولات بهداشتی و نوشیدنی‌های الکلی.

۷. مواد ساختمانی:

برندها: سنت-گوبن، کنش، سی‌ان‌بی‌ام، بی‌بی‌ام‌جی، جینکوسولار.

برترین کشورها در نوآوری و اختراع

طبق ارزیابی سازمان جهانی دارایی فکری (WIPO) و بر اساس شاخص نوآوری جهانی نشان می‌دهد، امارات با رتبه ۳۱ و ترکیه با رتبه ۳۷ جایگاه خوبی دارند اما ایران با رتبه ۵۳ در جهان به هیچ وجه جایگاهی در شان و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل ایران نداشته و نقص مدیریت دانش در کشور در حوزه‌های مختلف دیده می‌شود. ۱۵ کشور برتر جهان در سال ۲۰۲۲ به ترتیب سوئیس، آمریکا، سوئد، انگلیس، هلند، کره جنوبی، سنگاپور، آلمان، فنلاند، دانمارک، چین، فرانسه، ژاپن، هنگ‌کنگ، کانادا است؛ در این گزارش نگاه اجمالی به برترین نوآوری‌ها در سال ۲۰۲۲ میلادی خواهیم داشت.

DALL-E؛ رباتی که از متن تصویر می‌سازد

این ابزار تولیدکننده تصویر، یک پیام متنی را دریافت می‌کنند و آن کلمات را به یک تصویر یا نقاشی تبدیل می‌کنند. نوشتن یک پیام متنی تنها کاری است که کاربر نهایی باید انجام دهد تا یک اثر هنری چشم‌نواز به دست آورد، اثری که احتمالاً می‌تواند آن را به مسابقات هنری نیز ارائه دهد و حتی برنده جایزه شود.

فناوری باتری سیلیکونی

اغلب باتری‌های لیتیوم-یونی از گرافیت برای آند خود استفاده می‌کنند و پژوهشگران آن را به دلیل هزینه کم، فراوانی، چگالی انرژی بالا، چگالی توان و عمر چرخه بسیار طولانی، «آند کامل» می‌نامند. آندهای گرافیت دارای ظرفیت ویژه ۳۵۰ میلی‌آمپر بر گرم هستند که دو برابر باتری‌های نیکل-فلز هیدرید است. پژوهشگران برای بیش از یک دهه می‌دانستند که آندهای سیلیکونی می‌توانند این ظرفیت خاص را حتی بیشتر افزایش دهند و می‌گویند حد نظری سیلیکون بیش از ۱۰ برابر گرافیت یا حداقل از نظر عملی، دو برابر آن است.

خودروی تغییر رنگ‌دهنده

شرکت (BMW) در سال گذشته با معرفی خودروی BMW iX Flow فناوری تغییر رنگ را که پیش از این فقط در فیلم‌های جاسوسی شاهد بودیم، به دنیای واقعی آورد. بدنه این خودروی تمام الکتریکی با فناوری نمایشگر منعطف موسوم به E Ink به معنای جوهر الکترونیکی پوشانده شده است. این شرکت می‌گوید تغییر رنگ بین روشن و تاریک می‌تواند مصرف انرژی را بهبود بخشد، زیرا سطوح سفید نور بیشتری نسبت به سطوح تیره منعکس می‌کنند. این بدان معناست که وقتی E Ink روی رنگ سفید تنظیم شود، فضای

داخلی مطبوع‌تر خواهد بود. نکته قابل توجه این است که این فناوری، مصرف انرژی باتری خودروی الکتریکی را کاهش می‌دهد و برد آن را بهبود می‌بخشد.

باتری قابل شارژ آن بین ۱۰ تا ۱۴ روز دوام دارد و همچنین با Apple Watch سازگار است تا با آن هشدارهای نظارتی و اعلان‌ها را منتقل کند.



بطری آب هوشمند شرکت اپل

نوشیدن آب کافی در طول روز و اصطلاحاً هیدراته ماندن برای سلامتی مطلوب، و حیاتی است. همه این را می‌دانند، اما دانستن اینکه دقیقاً چقدر باید آب نوشید، اغلب دشوار است. بنابراین شرکت اپل در کنار پیشبرد فناوری‌های الکترونیکی، بطری آب هوشمند HidrateSpark Pro را با هدف بهبود سلامتی عمومی و حذف حدس و گمان از میزان آب نوشیدن طراحی کرده است. این بطری آب که با خلاء عایق شده و از جنس فولاد ضد زنگ مقاوم در برابر بو و نشکن ساخته شده است، یک نی در آن گنجانده شده است. اما شاید بهترین قسمت آن، قسمت انتهایی پوشیده با LED آن باشد. این قسمت دارای بلوتوث است و به شما یادآوری می‌کند که برای هیدراته ماندن، یک مقدار آب بیشتر بنوشید. همچنین با برنامه Apple Health جفت می‌شود و میزان مصرف مایعات شما را ردیابی می‌کند و زمان‌بندی و یادآوری‌ها را بر اساس شناخت از شما و معیارهای تناسب اندام تنظیم می‌کند.

سردوش هوشمند Hai

فناوری‌های هوشمند برای تمام قسمت‌های خانه ما در حال توسعه هستند و این بار این حمام است که با نوآوری جدید همراه شده است. سردوش Hai یک سردوش هوشمند با نصب و جداسازی آسان است که حتی در هنگام صرفه‌جویی در مصرف آب نیز فشار آب خوبی به شما می‌دهد و با محدودترین استانداردهای مصرف آب مطابقت دارد. این سردوش همچنین دارای پاشش قابل تنظیم، از پخش یک مه آب گرم تا فواره‌های کوبنده آب است. تا اینجا جالب به نظر می‌رسد، اما هوشمندی واقعی در برنامه همراه و سخت‌افزار داخل این سردوش است. سردوش Hai یک حسگر بلوتوث کم‌مصرف در خود دارد که توسط یک توربین کوچک از فشار آب تغذیه می‌کند و حسگر، دما و جریان را اندازه‌گیری می‌کند. یک LED روی دوش به شما امکان می‌دهد بفهمید که چه زمانی آب شما در دمای دلخواه شما قرار دارد.

پرمخاطب‌ترین رسانه خبری
کشور در فضای مجازی

خبرفوری

همکار رسانه ای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

در رویداد بزرگ بین المللی هامکس 1402

KHABARFOORI.COM



مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
مدیریت اسناد و پایگاه های آماري اطلاعاتي



سامانه ترینداک

مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

<http://trindoc.itsr.ir>

مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی با ایجاد سامانه ترینداک تلاش نموده است تا دستاوردهای علمی خود را در حوزه های صنعت، معدن و تجارت، بازاریابی، زنجیره تأمین و لجستیک، حقوق و ... با بهره گیری از فناوری اطلاعات به شکل نظام مند در دسترس عموم قرار دهد.



ثبت نام بلادرنگ با روندی بسیار ساده؛

دسترسی سریع، به هنگام و مستقیم به دستاوردهای علمی مؤسسه به صورت تمام متن و چکیده؛

بارگیری آثار علمی با فرمت های مختلف؛

امکان جستجوی ساده و پیشرفته فارسی و لاتین در عنوان، چکیده، کلیدواژه، متن، نام پدیدآورنده، سال، نوع مدرک و ...؛

برخورداري از تمامی دستاوردهای علمی مؤسسه از سال تأسیس 1359؛

بارگذاری دستاوردهای جدید مؤسسه در سامانه حداکثر پس از 24 ساعت از نهایی شدن آن ها؛

اطلاع رسانی دستاوردهای جدید به اعضاء از طریق ایمیل؛

ایجاد حساب برای سامانه ترینداک در شبکه های اجتماعی برای ارتباط دوسویه با اعضای سامانه برای نقد، بررسی و اظهارنظر در مورد

دستاوردهای علمی مؤسسه؛

پشتیبانی در ساعات اداری به صورت حضوری و تلفنی به شماره تلفن کتابخانه: 021- 66432747

پشتیبانی از طریق پست الکترونیکی trindoc@itsr.ir



trindoc.itsr.ir



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

آیزده سازان

صنایع لوازم خانگی

ماهنامه تخصصی صنعت لوازم خانگی



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

کدپستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

شبکه اجتماعی: ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

ایمیل: pr@ahamiran.com

۱۱ پیش شرط تورمزدایی از اقتصاد

صابر شیبانی - اقتصاددان

رشد اقتصادی ایران در بلندمدت به واسطه انباشت سرمایه ثابت صورت گرفته و بهره‌وری کل عوامل تولید و افزایش کیفیت نیروی کار، سهمی قابل اعتنایی در رشد اقتصادی نداشته‌اند. نرخ تورم منتهی به هر ماه از محاسبه درصد تغییر متوسط شاخص CPI در دوازده ماه منتهی به ماه مورد نظر نسبت به دوره مشابه قبل به دست می‌آید. بدیهی است چنانچه ماه مورد نظر اسفندماه باشد، به آن نرخ تورم سال مورد نظر می‌گویند. البته، بازه زمانی محاسبه نرخ تورم می‌تواند به صورت هفتگی، ماهانه یا سالانه برای یک سبد کالای پایه باشد که از سوی بانک مرکزی تعیین و هر چند سال یک بار در آن بازنگری می‌شود.

تورم به دو صورت نقطه‌به‌نقطه یا متوسط سالانه اندازه‌گیری می‌شود. در محاسبه تورم نقطه به نقطه برای سال معین، درصد تغییرات شاخص CPI سال مورد نظر را به نسبت به سال قبل محاسبه می‌کنیم برای مثال CPI سال ۱۴۰۲ را از سال ۱۴۰۱ کم کرده و حاصل را بر شاخص CPI سال ۱۴۰۱ تقسیم می‌کنیم. در محاسبه میانگین تورم یک سال نسبت به سال قبلی از متوسط نرخ تورم ماهانه طی یک سال میانگین هندسی می‌گیریم. در ایران تورم در دو مرکز داده مرکز آمار ایران و بانک مرکزی سنجیده می‌شود. نرخ‌های تورم اعلامی توسط این ۲ نهاد اغلب متفاوت بوده و این تفاوت‌ها در مواردی حیرت‌انگیز است.

مساله عدم شفافیت در محاسبه و اعلام تورم از سوی بانک مرکزی سال‌ها ناشی از عدم استقلال سیاست‌گذار پولی در کشور و رفتارهای متأثر از مصلحت‌های سیاسی بوده است. مشکل دیگر نقش بانک مرکزی در دریافت ارز صادرات نفت و گاز از دولت در ازای تسویه ریالی است که عملاً نقش این نهاد را در سیاست‌گذاری پولی تضعیف می‌کند. اگر بانک مرکزی در ابعاد مختلف از استقلال کافی برخوردار باشد، می‌تواند به نحو موثرتری در مقابل ایجاد پایه پولی و تسهیلات تکلیفی غیرمتعارف مقاومت کند و از سرایت ناترازی بخش دولتی به متغیرهای پولی و تورم جلوگیری کند. البته برای جلوگیری از پولی‌شدن ناترازی علاوه بر استقلال بانک مرکزی از دولت، موارد دیگری نظیر استقلال بانک مرکزی از شبکه بانکی، کاهش ناترازی بودجه و قاعده‌مند کردن بدهی‌های دولت، وجود قوانین مناسب برای ورشکستگی بانک‌ها و دیگر شرکت‌ها نیز لازم است.

علاوه بر موارد یاد شده ساختار شورای پول و اعتبار در ایران استقلال بانک مرکزی را مخدوش می‌کند. در واقع ترکیب شورای

در جهان ارزش پول ملی بر حسب ارزش‌های دیگر سنجیده و بیان می‌شود. ارزش داخلی پول ملی، متأثر از عوامل متعددی است که مهم‌تر از همه این عوامل، «جریان تورمی» است که در داخل شکل می‌گیرد. هرچه بهتر بتوانیم جریان تورمی را کنترل کنیم، در تقویت و حفظ ارزش پول ملی در بخش داخلی موفق خواهیم بود. رابطه پول ملی ما با ارزش‌های مختلف، ارزش پول ملی را در بخش خارجی مشخص می‌کند، بنابر این هر جا ارزی نظیر دلار، یورو یا سایر ارزها در داخل کشور و در بازار داخلی گران می‌شود، طبیعی است که یکی از جنبه‌های مهم آن کاهش ارزش پول ملی است. پاشنه آشیل ارزش پول ملی در بخش خارجی، ارزش‌های مختلفی هستند که رابطه ریال با آن‌ها تعریف می‌شود. اگر ارزش پول ملی در برابر ارزش‌های خارجی مکرر دچار نوسان شود، این به معنای ناپایداری ارزی است و ناپایداری ارزی به جریان تولید، جریان اشتغال، جریان سرمایه‌گذاری و جریان صادرات آسیب جدی وارد می‌کند. اکنون سوال این است که با توجه به کاهش مداوم ارزش پول داخلی و تورم‌های دو رقمی بلندمدت در اقتصاد ایران آیا

پول و اعتبار، این امکان را به سیاستگذاران بخش مالی می‌دهد که به راحتی بر نتایج و سیاستگذاری‌های بخش پولی تاثیرگذار باشند. در این شرایط است که اهداف بخشی و سازمانی که از جانب هر یک از اعضا شورا می‌تواند دنبال شود، اهداف کلان اقتصادی و به ویژه اهداف پولی را تحت‌الشعاع خود قرار داده و اعتبار بانک مرکزی را بیش از پیش تخریب می‌کند. البته مشکلات فقط ساختاری نیستند. بانک مرکزی به دلیل اینکه ابزارهای لازم برای کنترل عرضه پول را در اختیار ندارد نمی‌تواند در کنترل عرضه پول به حد لازم و کافی نقش‌آفرینی کند.

کاهش ناترازی بلندمدت بودجه از طریق تغییر در ساختار درآمدها و هزینه‌های دولت و ارائه مدلی برای استقرار انضباط مالی در بخش عمومی کشور موضوعی است که باید به طور مبنایی مورد توجه قرار گیرد. حفظ ارزش پول یکی دیگر از وظایف مهم سیاست‌گذار پولی است. حفظ ارزش پول یعنی، پول چقدر می‌ارزد در ازای مقدار معینی از پول چه چیزهایی می‌توان دریافت کرد. ارزش پول هم معنای جهانی دارد و هم معنای داخلی، به صورتی که

می‌توان پیش‌بینی کرد که در صورت ادامه وضع موجود اقتصاد در آینده نه چندان دور شاهد پدیده هولناک ابر تورم و ونزوئلایی شدن اقتصاد خواهد بود؟ بر اساس گزارش مرکز آمار، نرخ تورم نقطه به نقطه در طول سال ۱۴۰۰ از عدد ۴۹٫۵ درصد در ابتدای سال به عدد ۳۴٫۷ درصد در اسفند ماه همین سال کاهش پیدا کرده است. البته آخرین آماري که این مرکز منتشر ساخته می‌گوید نرخ تورم کل کشور بر مبنای سال پایه ۱۴۰۰، در شهریورماه ۱۴۰۲ معادل ۴۶٫۱ درصد بوده است.

بر اساس آمارهای رسمی صندوق بین‌المللی پول، میانگین تورم سالانه ونزوئلا از ابتدای سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲ برابر با ۲۲ درصد بوده که اختلاف چندانی با میانگین تورم ۱۸ درصدی ایران در همین بازه زمانی نداشته است. با این وجود، تورم ونزوئلا در سال ۲۰۱۳ به ۴۰ درصد و در سال ۲۰۱۴ به ۶۲ درصد رسید. پس از آن شیب صعودی تورم در اقتصاد ونزوئلا افزایش یافت و تورم سالانه در سال‌های پس از آن به ترتیب معادل ۱۲۱ درصد، ۲۵۵ درصد، ۲۶۴ درصد ثبت شد و در سال ۲۰۱۸ بالاترین حد خود یعنی ۱۳۰ هزار درصد را ثبت کرد. شرایط پیرامونی تشدیدکننده نگرانی‌ها، پیچیده و بحران‌ساز هستند. اگر تولید ناخالص داخلی به قیمت‌های ثابت را مقیاس معتبری برای اندازه‌گیری ابعاد واقعی اقتصاد بدانیم، مقدار این شاخص طی یک دهه شاهد کاهش بوده است. رشد اقتصادی ایران در بلندمدت به واسطه انباشت سرمایه ثابت صورت گرفته و بهره‌وری کل عوامل تولید و افزایش کیفیت نیروی کار، سهمی قابل اعتنایی در رشد اقتصادی نداشته‌اند. از سوی دیگر، روند تشکیل سرمایه ثابت در اقتصاد ایران در یک دهه گذشته به علل مختلف کاهش یافته و در حال حاضر به پایین‌تر از نرخ استهلاک سرمایه رسیده است. جمع‌بندی مطالب فوق به این معنی است که اقتصاد ایران با استهلاک ظرفیت‌های رشد مواجه شده است.

