

۳ چرا واردات لوازم خانگی در شرایط فعلی
به صلاح نیست؟

۲ امروز و فردای صنعت لوازم خانگی

۵۲ بوتان
«صادرکننده ممتاز ملی» شد



۷۲ فعالیت های اقتصادی
روی دست انداز
قوانین ناگهانی و غیرکارشناسی

۴ از افتتاحیه ی متفاوت تا
برنامه های محتوایی امیدآفرین

هامکس ۱۴۰۲:
سه رونمایی ویژه در صنعت لوازم خانگی:

۳۳ «سامانه اشتغال زایی و به هم رسانی

کارجویان و کارفرمایان»

۳۸ «سند سیاستی»

۴۰ جایزه ملی «نوآوری و فناوری»

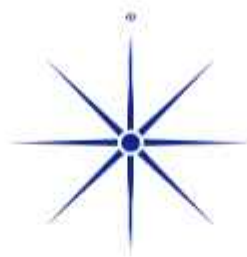
۱۴ هامکس ۱۴۰۲:

میزبان تورهای صنعتی-فرهنگی
راهیان پیشرفت



99

Exploring Successful Student Camps Around the World



PARLAR

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

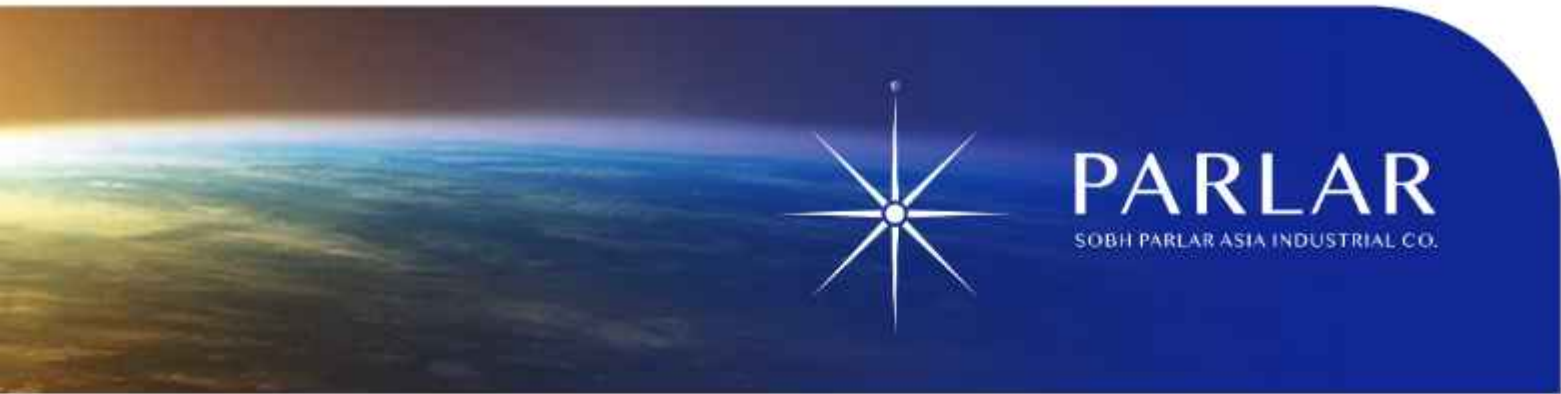
ما **بزرگترین** تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در **منطقه** هستیم

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

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

 info@parlar.ir

 www.parlar.ir



پارلار، طلوع نوآوری...

تایمر الکترونیکی و کنترلر
اجاق گاز و فر



نمایشگر و کنترلر
هود



نمایشگر و کنترلر
یخچال



نمایشگر و کنترلر
کولر آبی و گازی



کنترل اتوماتیک
پکیج های گرمایشی



نمایشگر و کنترلر
ماشین لباسشویی



محصولات
خودرویی



ما بزرگترین تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در منطقه هستیم



واحد برتر و نمونه کشوری
در سال ۱۴۰۵



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

تلفن: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۵۵۵۵ فکس: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۱۴۹۳۵۴

Info@parlar.ir

www.parlar.ir



EMERSUN

BEAUTIFUL | PIONEER | RELIABLE



KATRINK

COMING SOON...

تلفن پشتیبانی: ۱۶۳۹

www.emersun.com



TAKBAN

CONTROL ENERGY



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳



۱۳۹۸



۱۳۹۹

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

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

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

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

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

THERMOSTATIC
RADIATOR VALVE

دو سال گارانتی

ایران

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

%20
Energy Saving

۲۲ ماه گارانتی



TRV

www.takban.com



محمول جدید



ترموستات دیجیتال یخچالی



TAKBAN
CONTROL ENERGY



پارچ شیشه ای 1.5 لیتری ، دو مدل ساده و شیاردار



NEW PRODUCTS



ISO 9001
2004

limon
KITCHENWARE



STYLISH & SIMPLE DESIGN

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

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

سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۲۲۴۱

www.limonware.com

ما کا جلسہ میری کنسم!





SENATOR

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



تلفن دفتر مرکزی

021 777 222 82

آدرس دفتر مرکزی

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

آدرس کارخانه

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



www.senator.co.ir

tulip

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



 zarsab

 ۰۲۱-۸۸۷۶۱۳۶۴



ناب استیل

با ضمانت ناب-رویس

© 021-2708

📷 nabsteel

NAB
STEEL

www.nabsteel.ir

Kachiran
SINCE 1981

Rose

MODEL: 232



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

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



SAMSUNY COMPANY

Manufacturer of steel plates



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

 [samsuny_shapour](#)

 [samsuny_shapour](#)

Address :

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

Tel :

021-56392011

021-56390172

Mob :

09121243827

09121434614

09126002735

سیماران



دربازکن های تصویری

VIDEO DOORPHONE



لامپ و چراغ LED

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



دربازکن تصویری

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



درب اتوماتیک

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



دوربین مدار بسته

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

www.simaran.com

simaran.electronic

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

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۳۸۴۰۰ فکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۵۰۷۳

سیمارانت

لوازم خانگی
HOME APPLIANCES



Simaran

Vitally

گرید A انرژی

گروه صنعتی اعتماد

Etemad Industrial Group

اولین تولید کننده

سرشعله های آلومینیومی در ایران

بیش از نیم قرن تجربه



سرشعله های سری H

گرید A انرژی

با قابلیت مونتاژ بر روی صفحه های با پانچ سری ۲

بدون تغییر در فتک 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

۰۲۱۳۳۴۵۷۴۱۲۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۲۱۷۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۵۰۹۰

۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۶

Vitally

پیشرو در کیفیت و نوآوری



Electro Techno Tak

Design and Production of Resistance Welding Machinery



الکترو تکنوتک

طراحی و تولید انواع دستگاه های جوش مقاومتی

مخصوص تولیدات صنایع لوازم خانگی



با نیم قرن تجربه
میراثی ماندگار در صنعت جوش



پرس جوش
Projection Welding



مش جوش
Mesh Welding



جوش سر به سر
Butt Welding



نقطه جوش
Spot Welding



جوش جرقه ای
Flash Butt Welding



درز جوش
Seam Welding



سری S



www.electrotechnotak.com
info@electrotechnotak.com

Factory: No.14, Haghighat Alley, Mohammadian St., End of Rajae 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، نبش خیابان محمدیان، پلاک 14
کد پستی: 1887865114 تلفکس: 55232432-6

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 - ۸۵۴۰-۸۸۳۰۸۵۴۰ - ۴۵۴۳-۸۸۳۰ فکس: ۷۳۸-۸۸۸۴۰



بینش عمیق، پیش بینی دقیق داشبورد مدیریتی شماران سیستم



SCAN ME



شماران سیستم

shomaran system

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

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



KITCHENWARE



 @homara_ir



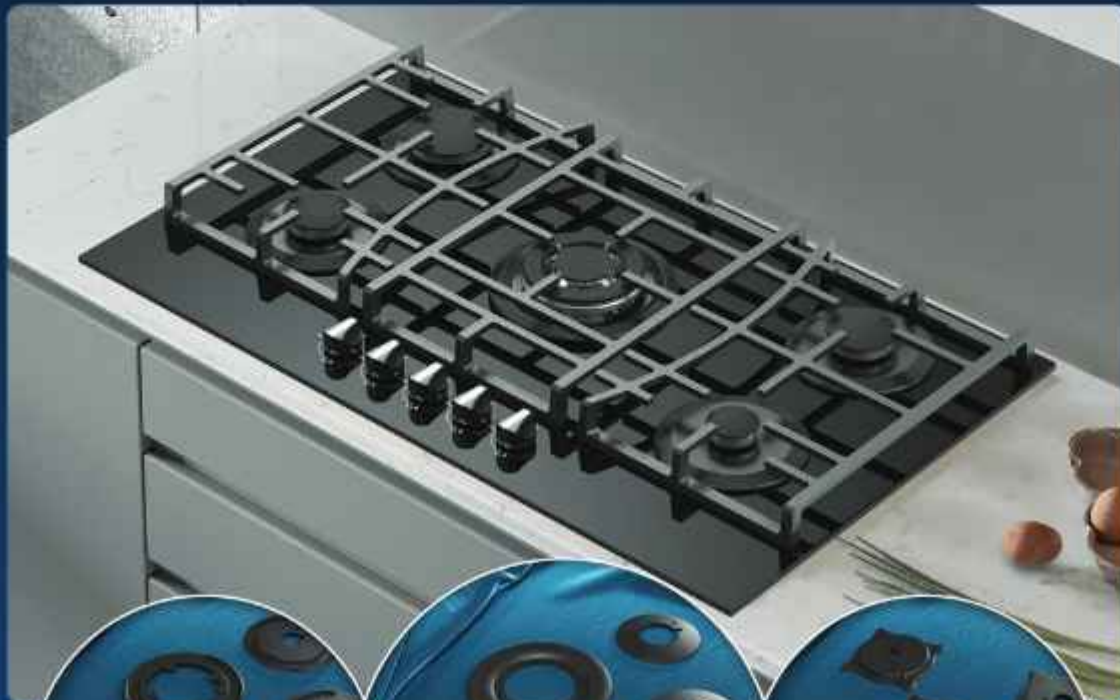
| تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه |

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

 @homara_ir

POUYA SANAT AKO PARDIS

HOME APPLIANCES



شرکت تولیدی پویا صنعت آکو پردیس

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

 pouya.sanat@yahoo.com

 More information call us

09123542824

فریاد مدیر عامل

09123871929

جهانبخش مدیر فروش

09383871929

جهانبخش مدیر تولید

02176216451 , 02176216473 , 02176216496

کارخانه

02176216437

فکس



بازگشت یک اسطوره

www.shahabco.ir



Hydro Active Matte Bottle with Straw _ PC

code : 307030

vol : 570 ml



 mania_co
 www.mania.ir
 mania_company
 (+98) 21 55 09 92 77
 (+98) 21 55 09 92 75



Joyce Bottle (Glass)

Small Size
code : 305120
vol : 250 ml

Big Size
code : 305125
vol : 470 ml





WILTON
KITCHEN APPLIANCES



• ۹۱۲۳۹۹۴۰۶۲

سامیار صنعت زاگرس

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

دارای موتور با استاتور ورق
سیلیس

دارای تست شعله سوزنی
تمام قطعات پلاستیکی

دارای سیم مس با کلاس
حرارتی H

دارای خازن وارداتی
p۲ واقعی

دارای دوسال گارانتی
تعویض با یک محصول نو



دفتر تهران

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

کارخانه

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

02188800225



www.samyargroup.com



@samyarsanat

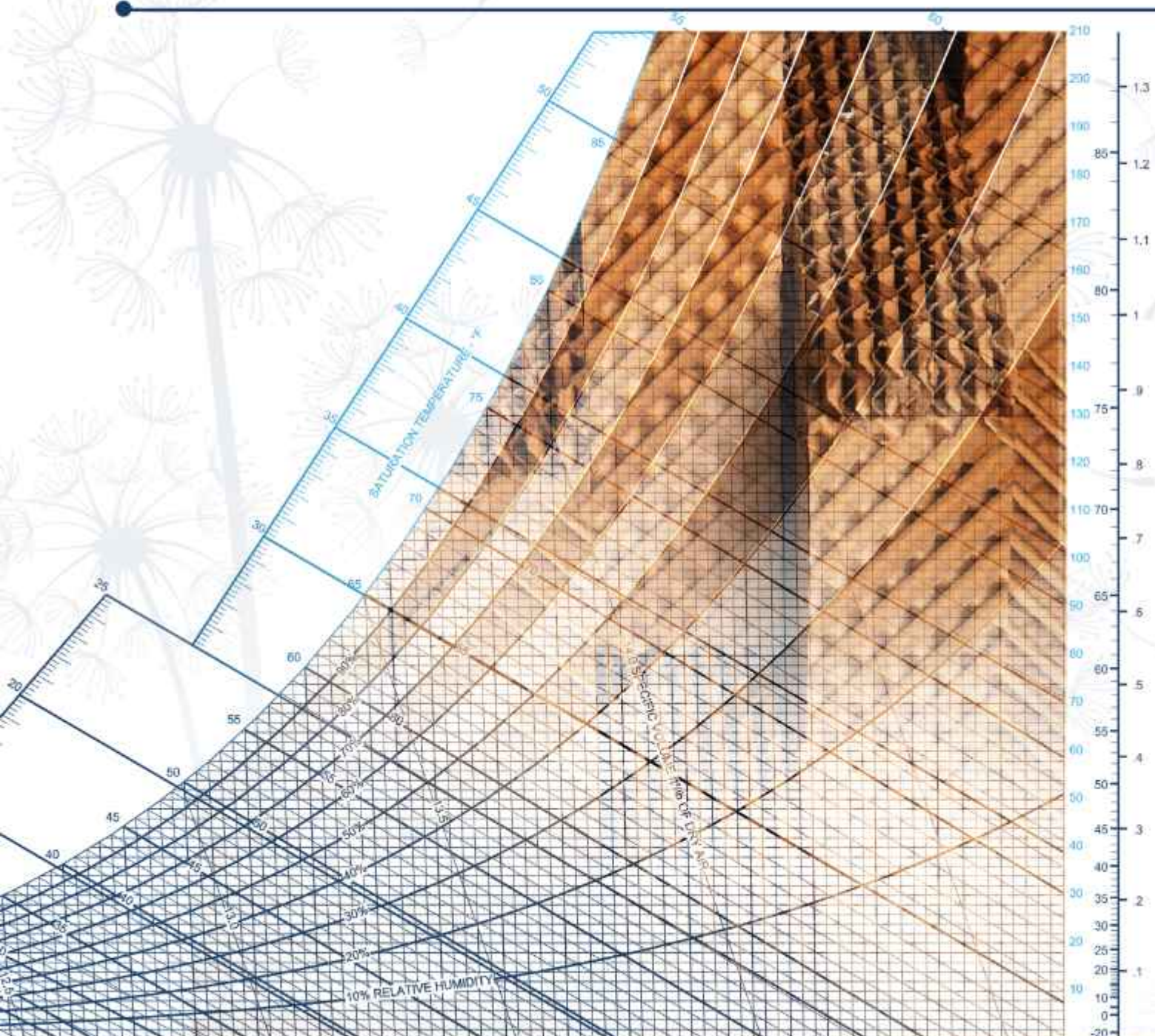


ما را در اینستاگرام دنبال کنید.

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

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

کولان سل®



koolancel.com

بزرگ‌ترین تولیدکننده‌ی پد سلولزی در خاورمیانه



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
بزرگترین و معتبرترین انجمن ملی
صنعت پیشروان لوازم خانگی کشور

آینده سازان صنایع لوازم خانگی

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

سال دوم - شماره چهاردهم - شماره پیاپی ۳۹۳ - آبان ۱۴۰۲ - قیمت ۸۵۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

سردبیر: فرشاد براتی

شورای سیاست گذاری:

علیرضا محمدی دانیالی، عباس هاشمی، فرشاد براتی

محمدحسین تهرانی، محمود قهاری، سام ادیب

داوود نوده فراهانی

تحریریه: اکرم فیض آبادی، اعظم زندیه، محمد سعید زارع

امور هنری و فنی: سیما محمدی

امور اجرایی: نرگس قیاسوند

امور بازرگانی: شبنم شهلا

چاپ: آیین چاپ تابان

توزیع: علی یوسفی، میر سلیم هدایتی

نشانی دفتر نشریه: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی

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

کد پستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

شماره های اجتماعی: ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

جذب آگهی: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۱)

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

پيامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

مخاطبان گرامی نشریه می توانند در جهت ارتقاء جایگاه این رسانه ای مکتوب، پیشنهادات و
نقطه نظرات سازنده خود را به روابط عمومی انجمن از طریق
پست الکترونیکی pr@ahamiran.com منعکس فرمایند.

نقطه نظرات و تحلیل های 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)



چون نشریه ۱۳۶۱



۲

یادداشت مدیرمسئول: امروز و فردای صنعت لوازم خانگی

۳

یادداشت: چرا واردات لوازم خانگی در شرایط فعلی به صلاح نیست؟

۴

سخن سردبیر: از افتتاحیه های متفاوت تا برنامه های محتوایی امیدآفرین

۸

اخبار هامکس ۱۴۰۲: برپایی بزرگترین رویداد سالانه صنایع لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲)

۱۲

اخبار هامکس ۱۴۰۲: صنعت لوازم خانگی صنعتی متمایز و اشتغالزا

۱۴

اخبار هامکس ۱۴۰۲: هامکس ۱۴۰۲ میزبان تورهای صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت

۱۶

اخبار هامکس ۱۴۰۲: تور دانشجویی صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت: هم افزایی تجربه و علم

۱۸

اینفوگرافیک:

۲۰

ترجمه اختصاصی

۲۴

اخبار هامکس ۱۴۰۲: اولین رویداد Tech Tour در هامکس ۱۴۰۲

۲۸

اخبار هامکس ۱۴۰۲: اولین رویداد مرور تجربه Ted Talk در صنایع لوازم خانگی ایران

۳۴

اخبار هامکس ۱۴۰۲: «میز اشتغال» حرکت نرگیز به سوی آینده

۳۶

اخبار هامکس ۱۴۰۲: نخستین رویداد بورس پنج صنعت لوازم خانگی برگزار شد

۳۸

اخبار هامکس ۱۴۰۲: با حضور وزیر صنعت از سند سیاستی صنعت لوازم خانگی رونمایی شد

۴۰

اخبار هامکس ۱۴۰۲: از تولید ویژه ملی فناوری و فناوری در صنایع لوازم خانگی ایران رونمایی شد

۴۴

اخبار هامکس ۱۴۰۲: برپایی «میز صنعت» در هامکس ۱۴۰۲

۴۸

اینفوگرافیک:

۵۲

اخبار برندها: یونسان «صادرکننده ممتاز ملی» و «واحد تولیدی نمونه کشور» شد

۵۴

مساحبه: آزادسازی واردات لوازم خانگی به نفع صنعت است؟

۶۰

اخبار برندها:

۶۵

سند سیاستی

۶۸

گزارش: رشد آرام تجارت با اگو

۷۲

گزارش: فعالیت های اقتصادی روی دست انداز قوانین ناگهانی و غیرکارشناسی

۷۶

اخبار فناوری: سیاست های ارزی بحران ساز

۸۶

گزارش: پایش ملی محیط کسب و کار در ایران

۸۸

گزارش: چالش کپی رایت در عصر هوش مصنوعی

۹۰

کتابخانه

۹۹

عنوان انگلیسی

امروز و فردای صنعت لوازم خانگی



علیرضا محمدی دانیالی

رئیس هیات مدیره انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول ماهنامه آینه صنایع لوازم خانگی

از سال ۱۳۹۷ به بعد، به دلیل تحریم‌های آمریکا، شرکت‌های لوازم خانگی مانند شرکت‌های کرمای از بازار ایران رفتند و از آن به بعد تولیدکنندگان داخلی با سرمایه‌گذاری و همکاری بیشتر توانستند جای خالی شرکت‌های خارجی را از نظر کمیت و کیفیت پر کنند. از ۹۸ به بعد رشد تولید رخ داد و رشد چهار ماهه اول امسال نسبت به چهار ماهه اول سال قبل ۱۵ درصد رشد داشته، اما مشکلات این صنعت مثل بقیه صنایع است؛ مشکلات تحریم، نبودن تیراژ ایران به FATF و در نتیجه مسائل و مشکلات مبادلات بانکی، مشکلات شاخص‌های کلان اقتصادی مثل بالا بودن تورم و نرخ پایین رشد اقتصادی که باعث شده قدرت خرید مردم کاهش یابد؛ برای همین نیاز است توجه ویژه‌ای به این صنعت شود.

وضعیت سرمایه‌گذاری در صنعت لوازم خانگی

سرمایه‌گذاری در هر کجای جهان نیاز بسیار مبرمی به امنیت دارد. تا امنیت سرمایه‌گذاری در همه بخش‌ها در کشور ایجاد نشود، کاهش رشد سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف و خصوصاً صنایع، موضوعی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. البته در صنعت لوازم خانگی و در طول سه سال گذشته سرمایه‌گذاری رشد مناسبی داشته است. در سال ۱۳۹۸ حدود ۸ میلیون قطعه لوازم خانگی در کشور تولید می‌شد، اما خوشبختانه حالا به ۱۶ میلیون دستگاه در طول سال رسیده است. سال قبل رشد ۲۵ درصدی را ثبت کردیم و در ۴ ماه اول سال اخیر نیز رشد ۱۴ درصدی برای صنعت لوازم خانگی ایران ایجاد شده است. این آمارها نشان می‌دهد این صنعت در حال رشد بوده و بنابراین سرمایه‌گذاری در آن نیز هنوز توجیه اقتصادی دارد. این صنعت رشد کمی و کیفی داشته و این اتفاق مرهون تلاش‌های تولیدکنندگان و سرمایه‌گذارها بوده است. در این میان دولت نیز کمک‌هایی داشته که سبب این موفقیت‌ها شده است. امیدواریم که این رشد تداوم داشته باشد. اما متأسفانه تحریم‌ها و نبودن ایران به FATF، رشد بالای نقدینگی و تورم بالای ۵۰ درصد و سود بانکی ۳ درصد موانع و مشکلات کل صنعت از جمله صنعت لوازم خانگی است. در کشتی اقتصاد ایران لوازم خانگی هم قرار دارد و ما هم از آن متأثر می‌شویم. اقتصاد متر و معیار و شاخص‌های خودش را دارد. شاخص سهولت کسب‌وکار یک شاخص بین‌المللی در اقتصاد است. همچنین شاخص رقابت‌پذیری نیز همین شرایط را دارد. ما باید عادت کنیم که طبق این شاخص‌ها مسیر توسعه خود

را برنامه‌ریزی و از آن‌ها استفاده کنیم. ما صنعتگر هستیم و نمی‌توانیم حرف‌های عمومی را ملاک کار خود قرار دهیم. ما در حال حاضر در بین ۱۰ کشور دنیا با بیشترین تورم قرار داریم و درآمد سرانه ما به شدت در حال سقوط است. به همین دلیل قدرت خرید مردم ایران نیز بسیار نامناسب است. از سوی دیگر سهولت کسب‌وکار ما نیز در حال حاضر ۱۲۸ در میان ۱۹۰ کشور دنیا و رقابت‌پذیری ما هم ۹۹ در بین ۱۳۱ کشور دنیا قرار دارد! در اقتصاد دستوری نیز رتبه ۱۶۹ در میان ۱۸۴ کشور دنیا هستیم! این‌ها آمارهای وحشتناکی برای صنعتگران ایرانی هستند که در کمتر کشورهای دنیا می‌توان آنها را دید. چگونه می‌شود با این آمارها با دیگر کشورهای دنیا و خصوصاً منطقه رقابت کرد؟

رکود سنگین لوازم خانگی در بازار داخلی

در حال حاضر معضل اصلی صنعت لوازم خانگی، بازار داخلی کشور است که در طول سال‌های اخیر با رکود مواجه شده و به همین دلیل موانعی برای تولیدکنندگان ایجاد کرده و عرضه و تقاضا را تا حدودی دچار مشکل کرده است. در همین ارتباط قدرت خرید مصرف‌کننده در حال کاهش بوده و این بحرانی است که مسئولان باید به آن توجه بیشتری داشته و راه‌حلی برای آن پیدا کنند. در این بین دولت بیشتر کارهای روزمره‌اش را انجام می‌دهد و خیلی در استراتژی‌های کلان وارد نمی‌شود یا نمی‌خواهد وارد شود. استراتژی‌های کلان این است که بپذیریم رشد اقتصادی واجب است و بدون رشد اقتصادی ۸ درصد که در برنامه توسعه تعیین شده است، نمی‌شود کشور را اداره کرد و این شایه‌بیتی است که همه صنعتگران، فعالان اقتصادی،

دولت و مجلس بایستی به آن توجه کنند و بدون رشد اقتصادی توزیع فقر و کاهش درآمد نسبی فاجعه‌هایی است که هر چه دیرتر به آن برسیم عوارض بسیار خطرناک‌تری خواهد داشت. این سرطانی است که اگر امروز درمان نشود شاید دیگر نشود درمانش کرد و نیاز است به این مسئله مهم توجه کرد. در برنامه ششم توسعه به رشد اقتصادی ۸ درصد تاکید شده بود اما این نرخ اتفاق نیفتاد و سالی دو سه درصد بیشتر رشد نداریم و رشد دو سه سال قبل هم صفر یا منفی بوده است. این‌ها حقایقی است که باید به آن توجه شود تا شاید مشکلات اقتصادی کشور حل شود. بدون وجود مزیت نسبی و ارزش افزوده خودکفایی در هر رشته‌ای نه مفید است و نه به اقتصاد ملی کمک می‌کند. خودکفایی کلی و بدون برنامه و بدون دیدن شاخص‌ها و ارزش افزوده‌اش کار مفیدی نیست و هرچه بیشتر خودکفا شویم شاید ضررش بیشتر باشد؛ مثل این که آب زیادی مصرف می‌کنیم تا هندوانه تولید کنیم و یک‌دهم قیمت آبش برای صادرات به دست نمی‌آید.

در کشوری که کمبود آب دارد، تولید هندوانه و خودکفایی و صادراتش چندان عاقلانه نیست. مثال‌های فراوانی است که دیدن این مسائل چندان کمکی به ما نمی‌کند و باید تا آخر این مسائل را ببینیم و سیستمی و با برنامه‌ریزی آن را حل کنیم. البته اکنون صنعت لوازم خانگی تقریباً نیاز داخلی را تأمین کرده و شاید ظرفیت تولید داخلی بیشتر از نیاز داخلی است و در بخش کنترل ممکن است یکی دو قلم باشد که نیاز به تولید یا سرمایه‌گذاری بیشتری باشد.

چرا واردات لوازم خانگی در شرایط فعلی به صلاح نیست؟

مدتی است که مجدداً صحبت از «آزادسازی واردات لوازم خانگی» می‌شود، اما آیا واردات در شرایط فعلی به نفع کشور و تولید داخل است؟ معتقدم با توجه به محدودیت‌های منابع ارزی و مدت زمان طولانی برای تخصیص ارز موردنیاز مواد اولیه، اجزا و قطعات موردنیاز تولید که بیش از ۸۰ روز طول می‌کشد، آزادسازی واردات و هزینه‌کرد این ارز محدود برای واردات کالای نهایی، هوشمندانه نیست. در واقع آزادسازی واردات محصولات خارجی و ایجاد یک بازار رقابتی در کشور در شرایطی درست و منطقی خواهد بود که تولیدکنندگان ایرانی از امتیازات یک اقتصاد آزاد و رقابتی برخوردار باشند و اجباری به تبعیت از قیمت‌های دستوری نداشته باشند.

عباس هاشمی

مدیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

در شرایط فعلی که دولت به دنبال اقتصاد بدون نفت است، آزادسازی تاقگاهی واردات گزینه مطلوبی نخواهد بود؛ بنابراین برای واردات کالای نهایی باید یک بازه زمانی منطقی در نظر گرفته شود و بعد از ارتقای رقابت‌پذیری، توسعه خدمات پس از فروش و تثبیت جایگاه صادراتی، موضوع آزادسازی موردبررسی قرار گیرد.

از این رو، بهتر است اجازه دهیم به جای آزادسازی محصول نهایی، واردات مواد اولیه و اجزا و قطعات موردنیاز تولید لوازم خانگی تسهیل شود و بعد از مدت محدودی می‌توانیم این حمایت‌ها را به حمایت‌های مؤثر و منطقی تعرفه‌ای تبدیل کنیم.

اکنون صنعت لوازم خانگی ایران در آستانه بلوغ قرار دارد و در چنین شرایطی واردات محصولات مشابه خارجی می‌تواند این جریان رو به بلوغ را مختل و حتی نابود کند. اقلیت تولیدکنندگان موافق اقتصاد آزاد و رقابتی هستند، اما این اقتصاد آزاد باید شامل حال تولیدکنندگان داخلی هم باشد.

در اقتصاد آزاد قیمت‌گذاری دستوری جایی ندارد در حالی که اکنون تولیدکنندگان ایرانی مواد اولیه تولید را با قیمت‌های جهانی تامین می‌کنند، اما در فروش مجبور به تبعیت از قیمت دستوری هستند.

این دست موضوعات مانع توسعه تولید بوده و عامل افزایش قیمت محصول نهایی خواهند بود. همچنین بر این باور هستم که ممنوعیت واردات لوازم خانگی از سال ۱۳۹۷ کمک شایانی به این صنعت

ازجمله بحث چالش‌های تامین مواد اولیه و تامین به شکل اعتباری، کنترل تورم سالانه و کاهش سایر هزینه‌های مبتنی بر تولید مثل خدمات بیمه‌کاری بر قیمت اثر دارد. اگر واردات هم آزاد شود، ممکن است قیمت‌ها را تا حدودی متعادل کند، اما به نظر نمی‌رسد تاثیر مستقیم داشته باشد چرا که فاکتورهای اقتصادی کلان تعیین‌کننده هستند.

در این راستا می‌توان کشورهای خارجی را تشویق به مشارکت و همکاری مشترک به شکل‌های مختلف با تولیدکنندگان داخلی کرد. استقرار واحدهای تحقیق و توسعه، قالب‌های به‌روز دنیا، تحویل تجهیزات تکمیلی خط تولید و آموزش مدیران بازرگانی و تولید بهترین گزینه‌های همکاری هستند که می‌تواند در این شراکت اتفاق بیفتد.

شایان ذکر است، در شرایطی که کشورهای منطقه سالیانه بین ۳۷ تا ۳۸ میلیارد دلار لوازم خانگی وارد می‌کنند، صنعت لوازم خانگی ایران با توجه به نرخ پایین دستمزدها، مزیت‌های حمل‌ونقل، نرخ ارزان انرژی و پتانسیل این را دارد که بازار داخلی و منطقه را پوشش دهد، اما این موضوع مستلزم حذف تصمیمات خلق‌الساعه همانند آزادسازی به یکباره لوازم خانگی، بهبود فضای کسب‌وکار، تعامل سازنده اقتصادی با منطقه و جهان، اتصال سیستماتیک به زنجیره تامین و ارزش جهانی و ... است.

نمود و باعث شد تولیدکنندگان داخلی هوشمندانه از این فرصت در جهت ارتقای کمی و کیفی، توسعه خدمات پس از فروش و سایر عواملی که می‌تواند سهم بازار آن‌ها را افزایش دهد، استفاده کنند. این در حالی است که ممنوعیت واردات لوازم خانگی نمی‌تواند تا ابد ادامه داشته باشد، اما در شرایط فعلی با توجه به محدودیت‌های منابع ارزی و مدت زمان طولانی برای تخصیص ارز موردنیاز مواد اولیه، اجزا و قطعات موردنیاز تولید که بیش از ۸۰ روز طول می‌کشد، آزادسازی واردات و هزینه‌کرد این ارز محدود برای واردات کالای نهایی هوشمندانه نیست. از همین رو باید اجازه داده شود تا به جای آزادسازی محصول نهایی، تامین مواد اولیه و اجزا و قطعات موردنیاز تولید لوازم خانگی تسهیل شود و بعد از مدت محدودی می‌توانیم این حمایت‌ها را به جای محدودیت به حمایت‌های مؤثر و منطقی تعرفه‌ای تبدیل کنیم و آرام آرام به سوی آزادسازی واردات لوازم خانگی برویم. در حال حاضر باید حمایت جدی در دستور کار قرار گیرد و بعد برنامه‌ریزی شود تا بعد از زمان محدودی ممنوعیت واردات تبدیل به حمایت تعرفه‌ای شود. برخی اینگونه عنوان می‌کنند که آزادسازی واردات منجر به کاهش قیمت کالا خواهد شد این در حالی است که نمی‌توان گفت آزادسازی تاثیر چشمگیر و مستقیم بر قیمت خواهد داشت؛ چرا که قیمت به فاکتورهای دیگری وابسته است.

از افتتاحیه‌ی متفاوت تا برنامه‌های محتوایی امیدآفرین



فرشاد براتی

معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی

انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

پژوهشگر، مؤلف و مدرس علوم اجتماعی و رفتاری

نمایشگاه مرکزی برای تبادلات اطلاعات، افزایش تعاملات و دست یافتن به پدیده‌های نوین علمی، صنعتی و انتقال فناوری است. صنعت نمایشگاهی به عنوان ویتترین و ابزار معرفی توانمندی‌های کشور از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و لزوم بهره‌برداری چندوجهی از این ظرفیت و سرمایه ارزشمند ملی بیش از پیش مهم و اساسی است. با مروری بر سیر تکوینی صنعت نمایشگاهی کشور در طول بیش از چند دهه گذشته که با تولد و تعدد نمایشگاه‌های مختلف تخصصی و صنعتی همراه بوده، رشد و نقش‌آفرینی اثرگذار نماینده شایسته‌ی صنعت لوازم خانگی به عنوان یکی از سرآمدان رویدادهای تخصصی صنعتی در تقویم سالانه‌ی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و ایران قابل تأمل و تعمق است. نمایشگاهی که به همت انجمن ملی و اقتصادی صنایع لوازم خانگی ایران و با یدک کشیدن عنوان بین‌المللی به عنوان ویتترین فراگیر برای معرفی محصولات با اصالت لوازم خانگی تولیدی و صادراتی ایرانی، همه ساله مرکزی برای حضور کارآفرینان و تولیدکنندگان محصولات و قطعات متنوع لوازم خانگی بوده است. ایستگاه بیست‌وسوم نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی که برای سومین سال پیاپی، عنوان برند جدید نمایشگاهی هامکس (HAMEx) را به خود می‌بیند، از همان ابتدای شروع بارش‌های بهاری در واپسین روزهای فروردین سال ۱۴۰۲، شاهد آغاز بارش‌های موسمی و سیل‌آسای مشکلات و مصائبی بود که به یمن خورشید گرمابخش نیمه تیرماه موقتاً به پایان رسید.

نمایشگاهی که به همت انجمن ملی و اقتصادی صنایع لوازم خانگی ایران و با یدک کشیدن عنوان بین‌المللی به عنوان ویتترین فراگیر برای معرفی محصولات با اصالت لوازم خانگی تولیدی و صادراتی ایرانی، همه ساله مرکزی برای حضور کارآفرینان و تولیدکنندگان محصولات و قطعات متنوع لوازم خانگی بوده است. ایستگاه بیست‌وسوم نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی که برای سومین سال پیاپی، عنوان برند جدید نمایشگاهی هامکس (HAMEx) را به خود می‌بیند، از همان ابتدای شروع بارش‌های بهاری در واپسین روزهای فروردین سال ۱۴۰۲، شاهد آغاز بارش‌های موسمی و سیل‌آسای مشکلات و مصائبی بود که به یمن خورشید گرمابخش نیمه تیرماه موقتاً به پایان رسید.

پس از فراز و نشیب‌های فراوان، در آخرین روزهای تابستان گرم توأم با قطعی برق واحدهای تولیدی صنعتی، فراخوان و شروع مشارکت واحدهای تولیدی برای حضور پرشور در آوردگاه نمایشگاه بین‌المللی هامکس ۱۴۰۲ رسماً آغاز گردید. اما آنچه این نوبت را از لحاظ کمی با سنوات پیشین متمایز داشت، عدم حضور پر تعداد واحدهای تولیدی گروه‌های کالاهایی لوازم خانگی غیرالترژی‌پر به عنوان یکی از پتانسیل‌های بالای دارای ارزش‌افزوده‌ی تولیدی-صادراتی این صنعت بود.

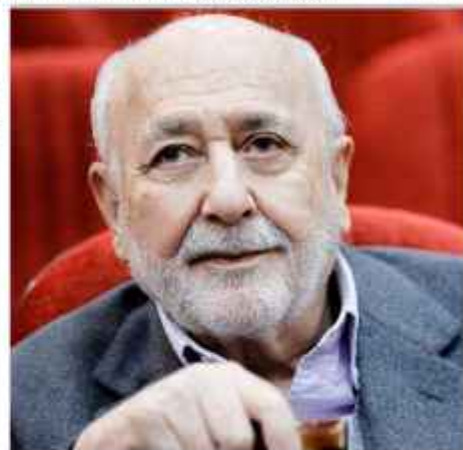
گرچه تلاش‌های مجدانه‌ای توسط بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی صیانت‌کننده از صنعت لوازم خانگی کشور جهت امکان مشارکت این بخش از صنعت لوازم خانگی در هامکس امسال صورت گرفت، اما انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به مثابه خاصه سه دوره‌ی اخیر تلاش نمود با ترمیم رویکردهای محوری، جهت‌دهی ظرفیت بالای رویداد نمایشگاهی هامکس ۱۴۰۲ را در مسیر عرضه و ارائه‌ی شایسته و درخور توانمندی‌های تولیدی و صادراتی صنعتگران دومین صنعت پیشران کشور به پیش چشم متخصصان و اتحاد مردم و خانواده‌ها به تصویر کشد. از چندین ماه پیش، محورهای کلیدی رویداد بیست‌وسوم هامکس بر امیدآفرینی، اشتغال‌زایی و پرهیز از مهاجرت جوانان، نقش بانوان در توسعه صنعت لوازم خانگی و نقش صنعت لوازم خانگی در کاهش اثرات تحریم و پیاده‌سازی مؤلفه‌های ناظر بر اقتصاد مقاومتی تعیین گردیدند.

با این وجود زنگ شروع بزرگترین رویداد سالانه‌ی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور در صبح روز سوم آبان در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران بزرگ با حضور مقاماتی از وزارت صمت، مجلس شورای اسلامی و اتاق‌های بازرگانی و... با

افتتاحیه‌ای متفاوت و پر سر و صدا و با ایریدن روبان افتتاحیه توسط دو بانوی نخیه‌ی فنآور و دانش آموز ممتاز به صدا درآمد. صنعت لوازم خانگی در Ted Talk، تور فناوری‌های Tech Tour، رویداد ارائه‌ی معکوس Reverse Pitch، برگزاری تور صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت و ویژه‌ی دانشجویان و دانش‌آموزان و رونمایی از نخستین سامانه اشتغال‌زایی و بهم‌رسانی کارجویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی بود. خط‌مشی ترمیمی این نوبت از هامکس از آنجایی اهمیت بالاتری پیدا می‌یابد که استفاده‌ی بهینه از توانمندی‌ها و ظرفیت‌سازی‌های موجود صنعت لوازم خانگی و وجود پتانسیل‌های بالای این صنعت در کم‌رسانی به ارتقای درآمدهای ارزی و توسعه‌ی صادرات غیرنفتی کشور در کنار توسعه بازار داخلی، تغییر ماهیت بازار از اتمسفر محاصره شده در بند اقتصاد دستوری به بازار رقابتی، بیش‌ازپیش به پهنای برگزاری این رویداد مورد تمرکز و در نقطه‌ی کانونی توجه مسئولان و مدیران عالی دستگاه‌های ناظر بر صنعت لوازم خانگی و عموم ذی‌نفعان و اتحاد مردم و رسانه‌ها قرار می‌گیرد.

اگرچه صنعت نمایشگاهی کشور نیازمند بازتعریف و بازنگری اساسی عاجل از منظر زیرساخت‌های نمایشگاهی، محتوایی و فرآیندی است، لکن آنچه صنعتگران متعدد و متخصص گروه کالایی غیر خانگی انرژی‌پر در غیاب دیگر همتایانشان در گروه کالایی غیر انرژی‌پر در هامکس ۱۴۰۲ امسال نشان دادند، کماکان گواه این است که بالذکی مضاعف کشور جز با خردورزی و روحیه‌ی جمعی نگری و استمرار پشتیبانی‌ها و عالق زدایی‌های غیر شفاگونه و عملی از پیش‌قراولان جبهه‌ی تولید، کارآفرینی و صنعت کشور و اخذ نقطه نظرات تخصصی از انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی ملی و اقتصادی نظیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران دست یافتنی نبوده و در صورت تحقق این مهم، متولیان امر بیش از گذشته خواهند توانست علی‌رغم شرایط تحریمی توأم با کاهش قدرت خرید و سختی معیشت، کام مردم قهیم و آگاه ایران عزیز را بیش از پیش شیرین نمایند.

اینجانب نیز به عنوان عضوی از خانواده بزرگ انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و رسانه‌ی کشور، از مشارکت ارزشمند فعالان این صنعت و نقش‌آفرینی اصحاب گرانقدر رسانه که در تبیین توانمندی‌های این بخش از صنعت کشور در طول رویداد هامکس ۱۴۰۲ همراهی نمودند کمال قدردانی خود را ابراز داشته و برای یکایک شما و دیگر عزیزانی که دل در گروی اعتلای ایران عزیز اسلامی داشته و دارند، طلب خیر و عاقبت دارم.



برگزاری بیست‌وسومین 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 آنبوه 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؛ لذا 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 خلافت‌ها و نوآوری‌هاست.

صنعتی و از جمله توسعه صنایع لوازم خانگی است؛ جایگاه مناسبی داشته است. تعهد است برگزاری بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی فضای برای گفتگو در خصوص چرایی این موضوع و آسیب‌شناسی آن و ایجاد عزم و اراده ملی برای رفع موانع و رشد و شکوفایی این صنعت و پیشرفت و توسعه مبین عزیزمان باشد.

در خاتمه به سهم خود از تلاش‌های بسیار ارزشمند هیأت مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی و کارکنان پر تلاش آن و سایر دست‌اندرکاران برگزاری این نمایشگاه معظم نهایت سپاس و قدردانی را می‌نمایم.

سلامت و پرتوان باشید.
محسن خلیلی

تحریم‌های ظالمانه و کاستی‌ها و ضعف‌های بسیاری سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و صنعتی توانسته‌اند محصولاتی در قد و قواره رقابتی 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 فناوری‌ها و دانش روز بوده و با برگزاری انواع گردهمایی‌ها و شرکت در سمینارها و از همه مهم‌تر 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.

مناسفانه اما کشورمان در آزادی اقتصادی، فضای کسب و کار، رقابت پذیری و ایجاد فضای غیر لورمی و... کمتر از آن چیزی که شایسته و بایسته توسعه

بخش انظم تحقق این الزامات برعهده نظام حکمرانی و دولت است تا با ایجاد فضای مناسب کسب‌وکار و ثبات مولفه‌های اقتصاد کلان (نرخ ارز، بهره بانکی، تورم و...) و تعامل مناسب با جهان، امکان حرکت ماشین اقتصاد را در جاده سیاست فراهم نماید. باطنیع مسئولیت بخشی از ایجاد این الزامات رشد و توسعه صنعتی و از جمله صنایع لوازم خانگی به عنوان حلقه‌های مهم و حیاتی در زنجیره تولید و صنایع بالا و پایین‌دستی و حوزه خدمات و ارتباطات بین‌بنگاهی، نیز بر عهده نهادها و تشکلهای و فعالان بخش خصوصی و صاحبان بنگاهانی صنعتی است. آنچه با یک نگاه حتی گذرا به جرات می‌توان گفت آن است که فعالان بخش خصوصی و نهادهای نوپندگی‌کننده آن تا حد بسیاری به وظایف و مسئولیت‌های خود عمل کرده و در سخت‌ترین شرایط

عبور صنعت لوازم خانگی از شرایط سخت تحریم

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

ععاون امور صنایع وزیر صنعت، معدن و تجارت

امنیّت 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 مؤثر در تحقق موبیات 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.

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

پرندهای سبک بال از قند مشکلات تحریمی عبور کرده و نیاز مصرف‌کننده داخلی را با بهترین کیفیت تأمین نماید. استانداردسازی تولیدات، نهایی و آرایه 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

ایق پیش روی این صنعت در گرو شکست مرزهای داخلی و ورود به بازارهای بین‌المللی است. اندامی که منجر به درآمد ارزی برای کشور شده و قابلیت تأمین 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

هامکس ۲۳،

در خدمت رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی



علیرضا محمدی ذنبالی

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول هفته‌نامه صنعت لوازم خانگی

کشور به عنوان دومین صنعت بزرگ کشور و بازاریابی بهتر آن اقدام نماییم.

توفیق همه شرکت کنندگان را آرزو مندیم.

در دولت و حاکمیت و رفع مشکل تحریمها و باز شدن بازار برای واردات ماشین‌آلات و دانش فنی، تهیه مواد اولیه و قطعات و ضمن تأمین نیاز هموطنان بتوانیم برای ورود به بازارهای منطقه‌ای و جهانی که نیاز مبرم رشد و توسعه صنعت لوازم خانگی می باشد اقدام کنیم. نדיهی است برای رسیدن به رشد و توسعه اقتصادی کشور، لازم است برای کاهش رتبه سهولت، کسب و کار و شاخص رقابت پذیری اقدام جدی و مداومی از طریق دولت و حاکمیت بعمل آید. امید است با همکاری همه مسئولین نمایشگاه برای گذاشتن زمان مشخص و بدون تغییر، زمان مناسب برای نمایشگاه، عدم تداخل نمایشگاه تهران با نمایشگاه‌های معتبر دنیا و اختصاص همه امکانات نمایشگاه برای امکان حضور و معرفی همه اعضا صنعت لوازم خانگی کشور و حضور گسترده‌تر سازندگان خارجی ماشین‌آلات و قطعات مربوطه، بتوانیم برای معرفی بهتر و بیشتر صنعت لوازم خانگی

با گرم‌ترین سلامها حضور همه شرکت کنندگان 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 ۸۱۰۰ رسیده و علاوه بر رشد کمی در زمینه رشد کیفی محصولات و برآوردن نیازهای مردم کشور برداشته و قدم هایی 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

نایب رئیس هیات مدیره 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 شرکت کنندگان 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. آماری که به وضوح نشان‌دهنده رشد این صنعت است. لازم به تأکید است که صنعت لوازم خانگی توانسته است در حوزه‌های مختلف و با افزایش عمق تولید داخلی در حوزه‌هایی که تاکنون تولیدی انجام نشده برگ زمین 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 (HAMEX 23) است؛ نمایشگاهی که در طول برگزاری ۲۲ دوره گذشته، هر سال پرشکوه و پربارتر از سال‌های گذشته برگزار شده و امید به تدوین 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

نمایشگاه لوازم خانگی ایران فرصتی برای رشد صادرات

توسعه صادرات غیرنفتی کشور همواره یکی از برنامه‌ها و اولویت‌های مهم کشور بوده و هست و در دولت‌های مختلف و در دولت سیزدهم مورد توجه جدی قرار دارد. متنوع‌سازی و کسب درآمدهای ارزی از صادرات کالاها و خدمات تولیدی کشور بجز صادرات نفت نیازمند حمایت جدی از تولید و ساخت کالاهای با کیفیت و رقابت‌پذیر در سطح بازارهای جهانی و بویژه منطقه‌ای و کشورهای همسایه پیرامونی می‌باشد. علاوه بر این موضوعات توسعه زیرساخت‌های صادراتی در کشور و افزایش ظرفیت‌ها و توان ناوگان حمل‌ونقل کشور نیز در کنار تامین نقدینگی و سرمایه در گردش مورد نیاز واحدهای تولیدی و بویژه صادراتی بینه و ضمانتنامه صادرات و آموزش نیروهای متخصص در حوزه‌های مختلف مرتبط به امر صادرات نیز نقش اساسی و حیاتی در توسعه و ارتقاء توان صادراتی کشور دارد.