البته دلایل ساختاری تورم در ایران را باید در حکمرانی اقتصاد جستجو کرد. این نظام حکمرانی در ذات خود تورم را بازتولید می‌کند. امروز دولت و به تعبیر دیگر حاکمیت در ایران بزرگترین مصرف‌کننده اقتصاد است و نه تنها مداخلات و حضورش در اقتصاد گسترده و فراگیر است از نظر کارآمدی نیز در سال‌های گذشته در سطح بسیار نازلی قرار داشته و کشور را بسیار گران اداره کرده

است. این وضعیت ساختاری در حکمرانی در کنار برخی سیاست‌های پرهزینه و فشارهای اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم ناشی از تحریم‌ها و انزوای اقتصادی ایران عامل اصلی رشد نقدینگی و بی‌ثباتی اقتصاد بوده است. شواهد تجربی و مطالعات میدانی روند توسعه در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که هیچ کشوری خارج از زنجیره همبسته اقتصاد جهانی به دستاوردهای توسعه دست نیافته است. چالش‌های پیرامونی اقتصاد ایران در سایه تحریم‌ها هزینه‌های مبادلاتی را در قراردادهای داخلی و خارجی به گونه‌ای افزایش داده است که عملاً بسیاری از این قراردادها و روابط تجاری فاقد توجیه اقتصادی بوده و در بسیاری موارد ناترازی‌ها را تشدید می‌کنند. به هر حال، در چنین وضعیتی سرریز تمام ناترازی‌ها و عدم تعادل‌های اقتصادی، در رشد نقدینگی تبلور می‌یابد که خود عامل اصلی تورم است. برای مثال، یکی از عوامل بنیادین در شکل‌گیری بی‌ثباتی اقتصادی موضوع کسری بودجه مزمن دولت است. از سال ۱۳۹۷ و بازگشت تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی و افت محسوس درآمدهای نفتی، کسری بودجه نیز تشدید و عامل مهمی در فاصله گرفتن نرخ رشد نقدینگی از نرخ متوسط بلندمدت خود شد. چنان که همه می‌دانیم نامگذاری سال‌ها در دهه اخیر همواره معطوف به مسائل اقتصادی بوده و این نامگذاری نشان می‌دهد که حاکمیت مساله اصلی جامعه را مرتبط با حوزه اقتصاد تشخیص داده و شواهد عینی هم نشان می‌دهد که مشکلات اقتصادی در کشور عامل مهمی در ایجاد سایر بحران‌ها در حوزه‌های همبسته است. امسال با عنوان «مهار تورم و رشد تولید» نامگذاری شده و شایسته است که از تمام توان و ظرفیت‌های کشور برای تحقق این هدف بهره برد. به بیان دیگر اگر حاکمیت مشکل عمده کشور را در مهار تورم و رشد تولید می‌بیند، باید سوگیری خود در اهداف متفاوت و مغایر با این هدف بنیادی را در بخش‌های دیگر بدون هیچ ملاحظه‌ای تغییر دهد و موانع دستیابی به این هدف بنیادی را از میان بردارد. با توجه به مجموعه عوامل ایجاد تورم در کشور به ویژه با تمرکز بر هسته سخت تورم که بلندمدت و پایدار است دولت و فراتر از آن مجموعه حاکمیت باید بسته کاملی از اصلاحات ساختاری را در دستور کار قرار دهد:

- ۱- تغییر پارادایم توسعه در حوزه سیاسی و روابط بین‌الملل از اقتدار سخت‌افزاری به اقتدار اقتصادی و نرم‌افزاری
- ۲- تغییر پارادایم امنیت در حوزه نظامی و امنیتی از اقتدار نظامی سخت به اقتدار نظامی متکی بر امنیت فراگیر منطقه‌ای و تقویت صلح پایدار در منطقه
- ۳- تلاش برای رفع تحریم‌ها و خروج از انزوای اقتصادی
- ۴- بازگشت به مدار توسعه در نظام تدبیر با محوریت بیشینه‌سازی منافع ملی در همه سطوح سیاست‌گذاری، اجرایی، تقنینی، نظارتی در همه سطوح مدیریتی و همه بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، روابط خارجی و ...
- ۵- بهبود نظام حکمرانی در اقتصاد و بازتعریف دولت، وظایف و مأموریت‌های آن در انطباق با نظریه‌های مدرن بخش عمومی
- ۶- کنترل فساد، رانت و انواع دیگر سوءاستفاده‌های مالی و بالا بردن هزینه‌های ارتکاب فساد و رانت به عنوان اقدام بازدارنده و در نهایت تلاش برای حفاظت حداکثری از حقوق شهروندی و حق مالکیت
- ۷- کاهش ناترازی بلندمدت بودجه از طریق تغییر در ساختار درآمدها و هزینه‌های دولت و ارائه مدلی برای استقرار انضباط مالی در بخش عمومی کشور
- ۸- کاهش فشار مالی صندوق‌های بانك‌نشستگی در بودجه از طریق ایجاد یک نهاد رگولاتور مستقل، متخصص و غیرسیاسی و فراقوه‌ای و واگذاری تنظیم‌گری و اصلاح قوانین و مقررات حوزه تامین اجتماعی به این نهاد با هدف احیای کارکرد بیمه‌ای صندوق‌ها و استقلال آن‌ها از بودجه عمومی کشور
- ۹- اصلاح ساختار بانک مرکزی و تقویت استقلال سیاستگذار پولی و معرفی ابزارهای مدرن برای نقش‌آفرینی موثر این بانک در اعمال سیاست‌های ضد تورمی
- ۱۰- اعمال اصلاح ساختاری در نظام بانکداری با هدف افزایش شفافیت و کنترل ریسک‌های سرمایه‌گذاری و اعمال نظارت‌های موثر برای جلوگیری از ناترازی‌های عمیق و مزمن
- ۱۱- پرهیز از هرگونه شوک‌درمانی در طرف تقاضا و عرضه و اجتناب از اعمال سیاست‌های انقباضی در بخش‌هایی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم تشدیدکننده فقر و نابرابری‌های شدید هستند.

ارز ترجیحی به مانند موریانه بر جان اقتصاد

اقتصاد ایران روزهای حساسی را پشت سر می‌گذارد. سایه تورم روی زندگی مردم سنگین شده، فشارهای مختلف مانند قطع برق (و در ادامه احتمالا قطع گاز) بر صنایع ادامه دارد. تجارت خارجی تحت‌تأثیر تحریم‌ها باقی‌مانده و فضای کسب‌وکار داخلی هم شرایط خطیری دارد. محمود نجفی‌عرب رئیس اتاق بازرگانی تهران در دنیای اقتصاد نوشت: در همین شرایط موضوع بررسی و احتمالا تصویب برنامه هفتم توسعه در صحن علنی مجلس مطرح است. در مورد برنامه نکات و برخی انتقادات وجود دارد ولی از همه آنها مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر موضوع ارز ترجیحی و ادامه توزیع رانت ارزی است.



هم در نهایت راه به‌جایی نمی‌برد. ضد تولید داخل: ارز ترجیحی میزان عمق تولید را کاهش می‌دهد. یک مثال ساده و گویا به بازار مرغ مربوط است. ایران در میان ۱۰ کشور اول تولیدکننده مرغ قرار دارد ولی ۸۰ درصد خوراک مرغ وارداتی است، در نتیجه قیمت کالایی که می‌تواند به دلیل وفور تولید کاملاً رقابتی باشد، وابسته به نرخ ارز و تحریم‌ها شده‌است.

تخریب تجارت

رانت پنهان در ارز ترجیحی برای دریافت آن صف ایجاد می‌کند. هم‌زمان تخصیص این ارز به واردات منجر به این می‌شود که اندوخته‌های بانک‌مرکزی برای مداخله در بازار کم شود. سیاستگذار برای جبران کسری خود، اقدام به ایجاد فشار به صادرکننده برای بازگرداندن ارز صادراتی، آن‌هم به قیمتی کمتر از بازار آزاد می‌کند. این اقدام انگیزه صادرکننده را برای حضور فعال در بازارهای صادراتی کاهش می‌دهد. در نتیجه ارزش صادرات گمرکی کاهش و ارزش واردات گمرکی افزایش می‌یابد. این فرآیند منجر به آسیب جدی به حضور بین‌المللی کالاهای ایرانی و کاهش صادرات می‌شود.

ناعادانه بودن

تخصیص این نوع ارز به برخی کالاهای موجب کاهش قیمت یا پایین نگه‌داشتن قیمت آنها می‌شود. در این شرایط خانوارهای برخوردار که مصرف بالایی دارند در اثر کثرت خرید، بیشتر از این نوع یارانه بهره‌مند می‌شوند، در حالی که طبقات پایین که مصرف پایین‌تری دارند، عملاً از دسترسی به یارانه ارزی محروم می‌مانند و تورم دام‌گیر زندگی آنها می‌شود. ضد تولید: ارز ترجیحی نوعی یارانه به کالاهای وارداتی است و نقش ضدتولید داخل را بازی می‌کند. در حال حاضر تورم کشور دورقمی است، در حالی که تورم کشورهای صادرکننده کالا به ایران عموماً تک‌رقمی است. حالا در صورت تثبیت نرخ ارز و استفاده از ارز ترجیحی به مرور زمان کالاهای وارداتی از کالاهای داخلی ارزان‌تر تمام می‌شوند. این فرآیند رقابت‌پذیری تولیدات داخل را با مخاطره مواجه می‌سازد. در نتیجه ارزی که می‌توانست صرف ایجاد اشتغال و تولید کالای باکیفیت داخلی شود، درجایی دیگر هزینه می‌شود.

قاچاق

افزایش قاچاق یکی از اثرات ارز ترجیحی است. کالای تولید داخل یا وارداتی با این نوع یارانه ارزی، به نسبت کشورهای همسایه ارزان‌تر است، در نتیجه اشتیاق به قاچاق کالا از ایران افزایش یافته‌است. یک نمونه آشکار مربوط به انواع قاچاق دارو و بازارهایی می‌شود که اکنون در نقاط مرزی راه‌افتاده است. ضد کسب‌وکار: به‌طور معمول بخشی از کالاهای وارداتی با ارز ترجیحی در بازار و با قیمت ارز آزاد توزیع می‌شوند، بنابراین نوعی فساد در این بخش رقم می‌خورد. سابقه نشان‌داده که برخوردهای تعزیراتی

بیراه نیست اگر بگوییم، ارز ترجیحی طی سال‌های گذشته مانند موریانه، ستون‌های اقتصاد ایران را خورده و آن را نحیف ساخته‌است. اما قابل‌توجه اینکه، همه این اتفاقات در شرایطی رخ می‌دهد که اخیراً و در دیدار رهبری و هیأت‌دولت، ایشان در قالب توصیه‌هایی اقتصادی به دولت، موضوع ارز ترجیحی و اثرات آن را مورد اشاره قرار دادند. نکته بسیار مهم در بیانات رهبری، تأکیدشان بر ثبات بخشی به بازار ارز بود.

ثبات یعنی اینکه فعال بخش خصوصی بتواند در مورد آینده بازار و روند قیمت‌گذاری‌ها پیش‌بینی داشته‌باشد و بر اساس آن برای کسب‌وکار خود برنامه‌ریزی صورت دهد و البته یک اقدام اولیه و مهم برای دستیابی به چنین هدفی، حذف ارز ترجیحی است. اساساً اکنون زمان آن فرارسیده که هر نوع پرداخت یارانه غیرهدفمند در اقتصاد کشور برای همیشه به پایان برسد. پرداخت یارانه نقدی به دهک‌های پایین درآمدی و جلوگیری از بی‌عدالتی در پرداخت یارانه به‌طور حتم به نفع اقتصاد و معیشت خانوارهای کمتر برخوردار خواهد بود. تخصیص ارز ترجیحی با کاهش قدرت بانک‌مرکزی در تنظیم‌بازار ارز، شکاف نرخ بازار آزاد و نرخ تثبیتی را به‌صورت فزاینده افزایش می‌دهد. این شکاف رانت جذابی خواهد بود که منجر به بروز فساد گسترده در اقتصاد ایران می‌شود. حاصل آنکه در این شرایط بخشی از توان دستگاه‌های نظارتی و قضایی کشور باید صرف شناسایی گلوگاه‌های فساد و برخورد با آن شود، در حالی که می‌توان با حذف این نوع ارز، عملاً محل فساد را از میان برد. ازجمله مصائب ارز ترجیحی می‌توان به این چند مورد اشاره کرد:

تندیس طلایی مسئولیت اجتماعی به مدیران رسید



هلدینگ مادیران سال ۱۴۰۲ در راستای عمل به وظیفه مسئولیت اجتماعی خود و با درک و شناخت درست از نیازهای مجموعه، حدود ۴۰ پرسنل دارای محدودیت تن و طیف اتیستیک را برای برطرف کردن نیازهای خود در حوزه‌های مختلف کاری استخدام کرد. همچنان ساختمان‌های اداری و محیط کار هلدینگ صنایع مادیران جهت استفاده از این پرسنل مناسب‌سازی شده است. به دلیل اقدامات در این حوزه، تندیس طلایی ششمین اجلاس سراسری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی به مدیران اهداء شد.



ماشین ایکس ویژن در برج میلاد



ایکس ویژن در برج میلاد تهران به همراه یک فضای سرگرمی حضور یافت. تابستان امسال ماشین ایکس‌ویژن با شعار «همه به یک ایکس نیاز دارند» به ایستگاه برج میلاد رسید و مهمان شهروندان تهرانی بود. در این ماشین برنامه‌های متنوع در سه بخش بازی، پخش موسیقی و فیلم تدارک دیده شده بود و به بازدیدکنندگان اطلاعات مفید و جذابی درباره تلویزیون‌های ایکس‌ویژن ارائه شد.



تداوم پیمان‌سازی ارزی به کاهش صادرات منجر خواهد شد

رئیس اتاق ایران گفت: جهش نرخ ارز و تورم‌های بالا، هزینه‌های تولید را به شدت بالا برده و قدرت رقابت‌پذیری تولید کمتر شده است؛ در این شرایط، در صورت اصرار بر تداوم پیمان‌سازی ارزی، قطعاً صادرات کاهش خواهد یافت. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، گفت: با وجود انتشار برخی خبرهای خوش مبنی بر ایجاد گشایش‌های دیپلماتیک، سیاست‌گذاران در برخی حوزه‌ها با جدیت سعی می‌کنند تا محدودیت‌های داخلی بیشتری بر سر راه فعالان اقتصادی ایجاد کنند. حسین سلاح ورزی، در چهارمین نشست در دور دهم هیات نمایندگان اتاق ایران که در اتاق مشهد برگزار شد، افزود: در هفته‌های اخیر شاهد مخالفت‌هایی با نهادهای بازرساز مثل بورس کالا به بهانه مقابله با گران‌فروشی و مقابله با تورم هستیم و باید به دولت یادآوری کنیم که تجربه‌های اجرای این سیاست‌ها در کشور را با دقت بیشتر بررسی کند؛ چراکه به اعتقاد ما راه‌حل کاهش رشد تورم از طریق خاموش کردن موتورهای ایجاد نقدینگی مثل بدهی‌های بانکی و چاپ پول و همین‌طور کاهش هزینه‌های تبادل از طریق بهبود روابط بین‌الملل و رفع محدودیت‌ها خواهد بود.

او اظهار کرد: حذف نهادهایی مانند بورس و جایگزینی قیمت‌گذاری دستوری، به توسعه فساد منجر می‌شود. بنگاه‌ها را زیان‌ده می‌کند و اثری جز کاهش تولید به دنبال نخواهد داشت. به عقیده سلاح ورزی، اگر تحریم‌ها نتوانست اقتصاد ایران را به فروپاشی برساند، اجرای این سیاست‌ها حتماً این کار را خواهد کرد.

از بخش خصوصی در ستاد تدوین بودجه ۱۴۰۳ دعوت نشده است

رئیس اتاق ایران با ابراز تأسف از اینکه دولت همانند سال قبل به صورت چراغ خاموش در حال تدوین بودجه ۱۴۰۳ است، افزود: امسال هم از هیچ‌یک از ارکان بخش خصوصی در ستاد تدوین لایحه بودجه دعوت نشده است. سلاح ورزی با درخواست از دولت برای در نظر گرفتن اثرات تصمیمات بودجه‌ای خود بر توان تولید رقابت‌پذیر، گفت: ابرچالش امروز کشور، ضعف توان تولید رقابت‌پذیر است. در سال ۲۰۲۲ حجم تولید ناخالص داخلی ۳۸۹ میلیارد دلار بوده که معادل ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی عربستان است. او ادامه داد: توصیه اقتصاددانان این است که مهم‌ترین اولویت کشور افزایش توان تولید رقابت‌پذیر باشد؛ اما دولت نه در لایحه برنامه هفتم و نه در بودجه به این نکته توجه نکرده است. رئیس اتاق ایران، با بیان اینکه بخش خصوصی اهمیت کسری بودجه دولت را درک می‌کند، گفت: متأسفانه سیاست‌هایی که امروز اجرا می‌شود در راستای تضعیف بنیه تولید است.

راه‌حل‌های بخش خصوصی برای مهار تورم

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، گفت: راه‌حل ما برای خروج از این وضعیت، ادامه سیاست‌های تنش‌زدایی دولت با سرعت بیشتر است. همچنین دولت باید زمینه صادرات بیشتر نفت و گاز را فراهم و منابع حاصل از آن را در تکمیل زنجیره‌های تولید سرمایه‌گذاری کند. به علاوه دولت باید جذب سرمایه خارجی را تسهیل کند. سلاح ورزی، با اشاره به تداوم ناترازی انرژی و مشکلات ناشی از قطع برق و زیان‌های ناشی از آن بر بخش تولید، گفت: این داستان در زمستان با قطع گاز تکرار خواهد شد؛ از این رو پیشاپیش برای مدیریت کسری گاز در زمستان هشدار داده و درخواست می‌کنم که دولت روشی غیر از قطع گاز صنایع و واحدهای تولیدی برای عبور از مشکل در پیش بگیرد. هدف‌گذاری ۲۳ درصدی صادرات بدون سیاست ارزی معتبر برای بخش خصوصی محقق نمی‌شود. رئیس اتاق ایران همچنین با اشاره به هدف‌گذاری رشد ۲۳ درصدی صادرات در برنامه هفتم توسعه، گفت: این هدف جز با اعمال بسته سیاست ارزی روشن علمی، دقیق و معتبر برای بخش خصوصی محقق نمی‌شود؛ اما احکام مربوط به سیاست‌های ارزی در برنامه هفتم به هیچ‌وجه کشور را در دستیابی به این هدف کمک نمی‌کند. سلاح ورزی افزود: جهش نرخ ارز و تورم‌های بالا، هزینه‌های تولید را به شدت افزایش داده و قدرت رقابت‌پذیری در صنعت و کشاورزی کاهش یافته است؛ در این شرایط، اگر بر



پیمان‌سازی ارزی و سیاست‌های فعلی ارزی اصرار شود، قطعاً صادرات کاهش خواهد یافت. او ادامه داد: بخش خصوصی طرفدار افزایش نرخ ارز نیست. بلکه می‌خواهد سیاست‌های ارزی بر مبنای ثبات نرخ ارز حقیقی در یک دوره معین اجرا شود. در صورتی مهار تورم رخ می‌دهد که این سیاست‌ها درست اعمال شود. پیمان‌سازی ارزی یک سیاست موقت برای دوره زمانی کوتاه دو یا سه ساله بوده است؛ اما تقریباً بیش از ۴۰ سال است که با شدت و ضعف با این موضوع مواجهیم. انتشار عمومی صورت‌های مالی اتاق ایران برای اولین بار سلاح ورزی با بیان اینکه بر اساس وعده شفافیت، صورت‌های مالی اتاق ایران برای اولین بار انتشار عمومی یافت و به هیات نمایندگان ارائه شد، افزود: اتاق‌های سراسر کشور را نیز ملزم خواهیم کرد به صورت سالانه صورت‌ها و

اهمیت استفاده از سیستم ERP در صنعت لوازم خانگی

صنعت لوازم خانگی یکی از صنایع پربازده و پیچیده است که نیاز به مدیریت دقیق و کارآمد دارد. از مدیریت مواد اولیه تا تولید محصولات گوناگون، از برآورد کسری مواد اولیه طبق سفارش‌های مشتریان تا تخمین کسری بودجه برای تامین مواد اولیه و ده‌ها بخش و موضوع خاص در کارخانه‌های لوازم خانگی که نیاز به نظارت و کنترل دقیق دارند. در این مطلب، به بررسی اهمیت نرم‌افزار ERP در صنعت لوازم خانگی می‌پردازیم.

برخی از مزایای ERP

یکپارچگی و اتصال فرآیندها: بهترین راه‌حل یکپارچگی کلیه سیستم‌ها و فرآیندها در بخش‌های مختلف یک سازمان، استفاده از یک نرم‌افزار ERP است. نرم‌افزارهای معتبر ERP تمامی فرآیندها و بخش‌های کارخانه را در یک بستر یکپارچه ارائه خواهند داد. مدیریت موجودی انبار: انبار کالاها یکی از حساس‌ترین و مهمترین بخش‌های هر کارخانه‌ای است که در صورت عدم کنترل دقیق موجودی و عدم نظارت بر ورود و خروج کالاها، می‌تواند باعث بروز ضرر و انباشت سفارش‌ها و یا خریدهای غیرضروری گردد. گزارش‌دهی و تجزیه و تحلیل داده‌ها: تهیه گزارش‌های تجمیعی و مدیریتی در یک کارخانه، یکی از مهمترین دغدغه‌های مدیران کارخانه است. جمع‌آوری اطلاعات از بخش‌های مختلف به صورت لحظه‌ای و تجمیع آن در قالب یک گزارش یکپارچه، یکی از مهمترین ویژگی‌های نرم‌افزار ERP خواهد بود.

کاهش خطاها: یکی از مهمترین ویژگی‌های نرم‌افزارهای یکپارچه، نظارت و کنترل فرآیندها و فعالیت‌ها بر اساس استانداردها و دستورالعمل‌ها می‌باشد که به کاهش خطای انسانی و محاسباتی منجر خواهد شد.

ارتقاء خدمات به مشتریان: مرحله خدمات پس از فروش به عنوان درگاه اصلی ارائه خدمات و ارتباط با مشتریان، نقش مهمی در میزان رضایت مشتریان از محصولات شرکت خواهد داشت. یکپارچگی در ثبت اطلاعات مربوط به مشتریان و ثبت تمامی درخواست‌ها و مشکلات ایشان، باعث ارتقاء رضایت‌مندی مشتریان خواهد شد.

مزایای ERP شماران سیستم در صنعت لوازم خانگی

استفاده از ERP (برنامه‌ریزی منابع سازمانی) در صنعت لوازم خانگی می‌تواند

به بهبود فرآیندها و عملکرد کارخانه‌های این صنعت کمک کند. راه‌حل شماران سیستم در صنعت لوازم خانگی و صنایع وابسته، با تکیه بر ۴۰ سال تجربه حاصل از پیاده‌سازی موفق در این صنعت و صنایع مشابه ارائه شده است. در این راه‌حل، کلیه عملیات و فرآیندها شامل مدیریت کارخانه (تولید، کنترل تولید، برنامه‌ریزی تولید و سیستم‌های مهندسی و...)، اتوماسیون صنعتی، بهای تمام شده، فروش و خدمات پس از فروش، به‌صورت یک سیستم کاملاً یکپارچه منطبق با این صنعت ارائه گردیده است.

برخی از مهمترین ویژگی‌های این سیستم به شرح ذیل می‌باشد:

سیستم مدیریت موجودی (Inventory Management System) از طریق نرم‌افزار ERP، کارخانه‌های تولید لوازم خانگی می‌توانند موجودی مواد اولیه و محصولات نهایی خود را به‌لحظه و در کسری از ثانیه گزارش‌گیری کنند. این موضوع به کاهش موجودی‌های اضافی و جلوگیری از هدر رفت مواد اولیه و همچنین به تصمیم‌گیری بهتر در مورد سفارش‌ها و توزیع محصولات کمک می‌کند.

سیستم مدیریت کیفیت (Quality Management System) - نرم‌افزار ERP از طریق نظارت بر فرآیندها و استفاده از داده‌های بخش کنترل کیفیت مرتبط با محصول، می‌توان به تعیین و رفع مشکلات کیفی در محصولات کمک کند. سیستم اتوماسیون تولید (Manufacturing Automation) - نرم‌افزار ERP به تخصیص بهینه منابع مورد نیاز برای تولید محصولات کمک می‌کند. این موضوع به بهبود برنامه‌ریزی تولید و تخصیص ماشین‌آلات و نیروی کار مناسب منجر خواهد شد. سیستم برآورد و محاسبه بهای تمام شده محصولات - در نرم‌افزار ERP علاوه بر امکانات مدیریت تولید و نظارت بر خطوط تولید، سیستم

مسعود تدین‌فر

مدیر مهندسی فروش شماران سیستم

مدیریت زنجیره تأمین (Supply Chain Management - SCM) - صنعت لوازم خانگی معمولاً به یک زنجیره تأمین پیچیده نیاز دارد. از شرکت‌ها می‌خواهد تا با تأمین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان خود به بهترین شکل ارتباط برقرار کنند و این باعث بهبود تأمین مواد اولیه و توزیع محصولات می‌شود.

سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع انسانی (Human Resources Management System) - یکی از مهمترین منابع کارخانه‌ها، نیروی انسانی است و مدیریت منابع انسانی یکی از پرچالش‌ترین بخش‌های یک کارخانه خواهد بود. سیستم‌های گزارش‌دهی و تجزیه و تحلیل داده‌ها (Business Intelligence - BI) - با توجه به یکپارچگی نرم‌افزار ERP شماران در تمامی بخش‌های کارخانه، استخراج و تهیه گزارش یکپارچه و تحلیل گزارش‌ها بصورت نمودار در یک قاب می‌تواند بعنوان یک دستیار در کنار مدیران تصمیم‌گیر باشد.

سیستم‌های اتوماسیون اداری (Office Automation) یکپارچه‌سازی مکاتبات و ارجاعات در کل سازمان و امکان انجام تعاملات مکتوب با مشتریان و

«منتشر شد»



«باز آفرینی یک صنعت»

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

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

www.ahamiran.com

گذری بر فصل سوم و چهارم کتاب «بازآفرینی یک صنعت»

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

فصل چهارم: سیر تکوینی صنایع لوازم خانگی در ایران

بررسی تحولات صنعت لوازم خانگی ایران به لحاظ ابعادی نظیر تحول در تنوع محصول، شکل‌گیری شرکت‌ها و نحوه تعامل بنگاه‌ها در طول زنجیره ارزش از را جمله گام‌های مؤثر در تبیین شرایط فعلی حاکم بر این صنعت است که از طریق آن بینش برنامه‌ریزان و مدیران در کشور نسبت به چالش‌های ساختاری این صنعت و دلایل رخداد آن تقویت می‌گردد. این امر از یک‌سو در شناسایی چالش‌ها و تهدیدهای مربوط به صنعت لوازم خانگی تأثیرگذار است و از سوی دیگر با تبیین مجموعه‌ای از تجربیات قبلی، زمینه بهتری برای برنامه‌ریزی‌های آتی به‌ویژه در مواجهه با تهدیدات پیش‌رو فراهم می‌آورد.

در فصل حاضر ضمن معرفی تحولات و چگونگی شکل‌گیری صنایع لوازم خانگی در ایران برحسب بازه‌های زمانی شناسایی شده به نحوه تعاملات و نقاط ضعف و قوت حضور دولت در زنجیره تأمین و ارزش صنعت لوازم خانگی در کشور پرداخته شده است، همچنین تحولات سیاست‌گذاری و تأثیر ناشی از آن بر شدت رقابت و توان رقابت‌پذیری نیز موردتوجه قرار گرفته و تحولات قبل بعد از تحریم در بررسی سیر رخدادهای مرتبط با مولفه‌های موردبررسی در این فصل قابل ملاحظه است.

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

فصل سوم: تجربیات کشوری

بررسی تجربیات موفق و حتی ناموفق سایر کشورها و به کارگیری دانش و آگاهی حاصل از آن در تدوین برنامه‌ها، تبیین روندها و سیاست‌های حاکم بر صنایع از جمله صنعت لوازم خانگی نقش بسیار ارزنده‌ای در نظام برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در هر دو سطح کلان و خرد (شرکتی و صنعت) دارد. به طور معمول، شرایط حاکم بر ساختار صنعتی، بازرگانی خارجی، بازرگانی داخلی، ساختار فناوری و همچنین میزان تناسب زیرساخت‌های پشتیبان صنعت لوازم خانگی با مختصات رشد و توسعه صنعت مذکور از جمله مؤلفه‌هایی است که به منظور الگوبرداری در کشور موردبررسی قرار می‌گیرد. مهمترین دستاورد و نتیجه کاربردی این مقایسه‌ها می‌تواند در احصای انواع الگوهای همکاری میان شرکت‌ها و تبیین مختصات صنعت لوازم خانگی کشور با نیازمندی‌های صنعت مذکور باشد.

با نظر به اهمیت به‌کارگیری تجارب کشوری با رویکرد حداقل‌سازی هزینه الگوبرداری در این بخش با ارائه یک «چارچوب تحلیلی واحد» مقید به ملاحظات ساختار رقابت، الگوی همکاری بنگاه‌های بزرگ و کوچک سیاست‌های تجاری و فناوری دولت، وضعیت صنعت لوازم خانگی کشورهای منتخب مشتمل بر ایتالیا، هندوستان، چین، کره جنوبی و ترکیه موردبررسی و ارزیابی قرار گرفته و درس‌های کاربردی از آن استخراج و در این فصل ارائه شده است.



روند صادرات در ایران

در این مقاله قصد داریم تا در خصوص مقوله صادرات در ایران به خصوص صادرات لوازم خانگی در این کشور صحبت کنیم. اما در ابتدا تعریف کوتاهی از صادرات ارائه می‌دهیم. صادرات به فرآیند فروش و ارسال کالاها، محصولات، یا خدمات از یک کشور به کشور دیگر اشاره دارد. این عملیات تجاری به انتقال کالاها و خدمات از بازار داخلی یک کشور به بازار خارجی دیگر با هدف به دست آوردن درآمد و بهبود تراز تجاری می‌پردازد. صادرات معمولاً به دو صورت انجام می‌شود که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.



۱. صادرات کالاها: این نوع صادرات شامل ارسال محصولات فیزیکی مانند ماشین‌آلات، خودروها، محصولات کشاورزی، الکترونیک، لباس، مواد غذایی، محصولات صنعتی و غیره به بازارهای خارجی می‌شود.

۲. صادرات خدمات: در این شیوه، کشور صادرکننده خدماتی را به کشورهای دیگر ارائه می‌دهد. این خدمات می‌تواند شامل خدمات مالی، حمل‌ونقل، مشاوره تجاری، تکنولوژی اطلاعات، آموزش، گردشگری و سایر خدمات باشد. صادرات برای اقتصاد کشورها اهمیت زیادی دارد و دارای تأثیرات متعددی است از جمله:

تأمین ارز و درآمد: صادرات به کشورها ارز و درآمد وارد می‌کند که می‌تواند به تقویت اقتصاد کمک کند. ارزهای دریافتی از صادرات می‌توانند برای پرداخت دیون بین‌المللی، تأمین کالاها و خدمات مورد نیاز و سرمایه‌گذاری در اقتصاد داخلی مورد استفاده قرار گیرند.

ایجاد اشتغال: صادرات می‌تواند فرصت‌های شغلی در صنایع تولیدی و خدماتی کشور فراهم کند. زیرا تولید و صادرات نیاز به نیروی کار دارد.

رقابت‌پذیری بالاتر: برای رقابت در بازار جهانی، تولیدکنندگان مجبورند کیفیت محصولات خود را ارتقاء دهند و قیمت‌ها را رقابتی نگه دارند. این تأثیر مثبتی بر کیفیت محصولات و خدمات داخلی دارد.

توسعه صنعت و تکنولوژی: صادرات می‌تواند به توسعه صنعت‌های مختلف و انتقال فناوری‌های پیشرفته به کشورهای دیگر کمک کند.

تنوع اقتصادی: وابستگی به یک منبع درآمدی واحد (مانند نفت) را کاهش داده و اقتصاد کشور را تنوع بخشیده و به پایداری اقتصادی کمک می‌کند. صادرات به کشورها به منظور توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی و اشتغال اهمیت دارد. این عملیات تجاری برای توسعه کشورها و ارتقاء وضعیت اقتصادی جامعه‌ها اهمیت بسیار دارد. اما تاریخچه صادرات در ایران به دوران‌های مختلفی از تاریخ ایران بازمی‌گردد. ایران به عنوان یک

کشور با تاریخ و فرهنگ غنی و مکانی استراتژیک در منطقه، دارای تاریخچه‌ای طولانی در زمینه صادرات به بازارهای مختلف جهانی است. در ادامه تاریخچه صادرات در ایران را به دوران‌های مختلف مرور خواهیم کرد:

۱. دوران باستان: ایران تاریخی بسیار قدیمی در تبادل تجاری با سایر اقوام دارد. در دوران باستان، ایران به عنوان جایگاه مهمی برای تجارت از شرق به غرب و برعکس شناخته می‌شد. تجارت در این دوره به صورت کاروان‌های اسبی و شتری انجام می‌شد و محصولات مانند نخ ابریشم و منسوجات ساخته شده از آن، سنگ‌های معدنی، طلا، نقره و گیاهان دارویی صادر می‌شد.

۲. دوره صفویه و قاجاریه: در دوره صفویه و قاجاریه، تجارت و صادرات به بازارهای خارجی به عنوان یکی از منابع درآمدی مهم برای دولت تشویق شد. ایران صادرات محصولاتی چون قالی، کاشی، نساجی، عطر و ادکلن، جواهرات، مس و فولاد، و پسته را به بازارهای شرقی و اروپایی انجام می‌داد.

۳. دوران پهلوی: در دوران پهلوی تجارت و صادرات به سطح جدیدی ارتقا یافت. دولت تلاش کرد تا صادرات نفت و محصولات نفتی را افزایش دهد. این دوران شاهد توسعه بنادر و ایجاد امکانات جدید جهت صادرات بود. همچنین، صادرات غیرنفتی نیز افزایش یافت و محصولاتی مانند قند، پتروشیمی، خودرو و الکترونیک به بازارهای خارجی ارسال می‌شدند.

صنعت‌های مختلف و انتقال فناوری‌های پیشرفته به کشورهای دیگر کمک کند.

تنوع اقتصادی: وابستگی به یک منبع درآمدی واحد (مانند نفت) را کاهش داده و اقتصاد کشور را تنوع بخشیده و به پایداری اقتصادی کمک می‌کند. صادرات به کشورها به منظور توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی و اشتغال اهمیت دارد. این عملیات تجاری برای توسعه کشورها و ارتقاء وضعیت اقتصادی جامعه‌ها اهمیت بسیار دارد. اما تاریخچه صادرات در ایران به دوران‌های مختلفی از تاریخ ایران بازمی‌گردد. ایران به عنوان یک کشور با تاریخ و فرهنگ غنی و مکانی استراتژیک در منطقه، دارای تاریخچه‌ای طولانی در زمینه صادرات به بازارهای مختلف جهانی است. در ادامه تاریخچه صادرات در ایران را به دوران‌های مختلف مرور خواهیم کرد:

۱. دوران باستان: ایران تاریخی بسیار قدیمی در تبادل تجاری با سایر اقوام دارد. در دوران باستان، ایران به عنوان جایگاه مهمی برای تجارت از شرق به غرب و برعکس شناخته می‌شد. تجارت در این دوره به صورت کاروان‌های اسبی و شتری انجام می‌شد و محصولات مانند نخ ابریشم و منسوجات ساخته شده از آن، سنگ‌های معدنی، طلا، نقره و گیاهان دارویی صادر می‌شد.

۲. دوره صفویه و قاجاریه: در دوره صفویه و قاجاریه، تجارت و صادرات به بازارهای خارجی به عنوان یکی از منابع درآمدی مهم

۱. صادرات کالاها: این نوع صادرات شامل ارسال محصولات فیزیکی مانند ماشین‌آلات، خودروها، محصولات کشاورزی، الکترونیک، لباس، مواد غذایی، محصولات صنعتی و غیره به بازارهای خارجی می‌شود.

۲. صادرات خدمات: در این شیوه، کشور صادرکننده خدماتی را به کشورهای دیگر ارائه می‌دهد. این خدمات می‌تواند شامل خدمات مالی، حمل‌ونقل، مشاوره تجاری، تکنولوژی اطلاعات، آموزش، گردشگری و سایر خدمات باشد. صادرات برای اقتصاد کشورها اهمیت زیادی دارد و دارای تأثیرات متعددی است از جمله: **تأمین ارز و درآمد:** صادرات به کشورها ارز و درآمد وارد می‌کند که می‌تواند به تقویت اقتصاد کمک کند. ارزهای دریافتی از صادرات می‌توانند برای پرداخت دیون بین‌المللی، تأمین کالاها و خدمات مورد نیاز و سرمایه‌گذاری در اقتصاد داخلی مورد استفاده قرار گیرند.