مهدی ضیغمی

معان وزیر صنعت و معدن و تجارت
و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران

تداوم فعالیت سازنده ملی مابین بخش‌های مختلف لاتیرگذار و کلیدی در این حوزه امید است با جذب حداکثری فعالان متخصصین و دانشگاهیان سرمایه‌گذاران تولیدکنندگان و صادراتکنندگان گام مهمی بسوی پیشرفت و اعتلای این صنعت در کشور برداشته شود. در پایان از اخصات کلیه دست‌اندرکاران این رویداد مهم قدردانی کرده و توفیق روزافزون ایشان را از درگاه خداوند متعال خواستارم.

حداکثری سایر کشورها و بویژه کشورهای همسایه و پیرامونی در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخل کشور می‌باشد و انتظار می‌رود محرران و برگزارکنندگان نمایشگاه‌ها برای حضور و مشارکت هیات‌های تجاری خریدار از کشورهای هدف و پانویون‌های کشورهای خارجی در حوزه‌های دانش‌بنیان و لبه‌های فناوری در نمایشگاه‌های داخلی فعالیت‌های خود را توسعه و ارتقاء دهند. نمایشگاه فرصت بسیار خوبی است برای

لذا به همه صنعتگران و تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات بویژه واحدهای کوچک و متوسط توصیه می‌گردد با حضور در نمایشگاه‌ها در سطوح مختلف از بازدیدکننده تا غرفه‌دار زمینه‌های ارتقاء کیفیت کالاها و خدمات تولیدی بسته‌بندی برندسازی، تبلیغات و معرفی تولیدی کشور را در تمامی زمینه‌ها بیش از پیش فراهم آورند. سازمان توسعه تجارت ایران مصمم در ارتقاء سطح بین‌المللی نمایشگاه‌ها و مشارکت

جایگاه مهم صنعت لوازم خانگی در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور

صنعت لوازم خانگی ایران، سابقه‌ای 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.



سیداحمدرضا علانی طباطبائی

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت سواهی
نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران

مختصص، 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 «هاپکس ۲۰۲۳» فضای 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

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 اشتغال‌بالاتر را ایجاد کند. بنابراین، شناسایی و رفع مشکلات و چالش‌های پیش روی توسعه صنعتی کشور و بازنگری نیازهای حمایتی این بخش برای



برپایی افتتاحیه‌ی بزرگ‌ترین رویداد سالانه صنایع لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲)

بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) روز سوم آبان‌ماه سال جاری با حضور مهدی برداران، معاون وزیر صمت، عباس هاشمی دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران، عزت‌الله اکبری تالاریشی رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس، احمدرضا علایی طباطبائی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران و سایر مسئولین و مقامات در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران افتتاح شد.

ورود خواهد کرد. البته تولیدکنندگان به صورت داوطلبانه ضمانت خود را افزایش داده‌اند و به همین دلیل ضمانت‌نامه لوازم خانگی با اقداماتی که صورت گرفته بالغ بر ۲۴ ماه ضمانت دارد، البته برخی از تولیدکنندگان به صورت خودجوش و داوطلبانه ضمانت خود را به سه سال و یا بیشتر افزایش داده‌اند. اتفاق دیگری که رخ داده این است که اگر به هر دلیلی مشتری از کلای خریداری شده رضایت نداشته باشد شرکت‌های تولیدی خود را موظف به تعویض آن خواهند کرد. این موضوع نشان می‌دهد که تولیدکنندگان به محصولات خود اطمینان دارند و تولید در کشور پهنه شده است.

لزوم رشد کیفی و کمی تولیدات لوازم خانگی

معاون صنایع عمومی وزارت صمت تصریح کرد: ما علاوه بر رشد تولید، ضمانت کالا و جلب رضایت مشتری امیدوار هستیم بتوانیم محصولات جدید را در حوزه‌های مختلف تولید کنیم و به سمت توسعه صادرات حرکت کنیم. حجم و تنوع تولیدی که در این نمایشگاه وجود دارد نشانگر رشد ما در این زمینه بوده است. در گذشته مردم لوازم خانگی را با شرایط سختی خریداری می‌کردند این در حالی است که در شرایط کنونی وضعیت به شکلی است که کالا به صورت اقساطی خریداری می‌شود و در مدت زمان مشخصی که خانواده‌ها نیز با مشکل مواجه نشوند

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، پس از افتتاح نمایشگاه برداران، معاون وزیر صمت از غرفه‌ها و شرکت‌های مشارکت‌کننده در بزرگ‌ترین رویداد صنعت لوازم خانگی در قالب بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی بازدید و پس از آن در جمع خبرنگاران به رشد قابل توجه تولید لوازم خانگی داخلی اشاره کرد و گفت: در شش ماه گذشته تولیدات لوازم خانگی داخلی با رشد ۱۶ درصدی همراه بوده است و در همین راستا در تلاش خواهیم بود این رشد در تمام حوزه‌های لازم خانگی صورت پذیرد.

عمق ۶۵ درصدی تولیدات لوازم خانگی

وی عنوان کرد: امروزه عمق داخلی‌سازی تولیدات لوازم خانگی در کشور به حدود ۶۵ درصد رسیده است؛ البته در این نمایشگاه نیز محصولات وجود دارند که به صورت صددرصد تولید داخلی هستند. تولیدکنندگان با اتصال به خوشه صنعتی خود را به ۳۵۰ قطعه‌ساز لوازم خانگی متصل کرده‌اند که در این چرخه بیش از ۹۰ درصد تولید داخلی صورت می‌گیرد. این وضعیت نشان می‌دهد که این صنعت در کشور به سمت پایدار در حال حرکت است. معاون وزیر صمت به مسئله رضایت‌مندی مشتریان در این حوزه تاکید کرد و افزود: وزارت صمت رویکردی در پیش گرفته که در صورت گلایه هر مشتری مجموعه سازمان حمایت به موضوع



اینجند موضوع عراق است؛ از این رو درخواست دارم تمامی رسانه‌ها پیگیری بفرمایند. ما نباید بازار خودمان را در عراق به رقابای همسایه واگذار کنیم. دیگری بحث نظامات بانکی است. هنوز ما آن وعده‌هایی که در خصوص حمایت از تولید داده شده بود، ندیده‌ایم. معاون صنایع عمومی وزارت صمت خطاب به مدیران بانک‌ها گفت: مدیران بانک‌ها کاملاً توجه کنند که امسال سال رشد تولید است. به جای اینکه در حوزه‌های مختلف بنگاهداری کنند، در راستای تولید سرمایه‌گذاری انجام دهند. درخواست ما این است که حتماً کاری که سال قبل در قالب ۷۰ هزار میلیارد تومان اوراق گام انجام شده بود، حداقل با همان حجم امسال هم انجام شود. طبق آماري که هم اکنون داریم هنوز ۵ هزار میلیارد تومان است و این یک مقدار نگران‌کننده است. حتماً ما تا پایان سال نیازمند همراهی همه مسئولین هستیم.

ورود شرکتهای دانش‌بنیان به حوزه صنعت لوازم خانگی

وی افزود: در هامکس ۱۴۰۲ از شرکتهای دانش‌بنیان خاصی دعوت شده که برای ارائه محصولات و تبادل دانش در این نمایشگاه حضور دارند. نکته دیگر اینکه کارگروه ملی در صنعت خودرو به ریاست وزیر صمت تشکیل شده که شخص وزیر به صورت مستقیم روی این صنعت به عنوان یک صنعت پیشروان و اشتغال را نظارت دارند تا بتوانیم اقی‌های جدید و روشنی در آینده در این زمینه شاهد باشیم. برادران، معاون صنایع عمومی وزارت صمت در پی بازدید از هامکس ۱۴۰۲ گفت: بیشترین تأکیدی که امسال در خصوص برگزاری این نمایشگاه داشتیم این بود که بیشتر در حوزه هوشمندسازی باشد. طبق مشاهداتی که از محصولات این نمایشگاه داشتیم، در حوزه لوازم خانگی هوشمند تبلیغات بسیار خوبی را شاهد بوده‌ایم. این مسئله می‌تواند به یک رشد دانش عمومی در حوزه هوشمندی در بین خانواده‌ها منجر شود. در انتها لازم به ذکر است که در مراسم افتتاحیه، دانش‌آموزان یکی از مدارس دخترانه نمونه تهران اقدام به اجرای سرود با مضمون ملی‌مذهبی کردند.

اقتضا آن پرداخت می‌شود. او تأکید کرد: لوازم‌خانگی یکی از صنایع مهم و اشتغال‌زای ما به شمار می‌رود و به همین دلیل ارتقاء و رشد کیفی و کمی در این زمینه برای مجموعه مدیریت وزارت صمت حائز اهمیت است.

صنعت لوازم خانگی صنعتی متمایز از دیگر صنایع

برادران درباره اینکه آیا عدم وجود برندهای خارجی در صنعت تولید لوازم‌خانگی وضعیت این صنعت را مشابه صنعت خودرو نخواهد کرد، گفت: این موضوعی است که مردم باید درباره آن قضاوت کنند. صنعت لوازم‌خانگی صنعتی متمایز از صنایع دیگر است. از سویی دیگر این صنعت به بخش خصوصی متصل است و هیچ انحصاری در این صنعت مشاهده نمی‌شود. در این صنعت شرکت‌های شبه‌دولتی وجود ندارند که بتوانند بازار را به سمت انحصار هدایت کنند. به همین دلیل رقابت در درون بخش خصوصی جریان دارد و این رقابت صنعت لوازم‌خانگی را از صنعت خودرو متمایز کرده است. او بیان کرد: نکته دیگر براساس فرمایش مقام معظم رهبری حمایت ما شامل صنایعی که تولیدات خود را پیش از اندازه گران کرده‌اند، نخواهد شد. البته بر اساس شرایطی که در کشور وجود دارد صنعت خودرو علی‌رغم چالش‌هایی که دارد به صورت استثناء مشمول حمایت قرار گرفته است. این در حالی است که صنعت خودرو نیز باید در مسیری قرار بگیرد که صنعت لوازم‌خانگی در آن حرکت کرده است. وی اظهار داشت: عمده واحدهای تولیدی کشور در راستای رشد تولید اقدامات بسیار خوبی را انجام داده‌اند، اما گلايه‌های جامعه صنعتی که انتظار دارند در سال رشد تولید سایر دستگاه‌ها همراهی‌های لازم را انجام دهند و حداقل‌هایی که در سال گذشته برای این افراد تأمین شده بود دوباره امسال هم استمرار دهند، وارد است.

بازار عراق بزرگترین دغدغه وزارت صمت در حوزه لوازم خانگی

برادران در جمع خبرنگاران خاطرنشان کرد: دغدغه بنده برای چند ماه



گزارش تصویری
افتتاحیه بیست و سومین نمایشگاه
بین‌المللی لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۲
با حضور پر شور رسانه‌ها





انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران



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 خ.ا.ا

hamex.ahamiran.com

انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران
(۰۲۱) ۸۸۵۱۲۷۷

معاون وزیر صمت در نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ عنوان کرد: صنعت لوازم خانگی صنعتی متمایز و اشتغال‌زا



بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) با حضور مهدی برادران، معاون وزیر صمت، محسن شکرآلهی مدیرکل صنایع لوازم خانگی وزارت صمت و اعضای هیات مدیره انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران افتتاح شد.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، برادران در بازدید از غرفه‌های بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران در جمع خبرنگاران عنوان کرد: آمار تولید لوازم خانگی به صورت سالانه در حال رشد است. در شش ماهه ابتدایی سال جاری نیز تولیدات لوازم خانگی نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۴ درصد رشد داشته است. برادران با تأکید بر اینکه ما در تمام حوزه‌ها به دنبال عمق تولید هستیم، بیان کرد: امروز عمق تولیدات لوازم خانگی در کشور به حدود ۶۵ درصد رسیده است. در حال حاضر عمق ساخت برخی از تولیدات کالاهای لوازم خانگی در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران به حدود ۱۰۰ درصد رسیده است.

صنعت لوازم خانگی در مسیر پایداری

معاون وزیر با تأکید بر اینکه صنعت لوازم خانگی در کشور به سمت پایداری در حال حرکت است، گفت: وزارت صمت به صورت مستمر پیگیر مسئله رضایت مشتری در این حوزه است که در راستای آن برخی از تولیدکنندگان زمان خدمات پس از فروش خود را به صورت داوطلبانه افزایش داده‌اند. معاون وزیر صمت با بیان اینکه قرار است صادرات کالا افزایش یابد خاطرنشان کرد: صنعت لوازم خانگی از دیگر صنایع متمایز است هیچ انحصاری در حوزه لوازم خانگی نداریم. در ابتدای دولت با توجه به سخنان رهبری مبنی بر حمایت از کالای ایرانی این مسیر را پیش گرفتیم. به طور کلی هم صنعت خودرو باید مانند صنعت لوازم خانگی پیش برود.

او با تأکید بر اینکه در نمایشگاه لوازم خانگی از شرکت‌های دانش بنیان برای حضور و ارائه خدمات دعوت کرده‌ایم گفت: به نوعی تبادل دانش در این مسیر در حال انجام است. صنعت لوازم خانگی یک صنعت پیش‌رو در کشور است و قیمت‌های لوازم خانگی رقابتی شده است.

بنا به گفته وی، تولیدکنندگان با اتصال به خوشه صنعتی خود را به ۳۵۰ قطعه‌ساز لوازم خانگی متصل کرده‌اند که در این چرخه بیش از ۹۰ درصد تولید داخلی صورت می‌گیرد. این وضعیت نشان می‌دهد که این صنعت در کشور به سمت پایداری در حال حرکت است. نکته حائز اهمیت دیگر رضایت مشتری است و وزارت صمت رویکردی در پیش گرفته که در صورت گلایه هر مشتری، سازمان حمایت به موضوع ورود خواهد کرد. معاون صنایع عمومی وزارت صمت تصریح کرد: ما علاوه بر رشد تولید، ضمانت کالا و جلب رضایت مشتری امیدوار هستیم بتوانیم محصولات جدید را در حوزه‌های مختلف تولید کنیم و به سمت توسعه صادرات حرکت کنیم. حجم و تنوع تولیدی که در این نمایشگاه وجود دارد نشانگر رشد ما در این زمینه بوده است. در گذشته مردم لوازم خانگی را با شرایط سختی خریداری می‌کردند این در حالی است که در شرایط کنونی وضعیت به شکلی است که کالا به صورت اقساطی خریداری می‌شود و در

مدت زمان مشخصی که خانواده‌ها نیز با مشکل مواجه نشوند اقساط آن پرداخت می‌شود. لوازم خانگی یکی از صنایع مهم و اشتغال‌زای ما به شمار می‌رود و به همین دلیل ارتقاء و رشد کیفی و کمی در این زمینه برای مجموعه مدیریت وزارت صمت حائز اهمیت است.

برادران درباره اینکه آیا عدم وجود برندهای خارجی در صنعت تولید لوازم خانگی وضعیت این صنعت را مشابه صنعت خودرو نخواهد کرد، خاطرنشان کرد: این موضوعی است که مردم باید درباره آن قضاوت کنند. صنعت لوازم خانگی صنعتی متمایز از صنایع دیگر است. از سوی دیگر این صنعت به بخش خصوصی متصل است و هیچ انحصاری در این صنعت مشاهده نمی‌شود. در این صنعت شرکت‌های شبه دولتی وجود ندارند که بتوانند بازار را به سمت انحصار هدایت کنند. به همین دلیل رقابت در درون بخش خصوصی جریان دارد و این رقابت صنعت لوازم خانگی را از صنعت خودرو متمایز کرده است. وی افزود: در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی از شرکت‌های دانش بنیان خاصی دعوت شده که برای ارائه محصولات و تبادل دانش در این نمایشگاه حضور دارند. نکته دیگر اینکه کارگروه ملی در صنعت خودرو به ریاست وزیر صمت تشکیل شده که شخص وزیر به صورت مستقیم روی این صنعت به عنوان یک صنعت پیش‌روان و اشتغال‌زا نظارت دارند تا بتوانیم افق‌های جدید و روشنی در آینده در این زمینه شاهد باشیم.





میزبان تورهای صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت



اولین تور صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت (تور دانش‌آموزی) همزمان با بیست‌وسومین نمایشگاه صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) به مدت ۴ روز در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران با حضور دانش‌آموزان برگزار شد. در حالی که بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) از سوم تا ششم آبان‌ماه سال جاری برگزار شد که تور صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت یکی از برنامه‌های محوری این دوره از نمایشگاه در راستای ایجاد ارتباط بین دانش و تجربه بود. برای استفاده حداکثری طیف متنوع مخاطبان این نمایشگاه، برنامه‌ریزی دقیقی برای تورهای صنعتی-فرهنگی دانش‌آموزی (راهیان پیشرفت) انجام گرفت؛ در واقع تور صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت با هدف آشنایی آینده‌سازان این مرز و بوم با دستاوردهای صنعت لوازم خانگی یکی از مهمترین اهداف برگزاری این نمایشگاه بود که در راستای جهاد تبیین و تشریح دستاوردهای و ظرفیت‌های تولیدی صنعت مردمی لوازم خانگی، تور دانش‌آموزی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی با همکاری وزارت آموزش و پرورش، اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران برگزار شد.

دانش مرتبط با مصرف بهینه انرژی، ایجاد ارتباطات حرفه‌ای و تجاری، آگاهی از روند توسعه و آینده، شناخت مشکلات مرتبط با راه‌های رفع آن‌ها و آشنایی با ترندها و طراحی‌های نوین از مهمترین اهداف انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان مجری برگزارکننده بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) برای برگزاری تور صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت بود.

لازم به ذکر است، در راستای ارتباط مدارس با صنعت، دانش‌آموزان مقطع هنرستانی در قالب تور دانش‌آموزی از نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی از غرفه‌های قطعه‌سازی نیز بازدید کردند.

از بیست‌وسومین نمایشگاه صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) بازدید کنند. دانش‌آموزان بر اساس برنامه‌ریزی از پیش طراحی شده از سالن‌های نمایشگاهی و غرفه‌های منتخب بازدید کردند. دانش‌آموزان در غرفه‌های منتخب شاهد تور روایتی از صنعت لوازم خانگی بودند، بدین ترتیب که کارآفرینان، مدیران و یا مهندسان صنعت لوازم خانگی برخی از برندها اقدام به تشریح تاریخچه و روند شکل‌گیری برند خود و یا روند شکل‌گیری خط تولید برای دانش‌آموزان کردند.

به‌طور کلی آشنایی با جدیدترین تکنولوژی‌ها، برقراری ارتباط با تولیدکنندگان، مشاهده دستگاه‌ها در حال عمل، افزایش

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، یکی از اهداف تور دانش‌آموزی در هامکس ۱۴۰۲ ارتباط دانش‌آموز با محصولات تولید صنعت لوازم خانگی و آشنایی با برندهای مطرح واحدهای تولیدی فعال در این حوزه بود تا ضمن آشنایی با نحوی تولیدات لوازم خانگی بتوانند از سنین پایه نسبت به علاقه‌مندی خود برای ورود به حوزه مهندسی و صنعتی جهت‌گیری شوند. در واقع این نمایشگاه فرصتی بود تا دانش‌آموزان بتوانند با مشاغل مرتبط با صنعت لوازم خانگی آشنا شوند. همچنین هر گروه از دانش‌آموزان، راهنمای تور مخصوص به خود را داشتند تا توضیحات لازم در خصوص نمایشگاه به آن‌ها ارائه شود تا دانش‌آموزان با آگاهی بیشتری



گزارش تصویری
تورهای صنعتی-فرهنگی
دانش‌آموزی راهیان پیشرفت



رویدادی نوین در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی تور دانشجویی صنعتی-فرهنگی راهیان پیشرفت؛ هم‌افزایی تجربه و علم

نظریه اهمیت و جایگاه صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت بزرگ و پیشران کشور انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در قامت بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی این صنعت در کشور و دارای جایگاه مشورتی با مجموعه دستگاه‌های سیاست‌گذار این صنعت برگزاری موفق ۲۳ نوبت نمایشگاه بزرگ و بین‌المللی لوازم خانگی هامکس (HAMAX) را تحت مجوز سازمان توسعه تجارت ایران با مشارکت صنعتگران داخلی و خارجی در کارنامه خود دارا است. در این راستا این انجمن ملی در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران اقدام به برگزاری تور دانشجویی صنعتی-فرهنگی (راهیان پیشرفت) کرد.

بین‌المللی صنایع لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) تور دانشجویی در قالب «تور صنعتی-فرهنگی «راهیان پیشرفت» انجام گرفت. در همین زمینه، انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی تفاهنامه‌ای جهت همکاری فی‌مابین به امضاء رسید و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی نیز در راستای ایجاد و گسترش همکاری‌های علمی و پژوهشی و تسهیل در ارائه و اطلاع‌رسانی تولیدات علمی و دستاوردهای علمی انجمن در عرصه ملی و بین‌المللی و همچنین در راستای گسترش ارتباط صنعت و دانشگاه، در این نمایشگاه شرکت کرد که یکی از این اقدامات برگزاری تور صنعتی فرهنگی راهیان پیشرفت بود.

در واقع بازدید تورهای دانشجویی از هامکس ۱۴۰۲ با هدف ارتباط مؤثر و دوسویه اجرایی و عملیاتی بین صنعتگران دومین صنعت پیشران لوازم خانگی و مراکز علمی و آموزشی، دانشگاه‌ها و ... در قالب تور صنعتی - فرهنگی «راهیان پیشرفت» برگزار شد.

این تورها زمینه‌ساز آشنایی بیشتر دانشجویان با دومین صنعت بزرگ کشور بود. با توجه به ضرورت نزدیک شدن هرچه بیشتر صنعت و دانشگاه و لزوم بکارگیری فناوری در تولید لوازم خانگی این بار هم انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران بود که در این مسیر پیشگام و زمینه‌ساز این همراهی شد.

سیاست‌های کلی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران همگامی این صنعت با تکنولوژی روز دنیا است و برنامه‌های پیش‌بینی شده در این رویداد بین‌المللی من جمله «تور دانشجویی» تنها یکی از آنهاست. در واقع همین که بتوان نشان داد که فناوری‌ها و همراهی با مراکز دانشگاهی از جنس فرصت است و عرضه با یک نظام منسجم پشتیبانی خواهد شد، یکی از مهم‌ترین بخش همگامی صنعت و دانشگاه است که استارت آن در هامکس ۱۴۰۲ زده شد.

با هوشمندسازی محصولات، که جز با همراهی مراکز علمی میسر نیست، ساده‌سازی نیز باید مدنظر قرار گیرد.



تولید لوازم خانگی هوشمند در هم‌افزایی با مراکز دانشگاهی در کشور، فارغ از بحث تحقیق و توسعه و اضافه نمودن امکانات جدید و ارتقای کیفی، مستلزم هزینه‌های اضافی‌تر است لذا برگزاری تورهای علمی در رویداد بزرگی چون هامکس کمک خوبی بود تا تجربه و علم در کنار هم قرار بگیرند. از آنجا که یکی از روش‌های افزایش قابلیت‌های مهارتی افراد و ثربارت‌سازی رزومه علمی و کاری، شرکت یا سخنرانی در کنفرانس‌ها یا رویدادهای نمایشگاهی بین‌المللی است. برگزار تورهای از این دست برای دانشجویان متقاضی ادامه تحصیل در مقاطع تحصیلات تکمیلی یا افرادی که در زمینه کاری خود نیاز به شرکت در مجامع بین‌المللی و صنعتی دارند بسیار مفید است و با تمهیدات در نظر گرفته شده از سوی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان مجری بیست‌وسومین نمایشگاه

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، از آنجا که این رویداد بزرگ ملی و بین‌المللی صنعتی آوردگاهی برای عرضه توانمندی‌های تولیدی و صادراتی دومین صنعت بزرگ و پیشران کشور در تولید محصولات بومی تولید ساخت ایران بوده و بهره‌برداری‌های هدفمند از آن در تعمیق ارتباطات صنعتگران با مراکز دانشگاهی اساتید و دانشجویان رشته‌های مرتبط با صنعت لوازم خانگی خالص‌رگداری و اهمیت فراوان است. این انجمن ملی آمادگی خود را جهت میزبانی تور نمایشگاهی ویژه اساتید، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فراهم آورد. انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان بزرگ‌ترین، قدیمی‌ترین و تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور با سابقه بیش از چهار دهه فعالیت مؤثر و هدفگرا و جایگاه مشورتی در قوای سه گانه، در توسعه و پیشرفت اهداف کمی و کیفی صنعت لوازم خانگی با سابقه بیست‌وسومین نوبت برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی و صنایع وابسته، در چرخه صنعت و اقتصاد ملی نقش آفرینی کرده است.

این انجمن به عنوان مجری بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) تلاش داشته با هدف ارتباط مؤثر و دوسویه اجرایی و عملیاتی بین صنعتگران دومین صنعت پیشران لوازم خانگی و مراکز علمی و آموزشی، دانشگاه‌ها و ... در قالب تور صنعتی - فرهنگی «راهیان پیشرفت» برگزار کند تا با این اتفاق شاهد حضور پررنگ دانشجویان رشته‌های فنی در این رویداد نمایشگاهی باشیم.

هدف از تور دانشجویی چه بود؟

در حال حاضر و با توجه به رشد زندگی شهروندی و بحث هوشمندسازی لوازم خانگی، موضوع توجه به فناوری شدن لوازم خانگی به ویژه در حوزه انرژی‌رها و سازگاری با محیط زیست در حوزه صنعت لوازم خانگی مطرح است و این مسیر در ایران هم باید دنبال شود. بدیهی است همزمان



کلاه ویژه تورهای دانش‌آموزی



کلاه ویژه تورلیدر



کلاه ویژه تورهای دانشجویی



دانشگاه های برتر



بیست و سومین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی

رشته تحصیلی مخاطبان



مهندسی مکانیک
۹۷ نفر



مهندسی صنایع
۱۱۲ نفر



مدیریت
۱۴۹ نفر



سایر
۷۱۹ نفر



مهندسی مواد
۴۸ نفر



مهندسی برق
۸۸ نفر

مقطع تحصیلی

کارشناسی ۵۹٪ ۷۱۵ نفر

کارشناسی ارشد ۳۲٪ ۳۷۸ نفر

دکتری ۹٪ ۱۲۰ نفر

تور، راهیان پیشرفت
#فناوری

تاریخ و محل برگزاری

۳ تا ۶ آبان ۱۴۰۲
محل دائمی نمایشگاه های تهران



تعداد مخاطبان

تعداد کل شرکت کنندگان: ۲۲۰۳

تعداد دانش آموزان: ۹۹۰

تعداد دانشجویان: ۱۲۱۳



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN



الما س فناور گسترزانا
ALMA S FANAVAR GOSTARZANA



ریاست جمهوری
معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان

مدرسه های برتر

دبیرستان شهدای صنف گردبافان

دبیرستان علامه امینی

دبیرستان شایستگان

هنرستان شیخ بهایی

دبیرستان سعدی

مقطع تحصیلی

متوسطه اول ۴۵٪ ۴۴۵ نفر

متوسطه دوم ۵۵٪ ۵۴۵ نفر

بررسی موفقیت‌آمیزترین تورهای دانش‌آموزی و دانشجویی در نمایشگاه‌ها

در دنیای پویا وسیله‌های خانگی، نوآوری و خلاقیت پیش‌رانه‌های اساسی پیشرفت هستند. نمایشگاه وسایل خانگی به عنوان یک راهنمای دائمی برای حرفه‌ایان صنعت، علاقه‌مندان و ذهن‌های کنج‌کاو شناخته می‌شود. با این حال، یکی از جنبه‌های محبوب آن، تور دانشجویی است که به عنوان یک زمینه برای استعداد‌های جوان که می‌خواهند اثر خود را در دنیای وسایل خانگی جا بگذارند، شناخته می‌شود. در این مقاله به بررسی موفقیت چشمگیر آخرین تور دانشجویی در نمایشگاه وسایل خانگی می‌پردازیم. در جهانی که نوآوری مرزها را نمی‌شناسد، تورهای دانشجویی موفقیت‌آمیز همزمان با نمایشگاه‌ها به یک پدیده جهانی تبدیل شده‌اند. این تورها فرصت منحصر به فردی برای دانشجویان ارائه می‌دهند تا به قلب صنایع مختلف فروپاشند، تجربه کاری کسب کنند، با فناوری‌های روز دنیا آشنا شوند و فرصت تعامل با رهبران صنعت را داشته باشند. در این بررسی، به سیاحت در سراسر جهان می‌پردازیم تا برخی از موفقیت‌آمیزترین اردوهای دانشجویی را که در هماهنگی با نمایشگاه‌ها در سرتاسر جهان برگزار شده‌اند، برجسته کنیم.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، در این مطلب قصد داریم تا به تنها تورهای دانش‌آموزی موفق در نمایشگاه‌های لوازم خانگی را بررسی کنیم و مزایای آنها را نام ببریم، بلکه به طور اجمال و کلی، بهترین تورهای دانش‌آموزی را که در کنار نمایشگاه‌های برتر در سراسر جهان برگزار شده‌اند را بررسی کنیم.

ویژگی‌های تورهای دانش‌آموزی

ترویج نوآوری، تورهای دانشجویی در نمایشگاه لوازم خانگی بیش از یک اجتماع برای مهندسان و طراحان آرمانی نیست؛ این یک محیط جهت نوآوری است. شرکت‌کنندگان فرصت دارند تا در راهنمایی‌های متنوع‌ها با تجربه و متخصصان صنعت، همکاری کنند، ایده‌های نوآورانه را مطرح کرده و به ارمغان آورند.

این محیط منحصر به فرد، خلاقیت را پرورش می‌دهد و دانشجویان را قادر می‌سازد که مرزهای امکانات در حوزه ابزارهای خانگی را گسترش دهند. یادگیری عملی: برخلاف مطالب سنتی که کلاس‌های درس به دانش‌آموزان آموزش داده می‌شود، تورهای دانشجویی نمایشگاه ابزارهای خانگی به یک رویکرد عملی در یادگیری تشویق می‌کند.

شرکت‌کنندگان به لابراتوارهای مدرن و فناوری پیشرفته دسترسی دارند که به آن‌ها این امکان را می‌دهد که دانش نظری خود را به نمونه‌های قابل لمس تبدیل کنند. این تجربه عملی بسیار با ارزش است و دانشجویان را با چالش‌ها و پاداش‌های واقعی صنعت ابزارهای خانگی

یکپارچگی صنعت:

آنچه تورهای دانشجویی را از دیگر رویدادها متمایز می‌کند، تأکید قوی بر یکپارچگی صنعت است. در تورها، دانشجویان فرصت برقراری تعامل با حرفه‌ای‌ها برجسته را دارند و درگی از روندها، تقاضاهای بازار و پیشرفت‌های فناورانه به دست می‌آورند. این تعامل نه تنها درک آن‌ها را افزایش می‌دهد بلکه آن‌ها را برای نیازهای یک صنعت در حال تحول سریع آماده می‌سازد.

ارائه ایده‌ها به رهبران صنعت:

یکی از نقاط قوت تورهای دانش‌آموزی و دانشجویی، ایجاد فرصت برای ارائه ایده‌ها به رهبران صنعت و سرمایه‌گذاران احتمالی آن صنعت است. این جنبه، شکاف بین دانشگاه و صنعت را از بین می‌برد و

مانند یک پل میان این دو عمل می‌کند، مضاف بر این ارتباطاتی را فراهم می‌سازد که می‌تواند در شکل‌دهی به آینده حرفه‌ای نوآوران نخبه مؤثر باشد. نمایشگاه یک سکوی برای دانشجویان و دانش‌آموزان فراهم می‌آورد تا پروژه‌های خود را به نمایش بگذارند و بازخورد سازنده دریافت کنند. پایه‌گذاری برای همکاری‌ها و شرکتهای آینده.

داستان‌های موفقیت قابل توجه:

داستان‌های موفقیتی که از تورهای دانش‌آموزی و دانشجویی تا به حال منتشر شده است، گواه است به کارایی موفق این رویدادها در دنیای صنعت و تجارت. خروجی این رویداد به ایجاد اشتغال، ثبت اختراع، ایجاد استارت‌آپ‌ها و پیشرفت تکنولوژی و

استفاده بهینه از آن در صنایع مختلف اشاره می‌کند. این دستاوردها نقش‌گشایی یا همان اردوی دانش‌آموزی و دانشجویی را به عنوان یک عامل محرک برای راه‌اندازی حرفه‌های پر رونق و سودآور در صنایع مختلف از جمله صنعت لوازم خانگی به وضوح نشان می‌دهد.

ترویج فرهنگ همکاری:

تورها و رویدادهای دانشجویی که در کنار نمایشگاه‌های لوازم خانگی برگزار می‌شوند به این منظور طراحی شده است تا موانع بین رشته‌ها را بشکنند و همکاری بین رشته‌ای را تقویت نمایند. شرکت‌کنندگان که اغلب از زمینه‌های تحصیلی متنوعی مانند مهندسی، طراحی و کسب‌وکار به آن‌ها ملحق می‌شوند، با همدیگر گروه‌بندی می‌شوند تا یک تنوع ایده‌آل را تشویق کند. این محیط همکاری نه تنها به نوعی باعث می‌شود تا پروژه در اشل اصلی در دنیای واقعی شبیه‌سازی شود، بلکه دانشجویان را با دیدگاه‌های مختلف آشنا می‌کند و توانایی حل مسائل آن‌ها را ارتقاء می‌دهد و آن‌ها را برای همکاری و مشارکت در پروژه‌هایی که در صنعت در آینده تعریف می‌شوند، آماده می‌سازد.

راهنمایی و مشاوره:

نقش مربیان در موفقیت توره‌های دانشجویی و دانش‌آموزی را نمی‌توان انکار کرد. کارآزمودگان و متخصصان صنعت به فعالیت فعال با دانشجویان مشغول شده و راهنمایی‌های لازم را انجام می‌دهند و این وسیله تجارب خود را به اشتراک می‌گذارند و شرکت‌کنندگان را در جهت صحیح هدایت می‌کنند. این جنبه از مشاوره نه تنها دانش عملی را منتقل می‌کند بلکه احساس اعتماد به نفس در شرکت‌کنندگان را بالا می‌برد و آن‌ها را به رویارویی با چالش‌های پیچیده با رویکرد تجربه‌محور تشویق و توانمند می‌سازد.

حل مسائل واقعی:

پروژه‌هایی که در طول تور و رویدادهای دانشجویی و دانش‌آموزی اجرا می‌شوند، معمولاً بر اساس مسائل واقعی که در صنایع مختلف از جمله صنعت لوازم خانگی پیش آمده‌اند تعریف می‌شوند. این پروژه‌ها در حوزه‌ها و زمینه‌های مختلف از جمله کاربرد انرژی‌های پایدار و پاک در صنعت،

یا ادغام فناوری‌های هوشمند، یا حل مسائل محیطی است. دانشجویان مسئول هستند تا راه‌حل‌های نوآورانه برای این چالش‌ها را پیدا کنند. رویکرد حل مسائل واقعی در این توره‌های دانش‌آموزی این اطمینان را حاصل می‌کند که ایده‌هایی که در طول کمپ ایجاد می‌شوند، نه تنها تمرینات دانش‌آموزی بدون کاربرد نیستند، بلکه قابلیت ایجاد انقلاب در صنعت را دارند.



آشنایی با فناوری‌های نوظهور:

نمایشگاه‌های برگزار شده در صنایع مختلف از جمله لوازم خانگی نه تنها نمایشگاهی از فناوری‌های موجود است بلکه یک مرکز برای کاوش و جستجو در خصوص فناوری‌های نوظهور نیز محسوب می‌شوند. کمپ دانشجویی از این ویژگی بهره می‌برد و شرکت‌کنندگان را با آخرین پیشرفت‌ها در حوزه هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، انرژی‌های پایدار و سایر فناوری‌های نوظهور آشنا می‌کند. این آشنایی‌ها باعث می‌شود تا دانش‌آموزان و دانشجویان دیدگاه واضح‌تری در زمینه توانایی‌های خود برای ارتقاء هر چه بیشتر این صنایع و صنعت لوازم خانگی داشته باشند و آن‌ها را به دانشی مجهز می‌سازد تا در پیشروی از روند تحولات باقی بمانند.

فرصت‌های شبکه‌سازی:

فراتر از پروژه‌ها و ارائه‌ها، کمپ دانشجویی یک فرصت طلایی برای شرکت‌کنندگان

در زمینه شبکه‌سازی است. تعاملات با رهبران شناخته شده صنعت، کارفرمایان دارای پتانسیل در جذب نیرو و همچنین دانشجویان، یک شبکه حرفه‌ای قوی ایجاد می‌کند که می‌تواند حتی بعد از برگزاری نمایشگاه نیز باعث ایجاد تعامل و ارتباط در میان دانش‌آموزان و دانشجویان شود. ارتباطاتی که در طول این رویداد شکل می‌گیرد، اغلب در به دست آوردن و ایجاد فرصت‌هایی مثل کارآموزی‌ها، فرصت‌های شغلی و همکاری‌های مشترک اثرگذار هستند و نقش تورها و رویداد را به عنوان یک سکوی جهش و پرتاب برای حرفه‌های موفق تثبیت می‌کنند.

رویدادی با تنوع و گستردگی فراوان در هر حوزه از صنعت:

به طور کلی، توره‌های دانش‌آموزی و دانشجویی موفق در نمایشگاه‌ها یک تجربه چندجانبه است که یا را فراتر از مرزهای آموزش سنتی قرار می‌دهد. این یک سفر تحول‌آفرین است که دید افرادی را که پتانسیل تبدیل شدن به رهبران آینده در صنایع گوناگون از جمله صنعت لوازم خانگی را دارند، شکل دهد. همچنین باعث می‌شود تا این افراد مهارت‌ها، ذهنیت و ارتباطات لازم برای پیشبرد نوآوری و پیشرفت در این زمینه را به دست آورند. در ادامه، در این بخش به بررسی توره‌های دانش‌آموزی و دانشجویی که همزمان با نمایشگاه‌های مهم در دنیا برگزار شده‌اند خواهیم پرداخت.

توره‌های موفق دانشجویی در قاره آمریکا:

نمایشگاه SXSW Edu واقع در شمال آمریکا، تگزاس، کنفرانس و جشنواره آموزشی South (by Southwest) (SXSW Edu) در شهر استین، تگزاس، به دلیل ابتکارات متمرکز بر دانشجویان خود شناخته شده است. در این کمپ دانشجویی شرکت‌کنندگان با موضوعاتی مختلف در قالب جلسات آموزشی پویا، کارگاه‌ها و آشنایی با آخرین دستاوردها و روندها در فناوری و آموزش ساعات خود را سپری می‌کنند. این کمپ نه تنها باعث افزایش دانش دانشجویان و دانش‌آموزان در صنعت شده، بلکه باعث می‌شود تا از جو پویا و فضای نوآورانه‌ای که SXSW Edu ایجاد کرده است، بهره ببرند.

تور و رویداد دانشجویان CES در لاس وگاس، نوادا ایالات متحده آمریکا:

نمایشگاه الکترونیک مصرفی (CES) در لاس وگاس یک برنامه دانشجویی اختصاصی را برگزار می‌کند. در این رویداد و کمپ دانشجویان دارای دسترسی انحصاری به بزرگترین نمایشگاه فناوری جهان خواهند بود. دانشجویان به بررسی رویدادهای نوآورانه در صنعت خواهند پرداخت، در کارگاه‌ها شرکت می‌کنند. همچنین در این نمایشگاه و رویداد فرصت‌های بسیار زیادی برای شبکه‌سازی در اختیار دانشجویان قرار داده می‌شود که از نظر بسیاری از شرکت‌کنندگان در این کمپ، این رویداد و برنامه دانشجویان CES به عنوان یک سکوی پرتاب برای رهبران فناوری آینده عمل می‌کند، آن‌ها را با موارد استفاده و خدمت گرفتن فناوری مصرفی و نوآوری آشنا می‌کند.

تور موفق دانشجویی در قاره اروپا:

تور دانشجویی Hannover Messe در شهر هاننوفر آلمان، نمایشگاه Hannover Messe، یکی از بزرگترین نمایشگاه‌های صنعتی جهان، یک روز دانشجویی برگزار می‌کند که شرکت‌کنندگان را از سراسر اروپا جذب می‌کند. این کمپ به دانشجویان بینش درباره آخرین فناوری‌های صنعتی، اتوماسیون و دیجیتالیزیشن ارائه می‌دهد. تجربه فراتر از حد مشهود شامل دوره‌های راهنمایی، کارگاه‌ها و تعامل با حرفه‌ای‌ها صنعت، درک عمیق‌تری از چشم‌انداز تولید ایجاد می‌کند.

رویداد دانش‌آموزی و دانشجویان وب سامیت - لیسبون، پرتغال:

وب سامیت در لیسبون یک کنفرانس و نمایشگاه با موضوع فناوری جهانی است و برنامه دانشجویی آن به دانشجویان دسترسی بی‌نظیری به نخبگان صنعت و فناوری‌های روز دنیا را می‌دهد. شرکت‌کنندگان این رویداد می‌توانند در سخنرانی‌های رهبران صنعت شرکت کنند. علاوه بر این، این افراد در جلسات مشاوره شرکت می‌کنند و حتی پروژه‌های خود را به نمایش می‌گذارند. این رویداد نه تنها دانشجویان را با دانش غنی‌تر می‌کند، بلکه آنها برای حضور موفق در دنیایی که هر روز شاهد انقلاب بزرگی در حوزه فناوری و صنعت هستیم، آماده می‌کند.

تورهای موفق دانشجویی در قاره آسیا:

رویداد دانش‌آموزی و دانشجویی نمایشگاه بازی‌های یارانه‌ای توکیو گیم در شهر توکیو، ژاپن: نمایشگاه توکیو گیم برای علاقمندان به بازی‌های رایانه‌ای، مقصد بسیار مناسبی است. در کنار این نمایشگاه، یک رویداد آموزشی مخصوص دانش‌آموزان و دانشجویان نیز برگزار می‌شود. دانشجویان در صنعت بازی‌های رایانه‌ای کاوش می‌کنند، در کارگاه‌ها در طراحی بازی شرکت می‌کنند و جدیدترین بازی‌های منتشر شده که در آن‌ها از فناوری‌های روز دنیا استفاده شده است را مشاهده می‌کنند. این تجربه منحصر به فرد نه تنها به علاقمندان به بازی‌های رایانه در جهت اطلاع‌رسانی خدمت می‌کند، بلکه به عنوان پلی میان فعالان کمتر شناخته شده در این حوزه و سرمایه‌گذاران بالقوه در صنعت بازی‌های رایانه‌ای کمک می‌کند.

جشنواره فناوری و نوآوری Techkriti در کانپور، هند:

جشنواره سالانه فنی و کارآفرینانه Techkriti که در دانشگاه فناوری

هند واقع در شهر کانپور برگزار می‌شود، فرصتی برای آشنایی دانش‌آموزان و دانشجویان با چالش‌های پیش رو در حوزه فناوری و نوآوری را ارائه می‌دهد. این رویداد بر روی حل مسائل و استفاده از فناوری و نوآوری در آن تمرکز دارد و شرکت‌کنندگان را به ارائه راهکارهایی برای چالش‌های واقعی وادار می‌کند. در این رویداد که سعی می‌شود روحیه همکاری و مشارکت تیمی در دانشجویان افزایش یابد، بسیاری از دانشجویان از کشورهای مختلف آسیایی و اروپایی شرکت می‌کنند. تورها و رویدادهای دانشجویی که در کنار نمایشگاه‌های معتبر در حوزه صنعت از جمله صنعت لوازم خانگی برگزار می‌شوند، به عنوان یک منبع الهام‌بخش برای ذهن‌های جوان و علاقه‌مند به نوآوری در حوزه ابزارهای خانگی عمل کرده است. با حمایت از خلاقیت دانش‌آموزان و دانشجویان، فراهم کردن تجارب آموزشی عملی، امکان ایجاد فضای همکاری با رهبران صنعت و تسهیل ارتباطات معنی‌دار، این رویدادها و تورها به عنوان محلی برای ایجاد فرصت موفقیت هرچه بیشتر دانشجویان و دانش‌آموزان برای ورود به صنعت شکل گرفته است. همچنین، هنگامی که دستاوردهای شرکت‌کنندگان گذشته را جشن می‌گیریم، با شوق و اشتیاق به نوآوری‌های پرباری که از نسخه‌های آتی این رویداد تحول‌آفرین خواهد آمد، مواجه خواهیم شد. تعهد این رویدادها و تور در پرورش استعدادها و نسل‌های بعدی برای اینکه در آینده به رهبران صنعت جهان تبدیل شوند، یک آینده روشن و نوآورانه برای صنعت به خصوص صنعت لوازم خانگی به ارمغان می‌آورد. موفقیت تورهای دانشجویی در سراسر جهان که همراه با نمایشگاه‌ها برگزار می‌شوند، نمادی از تشنگی جهانی برای سیراب شدن از منبع دانش، نوآوری و همکاری است. این رویدادها باعث می‌شوند تا دانشجویان و دانش‌آموزان سفری فراتر از مرزهای آموزش سنتی داشته باشند و همچنین، آن‌ها را به ابتکارات جهان و ارتباطاتی که آینده حرفه‌ای آن‌ها را مرتبط و مجهز می‌کنند.

همانطور که از قاره به قاره سفر می‌کنیم، آشکار می‌شود که این کمپ‌ها تنها به عنوان فعالیت‌های محلی شناخته نمی‌شوند، بلکه به عنوان مشارکت‌کنندگان اساسی در منظر جهانی آموزش و نوآوری صنعتی عمل می‌کنند.





انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers (AHAM)

همکاران رسانه‌ای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲)

الکا ایران



خبرفوری

باشگاه خبرنگاران جوان

عصر اقتصاد

شماره یک

آسیا



اولین رویداد فناوریانه Tech Tour در هامکس ۱۴۰۲

اولین رویداد فناوریانه Tech tour صنعت لوازم خانگی ایران در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) با همت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و معاونت علمی ریاست جمهوری به منظور آشنایی و پیوند متخصصان با صنایع فعال در حوزه لوازم خانگی و زمینه‌سازی استفاده از ظرفیت و توانمندی متخصصان در راستای رفع نیاز و چالش‌های فناوریانه موجود در صنایع مربوطه برگزار شد. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، تورهای فناوریانه Tech tour، برنامه بازدید هدفمند و گروهی از نمایشگاه‌های مختلف در حوزه صنعتی و علم و فناوری، با راهنمایی افراد متخصص در حوزه مرتبط هستند که به عنوان یکی از مؤثرترین برنامه‌ها در راستای ترویج توسعه فناوری محسوب می‌شوند.

تورهای فناوریانه Tech tour، اغلب برای قشر دانشگاهی برگزار می‌شوند که اهدافی از قبیل آشنایی دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مسئولین دانشگاهی با توانمندی‌ها و دستاوردهای کشور در حوزه‌های مختلف فناوری‌های پیشرفته و رو به جلو، ایجاد و تقویت روحیه امید و خودباوری در جامعه به‌ویژه در میان نسل جوان و دانشجویان؛ جذب مشارکت ارگان‌ها و نهادهای علمی-ترویجی در برگزاری تورهای اثرگذار و امیدبخش، ایجاد بستر مناسب برای تعامل میان دانشجویان و اساتید با فناوریان، صنایع و شرکت‌های فناور، ایجاد انگیزه در دانشجویان برای ورود به حوزه‌های فناوریانه جدید و پیشرفته، ترویج و توسعه ملموس این فناوری‌ها و آشنایی با سازمان‌های سیاست‌گذار و حمایتی در حوزه مربوطه را دنبال می‌کند.