ایجاد اشتغال: صادرات می‌تواند فرصت‌های شغلی در صنایع تولیدی و خدماتی کشور فراهم کند. زیرا تولید و صادرات نیاز به نیروی کار دارد.

رقابت‌پذیری بالاتر: برای رقابت در بازار جهانی، تولیدکنندگان مجبورند کیفیت محصولات خود را ارتقاء دهند و قیمت‌ها را رقابتی نگه دارند. این تأثیر مثبتی بر کیفیت محصولات و خدمات داخلی دارد.

توسعه صنعت و تکنولوژی: صادرات می‌تواند به توسعه

رشد اقتصادی واقعی جز با رشد صنعت اتفاق نمی‌افتد



رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، معتقد است: رشد اقتصادی واقعی که بر اساس آن کسب‌وکارها توسعه پیدا می‌کنند و سفره مردم بزرگ‌تر می‌شود، جز با رشد صنعت اتفاق نمی‌افتد. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، با اشاره به اعلام نرخ رشد اقتصادی ۷/۹ درصدی گفت: باید میزان فروش نفت را در اعلام نرخ رشد اقتصادی کنار بگذارند و اعداد واقعی رشد اقتصادی را اعلام کنند. محمود نجفی‌عرب در گفت‌وگو با اتاق ایران آنلاین، بیان کرد: آنچه اقتصاد کشور را تکان می‌دهد، کسب‌وکارها را توسعه داده، تورم را کاهش می‌دهد و سفره مردم را بزرگ‌تر می‌کند رشد اقتصادی صنعت است. اعداد و ارقام اعلامی در مورد نرخ رشد اقتصادی با واقعیت کشور که فعالان اقتصادی در حال تجربه آن هستند، همخوانی ندارد.

کشور تعیین می‌کنند؛ اما بایدهای تحقق چنین رشدی را هم باید در نظر بگیرند. او با بیان اینکه در ۶ ماه گذشته هیچ‌کدام از موانع تولید رفع نشده است، افزود: میانگین رشد اقتصادی ما در طول برنامه ششم حدود ۱/۸ درصد بوده و در برنامه هفتم هم رشد ۸ درصدی هدف‌گذاری شده است. قاعداً باید زیرساخت‌های لازم برای این رشد فراهم شود؛ در غیر این صورت تحقق آن تنها به استناد اعداد و ارقام روی کاغذ ممکن نخواهد بود.

محمود نجفی‌عرب با بیان اینکه برای تحقق میانگین رشد اقتصادی ۸ درصد باید زیرساخت‌هایی فراهم باشد گفت: به عنوان مثال دست کم به ۷۰ تا ۸۰ میلیارد دلار منابع ارزی در سال نیاز است؛ این در حالی است که کل صادرات ما اعم از نفتی و غیرنفتی در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۹۵ میلیارد دلار بوده، حال چطور می‌گویند که رشد هشت درصدی اتفاق افتاده است؟ نجفی‌عرب گفت: البته خوب است که مجلس و دولت چنین چشم‌اندازی برای اقتصاد

تحلیلی بر لایحه پیشنهادی برنامه هفتم توسعه مانع بزرگ در مسیر توسعه کدام است؟

مرتضی افقه - اقتصاددان

لایحه برنامه هفتم توسعه کشور پس از دو سال تأخیر بالاخره به مجلس ارائه شده است. در مقدمه این برنامه ضمن مرور ناکامی‌های برنامه ششم، به دلایل آن به شرح زیر پرداخته شده است: «برنامه ششم توسعه در اجرا با چالش‌های عدیده‌ای مواجه بوده است. اثرپذیری تولید ناخالص داخلی از مشکلات ساختاری بودجه، نفت‌محور بودن رشد اقتصادی، وابستگی دولت و اقتصاد ملی به درآمدهای حاصل از صدور نفت و اثرپذیری شدید اقتصاد از صدمات تحریم‌های بین‌المللی و همچنین نااطمینانی از مواجهه با شوک‌ها و اختلالات بیرونی نرخ رشد اقتصادی سرمایه‌گذاری را به شدت کاهش داده است. این چالش در سه برنامه اول توسعه از سند چشم‌انداز نیز وجود داشته است. به گونه‌ای که متوسط نرخ رشد سه برنامه اجرا شده ۱.۸ درصد در مقایسه با نرخ هدف‌گذاری ۸ درصدی است.

نرخ منفی بهره‌وری عوامل تولید در دو دهه گذشته، افزایش ضریب جینی از ۰.۳۴ به سی و هشت صدم، کاهش نرخ سرمایه‌گذاری از ۲۱ و نیم درصد قانون برنامه ششم توسعه به ۴.۵ درصد، طولانی شدن عمر طرح‌های اقتصادی از ده سال ۱۳۹۱ به ۱۷.۶ سال در ۱۴۰۰، افزایش نرخ رشد نقدینگی از ۱۷ درصد قانون برنامه به سی درصد، و عملکرد ۳.۵ درصدی صادرات غیر نفتی در مقایسه با هدف ۲۱.۷ درصدی قانون برنامه ششم توسعه بخشی از چالش‌های بنیادی موجود در اجرای برنامه‌های توسعه را نشان می‌دهد. کاهش قدرت خرید و مصرف سرانه و آسیب‌پذیری جدی محیط‌زیست از دیگر چالش‌های اساسی و مهم برنامه ششم توسعه است.»

همین پاراگراف مقدماتی کافی است که نسبت به تحقق اهداف تعیین‌شده در این لایحه تردید جدی کرد. حال باید پرسید که چگونه قرار است این چالش‌های عمیق و جدی و ساختاری رفع شود و در مسیر پیشرفت حرکت نمود؟ پاسخ این پرسش در ادامه متن مقدماتی آمده است:

«در چنین شرایطی، اتخاذ تدابیر و ابتکارات محوری و اساسی با رویکرد جدی به چرخش‌های تحول‌آفرین در تدوین برنامه پنج‌ساله ضروری به نظر می‌رسد؛ در همین راستا رعایت راهبردهایی مبتنی بر ایجاد انضباط مالی و تنظیم رابطه مالی دولت با نفت و صندوق توسعه ملی، ارتقای بهره‌وری، مشارکت حداکثری بخش خصوصی و تعاونی در اقتصاد، افزایش سرمایه‌گذاری خارجی، ایجاد



گذار به استقرار نهادهای توسعه‌گرا و فراگیر و ارتقای مدیریت سرمایه انسانی و افزایش سرمایه اجتماعی و ارتقای عدالت سرزمینی از طریق رعایت ملاحظات آمایشی و فضایی در طراحی و تنظیم برنامه در رویکرد برنامه هفتم توسعه به صورت جدی مورد توجه است. بر همین اساس، در برنامه هفتم توسعه تحریک‌بخشی به چرخه قدرت ملی از طریق تمرکز بر جهش

فرصت‌های عادلانه برای فعالان و کارگزاران اقتصادی از طریق بهبود محیط کسب و کار، تعامل جدی، مثبت و سازنده با کشورهای منطقه و توسعه صادرات غیرنفتی، کاهش انحصار و مداخلات دولتی در اقتصاد و افزایش رقابت و شفافیت، استقرار تدبیر نظام شایسته‌سالاری در عمل و تسهیل‌گری و افزایش سطح پاسخگویی، حذف نهادهای ناکارآمد و

اقتصادی به منظور تفوق بر چالش‌های موجود مورد تاکید قرار گرفته است.» همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، ردیفی از اقدامات را پیشنهاد داده که سال‌هاست در تمامی برنامه‌ها و اسناد بالادستی تکرار شده‌اند و تقریباً هیچ‌کدام اجرا نشده‌اند. در ادامه البته چند واژه و اصطلاح لوکس هم به کار گرفته شده که با بینش فکری این دولت و اصولاً تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان حاکمیت سازگاری ندارند: مثلاً نوشته‌اند با «استقرار تدبیر نظام شایسته‌سالاری در عمل و تسهیل‌گری و افزایش سطح پاسخگویی، حذف نهادهای ناکارآمد و گذار به استقرار نهادهای توسعه‌گرا و فراگیر و ارتقای مدیریت

حاکمیتی است. بدیهی است وجود چنین نظامی از ناشایسته‌سالاری ضد توسعه‌ای، مانع از آن خواهد شد که بسیاری از اهداف تعیین‌شده در لایحه برنامه هفتم محقق شود، همان‌گونه که در برنامه‌های پیشین محقق نشده است. حال باید از تدوین‌کنندگان این برنامه پرسید که چه تحول یا تغییر مهمی نسبت به زمان تدوین برنامه‌های پیشین رخ داده که تصور می‌کنند اهدافی بعضاً فراتر از همان اهداف محقق نشده، برای برنامه فعلی قابل تحقق است؟ نیاز به توضیح ندارد که شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و اداری اجرایی حتی به مراتب سخت‌تر و بدتر از

تمامی موانع رونق اقتصادی-اجتماعی رفع شده و اهداف مورد نظر قابل تحقق خواهند بود. عجیب‌تر آنکه باوجود گذشت دو سال از حضور همین دولت و مجلس خود انقلابی خوانده، هیچ‌کدام از وعده‌های داده‌شده توسط دولت و مجلس نه تنها محقق نشده بلکه در همین مدت کوتاه، فاصله بسیار زیادی از آن‌ها ایجاد شده است. دولت اما بی‌اعتنا به امکان‌ناپذیر بودن وعده‌ها در ساختارهای ضد تولید و ضد توسعه موجود، همچنان به تولید وعده‌ها و تعیین اهداف نشدنی جدید می‌پردازد که حاصلی جز کاهش هرچه بیشتر سرمایه اجتماعی باقی‌مانده و بی‌اعتمادی حتی طرفدارانشان نخواهد داشت. حال به اهداف بلندپروازانه و دست نیافتنی (باتوجه به ساختارهای ناکارآمد موجود) اصلی مندرج در این لایحه دقت کنید:

ازجمله هدف‌گذاری برنامه هفتم توسعه عبارت‌اند از:

۱. هدف رشد اقتصادی ۸ درصد،
۲. رشد تشکیل سرمایه ناخالص (سرمایه‌گذاری) ۲۲ درصد،
۳. رشد موجودی سرمایه ۶.۵ درصد،
۴. رشد اشتغال ۳ درصد سالانه معادل یک میلیون شغل،
۵. متوسط نرخ تورم ۱۹ درصد هدف‌گذاری شده در پایان برنامه ۹.۵ درصد،
۶. رشد بهره‌وری کل عوامل تولید ۲ درصد با داشتن سهم ۳۵ درصدی از رشد اقتصادی ۸ درصدی،
۷. متوسط رشد نقدینگی ۲۰ درصد و در سال پایانی برنامه ۱۳.۸ درصد
۸. متوسط رشد صادرات غیرنفتی ۲۲ درصد،
۹. رشد واردات کالا ۱۶ درصد،
۱۰. رشد اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای ۴۴ درصد،
۱۱. متوسط نسبت درآمدهای عمومی به اعتبارات هزینه‌ای ۹۴ درصد و در سال پایانی برنامه به ۱۰۰ درصد برسد.

اما پیش از مرور پیش‌نیازهای لازم برای موفقیت یک برنامه، به تعداد محدودی از انبوه موانع تحقق اهداف تعیین‌شده در لایحه اشاره می‌کنم:

۱. برای کشوری که بعد از حدود چهار دهه نتوانسته یا نخواست به وابستگی شدید اقتصاد



دوره‌های پیشین شده است و بنابراین حتی نیل به اهدافی کمتر از اهداف تحقق‌یافته در برنامه‌های پیشین هم دشوار است، چه رسد به اهداف غیرواقعی و بلندپروازانه ارائه‌شده در این لایحه. البته دولت فعلی لابد خود باورش شده که دلیل ناکامی‌های گذشته نبود یک دولت و مجلس (به اصطلاح خودشان) انقلابی بوده و الان با استقرار چنین دولت و مجلسی

سرمایه انسانی و افزایش سرمایه اجتماعی...» نظام ارزشی و نظام تصمیم‌گیری کشور اصولاً اعتقادی به نظام شایسته‌سالاری ندارد یا بهتر است گفته شود به نظام شایسته‌سالاری توسعه‌گرا ندارد؛ در مقابل، شایسته‌سالاری مبتنی بر گرایش‌های ایدئولوژیک و سیاسی مبنای انتخاب و انتصاب و گزینش‌های کارگزاران حاکمیتی در همه قوا و نهادها و در همه رده‌های

خود به درآمدهای نفتی را قطع یا کاهش دهد و به ناچار به دنبال کشف منابع جدید نفت گاز است و حریصانه به دنبال کشف منابع جدید نفت و معادن دیگر است، و در لایحه فعلی هم سهم بالایی برای کشف معادن جدید قرار داده است؛

۲. برای کشوری که قادر به حفظ نخبگانش (افراد با ضریب هوشی بالا، مجرب‌ها، متخصص‌ها، افراد ماهر و نیمه ماهر، صاحبان سرمایه‌ها، هنرمندان و ورزشکاران و اخیراً دانش‌بنیان‌ها) در کشور نیست؛

۳. برای کشوری که نیروهای انسانی‌اش را دسته‌بندی می‌کند و فقط عده خاصی (خودی‌ها) را در تصمیم‌گیری‌ها و اجرا مشارکت می‌دهد و سایرین (غیرخودی‌ها) را منزوی یا زمینه مهاجرتشان را فراهم می‌کند؛

۴. برای کشوری که سالانه میلیاردها دلار اتلاف منابع طبیعی و خدادادی کمیاب (جنگل، آب، مرتع، زمین حاصلخیز،...) و نیز اتلاف انرژی‌های تولیدشده (برق)، مواد غذایی، و فرار سرمایه‌های مالی و مادی دارد؛

۵. برای کشوری که رئیس مجلس‌اش اعتراف می‌کند که سالانه ۱۰۴ میلیارد دلار را به دلیل شیوه حکمرانی غلط در کشور (به‌عنوان تنها یکی از ده‌ها مورد) هدر می‌دهد؛

۶. برای کشوری که طبق اذعان معاون فعلی

سازمان برنامه‌بودجه از اهداف تعیین‌شده در ۶ برنامه پیشین تنها ۳۴ درصد محقق شده است؛

۷. برای کشوری که باوجود نامناسب بودن بسترهای غیراقتصادی توسعه، سیاست‌گذارانش هنوز از اقتصاددانانی تبعیت می‌کنند که بی‌اعتنا به این بسترهای ضد توسعه، فرمول‌های نامناسب (و البته سازگار با کشورهای پیشرفته) ارائه می‌کنند؛

۸. برای کشوری که ملاک‌گزینش‌ها در سطوح مختلف (تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان، مدیران، مجریان و کارکنان در همه سطوح حاکمیت اعم از قوای سه‌گانه و ارکان دیگر تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی که از بودجه عمومی و شرکت‌ها ارتزاق می‌کنند) ناشایسته‌سالاری است؛

۹. برای کشوری که بودجه‌اش انبوهی ردیف‌های هزینه‌ای زائد، غیرمفید، و بعضاً مضر و هدردهنده سرمایه‌های کشور دارد؛

۱۰. برای کشوری که تعداد قابل‌توجهی دانشگاه و مرکز آموزش عالی تأسیس کرده که خروجی بسیاری از آن‌ها هدر دادن سرمایه و عمر انبوهی از جوانان کشور است بدون آنکه دانش و تجربه مفیدی برای کشور کسب کرده باشند؛

۱۱. برای کشوری که از انبوهی مراکز پژوهشی (در همه حوزه‌ها) بی‌خاصیت یا کم‌فایده دارد که به‌جای آنکه مولد درآمد و ثروت باشند، به بودجه عمومی و درآمدهای نفتی آویزان هستند؛

۱۲. برای کشوری که دولتش با کابینه‌ای ضعیف و البته بی‌ثبات و متزلزل (که در کمتر از دو سال، ۷ وزیر و مدیر ارشد را تغییر داده است) آن‌هم در سخت‌ترین و حساس‌ترین شرایط اقتصادی و سیاسی، قوه مجریه را به عهده گرفته؛

۱۳. برای کشوری که بیش از چهار سال است با تشدید بی‌سابقه تحریم‌ها مواجهه بوده و تقریباً اغلب منابع و ذخایر مالی و غیرمالی خود را مصرف کرده؛

۱۴. برای کشوری که ...

چگونه می‌توان برای نیل به اهداف اقتصادی و غیراقتصادی، آن هم برای برنامه پنج سال آینده برنامه نوشت؟ و در شرایطی که هنوز تکلیف مهم‌ترین منبع درآمد کشور (درآمدهای نفتی) به دلیل ناکامی در رفع مشکل تحریم‌ها و مراودات مالی (FATF) مشخص نشده و بنابراین حتی برای چند ماه آینده نمی‌توان پیش‌بینی درآمد نمود، چگونه می‌توان انتظار داشت که ظرف ۵ سال به اهداف تعیین‌شده در لایحه پیشنهادی برنامه دست‌یافت؟

حال به نقد و تحلیل چند ماده اقتصادی از لایحه پیشنهادی برنامه هفتم توسعه می‌پردازم:

۱. در جای‌جای مواد و تبصره‌های لایحه، صرفاً بر روش‌های تأمین مالی از طرق مختلف تأکید شده. جدای از اینکه این پیش‌بینی‌ها قابل تحقق باشد یا نباشد، در هیچ ماده و بندی از این برنامه بر اصلاح

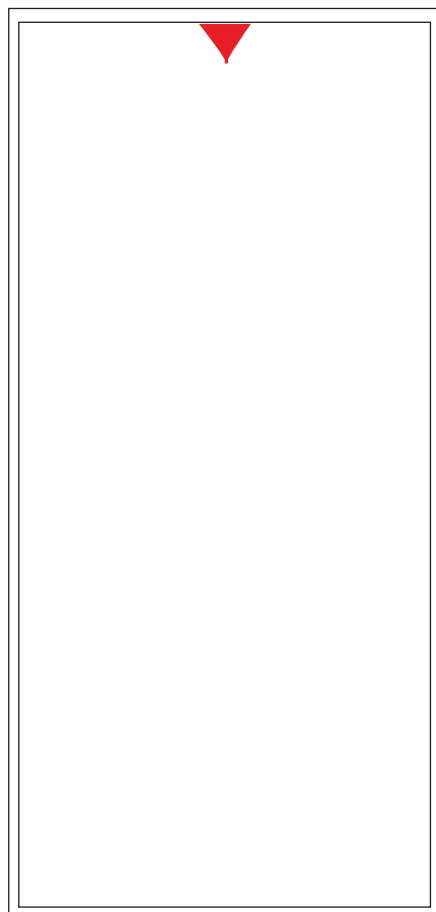
نظام مدیریتی، نظام اجرایی، نظام تقنینی، و نظام انتخاب و انتصاب نیروی‌های انسانی براساس شایسته‌سالاری تأکید نشده است. درواقع به نظر نمی‌رسد که حتی اعتقادی به این تغییر و تحول و اصلاح ساختارهای حاکمیتی به‌عنوان پیش‌نیاز اصلی پیشرفت و توسعه، وجود داشته باشد. بنابراین با تداوم ساختارهای معیوب و ناکارآمد فعلی در همه اجزای حاکمیت، نمی‌توان به تحقق اهداف بلندپروازانه و غیرواقعی موجود در این لایحه امیدوار بود؛ تداوم این بی‌اعتنایی به ضرورت اصلاح ساختارهای معیوب، همچون گذشته حاصلی جز اتلاف وسیع منابع و فرصت‌سوزی‌های جبران‌ناپذیر نخواهد داشت.

۲. جالب است که در مواد ۱۵ و ۱۶ لایحه پیشنهادی، لابد به‌منظور تشویق کارفرمایان برای ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، به کارفرمایان امتیازاتی ارائه شده است اما این امتیازات، برخلاف برنامه چهارم توسعه، از جیب نیروی کار پرداخت می‌شود نه از بودجه دولت. لازم به ذکر است که در برنامه چهارم توسعه با همین هدف، پرداخت ۲۰ درصد از سهم بیمه نیروی کار از دوش کارفرما برداشته شده و دولت خود متقبل آن شده بود.

۳. در بند ج از ماده ۴۰، بر فروش اموال مازاد با عنوان ابداعی «مولدسازی» و از همان روش غیرمعمول و پُریسک تأکید شده است. لازم به ذکر است که دولت برای جبران کاهش درآمد خود ناشی از تداوم تحریم‌ها، روی به فروش اموال دولتی آورده است. هرچند فروش اموال زائد و بلااستفاده که در معرض استهلاک و از بین رفتن قرار دارند، امری مفید بلکه ضروری است، اما اولاً منابع حاصل از فروش این اموال همچون درآمدهای نفتی که متعلق به نسل فعلی و نسل‌های آینده است، باید صرف طرح‌های عمرانی شوند. همان‌گونه که ذکر شد، دولت در صورت عدم تحقق درآمدهای پیش‌بینی‌شده برای هزینه‌های جاری، از روی ناچاری، این‌گونه منابع درآمدی را نیز به امور جاری تخصیص می‌دهد؛ ثانیاً، باوجود ساختارهای معیوب فعلی، بخش قابل‌توجهی از این منابع، همچون سایر درآمدها صرف ناکارآمدی‌ها و سوءتعبیرهای موجود می‌شود.

۴. ازجمله تقلیدهای ناسازگار با ساختارهای موجود از کشورهای پیشرفته، تلاش برای افزایش سهم درآمدهای مالیاتی از بودجه و

تولید ناخالص داخلی است. هرچند عدم به‌کارگیری دارایی‌های سرمایه‌ای برای هزینه‌های جاری امری مطلوب است، اما مشکل آن است که مالیات‌های مردم در برخی موارد، صرف هزینه‌های زائد (ناکارآمدی مدیریتی و حکمرانی و نیز انبوه هزینه‌های بی‌فایده فرهنگی، ایدئولوژیک و سیاسی) می‌شود. در حالی که کشورهای پیشرفته به دلیل وجود ساختارهای کارآمد اداری، اجرایی، تقنینی و...، منابع درآمدی دولت را صرف بهبود کمی و کیفی خدمات دولتی می‌کنند، در ایران، باوجود ساختارهای ناکارآمد گفته‌شده، افزایش مالیات‌ها تنها منجر به انتقال هزینه‌های ناکارآمدی حاکمیت به مردم می‌شود. در لایحه موجود، به تقلید از کشورهای پیشرفته، سهم مالیات‌ها از تولید ناخالص ملی حداقل ۱۲ و حداکثر ۸۰ درصد در نظر گرفته شده است.



۵. در ماده ۵۳ لایحه، برای تشویق مسئولان استانی به افزایش مالیات‌ها، پیشنهادشده که ۱۰ درصد از ۵۰ درصد افزایش سالانه مالیاتی، به همان استان تخصیص داده شود. این بدان معناست که مدیران و مسئولان مالیاتی استان برای کسب درآمد

بیشتر، ممکن است فشار مالیاتی بیشتری به مردم وارد کنند و معمولاً این افزایش مالیات‌ها با افزایش رفاه و بهبود کمی و کیفی خدمات دولت‌های محلی همراه نخواهد بود.

۶. در ماده ۵۶ لایحه، بر تک‌نرخ شدن تورم در سال پایان برنامه تأکید شده است، چگونه؟ عمدتاً از طریق سیاست‌های پولی و قاعدتاً با محوریت بانک مرکزی و نهادهای مسئول سیاست‌های پولی. سیاست‌های پولی برای کاهش یا حل کامل مشکل تورم در ساختارهای ناکارآمد فعلی (برخلاف اصرار تعدادی از اقتصادخوانده‌های بی‌اعتنا به ساختارهای ناسازگار موجود) ناتوان‌اند، زیرا ریشه تورم موجود در کشور تا حد زیادی در بخش عرضه است نه تقاضا. بنابراین تورم الزاماً ریشه‌های پولی چندانی ندارد تا با سیاست‌های پولی قابل کاهش باشد. به همین دلیل اعمال و اجرای مکرر سیاست‌های پولی تاکنون اثر چندانی بر کاهش نقدینگی و تورم نداشته و یا اثری کم‌دامنه و کوتاه‌مدت داشته است. در برخی موارد نیز اصرار بر این سیاست‌ها، گرچه اندکی تورم را کاهش داده اما در مقابل موجب افزایش رکود و بیکاری شده است.

۷. تحمیل و تعیین برخی تعهدات و تکالیف به سایر سازمان‌ها و دستگاه‌های حاکمیتی مثل صدور حکم قضائی در بند ۱۵ از ماده ۵۷ لایحه ظرف یک سال، قابل اعمال و اجرا نخواهد بود، چون دستگاه قضائی خود آن‌قدر درگیر رسیدگی به انبوه دعاوی حقوقی است که به انجام تکالیف و تعهدات جاری خود نمی‌رسد چه رسد به ایجاد تکالیف و تعهدات جدید. با توجه به نکات فوق و در شرایط پیچیده موجود، تردیدی نیست که دولت فعلی حتی قادر به تحقق موفقیت‌های اندک برنامه‌های پیشین نیز نخواهد شد و صرف وقت و هزینه برای نگارش برنامه‌ای پنج‌ساله در حالی که امکان پیش‌بینی شش ماه آینده تحولات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور وجود ندارد، توجیه علمی و عقلی ندارد. شاید بهتر باشد که فعلاً دولت همان بودجه‌های سالانه را که احتمال برآوردهای یک‌ساله بیشتر است انجام دهد. مگر آنکه دولت اصرار داشته باشد همچون برنامه‌های شش‌گانه و ده‌ها سند بالادستی ناکام پیشین، همچنان به نگارش آرمان‌ها و آرزوهای نشدنی (در ساختارهای ناکارآمد گفته‌شده در فوق) ادامه دهد.

تبلیغات در مترو تهران و حومه

Tehran metro

asanegargar

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





asanegar group

Creative style advertisement



هشدار شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در ایران



ارزیابی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در ایران برای فصل پاییز ۱۴۰۱ بیانگر این حقیقت است که با وجود تغییر در سیاست‌های توسعه و عزمی که برای جبران کاستی‌ها شکل گرفته است، همچنان موانع تکراری در مسیر سرمایه‌گذاری وجود دارد و بدون حذف این موانع، عملاً تحقق سیاست‌های توسعه‌ای در بن‌بست قرار گرفته است. پایش امنیت سرمایه‌گذاری در ایران، عنوان تازه‌ترین گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس است که بر اساس آن شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در ایران به ۶/۸۲ (بدترین نمره ۱۰ است) رسیده که تفاوتی با گزارش فصل قبل ندارد و فقط شرایط استان‌ها در آن کمی متغیر بوده است.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی بدترین نمره عملکردی در زیرشاخص‌های مرتبط با این حوزه مربوط به عملکرد مسئولان دولتی و بهترین شاخص، متعلق به ثبات مسئولان استانی بود. بدترین رتبه‌ها در شاخص امنیت سرمایه‌گذاری به استان‌های ایلام، سیستان و بلوچستان و گلستان تعلق دارد و استان‌های سمنان، خراسان جنوبی و هرمزگان، بهترین هستند.

به‌منظور سنجش امنیت سرمایه‌گذاری در یک کشور باید به شاخص‌های مختلفی رجوع کرد. در هر سرزمینی که امکان تملک کامل دارایی‌ها و سود سرمایه به‌طور جامع وجود داشته باشد، بهشت امنی برای سرمایه‌گذاری پدیدار می‌شود. برقرار بودن معافیت‌های مالیاتی، تعرفه‌زدایی و مقررات‌زدایی در کنار تورم تعدیل‌شده و نزدیک به صفر، می‌تواند از مهم‌ترین فاکتورهای تامین امنیت سرمایه‌گذاری‌ها تلقی شود. دسترسی به منابع و ابزارهای تسهیلاتی بورسی و بانکی نیز به‌مثابه یکی از این مسائل است که می‌تواند در تعیین رتبه کشورها در حوزه تامین امنیت سرمایه به‌شدت اثرگذار باشد.

در کنار این شاخص‌ها، شفافیت آماری فضای اقتصاد کلان و مصونیت از تعرض و مصادره و تملک دارایی‌ها، برای ترغیب سرمایه‌گذاران بسیار تعیین‌کننده است. گزارش‌های فصلی امنیت سرمایه‌گذاری از این لحاظ حائز اهمیت است که دربرگیرنده این نکات کلیدی در سیاست‌گذاری اقتصادی باشد و نیل به اهداف توسعه‌گرایانه را به مردم و مسوولان گوشزد کند. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در این زمینه، شفافیت‌آفرین است و نکات مهمی دارد و در سیاست‌گذاری اقتصاد ایران، به گفتمان‌سازی در جهت افزایش امنیت سرمایه‌گذاری و ضمانت‌های اجرایی حقوق مالکیت فعالان اقتصادی ایران و نیز بهبود عینی و واقعی امنیت اقتصادی و فضای سرمایه‌گذاری در ایران کمک کند. بهترین و بدترین استان‌ها برای سرمایه‌گذاری براساس یافته‌های به دست آمده از میان داده‌های این گزارش و پس از طی شدن فرآیند تلفیق داده‌های آماری برپایه یافته‌های پیمایشی، به ترتیب استان‌های ایلام، سیستان و بلوچستان و گلستان نامناسب‌ترین و استان‌های سمنان، خراسان جنوبی و هرمزگان مناسب‌ترین وضعیت را از دیدگاه فعالان کسب‌وکار از منظر شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در پاییز ۱۴۰۱ کسب کرده‌اند.

براساس نتایج این مطالعه، در پاییز ۱۴۰۱ از بین ۹ حوزه فعالیت اقتصادی مورد سنجش در این پایش فعالان اقتصادی در حوزه معدن، (به‌جز نفت و گاز) با وجود آنکه نسبت به پایش قبل‌تر از نظر کمیت عددی در مقایسه با خودش نامناسب‌تر ارزیابی شده؛ اما همچنان مانند پایش گذشته، مناسب‌ترین ارزیابی در میان ۹ حوزه را به خود اختصاص داده است. در این میان فعالان اقتصادی در حوزه نفت‌خام و گاز طبیعی، تامین آب، برق و گاز، نامناسب‌ترین ارزیابی را در میان همه حوزه‌ها از وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری ارائه کرده‌اند. در پایش پاییز ۱۴۰۱ مانند پایش فصل گذشته، نماگر عملکرد دولت همچنان نامناسب‌ترین وضعیت را نشان

می‌دهد و نماگر ثبات اقتصاد کلان جایگاه دوم نامناسب‌ترین‌ها را به خود اختصاص داده است. در این گزارش وضعیت شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در طول ۲۰ دوره پیمایش فصلی مانند پایش فصل تابستان ۱۴۰۱ نامناسب‌ترین وضعیت را داشته است. ادامه این روند و نامناسب شدن شاخص امنیت سرمایه‌گذاری، نشان‌دهنده هشدار جدی درباره مولفه‌های مورد سنجش شاخص امنیت سرمایه‌گذاری است و لزوم توجه و انجام اصلاحات جدی در روند مولفه‌های ذکرشده را بیش از پیش ضروری می‌سازد.

انتظار می‌رود با تداوم تهیه و انتشار گزارش‌های فصلی امنیت سرمایه‌گذاری، توجه و حساسیت عموم مسئولان کشور به این عامل کلیدی سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی، اما مغفول‌مانده در سیاست‌گذاری اقتصاد ایران جلب شود و این مجموعه گزارش‌های فصلی، به ترویج گفتمان امنیت سرمایه‌گذاری، قانون‌گذاری بهتر، رعایت قانون، احترام بیشتر به حقوق مالکیت و نیز بهبود عینی و واقعی امنیت اقتصادی و فضای سرمایه‌گذاری در ایران کمک کند.

علاوه بر اینها، امید است با انجام مستمر این ارزیابی و انتشار نتایج آن، مسئولان اجرایی کشوری و استانی در قبال فعالان اقتصادی، متعهدتر و مسئولیت‌پذیرتر شده و قوای مقننه و قضاییه نیز در ایجاد بستر امن و رقابتی برای سرمایه‌گذاری و تولید در ایران، بیشتر و موثرتر بکوشند.

براساس محاسبات انجام شده شاخص کل امنیت سرمایه‌گذاری در ایران که با استفاده از دو مجموعه داده‌های پیمایشی و آماری تهیه می‌شود در پاییز ۱۴۰۱ کمیت ۶/۸۲ از ۱۰ (بدترین حالت) سنجیده شده است. مقدار عددی این شاخص در مطالعه فصل قبل (تابستان ۱۴۰۱) با کمیت ۶/۸۲ و در پیمایش دو فصل قبل تر (بهار ۱۴۰۱) با کمیت ۶/۵۱ ارزیابی شده بود که نشان می‌دهد امنیت سرمایه‌گذاری در بازه بهار تا پاییز ۱۴۰۱ با توجه به ارزیابی فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در یک روند نامناسب شدن قرار گرفته است.

شامخ در برخی کشورها در آگوست و ژوئیه ۲۰۲۳

شامخ کل



شامخ صنعت



بررسی چالش‌های ارزی فعالان اقتصادی

هشتاد و هفتمین نشست کمیته حمایت از کسب‌وکار، موضوع بند (ب) ماده ۱۲ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه با حضور نمایندگان روسای قوای سه‌گانه و با محوریت بررسی مسائل ارزی فعالان اقتصادی، برگزار شد. این جلسه، نخستین نشست کمیته در دوره دهم هیات نمایندگان اتاق ایران بود. به گزارش آینده سازان صنایع لوازم خانگی، در این نشست مشکلات واردکنندگان ناشی از طولانی بودن مهلت تخصیص ارز و تمدید آن و مسدودسازی سپرده نزد بانک‌ها، مشکلات تأمین و تخصیص ارز کالاهای اساسی با اولویت گروه ۲۱ و ۲۲ و رفع تعهد ارزی صادرات خدمات فنی و مهندسی از محل واردات کالا

نرخ تورم را فراهم می‌آورد و باعث کاهش سود فعالیت اقتصادی و کاهش انگیزه جهت سرمایه‌گذاری در فضای کسب‌وکار ایران خواهد شد. عدم توانایی شبکه رسمی تأمین ارز جهت تأمین نیازهای ارزی واردات در مهلت یک‌ماهه، علاوه بر ایجاد اختلال در زنجیره تأمین، امکان برنامه‌ریزی و زمان‌بندی مناسب را از بین برده و در نتیجه باعث عدم ایفای تعهدات قراردادی خواهد شد و بنگاه‌های اقتصادی را با زیان‌های هنگفت مواجه خواهد نمود. از سوی دیگر عدم امکان پرداخت به موقع و بدهی‌های طولانی مدت تجار به فروشندگان خارجی، ضمن از بین بردن روابط تجاری ایجاد شده و بوجود آوردن چالش‌های حقوقی برای واردکنندگان ایرانی، موجب تخریب اعتبار برند تاجر ایرانی در فضای بین‌المللی خواهد شد. علاوه بر این در مواردی که واردکننده پس از واردات اقدام به تخصیص ارز کرده باشد، این موضوع هزینه‌های مضاعفی نظیر دموارژ و انبارداری را به تجار تحمیل کرده و مخاطرات متروکه شدن کالا، انقضای تاریخ مصرف کالا و کاهش کیفیت کالا را بدنبال خواهد داشت. اخیراً بانک مرکزی تخصیص ارز به شرکت‌های واردکننده‌ای که قبل از تأمین ارز نسبت به خرید ارز از بازار آزاد اقدام می‌کنند را ممنوع کرده است. لذا پیشنهاد شد به منظور مدیریت بازار ارز و جلوگیری از ایجاد درخواست‌های غیرواقعی تخصیص ارز از محل منابع این بانک، نظام یک‌پارچه معاملات ارزی (نیم‌ا) و ارز حاصل از صادرات دیگران جهت واردات کالا و خدمات دولتی و غیردولتی. نظر به عدم توانایی شبکه رسمی تأمین ارز جهت تأمین نیازهای ارزی واردات در مهلت یک‌ماهه پیشنهاد می‌شود به منظور جلوگیری از تحمیل تکلیف مالایطاق یکی از راهکارهای ذیل اتخاذ شود و احیای امکان استفاده از واردات بدون انتقال ارز و برات غیرتعهدی و بازگشت به سیستم خرید از طریق اعتبارات اسنادی به جای حواله نقدی فعلی جهت کاهش ریسک و سرمایه در گردش واحدها مهیا شود. در ادامه پیشنهاد می‌شود تا با گروه‌بندی و تالارهای ارزی، به منظور مدیریت بازار ارز، طبق تصمیماتی که در کارگروهی با حضور دستگاه‌های ذیربط به ویژه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و وزارت صمت اتخاذ شود و مصارف ارزی تعیین شده و کالاهای مختلف بر اساس اولویت در گروه‌های و تالارهای ارزی مختلف تقسیم‌بندی شوند.