خواسته می‌شود که به معرفی شرکت و محصولات فناورانه خود بپردازند و بگویند در حال حاضر چه نیازها و چالش‌هایی دارند که با کمک اساتید، نخبه‌ها و همچنین صاحبان صنایع، می‌توان آن‌ها را رفع کرد. در همین راستا، اولین رویداد فناوریانه Tech tour صنعت لوازم خانگی ایران در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) با همت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و معاونت علمی ریاست جمهوری به منظور

انگیزه در آنان می‌شود این رویداد باعث آشنایی جامعه نخبگان با صاحبان صنایع و محصولات پیشرفته و فناوریانه آن‌ها در کشور می‌شود و همچنین موجب شبکه‌سازی میان آنان و صاحبان صنایع می‌گردد. دلیل اصلی برگزاری این رویداد، افزایش آگاهی و امید به آینده نخبگان و ایجاد فضای همکاری میان صنعت و دانشگاه می‌باشد. در این رویداد، یک نشست بین صاحبان شرکت‌های بزرگ و میهمانان، برگزار می‌گردد و در آن از مدیر عاملان شرکت‌ها

صاحبان صنایع با شرکت در این رویداد از چالش‌ها و مشکلات خود سخن می‌گویند و فناوران و دانشگاهیان توانمندی‌های خود را عرضه می‌کنند. در نتیجه، با این تبادل نظرات، احتمال مشارکت و همکاری میان این دو ذی‌نفع بالا می‌رود و به نوعی شبکه‌سازی هدفمند در تور فناوری اتفاق می‌افتد. با توجه به اینکه این رویداد بستری را برای ملاقات صاحبان صنایع با فناوران و دانشگاهیان ایجاد می‌کند، باعث بالاتر رفتن روحیه نخبگان و ایجاد

آشنایی و پیوند متخصصان با صنایع فعال در حوزه لوازم خانگی و زمینه‌سازی استفاده از ظرفیت و توانمندی متخصصان در راستای رفع نیاز و چالش‌های فناورانه موجود در صنایع مربوطه برگزار شد. هدف از برگزاری تورهای فناورانه، آشنایی بیشتر با صنایع کشور در حوزه‌های مختلف، ایجاد بستری برای تعامل میان جامعه دانشگاهی با فناوران، صنایع و شرکت‌های فناور، شبکه‌سازی بین متخصصان و ترویج و توسعه فناوری‌های مختلف است.

تور فناورانه نمایشگاه لوازم خانگی در روزهای پنجشنبه ۴ آبان‌ماه (ویژه متخصصان کانکت و اعضای هیأت علمی) و جمعه ۵ آبان‌ماه (ویژه دانشجویان و نخبگان دانشگاهی) در محل خانه نوآوری و فناوری ایران (IHIT) برگزار شد. در تور فناورانه ۴ آبان‌ماه، حدود ۳۰ نفر از متخصصان برنامه کانکت و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های برتر تهران در حوزه‌های مرتبط و همچنین مدیران عامل و فناوران شرکت‌های برتر تولیدکننده لوازم خانگی حضور داشتند.

در ابتدای نشست این رویداد، سخنرانان حاضر از شرکت‌های مختلف به معرفی شرکت خود، محصولات و چالش‌های موجود در مسیر توسعه شرکت پرداختند. در این بخش فرشاد براتی، معاون برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی، آقای محمد مهدی درخشانی، مدیرعامل شرکت فناوران سپهر موتور، آقای سلطان حسین فتاحی، بنیانگذار شرکت ام‌رسان، و آقای مهندس سعید صفوی، مدیرعامل شرکت عرش گستر، به ارائه و سخنرانی پرداختند و حضار جلسه فرصت تعامل با فناوران و صاحبان صنایع را پیدا کردند.

لزوم ارتباط دوسویه صنعت لوازم خانگی با دانشگاه و مراکز علمی

فرشاد براتی، معاون برنامه‌ریزی و اجرایی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در سخنرانی به لزوم ارتباط صنعت و دانشگاه در راستای توسعه اقتصادی کشور تاکید کرد و گفت: رویکرد اصلی بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) ارتباط دوسویه صنعت لوازم خانگی با دانشگاه و مراکز علمی است.

وی در ادامه به اشتغال‌زایی ۳۰۰ هزار نفری به صورت مستقیم و حدود یک میلیون نفری به صورت غیرمستقیم در صنعت لوازم خانگی اشاره کرد و افزود: این

میزان از اشتغال‌زایی نشان از این دارد که این صنعت برای سرمایه‌گذاری اقتصادی، فکری و همچنین اجتماعی قابل اطمینان و اتکاء است. براتی به حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور در بدنه صنعت لوازم خانگی به عنوان دومین صنعت پیشران اقتصادی کشور برای استفاده از ظرفیت‌های دانش محورانه اشاره کرد و گفت: صنعت لوازم خانگی با گردش مالی حدود ۶ میلیارد دلاری در سال می‌تواند فرصت مناسبی برای تقویت بنیه اقتصاد بدون نفت کشور باشد که در راستای تحقق این امر ضروریست تا از نخبگان علمی، اندیشمندان و خیرگان دانشگاهی و دانش‌بنیان‌ها استفاده بهینه گردد.

او تاکید کرد: صنعت لوازم خانگی به ویژه در چند سال اخیر با حضور بزرگان و کارآفرینان نشان داده است که توانایی اتکاء ملی را دارد. براتی تصریح کرد: تشکیل کمیسیون ارتباط صنعت و دانش که در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) با برگزاری تورهای دانش‌آموزی و دانشجویی با هدف تعمیق ارتباط صنعت و دانشگاه بسترسازی شده بتواند منجر به رشد کمی و کیفی صنعت و نیز ترویج فرهنگ کارآفرینی و تولید از سنن پایه گردد.

منابع انسانی عملیاتی محور اصلی توسعه

در این رویداد فناورانه صنعت لوازم خانگی ایران که در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) با همت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و معاونت علمی ریاست جمهوری برگزار شد، سلطان حسین فتاحی، بنیانگذار و مدیرعامل گروه صنعتی ام‌رسان در جمع نخبگان علمی کشور عنوان کرد: زمانی که به فرآیند چگونگی توسعه کشورهای در حال توسعه نگاه می‌کنیم، بی‌شک اصلی‌ترین محور توسعه این کشورها منابع انسانی عملیاتی آن‌ها هستند. وی خطاب به نخبگان علمی کشور که برای توسعه و رشد ایران به کشور بازگشته‌اند، اظهار داشت: اینکه شما نخبگان و فرهیختگان علمی مهم‌ترین ثروت خود یعنی زمان و تخصص خود را برای توسعه کشور گذاشته‌اید، جای قدردانی و تشکر دارد.

فتاحی در ادامه به روند شکل‌گیری گروه صنعتی ام‌رسان اشاره کرد و افزود: این شرکت در سال ۶۰ و در دهه جنگ آغاز به

کار کرد. این شرکت در ابتدا ماهانه تنها حدود ۱۰ یخچال فریزر تولید می‌کرد. رشد و شکوفایی این شرکت در دهه ۸۰ آغاز شد به طوری که از تولید ماهانه ۱۰ یخچال فریزر به روزانه ۱۸۰۰ دستگاه یخچال فریزر رسید. بنیانگذار و مدیرعامل گروه صنعتی ام‌رسان به لزوم ارتباط هر چه بیشتر صنعت و دانشگاه تاکید کرد و گفت: ما باید به جایی برسیم که صنعتگران و تولیدکنندگان نیازها و دغدغه‌ها خود را به دانشگاه ارجاع دهند و دانشگاه برای آن نسخه عملیاتی بپیچد.

در ادامه محمد مهدی درخشانی، مدیرعامل سپهر موتور در ادامه رویداد Tech tour با بیان اینکه این شرکت در حوزه موتورهای الکتریکی فعال است، عنوان کرد: این شرکت در سال ۹۶ آغاز به کار کرد که از ابتدای شروع فعالیت خود از دانشجویان دانشگاه‌های تهران با این شرکت همکاری کردند.

او تصریح کرد: هدف اصلی این شرکت از ابتدا بومی‌سازی موتورهای BLO بود که در موتورسیکلت، کولرایی، فن‌های صنعتی و ... استفاده می‌شد. لازم به ذکر است که در ادامه رویداد، فضای تعامل و شبکه‌سازی بین متخصصان حاضر در جلسه فراهم شد. در انتهای رویداد، متخصصان از محصولات و غرفه‌های منتخب شرکت‌های حاضر در نمایشگاه بازدید کردند و با صاحبان صنایع به گفتگو پرداختند.

پس از نشست و بازدید، متخصصان به همراه راهنمای تور از غرفه‌های منتخب در نمایشگاه لوازم خانگی بازدید کردند. در هر غرفه علاوه بر مسئول آن غرفه، راهنمای تور نیز توضیحاتی به متخصصان ارائه داد. همچنین بازدیدکنندگان فرصت‌های همکاری شرکت‌های مختلف را دریافت کردند.

در انتها لازم به یادآوری است که این تورها اغلب برای دانشجویان، فناوران و نخبگان و متخصصان ایرانی بازگشته از خارج کشور به منظور آشنایی آن‌ها با توانمندی‌ها و دستاوردهای کشور در حوزه‌های مختلف فناوری‌های پیشرفته، ایجاد و تقویت روحیه امید و خودباوری در جامعه به‌ویژه در میان نسل جوان و دانشجویان، جذب مشارکت ارگان‌ها و نهادهای علمی، ترویجی در برگزاری تورهای اثرگذار و امید بخش، ایجاد بستر مناسب برای تعامل میان دانشجویان و اساتید با فناوران، صنایع و شرکت‌های فناور و ... برگزار می‌شود.



گزارش تصویری
رویداد فناوریانه
صنعت لوازم خانگی ایران



اولین رویداد فناوریانه TECH TOUR

نخستین بار در نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲

آشنایی جامعه دانشگاهی با توانمندی‌های
صنعت لوازم خانگی

دستاوردهای TECH TOUR برای نخبگان دانشجویی
در حوزه فناوری

شناخت فرصت‌های همکاری میان علم و صنعت

● ۴ و ۵ آبان‌ماه ۱۴۰۲

● به همراه بازدید از خانه نوآوری و فناوری در ایران (IHIT)

● شبکه‌سازی بین متخصصان و صاحبان صنایع

● نشست معرفی و بررسی چالش‌های صنعتی



در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) برگزار شد اولین رویداد مرور تجربه Ted Talk در صنایع لوازم خانگی ایران

اولین رویداد Ted talk در صنعت لوازم خانگی ایران در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) برگزار شد؛ اما رویکرد این رویداد چیست و چه اهدافی دارد؟ TED-TALK یک مجموعه همایش جهانی است که توسط بنیاد Sapling و سازمانی غیرانتفاعی خصوصی است که با شعار «ایده‌های شایسته گسترش» برگزار می‌شود. تد در فوریه ۱۹۸۴ به عنوان یک رویداد تکی پایه‌گذاری شد. مجموعه این همایش سالانه از ۱۹۹۰ شروع شد تمرکز اولیه تد روی تکنولوژی و طراحی با ریشه‌های سیلیکون ولی بود، اما از آن به بعد تمرکز این رویداد وسیع‌تر شده است تا سخنرانی‌هایی را از موضوعات علمی، فرهنگی و دانشگاهی زیادی شامل شود.

است تا مشکلات صنعت را به کمک خود صنعتگران حل و فصل کنیم. وی با بیان اینکه امروز فرصتی نداریم و نباید وقت را تلف کرد تارگت‌ها و اهداف به سرعت باید مشخص شده و انسجام فکری بین کار گروه‌ها ایجاد شود، افزود: به منظور دستیابی به جریان‌سازی دقیق در صنعت لوازم خانگی باید هماهنگی ایجاد شود. او با اشاره به این مهم که وزارت صمت در نقش سیاست‌گذار و تنظیم‌گر رابط بین صنعت و حاکمیت است، اینرا داشت: این وزارتخانه قصد دارد تا با کمک نخبگان و دانشجویان تمام ابعاد این صنعت را مورد بررسی قرار دهد. شکرایی در بخش دیگری از سخنان خود در این رویداد گفت: در حوزه ژئوپلیتیک امروز توانسته‌ایم تا مدیریتانه برای دفاع از شرف مسلمانان پیشروی داشته‌ایم و به قول معروف عدو سبب خیر شد. از آنجایی که چالش‌های ساختاری و سازمانی و پیچیده‌ای وجود دارد، لذا ملزم هستیم که به دشواری‌های راه نیز فکر کنیم. وی با اشاره به این نکته که در بخش ژئواکونومیس فاصله بسیار تا رسیدن به هدف موردانتظار را داریم، از این رو نقش‌آفرینان داخلی باید در حوزه مهم سیاست‌گذاری و اجرایی انسجام داشته باشند، نیز تصریح کرد: امروز برای ارائه گزارش عملکرد در این رویداد مهم حاضر نشده و تنها به عنوان عضو کوچکی از دولت هستم که راوی تلاش شبانه روزی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و صنایع وابسته در بخش دولت خواهم بود. وی در بیان این مهم که باید در حل مسائل سرعت و الویت‌بندی کاملاً لحاظ شود، گفت: از جوانان و نخبگان دانشگاهی تقاضا می‌شود تا صدای وزارت صمت را بشنوند. این صنعت به علت گستردگی و ارتباط با صنایع دیگر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، لذا ارتباط با بخش برق و الکترونیک و مواد پلیمری و فولادی می‌تواند ده‌ها پروژه خوب را رقم بزند و میدان مشترکی نیز با صنعت لوازم خانگی در وزارت صمت رقم خورده است.

صنعت جای ناامیدی نیست

دیگر سخنران رویداد TED-TALK که برای نخستین بار در تاریخ نمایشگاهی کشور برگزار شد، بیان‌گذار و مدیرعامل تکیان کنترل انرژی بود که با قرار گرفتن در جایگاه سخنرانی با اشاره به اینکه بشر قدرتمندترین مخلوق خداوند است و قدرت تغییر شرایط را داراست خطاب به حضار در سالن که قریب به اتفاق آن‌ها از جامعه علمی و دانشگاهی بودند، گفت: دوران جوانی زمان تصمیم‌سازی، حرکت و تمرکز و آینده‌سازی است. علیرضا عراقی با بیان اینکه غایت‌اندیشی رازی است که من آن را در جوانی کشف کرده‌ام که در نهایت به توانمندی و مهارت منجر شد، افزود: توجه بنده در یک قطعه ساده (ترموستات) راز مهمی را بر من آشکار ساخت؛ چرا که این بخش به مثابه قلب یک سیستم و موتور محرکه آن است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، کنفرانس اصلی تد هر ساله در شهر ونکوور در ایالت بریتیش کلمبیا در کانادا و در مرکز همایش ونکوور برگزار می‌شود. کنفرانس دیگر تد، تداکتیو در شهر مجاور ویستلر برگزار می‌شود. تا قبل از سال ۲۰۱۴، این دو همایش به ترتیب در لانگ‌بیچ و پالم اسپرینگز در کالیفرنیا برگزار می‌شدند. رویدادهای تد هم‌چنین در سراسر آمریکای شمالی و اروپا و آسیا با بخش زنده سخنرانی‌ها برگزار می‌شود. این سخنرانی‌ها یک طیف وسیع از موضوعات را از تحقیق و علم به صورت عملی و فرهنگ که عمدتاً به شیوه داستان‌گویی بیان می‌شود، شامل می‌شود. به سخنرانان حداکثر ۱۸ دقیقه فرصت ارائه ایده‌های خود را به خلاقانه‌ترین و جذاب‌ترین شیوه‌ای که می‌توانند ارائه کنند داده می‌شود. انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران اما برای اولین بار این اتفاق مهم را در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) به نحوی شایسته رقم زد و برگ زرینی دیگر بر افتخارات این انجمن افزود. رویداد TED-TALK هامکس در دومین روز از برگزاری نمایشگاه با حضور جمع زیادی از اصحاب رسانه، دانشجویان دانشگاه‌های صنعتی، مراکز علمی، صاحبان صنایع و نسل دومی‌های این صنعت به اجرا گذاشته شد که به گفته حاضران در آن رویدادی اثرگذار برای تعامل بین علم و صنعت بود. در این رویداد که مسئولانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت حضور داشتند؛ با قرار گرفتن در جایگاه سخنران علاوه بر بیان نظرات خود به سوالات حاضران در این رویداد پاسخ دادند.



صدای رسای وزارت صمت را بشنوید!

محسن شکرایی، مدیرکل دفتر لوازم خانگی وزارت صمت، اولین سخنرانی بود که ضمن تقدیر از انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و اشاره به پیشرو بودن صنعت لوازم خانگی در کشور، گفت: در حال حاضر این صنعت در مرحله تحول و شکوفایی قرار دارد و بنا به خواست دولت سیزدهم بنا

بدون یرفگ) را در الکترواستیل ایجاد و به تولید این نوع یخچال با هدف بی‌نیاز کردن کشور از واردات در این بخش پرداختیم. وی یادآور شد: در آتش‌سوزی ۱۵ فروردین سال جاری، خط تولید الکترواستیل کاملاً تخریب شد، اما یلافاصله مدیریت بحران در این مرکز تشکیل شد. این کارخانه امروز به چرخه تولید بازگشته و در این راه در انتظار کمک‌های دولتی نمائیم. بنا به گفته او در آماده‌سازی برای ساخت کارخانه الکترواستیل بیش از ۲۰۰۰ ضایعات فلزی منتقل شد.

مدیرعامل این شرکت با بیان اینکه کارخانه الکترواستیل پس از آتش‌سوزی در محل گذشته و به صورت مدرن‌ترین ساخته شد، گفت: پروژه توسعه الکترواستیل با ظرفیت تولید ماشین لباسشویی، اسبیل و در دستور کار قرار دارد. به اعتقاد وی، با خاموش شدن یک چراغ کارخانه، چندین چراغ خانه خاموش خواهد شد و شرکت الکترواستیل از ۵۰ سال قبل با تولید محصولات صنعتی از قبیل یخچال و فریزرهای ویترینی، انواع آبسردکن و شیر سردکن، سردخانه‌ها و کانکس‌های سردخانه‌دار تاسیس شده و تلاش دارد این اتفاق برای کارکنان این مجموعه اتفاق نیفتد.

استادی که از دانشگاه راهی صنعت شد



اولین رویداد TED TALK در بیست و سومین نمایشگاه لوازم خانگی کشور امروز شاهد حضور مردی بود که سال‌ها سابقه تدریس در دانشگاه‌های معتبر کشور را در کارنامه روشن زندگی چند وجهی خود دارد. این مرد پرویز گلباسی بنیانگذار گروه صنعتی سیماران و تولیدکننده موفق درب بازکن‌های الکترونیکی و دانش‌آموخته فیزیک هسته‌ای در کشور است. مرد موفق عرصه الکترونیک، امروز وارد عرصه لوازم خانگی شده و می‌گوید با وجود شرایط سخت تحریمی وارد عرصه تولید شده و دلیل او برای خودداری از جلالی وطن پس از اخراج از دانشگاه همزمان با انقلاب فرهنگی، عرق به کشور و هموطنانش است.

کلباسی در این رویداد علمی فناوری جوانان جویای علم را مخاطب قرار داد و گفت: کارگاه کوچک و اجاره‌ای سیماران امروز به وسعتی بالغ بر ۴۰ هزار متر مربع رسیده و ما به بزرگترین تولیدکننده آنتن بی‌سیم در کشور بدل شده‌ایم. به گونه‌ای که چینی‌ها هم نتوانستند به ایران آنتن وارد کنند.

وی با بیان اینکه امروز مردم کشورم محصولات این شرکت را حتی به محصولات ایتالیایی ترجیح می‌دهند، گفت: به تشویق مهندس عباس هاشمی، دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران وارد عرصه تولید محصولات لوازم خانگی شده و شروع به تولید در این حوزه کردیم.

این مقام مسئول در سیماران پیشرو بودن صنعت لوازم خانگی را موهون تحریم‌ها می‌داند و می‌گوید: هیچگاه دست به دامان دولت نشده چرا که اعتقاد دارد توسل به دولت حرکت صنعت را کند می‌کند و با این رویه و به اذعان همکاران خارجی، سیماران تاکنون موفق عمل کرده است.



وی با اشاره به مدیریت اقتصاد در سطح کلان (زاین و خرید تصاویر تهیه شده از گردشگران این کشور و دستیابی به دو نقطه نیاز مردم ایران در آن زمان، گفت: تولید کیفی پارچه‌چادر مشکی و دستگاه پلوپز برای تولید ته‌دیگ مورد علاقه مردم ایران، از آن جمله هستند.

لذا یک مدیریت آینده‌نگر به خلق فرصت می‌پردازد و اقتصاد کشور را به مسیر درست رهنمون می‌کند. این فعال بخش خصوصی با اظهار به اینکه خداوند جواهری در درون انسان قرار داده با عنوان قوه تدبیر، افزود: با دلار ۷ هزار تومانی استارت تولید در تکیان کنترل انرژی زده شد. به‌رغم بروز جنگ تحمیلی و تورم بالا، اما دست از امید نگشیدیم و به ساخت ترموستات اقدام کردیم. او با یادآوری این مهم که امروز ۵۰ مدل ترموستات در این مرکز تولید و به بازار عرضه می‌شود، ابراز داشت: فساد و بی‌کیفیتی در تولید جایی ندارد و افراد مایوس هم باید از صنعت کنار گذاشته شوند، چرا که صنعت لوازم خانگی در کشور ظرفیت توسعه و شکوفایی را دارد. عراقی ضمن تقدیر از انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در برگزاری موفق ۲۳ دوره نمایشگاه از حضار در جلسه خواست تا از داشته‌های صنعتگران مجرب صنعت لوازم خانگی در قالب تشکیل یک کارگروه به منظور تعامل بیشتر دانشگاه و صنعت بهره بگیرند.

الکترواستیل استوار، بدون اتکا به منابع دولتی



مجموعه تولید یخچال و فریزر «الکترواستیل» مشهد که فروردین‌ماه امسال از آتش‌سوزی خسارت سنگینی متحمل شده بود، تولید خود را بدون اتکا به منابع دولتی از سر گرفت. این موضوعی بود که سیدمجید محمدزاده مدیرعامل الکترواستیل در رویداد TED-TALK به آن اشاره کرد و گفت: الکترواستیل از سال ۱۳۸۵ از محصولات شرکت «همکاران سیستم» بهره گرفت و طی یک دهه نسل‌های مختلف محصولات نرم‌افزاری شرکت «همکاران سیستم» را در حوزه‌های عملیاتی مختلف شرکت تجربه کرده است. این شرکت امروزه سید کاملی از راهکارهای نرم‌افزاری عملیاتی را مورد استفاده قرار می‌دهد. محمدزاده با اشاره به اینکه صنعت لوازم خانگی در همه قسمت‌های زنجیره ارزش از پیچیدگی‌های خاصی برخوردار است، گفت: به‌رغم برخی مخالفت‌ها خط تولید یخچال نوفاست (یخچال

است. او با اشاره به این مهم که باید در تحقق این مهم مراقب افزایش سرمایه تحقیقات نیز بود، ابراز داشت: دانش بنیان شدن صنعت قطعا در رویکرد نیروی انسانی نیز مؤثر خواهد بود. اما اگر تغییرات به موقع صورت نگیرد، چهار ایستایی در این بخش خواهیم شد.

آقامحمدی با تأکید بر بهرین از اقدامات جزیره‌ای از فناوران و صنعتگران خواست تا هماهنگی و توجه به سود مشترک را در دستور کار خود قرار دهند، چرا که این کار بر سرعت پیشرفت صنایع می‌افزاید.