با توجه به موارد یاد شده مشکلاتی برای تجار ایجاد شده که در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که مواد اولیه و تجهیزات تولید در گروه‌های با اولویت پایین دسته‌بندی شده‌اند که موجبات عدم تحقق شعار سال مبنی بر رشد تولید را فراهم خواهد آورد و با کاهش توان تولیدی بنگاه‌های اقتصادی و عملاً نرخ سودآوری آن‌ها، بستر ورشکستگی کارخانجات ایجاد می‌شود. در حال حاضر فرآیندهای بازرگانی به ویژه در حوزه واردات به طور مشخص در عملیات تخصیص، تأمین و حواله ارز، به طور چشم‌گیری زمان‌بر شده و موجب اختلال در چرخه فعالیت اقتصادی



در این جلسه هیات نمایندگان اتاق و نمایندگان تشکلهای اقتصادی، مهم‌ترین چالش‌های ارزی فعالان اقتصادی را مورد بحث و بررسی قرار دادند که مهم‌ترین آن‌ها مسدودسازی معادل ریالی مبلغ ارزی و عدم توانایی شبکه رسمی تأمین ارز بود که خود مانع بزرگی در تجارت عنوان شده است؛ چرا که مشکلات ایجاد شده از این رهگذر کم نیستند و همانطور که در مکاتبه بانک مرکزی مشخص است، نرخ‌های مورد اشاره به منظور مدیریت بازار ارز و جلوگیری از درخواست‌های غیرواقعی تخصیص ارز جهت واردات کالا و خدمات توسط بخش غیردولتی تعریف شده‌اند و در عمل شرکت‌ها و بنگاه‌های دولتی از این قاعده مستثنی شده و مشمول اعطای امتیاز دولتی به صورت تبعیض‌آمیز شده‌اند که قطع به یقین موجب اختلال در رقابت خواهد شد.

به گواه گزارشات دریافتی از فعالان اقتصادی، به دلیل نبود توانایی شبکه رسمی تأمین ارز جهت تأمین نیازهای ارزی واردات در مهلت یک‌ماهه، واردکنندگان بارها ناچار به تمدید درخواست تخصیص ارز هستند. مطابق نرخ‌های مطرح شده جهت مسدودسازی، واردکنندگان به موجب نبود توانایی شبکه رسمی تأمین ارز که تحت کنترل ایشان نیست، باید مبالغ مسدودی را به دفعات افزایش دهند که مصداق تحمیل تکلیف مالایطاق است. علاوه بر این افزایش مسدودی و عدم توانایی شبکه رسمی تأمین ارز ضمن افزایش خواب سرمایه از یکسو موجبات افزایش قیمت تمام شده و از سوی دیگر افزایش قیمت محصول و در نهایت افزایش



بنگاه‌های اقتصادی شده است. این موضوع در خصوص واردات مواد اولیه اثرگذارتر واقع شده و عملاً زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی را دچار بحران کرده است. علاوه بر مشکلات مورد اشاره مشکلات تأمین و تخصیص ارز کالاهای اساسی موارد دیگری را رقم زده که متأسفانه حل و فصل آن‌ها در اختیار تجار نیست به گونه‌ای که از کار افتادگی زیر ساخت‌ها مخصوصاً در حوزه حمل و نقل و انرژی را در پی داشته و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران نیز بدون هیچگونه اطلاع قبلی تخصیص کد برای تأمین ارز امور خدماتی شرکت‌های هواپیمایی از جمله هزینه‌های سوخت، ناوبری، هندلینگ، لندینگ، سیمولاتور و ... را متوقف کرده است و به دلیل عدم امکان پرداخت هزینه‌های یاد شده در فرودگاه‌های کشورهای مقاصد شرکت‌های ایرانی احتمال عدم ارائه سرویس و قطع پروازها متصور است، ضمن اینکه تخصیص ارز ثبت سفارش در سامانه جامع تجارت نیز با تاخیر قریب به دو ماه صورت می‌گیرد که باتوجه به ضرورت سرعت عمل در تأمین ارز برای عملیاتی نگهداشتن هواپیماها مشکلات زیادی برای شرکت‌های هواپیمایی را در پی دارد.

بر همین اساس؛ در برخی صنایع هیچ یک از حلقه‌های زنجیره تأمین از امتیاز ارزی از جمله ارز ترجیحی یا نیمایی برخوردار نیست و تهیه مواد اولیه در همه مراحل با نرخ ارز آزاد انجام می‌گیرد. لذا فروش ارز حاصل از صادرات با نرخ جز ارز آزاد غیرمنصفانه و فاقد توجیه اقتصادی است.

به دلیل تشدید تحریم‌ها در برخی موارد امکان عقد قرارداد فروش و یا گشایش اعتبار وجود ندارد و صادرکنندگان، محصولات خود را به صورت امانی به بازارهای هدف صادر می‌کنند که پس از کسر کمیسیون و هزینه حمل و نقل و ... مانده آن را از طریق صراف‌های محلی به صورت ریالی وارد می‌کنند.

برای تسهیل این امر بانک‌های ایرانی می‌توانستند در کشورهای حوزه خلیج فارس و در دوران تحریم‌ها، راهکار مناسبی جهت اخذ ارز صادرکنندگان و پرداخت ریالی آن در کشور انجام دهند و یا چند صرافی که مورد تایید بانک مرکزی است به صادرکنندگان معرفی کنند و ارز حاصل از صادرات را اخذ کرده و به حساب صادرکنندگان ریال واریز نمایند که این اتفاق انجام نشد. متأسفانه با این اتفاق در بسیاری از موارد، مسئله‌ای خارج از کنترل فعالان اقتصادی باعث عدم ایفای تعهدات ارزی ایشان در حوزه صادرات شده است.

پس از کش و قوس‌های فراوان و پیگیری‌های متعدد و مساعدت سازمان توسعه تجارت و

تا ۱۴۰۰ و در نهایت قانون بودجه سال ۱۴۰۱ کشور منعکس شد. مطابق بسته سیاست ارزی امکان واردات در مقابل صادرات خود نیز فراهم بود، اما تنها به دلیل عدم وجود زیرساخت ثبت صادرات خدمات فنی و مهندسی در سامانه توسعه تجارت عملاً امکان تهاتر سیستمی مقدور نشد.

همچنین تعریف دقیقی برای اتمام پروژه وجود ندارد و در تاریخ خاتمه قرارداد الزاماً مقارن با زمان وصول درآمد نیست.

با این اوصاف و پس از پیگیری‌های متعدد و مساعدت سازمان توسعه تجارت و بانک مرکزی مصوبه کمیته اقدام ارزی در راستای امکان استفاده از واردات کالا و تجهیزات از محل صادرات خدمات مهندسی صادر شد و با توجه به پیچیدگی شرایط صادرات خدمات فنی و مهندسی همچنان در دست بررسی صدور تغییرات متناسب در سامانه جامع تجارت میباشد و عملیاتی نشده است.

بنابراین قانون بهبود مستمر کسب و کار بخش دولتی با نظرخواهی از فعالان و متخصصان بخش خصوصی می‌تواند تصمیمات جامع‌تری را اتخاذ نماید و بسیاری از چالش‌های حال حاضر را به حداقل برساند.

نرخ ارز متناسب با تورم و رشد نقدینگی شناور باشد. سیاست تک نرخ شناور اجرا شود و در صورت نیاز صنایع در موارد خاص، یارانه به شکل دیگری در اختیار آنها قرار گیرد.

بانک مرکزی مصوبه کمیته اقدام ارزی در راستای امکان استفاده از واردات کالا و تجهیزات از محل صادرات خدمات مهندسی صادر شد و با توجه به پیچیدگی شرایط صادرات خدمات فنی و مهندسی همچنان در دست بررسی صدور تغییرات متناسب در سامانه جامع تجارت است و عملیاتی نشده است.

به موجب بند ۴ ماده ۱۵ آیین نامه اجرایی تبصره ۶ بند ح ماده ۲ مکرر قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز ماشین‌آلات و تجهیزات مورد استفاده در قراردادهای F.C.P.E و T.O.B تا زمان اتمام طرح پروژه معاف از ایفای تعهدات ارزی است، لیکن از یک سو درآمد ارائه خدمات پیمانکاری برای سال‌های قبل از تحویل قطعی پروژه بر اساس روش کار شناسایی می‌شود. از سوی دیگر به دلیل تحریم‌های اقتصادی در سال‌های اخیر بسیاری از پروژه‌ها چندین سال پس از زمان تعیین شده در قرارداد به پایان می‌رسند و یا دربرخی موارد ناتمام باقی مانده و منجر به فسخ می‌شوند لذا هیچگونه درآمدی برای آن‌ها قابل وصول نبوده و رفع تعهد ارزی امکان‌پذیر نمی‌باشد.

از دیگر مشکلات در این بخش و براساس پیگیری‌های سازمان توسعه تجارت در سنوات گذشته، در نهایت با الزام بازگشت ۱۰ درصد ارز مربوطه به سیستم بانکی موافقت و در بسته سیاست‌های ارز حاصل از صادرات سنوات ۱۳۹۷

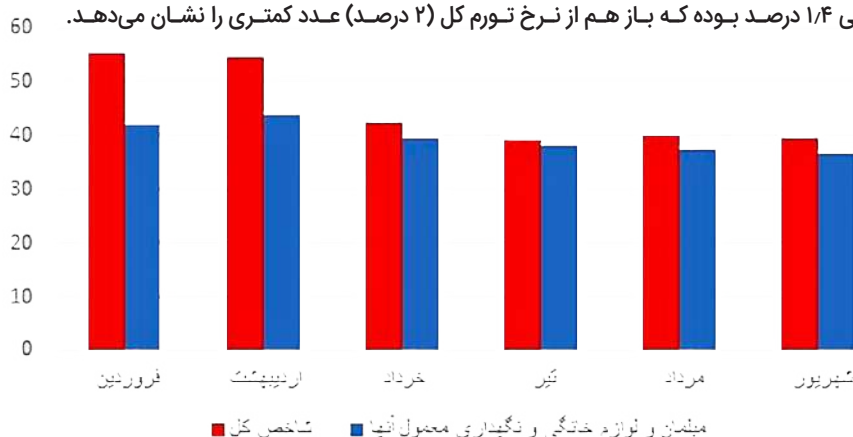
بازدید مدیرعامل فرابورس از کارخانه صنایع الکترونیک مادیران

«محمدعلی شیرازی» مدیرعامل فرابورس و سیدمهدی علم‌الهدی معاون پذیرش این شرکت برای آشنایی نزدیک با توانمندی‌ها و نقاط قوت شرکت صنایع الکترونیک مادیران از خطوط تولید تلویزیون و خط تولید مازول این شرکت بازدید کردند. این بازدید در راستای بررسی درخواست پذیرش، درج نماد و عرضه اولیه شرکت صنایع الکترونیک مادیران در فرابورس ایران انجام شد.



گزارش مرکز آمار ایران طی ۶ ماه گذشته نشان می‌دهد؛ تورم لوازم خانگی کمتر از میانگین کشوری

بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، مقایسه نرخ تورم عمومی یا نقطه به نقطه در رشته محصولات لوازم خانگی و نرخ تورم کل طی ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که تورم لوازم خانگی همواره کمتر از میانگین تورم کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور بوده است. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران؛ در گزارش‌های مرکز آمار ایران که هر ماه با عنوان «شاخص قیمت مصرف کننده» منتشر می‌کند، یکی از گروه‌های کالا و خدمات مصرفی که همواره مورد بررسی قرار می‌دهد، تورم «گروه مبلمان و لوازم خانگی» است. لوازم خانگی از جمله اجناسی است که خریداران بسیاری دارد و یکی از مهم‌ترین بازارهای کشور برای محاسبه و اندازه‌گیری تورم به حساب می‌آید. طبق گزارش مرکز آمار ایران، تورم نقطه به نقطه لوازم خانگی از تیرماه سال ۱۴۰۱ و به ویژه در ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۲، هر ماه روندی نزولی را طی کرده و در اکثر ماه‌های سال جاری زیر ۴۰ درصد بوده است، این در حالی است که تورم کل طی یک سال اخیر همواره بیشتر از تورم لوازم خانگی بوده است. همچنین بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، در شهریورماه سال جاری تورم ماهانه کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور در گروه لوازم خانگی ۱/۴ درصد بوده که باز هم از نرخ تورم کل (۲ درصد) عدد کمتری را نشان می‌دهد.





بنیاد نیکوکاری سلام
شماره ثبت ۲۱۳۲۴

همت برای خدمت

قوس لبفند کودکان یتیم

بهترین هدیه برای ما ...



شماره حساب: ۷۶۲۰۰۲۰۰۸۷

شماره کارت: ۶۱۰۴۳۳۷۶۴۵۷۰۷۲۸۰

شبا: IR10 0120 0000 0000 7610 0100 77

نزد بانک ملت به نام بنیاد نیکوکاری سلام



www.salam-charity.com



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

کتاب اقتصاد سیاسی ایران

نویسنده: عباس مصلی نژاد

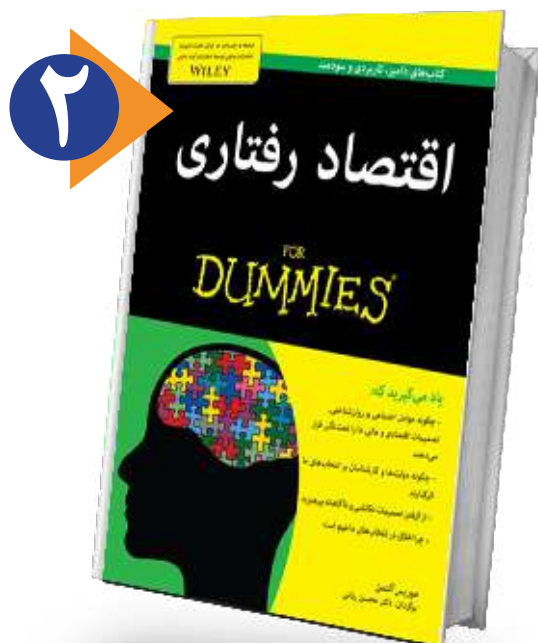
انتشارات: انتشارات دانشگاه تهران



اقتصاد سیاسی معطوف به تبیین موضوعاتی است که رابطه بین قدرت سیاسی و ضرورت‌های اقتصادی در یک جامعه را منعکس می‌سازد. بنابراین، «موضوع» اقتصاد سیاسی بحث پیرامون نحوه ارتباط میان حوزه سیاست و حوزه اقتصاد و «هدف» آن نیز ارائه تحلیل‌های اجتماعی، سیاسی و تاریخی از فرایندهای اقتصادی است. این در حالی است که هدف علم اقتصاد، بیشتر ارائه تحلیل‌های صرفاً اقتصادی از فرایندهای مذکور است.

در حالی که در سیاست و اقتصاد تحلیل کنش از واحد تحلیلی بازیگر یا کارگزار (سطح تحلیل خرد) آغاز می‌شود، در اقتصاد سیاسی مبنای تحلیل، ساختارهایی است که فعالیت‌های سیاسی و اقتصادی در چارچوب آن ساختارها (سطح تحلیل کلان) صورت می‌پذیرد. در این ارتباط، مهم‌ترین دغدغه کشورها را باید مسئله توسعه دانست. نظریه‌های توسعه ارتباط مستقیم با سازوکارهای اقتصاد سیاسی هر جامعه دارد. اگرچه مؤلفه‌های مربوط به اقتصاد جهانی بر چگونگی روند توسعه در هر کشوری از جمله ایران تأثیرگذار است، اما واقعیت آن است که شکل‌بندی‌های اقتصاد هر کشور و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر نظام اجتماعی واحدهای سیاسی را باید اصلی‌ترین عامل توسعه و همچنین تبیین نشانه‌های اقتصاد سیاسی در آن کشور دانست.

شکل‌بندی و ماهیت اقتصاد سیاسی کشورها را می‌توان براساس چگونگی برنامه‌ریزی اقتصادی و راهبردی آن کشورها ملاحظه نمود. برنامه‌ریزی را باید به عنوان یکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده رابطه اقتصاد، جامعه و ضرورت‌های کنش سیاسی دانست.