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام با اشاره به اینکه همکاری پایه و اساس پیشرفت اقتصادی است، تصریح کرد: نیروی انسانی قکور، خالق فرصت برای توسعه صنعت کشور می‌شود، لذا باید قواعد مالکیت دستخوش تغییرات اساسی شود. او در توضیح کاهش هزینه‌های سرباز نیز گفت: با الگوبرداری مناسب ما می‌توانیم در بخش صنعت و دستیابی به اهداف اقتصادی سرآمد بسیاری از کشورهای صاحب صنعت باشیم.



امروز بسیاری صنایع ما در حد کارخانه داری باقی مانده‌اند، در حالی که کارخانه‌ساز شدن ابتدای کار است. آقامحمدی بازار داخلی در حوزه لوازم خانگی را با توجه به بازار چند میلیون دلاری که دارد مناسب توصیف کرد و گفت: موضوع مهم در این صنعت، قیمت تمام شده است و مادام که سرمایه‌گذاری مازاد در آن انجام نشود و این صنعت نتواند به صورت زنجیره‌ای فعالیت کند، به توسعه دست نخواهد یافت. آقامحمدی تأکید کرد در صنعت لوازم خانگی با وجود پتانسیل‌های موجود و همچنین همسایگانی همچون عراق، سوریه و پاکستان و ... قادر هستیم از صادراتکنندگان موفق در منطقه باشیم.

باید مانع خروج نخبگان علمی کشور شد



منیررضا منجادی، مدیرعامل پلتفرم Done یکی از سخنرانان اولین رویداد TED (talk) در بزرگترین گردهمایی تولید صنایع لوازم خانگی بود که در جاشیه بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۴) برگزار شد. وی در این رویداد عنوان کرد: در برابر مجریان صنعت لوازم خانگی تنها می‌توان آرزوها را به تصویر کشید. وی که مدیرعامل پلتفرم



فناوری راه ورود به صنعت را پیدا کرده است

تنها بانوی فناور حاضر در رویداد TED TALK سخنان خود را با تقدیر از عملکرد مثبت انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با عنوان بزرگ‌ترین، قدیمی‌ترین و تنها تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور با سابقه چهار دهه فعالیت مؤثر و هدفگرا و جایگاه مشورتی در میان سه قوه شروع کرد. نسیم توکل، رئیس هیات مدیره عرش گستر، تنها صنعتگر بانو حاضر در رویداد TED TALK که برای نخستین بار در تاریخ نمایشگاهی کشور ارائه می‌شد با تقدیر از عملکرد مثبت انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با عنوان بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین و تنها تشکل ملی صنعت پیشران لوازم خانگی کشور با سابقه بیش از چهار دهه فعالیت مؤثر و هدفگرا و جایگاه مشورتی در میان سه قوه از میان ۱۸ انجمنی است که وی در آن عضویت دارد، گفت: این انجمن با رویکرد خرد جمعی مسیر رو به رشد صنعت لوازم خانگی را ترسیم می‌کند.

این فناور نمونه با اشاره به تاریخ شکل‌گیری عرش گستر، آن را با زوئی اجرایی، تحقیق و توسعه دیگر شرکت‌ها در ابتدای کار دانست و گفت: در ادامه فعالیت این شرکت تلاش شد تا فناوری را به بخش تولید لوازم خانگی تسری بخشیم، اما با ادامه ناکامی در این بخش، مهاجرت و بازگشت به دانشگاه در دستور کار برخی اعضای عرش گستر قرار گرفت و به این ترتیب سرمایه انسانی آن تقیل پیدا کرد.

رئیس هیات مدیره عرش گستر با بیان اینکه ما در این مرحله به انبار فناور بدل شده‌ایم، افزود: عرش گستر به‌رغم عدم تمایل، مدتی به شرکت بازرگانی تبدیل شد، چرا که استقبال از شرکت‌های دانش بنیان در برهه‌ای از زمان قابل‌توجه نبود. وی به شروع تحریم‌ها و خروج برخی کشورها از ایران و در راستای آن نیاز به عمق ساخت تولید داخلی اشاره کرد و توضیح داد: این موضوع باعث تغییر رویکرد صنعتگران شد، چرا که تا آن زمان تولیدکنندگان تنها کارخانه‌داری می‌کردند، البته همچنان شرایط برای تولید سخت است، اما فناوری راه ورود خود به صنعت کشور را پیدا کرده، چرا که نیاز بازار است که رشد را معنا می‌بخشد.

دانش و فناوری در ید قدرت تولید کنندگان لوازم خانگی ایران

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام معتقد است که نقطه قوت بیست‌وسومین نمایشگاه صنعت لوازم خانگی بحث ایجاد تناهم بین فناوران و صنعتگران این عرصه است، چرا که ظرفیت دانش و فناوری در اختیار صنایع ماست. علی آقامحمدی که در اولین رویداد TED TALK بخش نمایشگاهی سخن می‌گفت، افزود: ایران با دلا بودن مواد اولیه، دستیابی به هوش صنعتی، ماشین‌الات، نیروی انسانی و امنیت کافی می‌تواند آینده روشنی برای صنایع رقم بزند. وی با بیان اینکه برخی تغییرات بنیادین و برخی پایه‌ای است، گفت: امروز غری‌ها به دنبال آن هستند که نقش ایران در اقتصاد جهان را کم‌رنگ کنند، از این رو برای خنثی کردن این تفکر نیاز به ایجاد پژوهشگاه‌ها و تغییرات بنیادین در صنعت و اقتصاد کشور

است، ابزار داشت: ایران از ترکیه چه کم دارد که آن کشور محصولات لوازم



خانگی خود را به ۲۱ کشور دنیا صادر می‌کند اما کشور ما در پیچ و تاب بروکراسی است. لذا داخل قوانین، عدم توجه به استانداردهای جهانی از موانع ورود صنعت لوازم خانگی ایران به بازارهای جهانی است، بخش دیگری از سخنان حاج میرزا حیدرعلی بود که به آن پرداخت و افزود: صنایع ما باید با جدیت بیشتری به بخش صادرات ورود پیدا کنند. او بر این اعتقاد است که داشتن سند بحران صنعت ایران را حل نخواهد کرد، تصریح کرد: با تشکیل کنسرسیوم حجم بازار افزایش پیدا کرده و صادرات توسعه پیدا می‌کند. محمدرضا حاج میرزا حیدرعلی به مانند دیگر سخنرانان حاضر در رویداد آند تاک خواستار حمایت جدی مسئولان وزارت صمت از صنعت لوازم خانگی و صنایع وابسته شد و گفت: برای تسریع در حل مسائل نیاز صنایع در اختیار استانداردها قرار بگیرد و ضروری است تا برای عبور از این بحران به استانداردهای جهانی در این بخش دست پیدا کنیم. فعال صنعت لوازم خانگی با طرح این پرسش که آیا تولید برند ملی عزت به همراه دارد یا موجب ذلت تأکید داشت: این صنعت به وضعیت موجود عادت کرده و علاج آن نیز رفع سکون با تولید علم عملی است.

دولت، دانشگاه، کارآفرین و صنعت باید در یک راستا رشد کنند



امیرحسین اسدی، مدیرکل دفتر خدمات کسب و کار وزارت صمت در این رویداد عنوان کرد: باید فضای رقابتی در صنعت و جذب قانون ایجاد کرد، چرا که نمی‌توان انتظار داشت نیروی نخبه کشور با «حقوقی کمتر از یک فرد کم‌سواد مشغول به کار شود. امیرحسین اسدی با طرح این سوال که کار ما در دولت چیست جز کاغذبازی، افزود: چه میزان در همراهی با صنعت تلاش کرده‌ایم و چه میزان مدیران صنعتی ما به علوم و فناوری مسلط هستند. آیا در بدنه دولت به این حد از توانایی دست یافته‌ایم که بر دانش صنعتی تسلط کافی داشته باشیم؟ وی با تأکید بر این مهم که قصد نقد بر اهالی صنعت مدنظر نیست و تنها همافزایی برای رشد این بخش موردتوجه است، ابزار داشت: امروزه به مدد فضای مجازی علم

Done را عهده دارد تاریخ شروع به کار مجموعه خود را سال ۹۵ اعلام کرد و گفت: این پلتفرم بر پایه سخت‌افزار و نرم‌افزار پایه‌ریزی شده است که امروزه با «گروه انتخاب» به بازار معرفی می‌شود.

او با بیان اینکه فناور بودن فعالیت برای مجموعه Done از اهمیت بالایی برخوردار است، ابزار داشت: اهمیت کار به حدی است که اهتمام خود را متوجه ارائه خدمات پس از فروش به مخاطبان خود کرده است.

سجادی با طرح این پرسش که چرا باید همواره به خدمات پس از فروش بهاء داد، اینگونه پاسخ داد: باید پذیرفت که فروش در ابتدا تعهد است و مشتریان حلقه‌ای از زنجیره ارزش شرکت‌ها هستند. سجادی با انتقاد از کم‌توجهی به معنای مهاجرت نخبگان از جامعه علمی کشور نیز، گفت: نبود تکیه‌گاه محکم نزد دولت برای این دست از فناوران منجر به تسریع خروج آن‌ها از کشور می‌شود. به اعتقاد وی، ایران در رقابت‌های تکنولوژیک جهانی جایگاه چندانی نداشته و ادامه این روند مانع اساسی برای تحقق اهداف صادراتی کشور خواهد شد.

توسعه صنعت لوازم خانگی با اینترنت اشیاء



در ادامه اولین رویداد Ted talk در نمایشگاه هامگس ۱۴۰۲ گیارش لقمانی، معاون فنی و مهندسی گروه دیپوینت، با اشاره به سابقه ۳۰ ساله این مجموعه تولیدی اشاره کرد و گفت: مجموعه دیپوینت توانسته محصولات خود را با استفاده از اینترنت اشیاء توسعه ببخشد. لقمانی افزود: با وجود واردات قطعات شعار عمق ۸۰ درصدی تولید لوازم خانگی قطعا از اساس واقعیت ندارد. او با بیان اینکه رسوب زیادی در سیاست‌گذاری صنعت لوازم خانگی صورت گرفته است، بیان کرد: نباید با این فرآیند انتظار تحولی چشمگیر در این صنعت را داشت. لقمانی به تلاش وزارت صمت برای تحقق پیشرفت صنایع اشاره داشت و گفت: نبود مطالبه و مطالعه باعث شده جنس جوان از صنعت لوازم خانگی عقب رانده شده و آینده‌ای برای خود در این صنعت متصور نباشد.

عقب‌ماندگی صنعت لوازم خانگی از استانداردهای جهانی

مدیرعامل شرکت کارگزاران در اولین رویداد TED TALK در بیست و سومین نمایشگاه لوازم خانگی و صنایع وابسته با برشمردن موانع موجود در صنعت لوازم خانگی از جمله صادرات، ارزآوری و ارزیابی، خطاب به حضار که طیف وسیعی از آنان را دانشجویان دانشگاه‌های مختلف تشکیل می‌دادند، گفت: برآورد صنعت لوازم خانگی نشان از حرکت این صنعت به سمت واردات دارد. به رغم تعدد صدور پروانه اما تولید در رتبه حداقلی جای گرفته است. به گزارش اهلام ایران، محمدرضا حاج میرزا حیدر علی در ادامه به عقب‌ماندگی صنعت لوازم خانگی از استانداردهای جهانی اشاره داشت و گفت: این گره تنها به دست فناوران کشور حل و فصل خواهد شد چرا که این صنعت دچار نوسانات تاریخی است. وی با بیان اینکه لگوموتیو صنعت لوازم خانگی دچار پیروی است و جایگزینی نیاز ضروری آن



پاسخگویی و ارائه راهکار به مشکلات و دغدغه برخی از تولیدکنندگان و صنعتگران کرد. در انتها لازم بنا ذکر است، رویداد ملی و تخصصی مرور تجربه (تذ) صنایع لوازم خانگی، همزمان با بیستوسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲)، صبح روز پنجشنبه چهارم آبان ماه ۱۴۰۲ با حضور محسن شکراللهی مدیرکل صنعت لوازم خانگی وزارت صنعت، عباس هاشمی دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، محمدرضا علی حیدری مدیرعامل گروه صنعتی گران، گزارش لقمائی معاونت مهندسی، دیپوینت، سعیدمجید محمدرزاده مدیرعامل شرکت الکترواستیل، نسیم توکل رئیس هیئت مدیره شرکت عرض گستر، امیرحسین اسدی کارآفرین ملی، سیدرضا سجادی مدیرعامل پلتفرم Done گروه انتخاب، علیرضا عراقی بنیانگذار و مدیرعامل شرکت تکیان کنترل انرژی، پرویز کلباسی بنیان‌گذار گروه صنعتی سیماران و جمعی از مسئولان، کارآفرینان، فعالان صنعت لوازم خانگی و اصحاب رسانه، در سالن اداری شماره یک محفل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.

پیش از اساتید در حرکت است. اما آیا وزارت صنعت توانسته هنگام یا توسعه این فضا به توانمندی دست پیدا کند. او با بیان اینکه بدنه علمی وزارت صنعت باید پیشرو در علم و فناوری باشد، گفت: باید برای هم‌افزایی مثبت‌ها را کنار گذاشت چرا که به دلیل نبود روحیه تیمی اکثر کنسرسیوم‌های صنعتی نایب شده است. اسدی تأکید کرد: چنانچه دولت قصد دارد تا توسعه صنعتی را سرعت بخشد باید فرهنگ همکاری را تسری بخشیده و سازمان‌های متولی صنعت را از عملکرد جزیره‌ای بازدارد و بحث مدیریت منابع انسانی را ارتقاء دهد چرا که تا ۴۰ درصد از مشکلات این بخش را خواهد گاست. به اعتقاد او، دولت، دانشگاه، کارآفرین و صنعت باید در یک راستا رشد کنند و با بروز چنین اتفاقی می‌توان خوشبین بود که در خانه هبر جهان‌مندی یک کالای ایرانی وجود داشته باشد. بر همین اساس، دفتر خدمات گسب‌وکار وزارت صنعت در قالب پربایی «میز خدمت» در هامکس ۱۴۰۲ اقدام به دعوت برخی از مسئولان در راستای





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

رویداد ملی و تخصصی مرور تجربه (تد) صنایع لوازم خانگی

نمایشگاه بین‌المللی تهران - سالن اداری شماره یک

TED

۴ آبان ۱۴۰۲ ساعت ۱۹ الی ۱۲



امیر حسین اسدی
کارآفرین ملی



محسن شکر الهی
مدیر کل دفتر لوازم خانگی



نسیم توکل
رئیس هیئت مدیره شرکت عرض گستر



سیدمحمدمحمدزاده
مدیر عامل شرکت الکترو استیل



پرویز کلباسی
بنیانگذار گروه صنعتی سیماران



علیرضا عراف
بنیان‌گذار و مدیر عامل
شرکت تکیان کنترل انرژی



کیارش لقمانی
معاونت مهندسی دیوینت



سید زیا ساجدی
مدیر عامل پلتفرم
گروه انتخاب



محمدرضا علی‌حیدری
مدیر عامل گروه صنعتی کران

حرکت پُر امید به سوی آینده



بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) از سوم تا ششم آبان ماه در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران با برنامه‌های مختلف تخصصی برگزار شد که یکی از این برنامه‌ها، برگزاری «میز اشتغال» با هدف ورود کارجویان و نیروی کار متخصص به صنعت لوازم خانگی بود.

۱۸ تا ۳۵ سال به یک میلیون و ۵۲۰ هزار و ۶۳۵ نفر رسیده که ۱۲۲ هزار و ۶۳۷ نفر کمتر از تابستان سال قبل است. صنعت لوازم خانگی نیز به عنوان دومین صنعت پیشران اقتصادی کشور، بستر ساز ایجاد بسیاری از مشاغل مستقیم و غیرمستقیم در این حوزه از صنعت برای متقاضیان بازار کار است از همین رو توسعه این صنعت به مثابه توسعه اشتغال ملی خواهد بود همچنین این صنعت ضمن ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در حوزه فعالیت خود، موجب گسترش دامنه ایجاد مشاغل از طریق سایر صنایع وابسته نظیر فولاد و پتروشیمی در سیستم اقتصادی کشور نیز خواهد شد. در همین زمینه به موجب نقش صنعت لوازم خانگی در ایجاد اشتغال پایدار در کشور، انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان مجری برگزارکننده بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) طرح «میز اشتغال» را با هدف ورود کارجویان مرتبط با صنعت لوازم خانگی به این حوزه زمینه‌سازی کرد.

بازارهای رقابتی، بهره‌گیری از بهترین قطعات و رقابت‌پذیری با انواع برندهای داخلی و خارجی، بومی‌سازی نیروی کار و متخصصین، استفاده بهینه از ظرفیت‌سازی‌های صنایع لوازم خانگی و کمک به ارتقاء درآمدهای ارزی اشاره کرد. این دوره از نمایشگاه با رویکردی متفاوت برگزار شد که یکی از آن موارد، توجه ویژه به مسئله اشتغال جوانان در حوزه صنعت لوازم خانگی بود. این رویکرد در حالی مورد توجه ویژه سیاست‌گذاران برگزارکننده بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران قرار گرفته است که بر اساس جدیدترین گزارش مرکز آمار ایران نرخ بیکاری در رقم ۷/۹ درصد رسیده است که از تابستان سال گذشته تا تابستان سال ۱۴۰۲، حدود ۳۷۰ هزار نفر در بخش صنعت مشغول به کار شده‌اند. بر اساس تازه‌ترین آمارها، در بازار کار ایران ۵۳۶ هزار در سن ۱۵ تا ۲۴ سال بیکار هستند که این رقم بیش از ۵۷ هزار نفر نسبت به تابستان قبل کاهش نشان می‌دهد. همچنین جمعیت بیکاران در گروه سنی

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، جمعیت شاغل مستقیم در صنعت لوازم خانگی حدود ۳۰۰ هزار نفر و جمعیت شاغل غیرمستقیم در این صنعت قریب به یک میلیون نفر است و طبیعتاً این صنعت نیازمند حضور متخصصان و دانش‌آموختگان در رشته‌های مختلف دانشگاهی خواهد بود. در همین راستا بود که سامانه به‌هم‌رسانی کارجویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی ایران توسط انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و با حضور خانم عظیم‌زاده، رئیس مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID) در نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۲ رونمایی شد. در واقع این سامانه می‌تواند پلی باشد برای امیدآفرینی جوانان و پرهیز از کاهش مهاجرت‌های ناخواسته که در جامعه دیده می‌شود. اهداف اصلی برگزاری این نمایشگاه با توجه به مخورهای آن و در راستای برنامه‌های اقتصادی دولت تعیین شده‌اند که از آن جمله می‌توان به حمایت از صنایع و تولیدات داخلی، افزایش تولید و کیفیت کالای ملی، ترغیب تولیدکنندگان به حضور در



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

AHAM/IRAN

بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی
صنعت پیشران لوازم خانگی کشور

میز اشتغال

حرکتی امیدآفرین به سوی آینده

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



sid.ir/ahamiranjob



نخستین رویداد ارائه معکوس (ریورس پیچ) صنعت لوازم خانگی برگزار شد

در فضای کارآفرینی امروزه رویدادهای جدیدی به منظور ایجاد فضای رقابتی بهتر و پیشرفت سریعتر در حوزههای مختلف صنعتی و خدماتی طرح ریزی شدهاند. یکی از این رویدادها «ریورس پیچ» یا چالش معکوس است. در این رویداد سازمانها و صنایع و شرکتها نیازهای خود را برای تیمهای استارتآپی ارائه می‌کنند و تیمها محصولات و خدمات نوآور خود را به بهترین شکل ممکن متناسب با نیازهای آن مجموعه خلق می‌کنند. در واقع ریورس پیچ یک رویداد کارآفرینی تقاضا محور است. در این رویداد نقش‌ها معکوس هستند، به این معنی که استارتآپ‌ها ایده‌های تجاری خود را به مخاطبانی از سرمایه‌گذاران، نمایندگان شرکتها، مربیان استارتآپ یا سایر افراد علاقه‌مند ارائه نمی‌کنند. بلکه سرمایه‌گذاران و نمایندگان شرکتها مفهوم کسب‌وکار، چالش‌ها و موارد مشابه خود را به استارتآپ‌ها ارائه می‌دهند. در همین زمینه، نخستین رویداد ریورس پیچ (ارائه معکوس) تخصصی لوازم خانگی با رویکرد ارائه نیازهای تجمیعی صنعت ریورس پیچ روز شنبه ششم آبان‌ماه در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) در سالن مروارید نمایشگاه بین‌المللی برگزار شد.

معتقدم این صنعت ظرفیت استفاده از توانمندی‌های منابع انسانی متخصص برخوردار است. او از راه‌اندازی سامانه بهم‌رسانی کارجویان و کارفرمایان خبر داد و گفت: این نمایشگاه پهنه‌ای برای رونمایی از این سامانه و پلی برای امیدآفرینی جوانان و پرهیز از مهاجرت‌های ناخواسته که در طول سال‌های اخیر سرعت بیشتری گرفته است، خواهد بود.



رشد و توسعه نیازمند منابع انسانی متخصص است

در ادامه فرهاد پراتی، معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی از برگزاری نمایشگاه هامکس یلاس با حضور شرکت‌های انرژی‌پر و غیرانرژی‌پر در آذرماه سال جاری خبر داد و گفت: نگاه دانش‌محورانه در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران مورد تأکید انجمن به عنوان مجری برگزارکننده هامکس ۱۴۰۲ بوده است که در راستای آن شاهد برگزاری تورهای دانش‌آموزی و دانشجویی در راستای ترویج نوآوری و فناوری و همچنین تفکر خلاقانه از سنین پایه بوده‌ایم. او یکی از مشکلات کشور را منابع انسانی برشمرد و خاطرنشان کرد: آنچه منجر به رشد و شکوفایی جامعه‌ای شده مسئله ورود نیروی متخصص، خلاق و نوآور به صنعت آن کشور بوده است. در همین راستا انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در پنجمین دهه از فعالیت خود به عنوان قدیمی‌ترین انجمن صنعت پیشران لوازم خانگی فعالیت می‌کند، تلاش بر این داشته که جمعیت شاغل در این صنعت را افزایش دهد. پراتی افزود: در حال حاضر حدود ۳۰۰ هزار نفر به صورت مستقیم و حدود یک میلیون نفر به صورت غیرمستقیم در این صنعت مشغول به فعالیت هستند که طبیعتاً این صنعت نیازمند ورود متخصصان و دانش‌آموختگان تخبه و علمی دانشگاهی بیشتری است. پتا به گفته وی، بنا بر آمار رسانی که در بهار سال جاری منتشر شده است، سهم صنعت کشور از بازار اشتغال ۳۳٪ درصد است که حدود ۸ میلیون نفر در کل صنعت کشور شاغل هستند که از این میزان سهم صنعت لوازم خانگی از اشتغال حدود ۳۰۰ هزار نفر به صورت مستقیم است که این نشان از ظرفیت این صنعت برای افزایش سهم اشتغال است.



رویداد ملی و تخصصی ارائه نیازهای فناورانه صنایع لوازم خانگی

۶ آبان ۱۴۰۲
نمایشگاه بین‌المللی تهران

هوشمندسازی و توسعه فناوری‌های نوین
متنوع‌سازی مواد اولیه مورد نیاز بالا دستی در لوازم خانگی



با حضور وزیر صمت در هامکس ۱۴۰۲ از سند سیاستی صنعت لوازم خانگی رونمایی شد

بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲)، با حضور و بازدید عباس علی‌آبادی وزیر صمت به پایان رسید. وی در این بازدید از چند غرفه دیدن و پای گفتگو با چند تولیدکننده نشست و از نزدیک جدیدترین محصولات و تکنولوژی در صنعت لوازم خانگی بازدید کرد. همچنین از سند سیاستی صنعت لوازم خانگی رونمایی شد. در این بازدید معاون صنایع عمومی این وزارتخانه، مدیرکل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و جمعی از مدیران اصنافه انجمن‌ها، تشکله‌ها و فعالان حوزه لوازم خانگی، وزیر صمت را همراهی می‌کردند.



لوازم خانگی مشترک بوده که شامل تامین منابع مالی و رفع موانع تولید است که در وزارت صمت، همه تلاش‌مان را برای برطرف کردن این دغدغه‌ها به‌کار بسته‌ایم.

هدف وزارت صمت حمایت از تولید است

علی‌آبادی در مورد وضعیت ممنوعیت ورود محصولات لوازم خانگی به کشور، اظهار کرد: همه هدف‌مان در مدیریت عرضه تولید و تجارت، حمایت از تولید است اما این بدین معنا نیست که رقابت از تولیدکنندگان گرفته شود؛ باید به سمتی حرکت کنیم که در عین رقابت‌پذیر کردن صنایع خودمان، فرصت انتخاب را برای مردم فراهم کنیم.

بعد از ما آن محصول را وارد بازار کنند به نتیجه مطلوب رسیده‌ایم.

وزیر صمت با اشاره به رونمایی سند سیاستی تحول صنعت لوازم خانگی ایران در نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲، عنوان کرد: این سندی که امروز رونمایی شد، برای رسیدن به مسئله به ما کمک می‌کند. کیفیت و قیمت مناسب از جمله دغدغه‌های خانواده‌ها در این صنعت است که باید برطرف شود.

وی در پاسخ به این پرسش که وزارت صمت برای رفع دغدغه تأمین مواد اولیه در این صنعت چه اقداماتی انجام داده است، افزود: اصولاً دغدغه تمام صنعت‌گران و تولیدکنندگان در ایران خصوصاً در صنعت

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی، عباس علی‌آبادی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه بازدید از بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲)، در جمع خبرنگاران در خصوص برنامه وزارت صمت برای رشد صنعت لوازم خانگی، گفت: لوازم خانگی، جزو ارکان مهم زندگی خانواده‌های ایرانی است و مخاطب اصلی‌مان در این صنعت مردم به‌خصوص بانوان هستند.

وی افزود: وضعیت صنعت لوازم خانگی نسبت به گذشته رشد بسیار خوبی داشته است، اما این رشد کافی نیست زیرا روزی که در منطقه و دنیا بتوانیم به‌عنوان برنده ایرانی، محصولی را ارائه کنیم که دیگران

خواهند شد. علی‌آبادی در پایان در مورد مشکل حمل‌ونقل و ترخیص کامیون‌های وارد شده در سال ۱۴۰۰ و گلایه‌های رانندگانی برای ثبت سفارش نشدن آن‌ها، اینگونه توضیح داد: مانعی وجود ندارد و عمدتاً این کامیون‌ها ترخیص شده و خواهند شد. او گفت: البته در تلاش هستیم در حوزه کشنده‌ها، به سمت کشنده‌های آینده برویم که کشنده‌های برقی هستند و در داخل تولید خواهند شد.

وی در این خصوص اضافه کرد: در آینده حرکت‌مان در این صنعت، مسیری نیست که صرفاً به لوازم خانگی به شکل انحصاری نگاه کنیم بلکه قضایی برای مردم ایجاد می‌کنیم که خودشان انتخاب کنند، زیرا لوازم خانگی ایران، امروز رقابت‌پذیر شده است. وزیر صمت در پاسخ به این پرسش که آیا ممکن است اجازه واردات در این حوزه داده شود؟ تأکید کرد: با هدف رقابت‌پذیر کردن کالاهای ایرانی و رعایت تعرفه‌های مناسب، این کار انجام



با حضور وزیر صمت:

از اولین جایزه ملی نوآوری و فناوری در صنایع لوازم خانگی ایران رونمایی شد

وزیر صمت در بازدید از بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) از اولین جایزه ملی نوآوری رونمایی کرد و معاون تجارت و خدمات وزارت صمت از آغاز ثبت‌نام جایزه ملی نوآوری و فن‌آوری در صنعت لوازم خانگی، همزمان با برگزاری رویداد نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران، خبر داد. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، علیرضا شاه‌میرزایی معاون تجارت و خدمات وزارت صمت در این باره گفت: در راستای برنامه‌های کلان وزارت صنعت، معدن و تجارت و برای ارائه خدمات بهتر به جامعه، ترویج ارائه محصول و خدمات بهتر، کمک به رسوخ فناوری در صنعت، هدایت صاحبان کسب‌وکار به سمت افزایش بهره‌وری و کاهش بهای تمام شده، بررسی نظام توسعه کسب‌وکار و شکل‌دهی یک مسیر دائمی برای رشد کسب‌وکارها، دبیرخانه دائمی رتبه‌بندی کسب‌وکار شکل می‌گیرد.



وی ادامه داد: تحقق اهداف و برنامه‌ها و توسعه صادرات به‌ویژه محصولات غیر نفتی، حمایت از تولید، کارآفرینی، خلاقیت، فناوری و اقتصاد دیجیتال در صنعت، اشتغال‌زایی، یادگیری، الگوسازی و ارتقای توانایی‌های بنگاه‌ها، شکل‌گیری مزیت رقابتی، ارتقای بازدهی و راندمان تولید، ارتقای کیفیت تولیدات داخلی، بهبود کیفیت و عرضه محصولات، بهبود ارائه خدمات پس از فروش و کمک به شفافیت در تولید و عرضه محصولات از اهداف دبیرخانه دائمی رتبه‌بندی است. معاون تجارت و خدمات وزارت صنعت معدن و تجارت افزود: در نظر داریم تا شرکت‌های برتر، از حمایت‌ها و جوایز تشویقی مختلف بهره‌مند شده

و مسیر تبلیغات و توسعه آنها با کمک دبیرخانه هموار شود. وی اضافه کرد: در آغاز کار و با همکاری دفتر خدمات کسب‌وکار، دفتر صنایع لوازم خانگی و انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و به‌منظور ترویج، توسعه و افزایش رقابت بین بنگاه‌ها و همچنین توسعه میزان رسوخ و نفوذ فن‌آوری و هوشمندسازی در زنجیره ارزش صنایع لوازم خانگی و صنایع وابسته به آن، همزمان با رویداد نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) ثبت‌نام جایزه ملی نوآوری در صنعت لوازم خانگی با هدف رتبه‌بندی و ارائه جایزه فناوری در صنعت لوازم خانگی آغاز می‌شود. شاه‌میرزایی

در ادامه تاکید کرد: مدل جایزه مذکور در برگیرنده دو بخش اساسی در قالب عوامل و شاخص‌های فرآیندمحور و اقدامات و فرآیندهای کلیدی و چرخه شکل‌گیری مدیریت فن‌آوری و نوآوری در سازمان یا بنگاه و به‌عبارتی شاخص‌های و معیارهای توانمندسازی و بخش مربوط به خروجی‌ها و نتایج و خروجی‌های فناوری در طراحی، تولید، فروش، مالی، فرآیندها و خدمات و... است. وی در پایان گفت: شرکت‌ها و واحدهای تولیدی فعال در صنعت لوازم خانگی می‌توانند با مراجعه به سایت hata.ir ضمن اطلاع از شرایط و معیارهای سنجش، نسبت به تکمیل فرم اظهارنامه و پارگذاری مستندات خود اقدام کنند.

وی ادامه داد: تحقق اهداف و برنامه‌ها و توسعه صادرات به‌ویژه محصولات غیرنفتی، حمایت از تولید، کارآفرینی، خلاقیت، فناوری و اقتصاد دیجیتال در صنعت، اشتغال‌زایی، یادگیری، الگوسازی و ارتقای توانایی‌های بنگاه‌ها، شکل‌گیری مزیت رقابتی، ارتقای بازدهی و راندمان تولید، ارتقای کیفیت تولیدات داخلی، بهبود کیفیت و عرضه محصولات، بهبود ارائه خدمات پس از فروش و کمک به شفافیت در تولید و عرضه محصولات از اهداف دبیرخانه دائمی رتبه‌بندی است. معاون تجارت و خدمات وزارت صنعت معدن و تجارت افزود: در نظر داریم تا شرکت‌های برتر، از حمایت‌ها و جوایز تشویقی مختلف بهره‌مند شده و مسیر تبلیغات و توسعه آنها با کمک دبیرخانه هموار شود.

وی اضافه کرد: در آغاز کار و با همکاری دفتر خدمات کسب‌وکار، دفتر صنایع لوازم خانگی و انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و به‌منظور ترویج، توسعه و افزایش رقابت بین بنگاه‌ها و همچنین توسعه میزان رسوخ و نفوذ فناوری و هوشمندسازی در زنجیره ارزش صنایع لوازم خانگی و صنایع وابسته به آن، همزمان با رویداد نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲) ثبت‌نام جایزه ملی فناوری در صنعت لوازم خانگی یا هدف رتبه‌بندی و ارائه جایزه فناوری در صنعت لوازم خانگی آغاز می‌شود.

شاه‌میرزایی در ادامه تأکید کرد: مدل جایزه مذکور در برگیرنده دو بخش اساسی در قالب عوامل و شاخص‌های فرایندمحور و اقدامات و فرایندهای کلیدی و چرخه شکل‌گیری مدیریت فناوری و نوآوری در سازمان یا بنگاه و به‌عبارتی شاخص‌های و معیارهای توانمندساز و بخش مربوط به خروجی‌ها و نتایج و خروجی‌های فناوری در طراحی، تولید، فروش، مالی، فرایندها و خدمات و... است. وی در پایان گفت: شرکت‌ها و واحدهای تولیدی فعال در صنعت لوازم خانگی می‌توانند با مراجعه به سایت ihata.ir ضمن اطلاع از شرایط و معیارهای سنجش، نسبت به تکمیل فرم اظهارنامه و یارگذاری مستندات خود اقدام کنند. شایان ذکر است، مدل جایزه مذکور در برگیرنده دو بخش اساسی در قالب عوامل و شاخص‌های فرایندمحور (زیرساخت‌ها، پیشران‌های کلیدی و راهبردی، فرایندهای کلیدی و چرخه شکل‌گیری مدیریت فناوری و نوآوری در سازمان یا

بنگاه) و به عبارتی شاخص‌های و معیارهای توانمندساز و بخش مربوط به خروجی‌ها و نتایج (نتایج و دستاوردهای مربوط به مشتریان، کارکنان، نتایج مالی و بازار، حاکمیت و جامعه) و بخش مردمی‌سازی (نظرسنجی میزان رضایت) که در صورت امکان انجام خواهد شد، است؛ بنابراین در چارچوب این مدل کلاف مندل ارزیابی جایزه نوآوری تدوین شده است.

اهداف برگزاری رویداد «جایزه نوآوری در صنعت لوازم خانگی ایران» در نمایشگاه هامکس ۲۰۲۳

۱. تحقق اهداف برنامه‌های توسعه و توسعه اقتصادی و توسعه صادرات به‌ویژه محصولات غیرنفتی
۲. حمایت از تولید، کارآفرینی، خلاقیت، فناوری و اقتصاد دیجیتال در صنعت و اشتغال‌زایی
۳. یادگیری، الگوسازی و ارتقای توانایی‌های بنگاه‌ها و توانایی‌های ملی در توسعه فناوری و نوآوری و شکل‌گیری مزیت رقابتی مبتنی بر فناوری و نوآوری و توسعه اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان
۴. ارتقای جایگاه بنگاه‌ها و به تبع آن رتبه کشور در شاخص‌های بین‌المللی
۵. ارتقای بازدهی و راندمان تولید و ارتقای کیفیت تولیدات داخلی
۶. ایجاد حسن رقابت میان کسب‌وکارها، صنایع مختلف و کارآفرینان کشور و افزایش رقابت‌پذیری واحدهای صنعت در جهت بهبود کیفیت و عرضه محصولات
۷. توانمندسازی بنگاه‌ها و گروه‌های کارآفرین از طریق تشویق به تدوین استراتژی فناوری و نوآوری و اقتصاد دیجیتال و ...
۸. سازماندهی بر اساس شرایط محیط کسب‌وکار
۸. حمایت از رونق تولید و توسعه برندها و اعتباربخشی به برندهای داخلی و افزایش اعتبار «ساخت ایران» یا هدف حضور فعال در بازارهای داخلی و بین‌المللی
۹. تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی در جهت توسعه صادرات غیرنفتی
۱۰. توانمندسازی مدیران واحدهای صنعتی در تراز جهانی
۱۱. توسعه و تسهیل کسب‌وکار از مسیر آگاهی‌افزایی کسب‌وکارها (نقاط قوت و ضعف و شناخت ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها و ...) و شناسنامه‌دار نمودن کسب‌وکارهای صنعت



رئیس کمیسیون صنایع مجلس در هامکس ۱۴۰۲: بی‌ثباتی ارز و تصمیمات دولت مانع رشد تولید و صنعت است



رئیس کمیسیون صنایع مجلس گفت: عمده مانعی که صنعت و تولید با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند موضوع بی‌ثباتی ارز و تصمیمات بدنه دولت است. عزت‌اله تالاریشتی در حاشیه نمایشگاه بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی عزت‌اله اکبری تالاریشتی، رئیس کمیسیون صنایع مجلس به خبرنگار تیتیر کوتاه قیمت‌گذاری در صنعت لوازم خانگی گفت: چالش قیمت‌گذاری در صنعت لوازم خانگی در حوزه اختیارات دولت است و در حوزه اختیارات مجلس قرار نمی‌گیرد. مجلس به‌عنوان نماینده مردم در کنار مردم بوده و از مردم دفاع می‌کند، البته که دولت هم همین مسیر را پیش می‌گیرد. در هر حال حوزه اجرا با دولت بوده حوزه نظارت، قانون‌گذاری و کمک به حوزه صنعت و تولید در حوزه اختیارات مجلس است.

عمده مانعی که صنعت و تولید با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند موضوع بی‌ثباتی ارز و تصمیمات بدنه دولت است؛ چراکه تولیدکنندگان باید بتوانند حداقل تا یک سال آتی خود را پیش‌بینی کنند. باید گفت که مشکلاتی وجود داشت شاید هم یکی از بهانه دستگاه دولت تحریم بود، البته به شخصه به تحریم باور ندارم.

در جهت تنظیم بازار اقداماتی را انجام می‌دهد. البته که بدنه دولت هم همین نظر را دارند که در فضای آزاد و رقابتی تا قیمت را رقابت تعیین کند که این موضوع در صنعت خودرو، لوازم خانگی و... هم به همین شکل است. در تمام دنیا هم به همین نحو است، اگر کنترل‌های غیراصولی انجام شود مشکلات ایجاد خواهند شد.

رئیس کمیسیون صنایع مجلس در انتها گفت: دخالت دولت تنها در زمان کمبود کالا است. بررسی‌های میدانی بیانگر آن است که بیشتر کارخانه‌ها این امکان را دارند که تولید را به حد مطلوب برسانند.

رئیس کمیسیون صنایع مجلس درباره مشکلات شرکت ارج عنوان کرد: در مورد شرکت ارج به شخصه وارد میدان شدم و اقدامات اجرایی انجام دادم. تمام موانع (دخالت‌ها و دیگر موانع) ارج را مرتفع کردم؛ چراکه مطلع بودم این سریا نکه داشتن این برند نام‌اشنا مردم را خوشحال می‌کند.

تالاریشتی درخصوص قیمت‌گذاری دستوری که زمینه‌ساز بروز مشکلاتی در صنایع شده است، بیان کرد: در این زمینه گفت‌وگوهای متعددی است که رقابت باید قیمت را مشخص کند، زمانی که کالایی کم باشد دولت وارد می‌شود و



رضایت عمومی از هامکس ۱۴۰۲



روزنامه دنیای اقتصاد در گزارشی نوشت: طبق مشاهدات میدانی و سوال از بازدیدکنندگان و همچنین غرفه داران، رضایت عمومی از نمایشگاه لوازم خانگی هامکس ۱۴۰۲ وجود داشت. بیست و سومین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۲)، در حالی از ۳ تا ۶ آبان ماه در محل نمایشگاه بین المللی تهران برگزار شد که با استقبال بسیار خوب بازدیدکنندگان و همچنین تولیدکنندگان مواجه شد. تعداد ۳۰۹ واحد صنعتی در این نمایشگاه حضور داشتند که از این تعداد ۲۴۰ شرکت داخلی و مابقی خارجی بودند. شرکت های خارجی شامل دو کشور چین و ترکیه بودند که به دلیل برخی مسائل مانند تحریم ها، حضور دیگر کشورها در این نمایشگاه میسر نشده بود.

لوازم خانگی و نقش صنعت لوازم خانگی در کاهش اثرات تحریم و اقتصاد مقاومتی و با رتبه A پلاس برگزار شده است. البته به موجب نقش صنعت لوازم خانگی در ایجاد اشتغال پایدار به عنوان دومین صنعت پیشروان در کشور، انجمن ملی صنایع لوازم خانگی به عنوان مجری بیست و سومین نمایشگاه بین المللی صنعت لوازم خانگی طرح «میز اشتغال» را با هدف ورود کارچویان مرتبط با صنعت لوازم خانگی به این حوزه طراحی و برنامه ریزی کرده است.

لوازم برقی کوچک و بزرگ، گازسوز و همچنین زنجیره تامین برگزار شد. البته انجمن صنایع لوازم خانگی قصد دارد به زودی یک نمایشگاه دیگر تحت عنوان هامکس پلاس برگزار کند که اختصاص به لوازم خانگی غیرافزری بر خواهد داشت که معطوف به کالاهای صادراتی این شرکت ها خواهد شد. طبق اعلام انجمن ملی صنایع لوازم خانگی، این رویداد با سه محور اصلی امیدآفرینی و کاهش مهاجرت جوانان، نقش زنان در توسعه صنعت

الته به دلیل ممنوعیت واردات لوازم خانگی، تلاش خوبی از سوی انجمن برای حضور قطعه سازان خارجی در این نمایشگاه انجام شده بود که تعدادی قطعه ساز خارجی لوازم خانگی برای حضور در نمایشگاه هامکس ۲۰۲۳ اقدام کرده بودند. اما تفاوت بزرگ این نمایشگاه با سال قبل، تکنیک لوازم خانگی انرژی بر (استفاده از برق و گاز) یا دیگر لوازم خانگی مانند وسایل پلاستیکی آتش خیزانه و همچنین چینی و بلور بود که این نمایشگاه در دو گروه

رونمایی از «سامانه اشتغال زایی و به هم رسانی کارچویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی»



صنعت با دانشگاه ویژه بوده است.

او خاطرنشان کرد: عمق بخشیدن به ارتباط بین صنعت و دانشگاه کار آسانی نیست؛ سالهاست که شعار ارتباط صنعت و دانشگاه مطرح می شود، اما زمانی وارد فاز عملیاتی می شویم متوجه خواهیم شد که صنعت و دانشگاه دیدگاه و تجربه های متفاوتی دارند که این موضوع مانع ارتباط بیشتر این دو شده است.

از همین رو نیاز به یک پل سازی بین صنعت و دانشگاه داریم. او تاکید کرد: سامانه به هم رسانی کارچویان و کارفرمایان می تواند مسیری برای ورود متخصصین به صنعت لوازم خانگی باشد.

ویژه انجمن به مقوله صنعت و دانشگاه، خاطرنشان کرد: یکی از تلاش های ما در چند سال گذشته این بوده است که بتوانیم پل های ارتباطی بین صنعت و دانشگاه را برقرار کنیم و سامانه هم گام اولی از پل سازی بین صنعت و دانشگاه است. در گام اول پنا شده است قضایای ایجاد شود که هم کارفرمایان بتوانند نیازهای شغلی و تخصص های مورد نیاز خودشان را اعلام کنند و هم دانشجویان، کارچویان و متخصصان در حوزه های مختلف بتوانند با کارفرمایان ارتباط بگیرند. وی افزود: در گام های بعدی نیز در نظر است نیازهای علمی و تخصصی صنایع را از طریق سامانه به هم رسانی کارچویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی ایران مطرح کنیم و از طریق دانشگاهیان هم امکان ارائه پیشنهادات در این زمینه را داشته باشیم.

در همین قالب می توان کارگروهی را تشکیل داد که نماینده های هم از طرف صنعت و هم از طرف دانشگاه، این طرح ها و پیشنهادات را ارزیابی و انتخاب کند. در انتها عظیم زاده بیان کرد: خوشبختانه در چند سال اخیر نگاه انجمن ملی صنایع لوازم خانگی به مقوله ارتباط

سامانه به هم رسانی کارچویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی ایران به سفارش انجمن لوازم خانگی ایران روز چهارم نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲، در ابتدای اولین رویداد «ریورس پیج» رونمایی شد.

در ابتدا، فرشاد براتی معاون برنامه ریزی، اجرایی و روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گفت: صنعت لوازم خانگی نیازمند حضور متخصصان و دانش آموزان در رشته های مختلف دانشگاهی است. لذا با استفاده از سامانه به هم رسانی کارچویان و کارفرمایان صنعت لوازم خانگی ایران می توان این به هم رسانی نه فقط در حوزه اکوسیستم نوآوری و فناوری به عرضه کننده تقاضا و برآورنده نیاز است.

او گفت: این سامانه شاید پلی برای امیدآفرینی جوانان و پرهیز از کاهش مهاجرت های ناخواسته در جامعه باشد.

در ادامه غلامه عظیم زاده، رئیس مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID) در راستای همکاری مشترک مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران و نگاه

برپایی «میز خدمت» در هامکس ۱۴۰۲

بیست و سومین نمایشگاه صنایع لوازم خانگی ایران در حالی برگزار شد که بنا به صلاحدید مجری برگزارکننده یعنی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران برنامه‌های کاربردی نوینی برای برگزاری این دوره از نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ در دستور کار قرار گرفت که یکی از آن‌ها برپایی «میز خدمت» بود. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، در همین راستا دفتر خدمات کسب و کار وزارت صمت با همراهی انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در طول چهار روز برگزاری بیست و سومین نمایشگاه صنایع لوازم خانگی ایران اقدام برپایی غرفه «میز خدمت» در سالن خلیج فارس نمود. در همین راستا از برخی مسئولان در راستای پاسخگویی و ارائه راهکار به مشکلات و دغدغه برخی از تولیدکنندگان و صنعتگران دعوت به عمل آمد.

مسئولانی که به غرفه «میز خدمت» دعوت شده بودند به صورت بی‌واسطه با تولیدکنندگان و صنعتگران اقدام به صحبت و گفتمان می‌کردند و در راستای بهبود فضای کسب و کار در حوزه صنعت لوازم خانگی، قوانین محل کسب و کار را شناسایی و یا اقدام به ارائه راهکار می‌کردند. در واقع میز خدمت در راستای بررسی و شناسایی مشکلات و دغدغه‌های فعالان اقتصادی به جهت ارائه راهکار و شنیدن نارضایتی‌های موجود برقرار شد. لازم به ذکر است: انجمن ملی صنایع لوازم خانگی به عنوان مجری برگزارکننده بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی با سه محور اصلی (امیدآفرینی و کاهش مهاجرت جوانان، نقش زنان در توسعه صنعت لوازم خانگی و نقش صنعت لوازم خانگی در کاهش اثرات تحریم و اقتصاد مقاومتی) اقدام به برگزاری نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ با رتبه A پلاس کرد.



رئیس اتاق بازرگانی تهران در جمع خبرنگاران عنوان کرد: صنعت لوازم خانگی درخشان عمل کرد

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران عملکرد صنعت لوازم خانگی بعد از تحریم‌ها درخشان توصیف کرد و تاکید داشت: برای پیشرفت صنعت لوازم خانگی و دیگر صنایع، دولت باید دست از قیمت‌گذاری دستوری بردارد و اجازه رقابت بین شرکت‌ها و تولیدکنندگان را بدهد.



به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، محمود نجفی عرب، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در بازدید از بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۳) در جمع خبرنگاران عنوان کرد: در حوزه کسب‌وکارها یکسری موانع و چالش وجود دارد اما از آنجایی‌که برای رفع این مشکلات و موانع چاره‌ای اندیشیده نشده و دلتوردان نیز در این سال‌ها برای رفع آن اقدامی نشان ندادند، متأسفانه این چالش‌ها در سیستم اقتصادی کشور رسوخ کرده است.