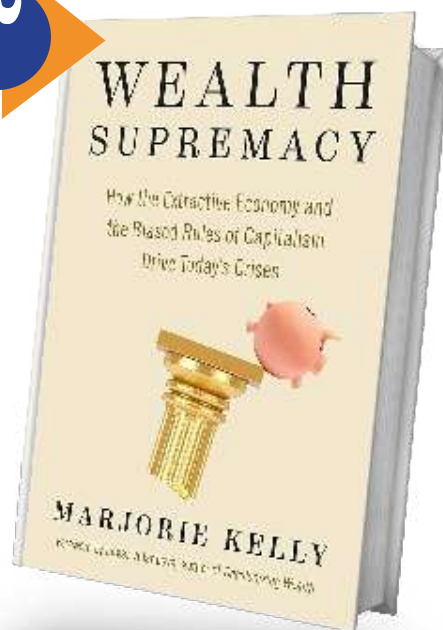
کتاب اقتصاد رفتاری

نویسنده: موریس آلتمن

انتشارات: اوند دانش

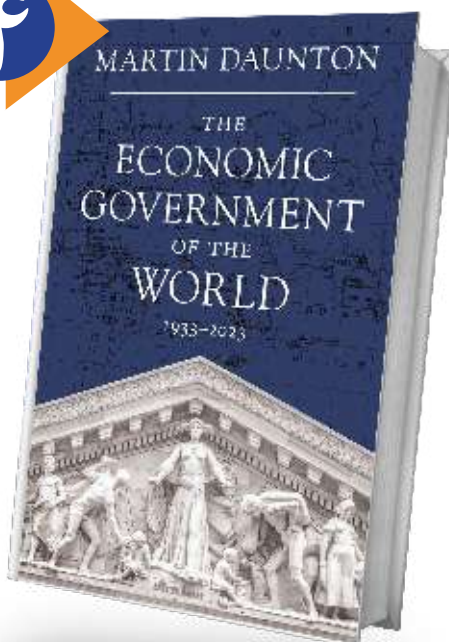
کتاب اقتصاد رفتاری نوشته موریس آلتمن است. این کتاب به بسیاری از عوامل جزئی و همچنین نه چندان جزئی را که به انتخاب‌های مالی و خرید کمک می‌کنند، بررسی می‌کند. این کتاب راهنما توضیح می‌دهد که چگونه عوامل روان شناختی و اجتماعی نظیر الگوهای غریزی، فشار اجتماعی و قالب‌بندی ذهنی می‌توانند به شدت بر تصمیم‌گیری روزمره و انتخاب‌های مالی ما اثر بگذارند. کتاب اقتصاد رفتاری بر اساس مثال‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی و مبتنی بر دنیای واقعی، بینشی ارائه می‌دهد که به سرمایه‌گذاران در پیشگیری از ارتکاب اشتباهات تکنانشی، به شرکت‌ها در درک سازکارهای نهفته در انتخاب‌های فردی و به دولت‌ها و شرکت‌های غیرانتفاعی در تصمیمات عمومی کمک کند. کتاب اقتصاد رفتاری به شکلی نوین، مختصر و کاربردی گستره وسیعی از مسائل اقتصادی را به خواننده ارائه می‌کند و مخاطب ضمن آشنایی با نظریه‌های اقتصاد رفتاری، تفاوت آن با اقتصاد متعارف را نیز خواهد شناخت. در این کتاب مباحثی از جمله چرخه‌ی کسب و کار، حباب دارایی‌ها، پس‌انداز، سرمایه، رفتار اخلاقی، انصاف، نحوه‌ی شکل‌گیری انتخاب‌ها، پیامدهای اقتصادی، حسابداری پرهیزکارانه در تصمیم‌گیری، اطمینان، پول‌دوستی، مقام و بیان می‌شود. کتاب اقتصاد رفتاری راهنما و منبعی مطمئن و قابل‌اعتماد برای افرادی

است که می‌خواهند به درک درستی از چگونه رفتار کردن در جهان واقعی برسند. همچنین اگر شما جزو افرادی هستید که به اقتصاد و وقایع اقتصادی علاقه دارید و می‌خواهید درباره‌ی کارکرد اقتصاد و مسائل اقتصادی بیشتر بدانید، این کتاب برای شما مناسب است.



Wealth Supremacy

In her new book, "Wealth Supremacy: How the Extractive Economy and the Biased Rules of Capitalism Drives Today's Crises," Marjorie Kelly of the Democracy Collaborative explains how the bias toward wealth that is woven into the very fabric of American capitalism is damaging people. A powerful analysis of how the bias towards wealth that is woven into the very fabric of American capitalism is damaging people, the economy, and the planet, and what the foundations of a new economy could be. This bold manifesto exposes seven myths underlying wealth supremacy, the bias that institutionalizes infinite extraction of wealth by and for the wealthy, and is the hidden force behind economic injustice, the climate crisis, and so many other problems of our day



The Economic Government of the World

rency warfare led to the rise of economic nationalism a retreat from globalization that culminated in war. From the Second World War came a new, liberal economic order. Squarely reflecting the interests of the West in the Cold War, liberalism faced collapse in the 1970s and was succeeded by neoliberalism, financialization, and hyper-globalization. Now, as leading nations are tackling the fallout from COVID-19 and threats of inflation, food insecurity, and climate change, Daunton calls for a return to a more just and equitable form of globalization. Western imperial powers have overwhelmingly determined the structures of world economic government, often advancing their own self-interests and leading to ruinous resource extraction, debt, poverty, and political and social instability in the Global South. He argues that while our current economic system is built upon the politics of and between the world's biggest economies, a future of global recovery and the reduction of economic inequality requires the development of multilateral institutions

In this vivid landmark history, the distinguished economic historian Martin Daunton pulls back the curtain on the institutions and individuals who have created and managed the global economy over the last ninety years, revealing how and why one economic order breaks down and another is built. During the Great Depression, trade and cur-



The greatest event of Iran's home appliance industry



Iran International
Exhibition Co



Association of Home Appliance
Manufacturers IRAN



Home Appliance Manufacturers Exhibition

23rd Tehran International Exhibition Center
25-28 October 2023



UNESCO: GOVERNMENTS MUST QUICKLY REGULATE GENERATIVE AI IN SCHOOLS



As pupils in part of the world return to school after the summer break, UNESCO is calling on governments to implement appropriate regulations and teacher training, to ensure a human-centred approach to using Generative AI in education. To this end, UNESCO publishes the first-ever global Guidance on Generative AI in Education and Research, designed to address the disruptions caused by Generative AI technologies. The first sections of the UNESCO Guidance explain what Generative AI is and how it works. The following sections elaborate on the controversies around Generative AI and their implications for education, in particular how it is worsening digital data divides. Indeed, current ChatGPT models are trained on data from online users which reflect the values and dominant social norms of the Global North.

An age limit of 13

The UNESCO Guidance then sets out seven key steps for governments should take to regulate Generative AI and establish policy frameworks for its ethical use in

education and research, including through the adoption of global, regional or national data protection and privacy standards. It also sets an age limit of 13 for the use of AI tools in the classroom and calls for teacher training on this subject.

Building on UNESCO's 2021 Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence and the 2019 Beijing Consensus on Artificial Intelligence in Education, the guidance promotes human agency, inclusion, equity, gender equality and cultural and linguistic diversity. The Guidance also responds to the concerns expressed at the first global ministerial roundtable on generative AI convened by UNESCO in May 2023.

Launch on 7 September

The guidance will be released at UNESCO headquarters during UNESCO's Digital Learning Week which gathers over 1000 participants to discuss the themes of public digital learning platforms and generative AI in education, among others. Speakers include:

Lack of governance of Gen AI in the

classroom

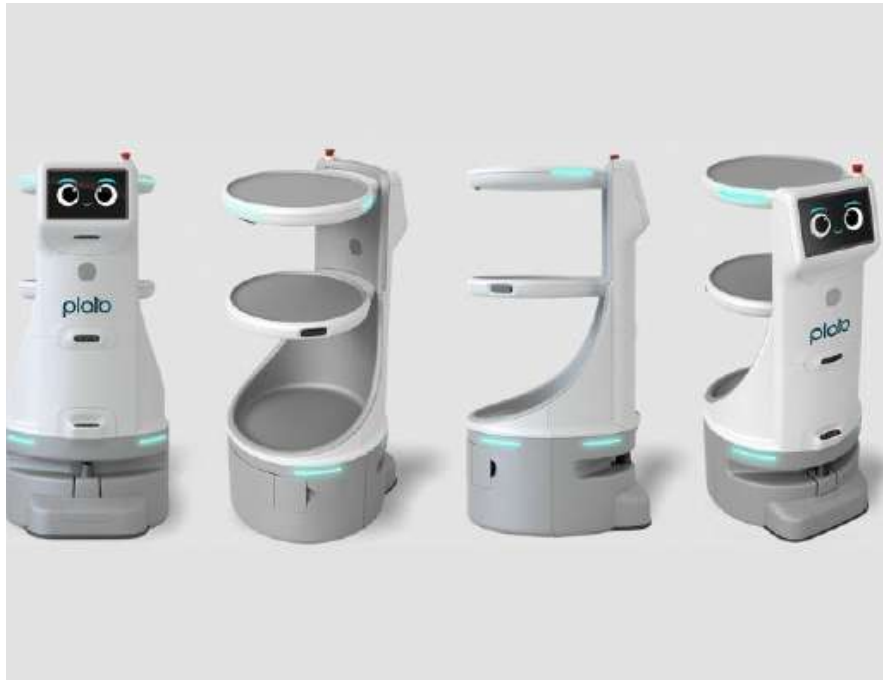
Generative AI hit public awareness in November 2022 with the launch of ChatGPT, which became the fastest growing app in history. With the power to generate outputs such as text, images, videos, music and software codes, Generative AI tools have far-reaching implications for education and research. Yet the education sector is largely unprepared for the ethical and pedagogical integration of these rapidly evolving tools. A recent UNESCO global survey of over 450 schools and universities showed that less than 10% of them had institutional policies and/or formal guidance concerning the use of generative AI applications, largely due to the absence of national regulations. In June 2023, UNESCO warned that the use of Generative AI in schools was being rolled out at too a rapid pace, with a worrying lack of public scrutiny, checks, or regulations. The Organization released a paper revealing that publishing a new textbook requires more authorizations than the use of Generative AI tools in the classroom.

TRANSFORMING DINING EXPERIENCES WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

HNR HOTEL NEWS

AI adoption is on the rise globally, including in the F&B industry, where it's streamlining processes, reducing waste, and enhancing guest experiences.

Artificial Intelligence (AI) is transforming industries across the world and as per a recent IBM report, global AI adoption is increasing steadily, reaching 35% in 2022, up four points from the previous year. The food and beverage (F&B) industry is also gradually catching up with this trend. From streamlining processes and assisting with waste management to improving guest experiences, AI is emerging as a key facilitator for the industry's growth. With the addition of Machine Learning (ML) and Big Data, this could become a game-changer for the F&B industry, with endless potential. The global market for AI in the F&B industry is expected to grow from over USD 4 bn in 2022 to nearly USD 28 bn in 2027 at a CAGR of ~44%. Currently, the most widespread application of AI in the F&B industry is the use of chatbots and apps to automate simple tasks such as responding to customer queries, taking reservations, and making online payments. These have become the norm today, even in India, and help reduce employees' time on mundane tasks, while allowing them to focus on more complex ones, a boon for an industry struggling with staffing shortages. Major quick-service restaurant (QSR) chains such as KFC and McDonald's have introduced touchscreen kiosks in their stores to reduce waiting time at counters. Moreover, companies like Starbucks, Taco Bell, and McDonald's are also testing automation tools at drive-throughs to take self-service to the next level. Globally, some of these chains are also using AI and ML to predict demand patterns and adjust menus accordingly, optimizing inventory management and reducing food wastage. This is done by analyzing historical sales data, seasonal trends, and even external factors such as local events, weather patterns, etc. Reports indicate that after deploying Dynamic Yield's personalization technology in the drive-through menus, McDonald's was able to reduce drive-through wait



times by 30 seconds. Besides this, companies like Starbucks utilize AI and ML to personalize customer experiences through customized recommendations and offers. Not only that, but several chains are also using generative AI, such as the popular ChatGPT, to boost their marketing efforts by reaching out to the right target market. Generative AI is also being used to create unique and innovative recipes and menus by exploring unconventional flavor combinations and cooking techniques. For instance, the Axelrad Bar in Houston recently generated an entire cocktail menu using this tool, while the Sydney-based restaurant, Rafi, introduced Luminary, an AI-generated pop-up concept.

In a futuristic twist to dining, some chains such as Chipotle and CaliBurger have gone a step ahead and are using robots in the cooking process which reduces prep time. Dominos, on the other hand, is using bots for pizza delivery. Robot waiters have also made an appearance across the world. The Yellow House Restaurant with outlets in Jaipur and Noida and the Robot Restaurant in Chennai are some restaurants in India embracing AI. AI offers a myriad of applications within the restaurant industry, and while some may appear tailored for large QSR chains, there are several AI-driven solutions that can benefit fine dining establishments, stand-alone restaurants, and smaller chains alike. From optimizing menu offerings, streamlining operations, and reducing food wastage to enhancing customer experiences, AI can facilitate all types of F&B businesses to thrive in today's competitive world. However, it's essential to understand that the integration of AI into restaurant operations does not imply redundancy for the human workforce. While AI excels in tasks such as predictive analysis, operational optimization, and process automation, there are aspects of hospitality and dining that are still distinctively human. For instance, a robot cannot mimic the subtle art of tasting and creating dishes like a human chef, and neither can it replace the warmth and hospitality of the human waitstaff. It's this fusion of technology and human connection that promises to enrich dining experiences going forward.

The Canton Fair is divided into three phases, each focusing on specific product categories:

- **Phase 1:** This phase typically covers electronics and home appliances, lighting, machinery, hardware tools, and building materials.

- **Phase 2:** Phase 2 focuses on consumer goods, gifts, and home decorations. Products in this phase include textiles and garments, footwear, bags, and daily-use products.

- **Phase 3:** Phase 3 encompasses textiles and garments, office supplies, cases and bags, recreation products, medical devices, and health products.

2. Duration:

Each phase of the Canton Fair lasts approximately five days, making the entire fair span around three weeks. The fair is typically held twice a year, once in the spring and once in the autumn.

3. Location:

The Canton Fair is held at the China Import and Export Fair Complex in Guangzhou, Guangdong Province, China. This complex is one of the largest and most modern exhibition centers in the world, equipped with state-of-the-art facilities.

4. Booths and Exhibitors:

- The fair features thousands of exhibitors, including Chinese and international companies. Exhibitors showcase their

products in well-designed booths within the fair complex.

- Booths are organized by product categories, making it easier for buyers to navigate and find the specific products they are interested in.

5. Registration:

- To attend the Canton Fair, participants must register in advance. There are different registration categories for buyers and exhibitors.

- Buyers can register online through the fair's official website or register in person at the fair complex.

6. Online and Virtual Exhibitions:

In recent years, the Canton Fair has embraced digitalization by offering online and virtual exhibition options. This has allowed international buyers who cannot attend in person to participate remotely, view products, and interact with exhibitors via online platforms.

7. Buyer Services:

The organizers of the Canton Fair provide various services to facilitate a smooth experience for buyers, including:

- Interpretation and translation services to overcome language barriers.
- Shuttle buses and transportation options to and from the fair complex.
- Hotels and accommodations assistance for attendees.
- Dining options and food courts within

the fair complex.

- Business matchmaking services to connect buyers with suitable suppliers.

8. Seminars and Events:

Throughout the duration of the fair, there are often seminars, forums, and events covering industry trends, market analysis, and business opportunities. These events provide valuable insights for participants.

9. Business Center:

The fair complex includes a business center equipped with amenities such as meeting rooms, internet access, and office services to assist buyers and exhibitors with their business needs.

10. Transactions and Negotiations:

The primary purpose of the Canton Fair is for buyers to source products and negotiate deals with suppliers. It's common for business transactions to occur on-site during the fair, with agreements reached between buyers and exhibitors.

In summary, the Canton Fair follows a well-structured format and organization to ensure that buyers and exhibitors can efficiently navigate the event, explore products, and engage in business negotiations. The fair's focus on categorizing products by phase and offering additional services enhances its effectiveness as a platform for international trade and business collaboration.

continue serving as a vital platform even during times of travel restrictions and global challenges, such as the COVID19-pandemic.

9. Promoting Sustainable Trade:

In recent years, the fair has placed an increasing emphasis on sustainability and green technologies. This reflects global trends towards environmentally friendly practices and aligns with China's commitment to sustainable development. In summary, the Canton Fair's significance lies in its role as a catalyst for international trade, a showcase for Chinese manufacturing prowess, and a platform for global business collaboration. It has not only contributed to China's economic growth but has also played a critical role in shaping the global trade landscape. The Canton Fair features a wide range of brands and products across various industries, making it difficult to pinpoint specific "best" brands. However, I can provide you with an overview of some notable industries and product categories typically showcased at the fair, along with examples of well-known Chinese brands and products in those categories:

1. Electronics and Technology:

- Brands: Huawei, Xiaomi, Lenovo, DJI, TCL, Haier, Oppo, Vivo, ZTE.
- Products: Smartphones, laptops, televisions, home appliances, drones, consumer electronics, and accessories.

2. Textiles and Garments:

- Brands: Li-Ning, Anta, Bosideng, Youngor, Metersbonwe, HLA.
- Products: Clothing, fabrics, sportswear, fashion accessories, and textile machinery.

3. Machinery and Industrial Equipment:

- Brands: Sany, Zoomlion, XCMG, Huawei, CRRC, Haier.
- Products: Construction machinery, industrial robots, agricultural equipment, manufacturing machinery, and heavy-duty vehicles.

4. Home and Furniture:

- Brands: Sunon, Oppein, Kinwai, Red Apple, Kuka, Midea.
- Products: Furniture, home decor, kitchen appliances, lighting fixtures, and household goods.

5. Automotive and Transportation:

- Brands: BYD, Geely, Great Wall Motors, NIO, XPeng Motors.
- Products: Passenger vehicles, electric cars, automotive parts, and transportation-related technologies.

6. Consumer Goods:

- Brands: Wahaha, Mengniu, Li Ning, Wuliangye, Moutai.
- Products: Food and beverages, cosmetics, health products, and alcoholic beverages.

7. Building Materials:

- Brands: Saint-Gobain, Conch, CNBM, BBMG, JinkoSolar.
- Products: Construction materials, solar panels, building hardware, and energy-efficient technologies.

8. Health and Medical Products:

- Brands: Mindray, Wego, Sinocare, BYD, Neusoft Medical.
- Products: Medical devices, diagnostic equipment, pharmaceuticals, and healthcare innovations.

9. Green and Sustainable Technologies:

- Brands: Envision, CATL, GCL, Longi Solar, BYD.
- Products: Renewable energy solutions, solar panels, energy-efficient appliances, and green technologies.

10. Innovative Startups:

The Canton Fair also showcases emerging and innovative companies, making it a platform for startups to introduce new and disruptive products across various industries.

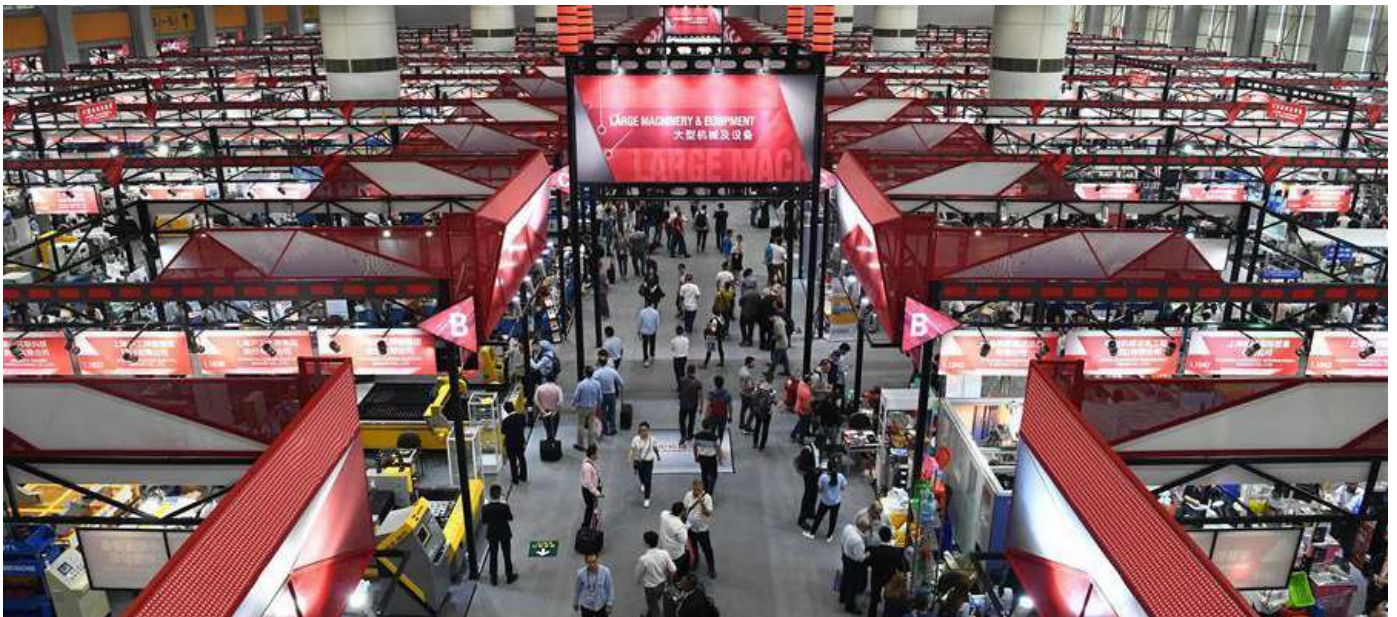
Please note that the Canton Fair is a dynamic event, and the participation of specific brands and the popularity of certain products may change from one session to another. Additionally, the fair often includes products and brands from international exhibitors, adding to its global diversity.

If you are interested in specific brands or products at a particular session of the Canton Fair, it's advisable to check the fair's official website or contact the organizers for the most up-to-date information.

The Canton Fair is a well-organized event with a structured format to facilitate productive interactions between exhibitors and buyers. Here is an overview of the format and organization of the Canton Fair:

1. Phases and Product Categories:





exhibitions, making it more accessible to international participants, especially during times of travel restrictions, such as the COVID19- pandemic.

7. Biannual Sessions:

- The Canton Fair is held twice a year, typically in the spring and autumn, with each session spanning several weeks. These sessions are organized into phases based on product categories, allowing participants to focus on their specific areas of interest.

In summary, the Canton Fair has a rich history that parallels China's economic development and its integration into the global economy. It has evolved from a modest trade event in the 1950s into one of the world's largest and most influential trade fairs, playing a pivotal role in promoting international trade and economic cooperation between China and the rest of the world.

The significance of the Canton Fair, also known as the China Import and Export Fair, extends beyond its size and history. It holds a prominent place in the world of international trade and business for several compelling reasons:

1. Global Trade Facilitator:

The Canton Fair serves as a bridge between China, one of the world's largest

manufacturing and trading nations, and the international business community. It provides a platform for foreign buyers and sellers to interact and engage in trade transactions. This is particularly crucial given China's role as a global manufacturing hub.

2. Showcasing Chinese Manufacturing:

The fair showcases a vast array of products from various industries, ranging from electronics and machinery to textiles and consumer goods. It allows Chinese manufacturers to exhibit their products to a global audience, demonstrating the quality, innovation, and diversity of Chinese manufacturing capabilities.

3. Market Entry for Foreign Companies:

For foreign companies seeking access to the Chinese market, the Canton Fair is a strategic entry point. It enables them to connect with Chinese distributors, retailers, and partners, facilitating market penetration. This is especially vital given China's burgeoning middle class and growing consumer market.

4. Technology and Innovation Hub:

The fair has been instrumental in introducing new technologies and innovations to the global market. It is often a platform for the launch of cutting-

edge products, making it an important event for businesses looking to stay at the forefront of their industries.

5. Economic Impact:

The Canton Fair has made a significant contribution to China's economic development. It has played a pivotal role in boosting Chinese exports, attracting foreign direct investment (FDI), and supporting the growth of small and medium-sized enterprises (SMEs) in China.

6. Cultural Exchange:

Beyond economics, the fair facilitates cultural exchange and understanding among people from diverse backgrounds. It fosters international cooperation and friendships by bringing together individuals and businesses from different countries and regions.

7. Policy Insights:

The fair also serves as an indicator of China's economic policies and priorities. The themes and industries emphasized at each fair can provide insights into China's development strategies and areas of focus.

8. Virtual and Hybrid Experiences:

The Canton Fair has adapted to changing times by incorporating virtual and hybrid elements. This flexibility has allowed it to

The Canton Fair typically consists of three phases:

- **Phase 1:** Features electronics and home appliances, lighting, machinery, and hardware tools.
- **Phase 2:** Focuses on consumer goods, gifts, and home decorations.
- **Phase 3:** Includes textiles and garments, shoes, office supplies, and recreation products.

Each phase is held over several days, and participants can attend the phases that align with their business interests.

In summary, the Canton Fair is a historically significant international trade exhibition that has played a crucial role in connecting Chinese manufacturers with global buyers. It has contributed to China's economic growth and serves as a platform for showcasing a wide range of products from various industries. While it's not possible to list specific "best brands" due to the vast array of products on display, the fair is known for hosting top-quality suppliers and manufacturers across numerous sectors. let's delve deeper into the history of the Canton Fair, also known as the China Import and Export Fair:

1. Early Years:

- 1957: The Canton Fair had its inaugural session in April 1957, held in the city of Guangzhou (formerly known as Canton), Guangdong Province, China. It was initiated as a means to promote Chinese exports and foster trade relationships with foreign partners.
- Focus on Exports: In its early years, the fair primarily emphasized Chinese exports, showcasing a wide range of products from various industries to attract international buyers. This focus was crucial for China's post-World War II recovery and economic development.

2. Growth and Expansion:

- 1960s-1970s: During the 1960s and 1970s, the Canton Fair continued to expand, attracting more participants from different countries and regions. This growth was facilitated by China's opening up to the world under the leadership of Deng Xiaoping.
- 1980s: The 1980s marked a significant turning point as the Chinese government introduced economic reforms and opened up its markets further. This led to a surge in foreign participation and investment.
- 1990s: In the 1990s, the fair continued to evolve, with increased diversification of products and industries represented. This period saw the emergence of China as a global manufacturing and exporting powerhouse.

3. Name Change and Globalization:

- 2007: In 2007, the fair underwent a name change, from the Chinese Export Commodities Fair to the China Import and Export Fair. This change reflected the fair's growing role in both imports and exports, demonstrating China's increasing appetite for foreign products.

- Global Participation: The Canton Fair became more global in terms of exhibitors and attendees, attracting businesses from around the world seeking opportunities in China's vast consumer market.

4. High-Quality Exhibitors:

- The fair has consistently attracted high-quality exhibitors, including many leading Chinese manufacturers and brands. It serves as a showcase for their products, giving them access to international markets and helping them establish global reputations.

5. Economic Impact:

- The Canton Fair has played a significant role in China's economic development. It has been instrumental in boosting Chinese exports, attracting foreign investment, and facilitating technology transfer from foreign partners.
- The fair has also contributed to the transformation of China's economy, moving from a closed, centrally planned system to a more market-oriented, export-driven model.

6. Modernization and Digitalization:

- In recent years, the Canton Fair has embraced modernization and digitalization. It has introduced online platforms and virtual



EVERY THING YOU SHOULD KNOW ABOUT CANTON FAIR

The Canton Fair, also known as the China Import and Export Fair, is one of the world's largest and most comprehensive trade exhibitions. It has a rich history dating back to the 1950s and has played a pivotal role in promoting international trade and economic cooperation between China and the rest of the world. Here is an overview of the history, significance, and key aspects of the Canton Fair:

1. History:

- **Founding:** The Canton Fair was first held in April 1957 in the city of Guangzhou, Guangdong Province, China. It was established as a platform to promote Chinese exports and facilitate trade relationships with foreign buyers.
- **Name:** Initially, it was known as the Chinese Export Commodities Fair. Later, in 2007, its name was changed to the China Import and Export Fair, reflecting its growing role in both imports and exports.
- **Frequency:** The fair is held biannually, with one session in the spring and another in the autumn. Each session lasts around three weeks.
- **Growth:** Over the years, the fair has grown significantly in size and influence. It has expanded from a few dozen countries and regions to encompass participants from around the world.

2. Significance:

- **Global Trade Hub:** The Canton Fair is considered a vital platform for international trade and business cooperation. It serves as a bridge between Chinese manufacturers and global buyers, making it easier for businesses to find suppliers and for suppliers to access international markets.
- **Marketplace for Innovations:** The fair showcases a wide range of products, including electronics, textiles, machinery, home appliances, and more. It has been a key platform for introducing new products and technologies to the global market.
- **Economic Impact:** The Canton Fair has contributed significantly to China's economic growth by boosting exports and attracting foreign investment. It has also played a role in the transformation of China from a closed economy to a major global player.

3. Best Brands and Products:

The Canton Fair features a diverse array of products and industries, making it difficult to pinpoint specific "best brands." However, it is known for hosting high-quality suppliers and manufacturers across various sectors. Some of the notable industries and products showcased at the fair include:

- **Electronics and Appliances:** China is a major hub for electronics manufacturing, and the fair often features top brands in consumer electronics, home appliances, and telecommunications.



- **Textiles and Garments:** Chinese textiles and clothing manufacturers are well-represented at the fair. You can find a wide range of clothing, fabrics, and fashion accessories.
- **Machinery and Equipment:** The fair is a hotspot for machinery and industrial equipment, including construction machinery, agricultural machinery, and manufacturing equipment.
- **Home and Furniture:** Furniture, home decor, and household goods are a significant part of the fair, with many reputable brands and manufacturers exhibiting their products.
- **Automotive and Transportation:** China's automotive industry is on the rise, and the fair showcases automobiles, automotive parts, and transportation-related products.

4. Format and Organization:

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



www.faradid.org

info@fda.ir

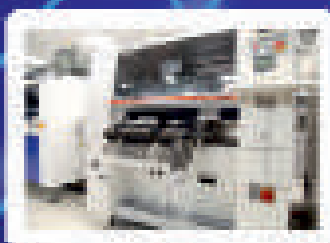
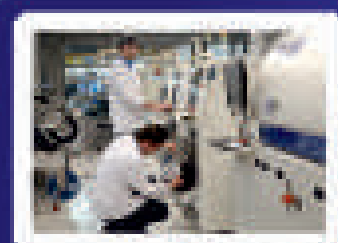
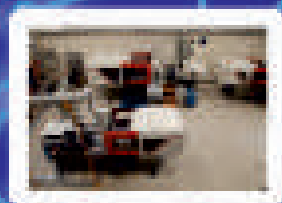
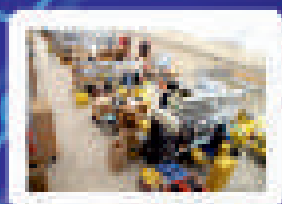
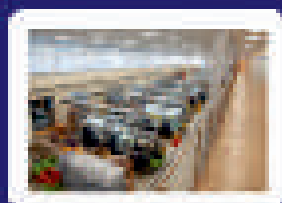
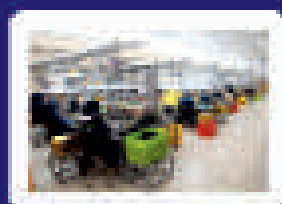
Social Networks : +98 933 0015600

Tel : +98 21 22 85 0002 - 7

Fax : +98 21 22 85 0008

Ele ctronics

Design & Mass Production





FARA DID AFZAR®
Since 2002

Imagining the Future...

۲۰ سال

تجربه و همکاری با
برندهای مطرح صنعت

در عرصه تولید بردهای الکترونیک

قطعا اتفاقی نیست !



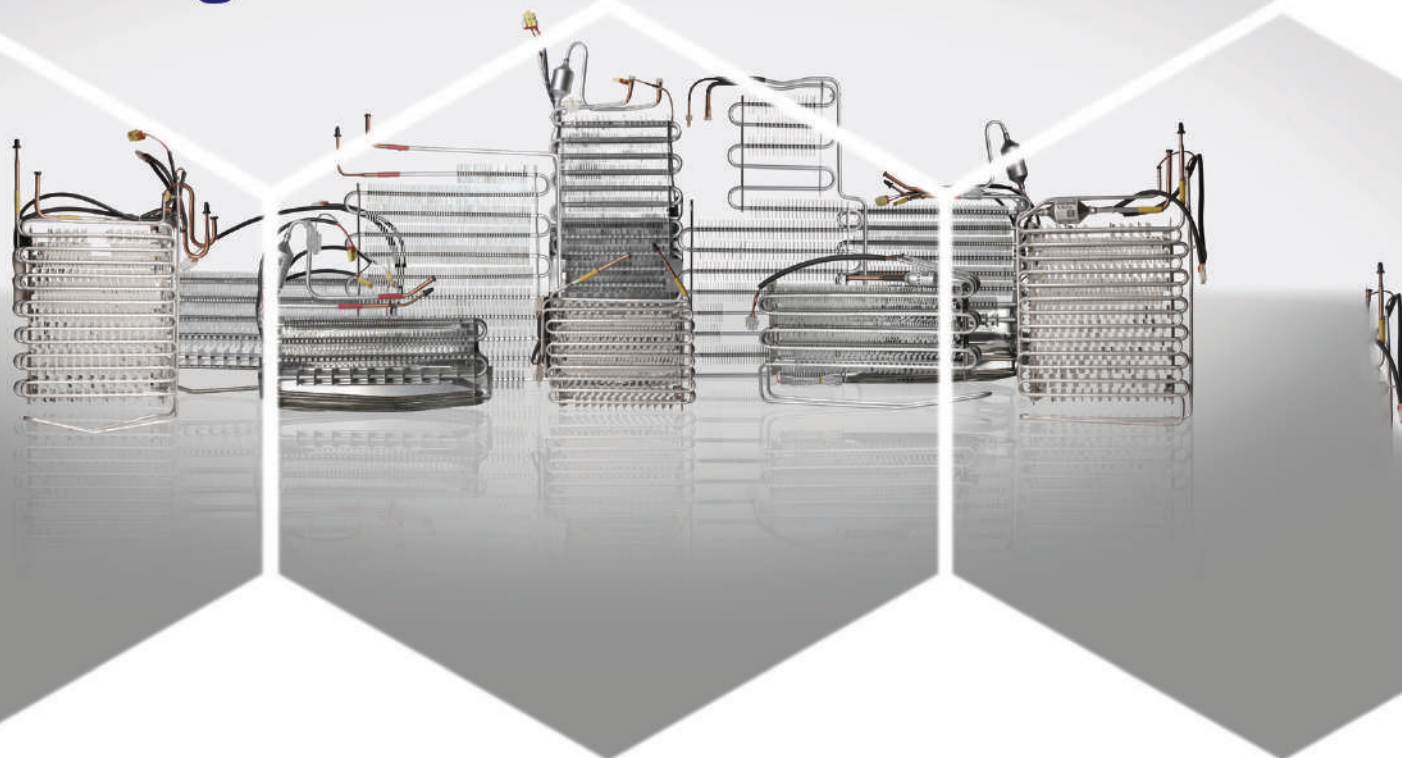
www.fda.ir

E Systems
embedded

**SMART
LINK**

**TOUCH
CONTROL**

Silent



آمن صنعت ، کیفیت پنهان محصولات شماست

- ✓ **بزرگترین تولید کننده اواپراتور، نوفر است به همراه المنت در ایران**
- ✓ **۳۰ سال سابقه در زمینه تولید قطعات برودتی لوازم خانگی**
- ✓ **عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران**
- ✓ **دارای گواهینامه های بین المللی ISO 9001 و ISO 10004 از شرکت QAL انگلستان**
- ✓ **دارای نشان استاندارد اروپا CE**
- ✓ **دارای استاندارد کارخانه ای به تایید شرکت بازرسی مهندسی ایران iei**



شرکت بازرسی مهندسی ایران
Iran Engineering Inspection Co.



آدرس: تهران-کیلومتر ۲۵ جاده خاوران - پاکدشت - خیابان یادگار امام جنوبی - شماره ۹
تلفن: ۰۲۱-۳۶۶۶۱۰۱-۱ info@amensanat.com www.AmenSanat.Com

آبسال

اونیورسال سابق (تأسیس ۱۳۳۵)

همه سال با آبسال



Aabsal

فروش مرکزی: ۷۷۴۵۵۰۹۵ - ۷۷۴۵۱۰۹۴

www.Aabsalco.com