وی در ادامه به خروج شرکت‌های خارجی در صنعت لوازم خانگی ایران بعد از تحریم‌ها اشاره کرد و افزود: خوشبختانه شرکت‌ها و تولیدکنندگان لوازم خانگی درخشان بسیار خوبی به ویژه در زمان تحریم‌ها داشته‌اند و توانستند جای شرکت‌های خارجی را پر کنند.

نجفی عرب اضافه کرد: خوشبختانه در حال حاضر تمامی نیازهای بازار در حوزه کالاهای لوازم خانگی در کشور توسط تولیدکنندگان داخلی تولید می‌شود و بازار را پوشش می‌دهد.

او به افزایش کیفیت لوازم خانگی در طی سال‌های اخیر اشاره کرد و گفت: متأسفانه صنعت لوازم خانگی نیز به مانند سایر صنایع دیگر، مبتلا به بیماری مزمن «قیمت‌گذاری دستوری» است.

با وجود انتقاد و اعتراض شدید تولیدکنندگان، صاحبان کسب‌وکار و اقتصاددانان نسبت به قیمت‌گذاری دستوری اما متأسفانه گوش شنوایی برای حل این مشکل وجود ندارد. او در انتها تاکید کرد که دولت باید دست از قیمت‌گذاری دستوری بردارد و اجازه رقابت شرکت‌ها و تعیین قیمت کالاهای بر اساس عرضه و تقاضا را بدهد. این اقدام دولت مانع سرمایه‌گذاری در صنایع شده است.

مطالبه انجمن ملی صنایع لوازم خانگی از معاون اول رئیس جمهور

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Foundation of Home Appliances Manufacturers (HAMFAM) 1388



انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در نامه‌ای به معاون اول رئیس جمهوری خواهان همراهی دولت به منظور حل ریشه‌ای مشکلات واحدهای صنعتی لوازم خانگی، به ویژه در خصوص تامین ارز و فرآیندهای مربوط به آن شد. در نامه انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران به محمد مخبر، معاون اول رئیس جمهور به اهم مشکلات موجود و شرایط جاری حاکم بر محیط کسب‌وکار و تولید و تجارت خارجی کشور اشاره و درخواست شده که نسبت به رفع موانع کلیدی مشکلات چاره‌جویی شود.

تولید است. اجرایی نبودن فرمول محاسبه ۱۲۵ درصدی سهمیه ارزی برای واحدهای تولیدی با توجه به زنجیره‌ای بودن فرآیند سفارش‌گذاری خارجی برای تولید قطعات و طولانی بودن زمان ثبت سفارش تخصیص و تامین ارز و به نفع در مواردی انتقال سهمیه ارزی به سال بعد آن، موضوع دیگری است که انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در این نامه به آن اشاره داشته است.

از موارد دیگری که انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران تاکید کرده است، اعمال روش حق تقدم ثبت سفارش به یارنامه توسط بانک مرکزی و رونق و توسعه قاچاق کالا و کاهش تولیدات داخلی با توجه به موانع و مشکلات کلیدی بوده است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، این نامه به مشکلاتی که بارها در رسانه‌ها به آن پرداخته، اشاره شده است و عنوان گردید: اعمال محدودیت‌های ثبت سفارش و تخصیص ارز به صورت فصلی برای واحدهای تولیدی، مغایر با برنامه‌ریزی‌های سالیانه فعالان صنعتی است. از این رو نیاز است تا تخصیص ارز به صورت فصلی منتهی گردد.

در بخش دیگری از این نامه آمده که فرآیند کتد و بلا تکلیفی ثبت سفارش واردات قطعات و مواد اولیه مورد نیاز تولید واحدهای تولیدی لوازم خانگی از موانع جدی تولیدکنندگان بوده و نیاز به بازنگری عاجل و اساسی دارد. مشکلات ناشی از سلاک بودن تخصیص کالا برای تعیین سقف سهمیه‌های ارزی سالیانه واحدهای تولیدی به رضم آگاهی از تاخیرهای جاری و مداوم در فرآیند ثبت سفارش تخصیص و تامین ارز مورد نیاز آن‌ها از دیگر مشکلات

گزارش تصویری بازدید مقامات و مسئولان از نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲





در نمایشگاه هامکس ۱۴۰۲ چه گذشت؟

افتتاحیه متفاوت
هامکس ۱۴۰۲



تورهای
صنعتی - فرهنگی
دانش آموزی
راهیان پیشرفت



تورهای
صنعتی - فرهنگی
دانشجویی
راهیان پیشرفت



اولین رویداد
مرور تجربه Ted Talk
صنایع لوازم خانگی ایران





اولین رویداد فناوریانه
Tech Tour
در هامکس ۱۴۰۲

میز اشتغال

میز خدمت

اولین
رویداد ارائه معکوس
reverse pitch

اولین جایزه
ملی نوآوری و فناوری
در صنایع لوازم خانگی ایران



در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی مطرح شد: تولیدکنندگان لوازم خانگی جزو مشتریان استراتژیک فولاد مبارکه



راهبرد فولاد مبارکه در تأمین حداکثری نیاز کارخانه‌های تولیدکننده لوازم خانگی کشور به‌ویژه در شرایط تحریم، فرصت افزایش توان تولید، تأمین نیاز داخل و صادرات ۳۰۰ میلیون دلاری و کسب رتبه نوزدهم جهانی کشور در عرصه محصولات لوازم خانگی را فراهم کرده است. رضا حیدری، معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه در خاشیه برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ضمن بیان مطلب فوق گفت: فولاد مبارکه از ابتدای بهرمرداری با درک این موضوع که صنعت لوازم خانگی تأمین‌کننده نیازهای ضروری خانوارهای ایرانی است و از اهمیت زیادی برخوردار است، همواره تلاش کرده قابلیت و توانمندی‌های خود را با تمرکز بر تأمین نیاز این صنعت استراتژیک به ورق‌های فولادی توسعه دهد.

نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی، فرصت مناسبی است که بتوانیم در بازه زمانی چهارروزه نشست‌های هدفمندی با مشتریان خود داشته باشیم.

وی با بیان اینکه فولاد مبارکه حمایت همه‌جانبه‌ای از صنعت لوازم خانگی کشور داشته است، افزود: تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور جزو مشتریان استراتژیک فولاد مبارکه در زمینه محصولات سرد، گالوانیزه و رنگی هستند و حدود ۳ درصد از میزان فروش فولاد مبارکه در اختیار تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور قرار می‌گیرد. مدیر فروش داخلی شرکت فولاد مبارکه خاطرنشان کرد: نیاز به ورق‌های ویژه تولید یخچال، ماشین لباس‌شویی و... در طی چند سال گذشته مطرح شده است. این ورق‌ها پیش از این وارداتی بوده و از خارج تأمین می‌شده است؛ اما با افزایش تولیدی که طی سال‌های اخیر در صنعت لوازم خانگی کشورمان شاهد بودیم، فولاد مبارکه توانست با برنامه‌ریزی مناسب به بخش قابل‌توجهی از نیاز این صنعت پاسخ دهد.

خمنزوی افزود: در حال حاضر ماهیانه ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ تن ورق رنگی مخصوص لوازم خانگی در فولاد مبارکه به تولید می‌رسد. امیدوارم بتوانیم در آینده‌ای نزدیک به کل نیاز صنعت لوازم خانگی کشور در حوزه ورق‌های رنگی پاسخ دهیم.

معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه، علاوه بر تسهیلات تجاری فوق در حوزه‌های فنی نیز فولاد مبارکه با تعریف پروژه‌های مشترک با تولیدکنندگان لوازم خانگی اقدام به بهبود فرآیندها و تولید ورق‌های خاص مورد استفاده در صنعت لوازم خانگی کرده است.

بی‌نیازی از واردات و ارزآوری ۳۰۰ میلیون دلاری

حیدری اظهار داشت: در حال حاضر به‌واسطه تعاملات مؤثر شکل‌گرفته میان فولاد مبارکه و صنعت لوازم خانگی حجم و کیفیت تولیدات لوازم خانگی به‌اندازه‌ای ارتقا یافته که علاوه بر نیاز داخل امکان صادرات آن نیز فراهم شده و در سال گذشته بیش از ۳۰۰ میلیون دلار درآمد ارزی برای کشور حاصل گردیده است؛ ضمن اینکه کشورمان جایگاه نوزدهم جهانی در تولید لوازم خانگی دنیا را از آن خود کرده است.

مدیر فروش داخلی شرکت فولاد مبارکه، حمایت همه‌جانبه فولاد مبارکه از صنعت لوازم خانگی کشور مدیر فروش داخلی فولاد مبارکه با بیان اینکه این شرکت حمایت همه‌جانبه‌ای از صنعت لوازم خانگی کشور داشته است، گفت: تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور جزو مشتریان استراتژیک فولاد مبارکه در زمینه محصولات سرد، گالوانیزه و رنگی هستند. یونس خمنزوی، در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) اظهار داشت:

رضا حیدری از احداث خطوط تولید نورد سرد، گالوانیزه و رنگی فولاد مبارکه به‌عنوان گام‌های مؤثری برای تأمین نیاز صنایع لوازم خانگی به انواع ورق‌های فولادی نام برد و گفت: با توجه به اینکه تحریم‌ها فرصت مناسبی را برای رشد و رونق تولید لوازم خانگی در داخل کشور فراهم آورده هرروز شاهد این بودیم که نیاز این صنعت به انواع ورق‌های فولادی افزایش یافته است. بیش از ۱۵ شرکت تولیدکننده لوازم خانگی به‌صورت مستقیم ورق خود را از فولاد مبارکه تأمین می‌کنند. حیدری با تأکید بر اقدامات ویژه فولاد مبارکه در این عرصه گفت: در نتیجه راهبردها، برنامه‌ریزی‌ها و تلاش کارکنان فولاد مبارکه در تولید انواع ورق‌های مورد نیاز در صنعت لوازم خانگی امروز شاهد هستیم که بیش از ۱۵ شرکت تولیدکننده لوازم خانگی می‌توانند به‌صورت مستقیم ورق فولادی مورد نیاز خود را از فولاد مبارکه تأمین کنند.

اقدامات حمایتی فولاد مبارکه از فعالان حوزه تولید لوازم خانگی

وی از عرصه اختصاصی محصولات سرد فولاد مبارکه برای صنعت لوازم خانگی در بورس کالا و کمک جهت رفع مشکل نقدینگی این صنعت، از طریق فروش اعتباری به‌عنوان بخشی از اقدامات ویژه فولاد مبارکه در راستای حمایت از فعالان این صنعت مهم یاد کرد. به گفته

شرکت تابناک توسعه فیدار مجری

بزرگترین رویداد صادرات محور صنایع لوازم خانگی ایران



HAMEX II

1ST اولین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی صادراتی

INTERNATIONAL EXHIBITION OF EXPORTIVE HOME APPLIANCES

مرکز دائمی نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی ایران مال IRAN MALL EXPO CENTER

12-16 DECEMBER 2023

۲۱ الی ۲۵ آذرماه



iranfair.com

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ح.ا.ا.

hamex.ahamiran.com

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

۸۸۵۱۲۱۲۷ (۰۲۱)

بوتان

«صادرکننده ممتاز ملی» و «واحد تولیدی نمونه کشور» شد



برمی‌گزینند و گروه صنعتی بوتان که سال‌های گذشته نیز در سایه تولیدات باکیفیت و مطابق با معیارهای استاندارد خود موفق به کسب این افتخار شده بود در سال جاری نیز برای چندمین بار عنوان تولیدکننده نمونه کشور را از آن خود کرد. بوتان تنها شرکت لوازم خانگی و تاسیساتی کشور است که در سال جاری موفق به دریافت تندیس و لوح صادرکننده ممتاز ملی شد. لازم به ذکر است، محصولات این شرکت شامل پکیج شوفاژ دیواری، آبگرمکن دیواری خوری، رادیاتور آلومینیومی، حوله خشک‌کن و رادیاتور فولادی علاوه بر حضور در خاله بیش از ۱۳۰۰۰۰۰۰ خانوازه ایرانی به کشورهای مختلفی مانند ایتالیا، بلغارستان و صادر می‌گردد.

استاندارد با حضور رئیس قوه قضائیه، نایب رئیس مجلس شورای اسلامی، معاون اجرایی رئیس‌جمهور و رئیس سازمان ملی استاندارد روز ۲۳ مهرماه در سالن اجلاس سران کشورهای اسلامی، برگزار شد. در این مراسم با اهدای لوح و تندیس از کارآفرینان و صنعتگرانی که به رعایت حدی بالا از استانداردهای ملی می‌پردازند، تقدیر شد که در همین راستا «گروه صنعتی بوتان» به عنوان تنها نمونه ملی کشور در بین شرکت‌های لوازم خانگی و تاسیساتی کشور انتخاب شد. سازمان ملی استاندارد همه ساله شرکت‌هایی را که در تولید محصولات خود معیارهای کیفی این سازمان را رعایت کنند به عنوان تولیدکننده نمونه کشوری

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از روابط عمومی گروه صنعتی بوتان، این گروه صنعتی به عنوان صادرکننده ممتاز ملی سال ۱۴۰۲ معرفی شد. این شرکت در مراسمی که در تاریخ ۲۹ مهرماه سال جاری به مناسبت روز ملی صادرات در سالن اجلاس سران و با حضور مسئولان ارشد دولت، بخش خصوصی و نمایندگان مجلس برگزار شد، عنوان صادرکننده ممتاز ملی را از آن خود کرد.

گروه صنعتی بوتان تنها شرکت لوازم خانگی و تاسیساتی کشور است که در سال جاری موفق به دریافت تندیس و لوح صادرکننده ممتاز ملی شد. همچنین گروه صنعتی بوتان موفق به اخذ واحد نمونه تولیدی در کشور شد. مراسم نگهداشت روز جهانی

| بوتان واحد نمونه کشوری سال ۱۴۰۲ |



| بوتان صادرکننده ممتاز ملی سال ۱۴۰۲ |





در نشست بررسی پیش‌نویس سند دانش‌بنیان شدن اقتصاد، در کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق ایران، بر مشخص شدن جایگاه بخش خصوصی و اتاق ایران در این سند تأکید شد. سیدمحسن میرصدری رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق ایران، گفت: متأسفانه در سند دانش‌بنیان شدن اقتصاد، به اتاق ایران اشاره‌ای نشده و ما نگران این هستیم که این سند هم مانند بسیاری اسناد دیگر به درستی اجرا نشود. میرصدری در نشست این کمیسیون با موضوع بررسی «پیش‌نویس سند دانش‌بنیان شدن اقتصاد»، با بیان اینکه لازمه این اتفاق، افزایش کیفی و کمی شرکت‌های دانش‌بنیان است، افزود: علاوه بر این برای دانش‌بنیان شدن اقتصاد لازم است افزایش صادرات محصولات دانش‌بنیان، ارتقاء روش‌های تأمین مالی و مشارکت همه نهادها در اقتصاد دیجیتال، ایجاد شرکت‌های خلاق و افزایش پیچیدگی محصولات و اینکه توسعه زنجیره ارزش شرکت‌های بزرگ بر اساس شرکت‌های دانش‌بنیان باید مورد توجه قرار بگیرد.



دانش‌بنیان اتاق ایران با تأکید بر اینکه بخش خصوصی از رقابت با دولت نگران است، گفت: در این‌نامه‌های اجرایی این سند، باید درصد مشارکت نهاد‌های حاکمیتی سرمایه‌گذار در شرکت‌های دانش‌بنیان خصوصی و خروجی آن‌ها مشخص شود. یعنی اگر قرار است سرمایه‌گذاری شود، باید خروجی این جذب سرمایه بعد از چند سال شکل‌گیری یک شرکت، بخش خصوصی باشد. به علاوه در تدوین این سند تکالیف اتاق ایران باید مشخص باشد. سادینا آبابی، رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات اتاق ایران با بیان اینکه خواسته بخش خصوصی و تشکلهای پرنگ شدن جایگاه اتاق ایران در این سند است، گفت: اتاق ایران در مقام مشاور سه قوه باید در احصاء مسائل و مشکلات و راهکارهایی که ارائه می‌شود، جایگاه داشته باشد. مهدی مدنی عضو هیات مدیره مجمع تشکلهای دانش‌بنیان نیز معتقد بود: در این سند به توزیع عادلانه امکانات به استان‌ها و شهرستان‌ها توجه نشده است. لازم است سازوکارهایی دیده شود تا استان‌ها هم از نزدیک درگیر موضوع شوند. حسن جلیلی نماینده ستاد اجرایی فرمان امام در این نشست، نگرانی فعالان بخش خصوصی نسبت به سرمایه‌گذاری نهادهای انقلابی در شرکت‌های دانش‌بنیان را وارد ندانست و گفت: ستاد اجرایی سالانه چند صد میلیارد تومان در شرکت‌های دانش‌بنیان سرمایه‌گذاری می‌کند. یکی از شروط سرمایه‌گذاری ما این است که حداکثر سهم ستاد ۴۹ درصد باشد و دیگر اینکه در بازه زمانی سه تا پنج سال از شرکت خروج می‌کند. بنابراین فناوری می‌داند بعد از ۳ تا ۵ سال این ۴۹ درصد را باید خریداری کند. بنابراین ذغدغه مالکیت معنوی دانش‌بنیان‌ها دست کم در مورد ستاد درست نیست. او همچنین اظهار کرد: یکی از مشکلاتی که دانش‌بنیان‌ها با آن دست به گریبان هستند موضوع رگولاتوری است که در این سند به آن اشاره نشده است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به نقل از اتاق ایران، سید محسن میرصدری با اشاره به تسهیل مشارکت نهادهای انقلابی در شرکت‌های دانش‌بنیان در قالب این سند، خاطرنشان کرد: شرکت‌های دانش‌بنیان نیاز به منابع مالی دارند و این نهادهای انقلابی نیز نیازهای فناورانه‌ای دارند. اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان به این نهادها متصل شوند به خودی خود اتفاق بدی نیست. نگرانی اینجاست که در اجرا شرایط به گونه‌ای که در سند دیده شده پیش نرود.

وی بیان کرد: باید با دستگاه‌ها و نهادهای ذکر شده در این سند، گفت‌وگو مشترک پیدا کنیم. به هر حال منابع بزرگ در دست این نهادهاست و از آن‌ها هم خواسته شده که در دانش‌بنیان‌ها سرمایه‌گذاری کنند. کاری که ما می‌توانیم با همراهی معاونت علمی ریاست جمهوری انجام دهیم این است که یک سری قراردادهایی را مصوب کنیم تا بر این اساس عقد قرارداد سرمایه‌گذاری و انتقال فناوری انجام شود. رسول افشارتبار نماینده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز در این جلسه با تشریح بخش‌هایی از سند «نقشه راه دانش‌بنیان شدن اقتصاد» گفت: با وجود ۹ هزار شرکت دانش‌بنیان در کشور، کمتر از پنج درصد از سهم صادرات کشور، دانش‌بنیانی است. در واقع هدف از تدوین این سند ارتقاء این وضعیت است.

او با تأکید بر اینکه رویکرد این سند بزرگ‌تر شدن دولت و تمرکز تولیدات دانش‌بنیان در دست نهادهای حاکمیتی نیست، ادامه داد: ارتقای نظام آموزش عالی و مهارت، نقش‌آفرینی بیشتر نخبگان و نیروی انسانی متخصص در توسعه کشور کاهش نیاز کشور به فناوری‌های پیشرفته مواردی است که در این سند دیده شده است. شاهین ظهوری، نایب‌رئیس کمیسیون دانش‌بنیان اتاق ایران با تأکید بر اینکه سهم صادرات دانش‌بنیان کمتر از ۴ درصد است و نه ۵ درصد، گفت: ۳۰ سال است که آکوسیستم دانش‌بنیان در کشور شکل گرفته است؛ در این مدت اقتصاد سنگاپور ۲۶ درصد دانش‌بنیان شده ولی ما هنوز در ابتدای راهیم. باید آسیب‌شناسی شود که چرا چنین اتفاقی افتاده است و آیا واقعاً این سند ضمانت اجرایی خواهد داشت یا خیر.

او با اشاره به بخشی از این سند که طی آن سرمایه‌گذاری نهادهای انقلابی در شرکت‌های دانش‌بنیان تسهیل شده است، افزود: حضور نهادهای انقلابی در شرکت‌های دانش‌بنیان به این دلیل نگران‌کننده است که به دلیل قدرت زیاد این نهادها، می‌توانند بخش خصوصی را درون خود حل کنند. به نظر می‌رسد در این سند باید بر مالکیت معنوی شرکت‌های کاملاً خصوصی تأکید شود. مریم تاج‌آبادی، نایب‌رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای نوین و

آزادسازی واردات لوازم خانگی به نفع صنعت است؟

وزیر صنعت، معدن و تجارت در روزهای نخستین آبان ماه از احتمال صدور مجوز برای رفع ممنوعیت واردات لوازم خانگی خبر داد. عباس علی‌آبادی طی سخنانی اعلام کرد که به منظور رقابت‌پذیر کردن کالاهای ایرانی، با رعایت تعرفه‌های مناسب، ارائه مجوز برای واردات لوازم خانگی انجام خواهد شد. او در ادامه توضیح داد دولت باید به سمتی حرکت کند که در عین رقابت‌پذیر کردن صنایع، فرصت انتخاب را برای مردم فراهم کند؛ به همین دلیل نباید صرفاً به لوازم خانگی، انحصاری نگاه کرد و این صنعت رقابت‌پذیر است. فارغ از اینکه رفع ممنوعیت واردات لوازم خانگی چه زمانی رنگ واقعیت به خود بگیرد، نکته حائز اهمیت این است که صنعت لوازم خانگی که از سال ۱۳۹۷ بدون حضور رسمی رقبای خارجی در بازار فعالیت کرده است، چگونه با این تصمیم مواجه خواهد شد.



دارد. تولیدکنندگان داخلی سعی می‌کنند نیاز مصرف‌کنندگان را با بهترین قیمت و کیفیت تامین کنند و در مقابل سودهای محدودی کسب می‌کنند.

او با بیان اینکه کنترل تورم، افزایش قدرت خرید مردم و رقابت در شرایط آزاد خواسته همه تولیدکنندگان است، ادامه داد: اگر دولت می‌خواهد وارد فرآیند آزادسازی واردات شود، پیش از آن باید تورم را کنترل کند که البته کار دشواری است؛ چرا که باید چاپ پول را متوقف کند. اما دولت‌ها به دنبال آن هستند که با سرکوب نرخ ارز، قیمت‌گذاری دستوری و آزادسازی واردات، رفاه کاذبی برای مردم ایجاد کنند.

در حالی که تا مسائل اقتصاد کلان با روش‌های معقول و جهانی برطرف نشود، راهکارهای مقطعی در درازمدت نتیجه‌ای معکوس خواهد داشت.

در همین خصوص، علیرضا محمدی دانیالی، رئیس انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران در گفتگو با اتاق تهران با اشاره به اینکه تصمیمات اقتصادی باید متناسب با شرایط کشور اتخاذ شود به اتاق تهران، گفت: به هر حال همه مصرف‌کنندگان تمایل دارند که در زمان خرید کالا حق انتخاب داشته باشند و کالاهایی با قیمت و کیفیت مناسب خریداری کنند.

ما هم به عنوان تولیدکننده آرزو داریم که بتوانیم ماشین‌آلات و مواد اولیه خود را به راحتی از سراسر دنیا تامین کنیم. اما وضعیت اقتصاد سیاسی و شرایط تجاری کشور این اجازه را به ما تولیدکنندگان و البته مصرف‌کنندگان نمی‌دهد. علیرضا محمدی دانیالی گفت: به محض تصویب ممنوعیت واردات لوازم خانگی در سال ۱۳۹۷ صنعت لوازم خانگی توانست نیاز بازار را تامین کند. این صنعت علاوه بر تامین نیاز داخل، سالانه حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ میلیون دلار نیز به کشورهای منطقه صادرات داشته است. ضمن آنکه تولیدکنندگان این بخش طی این سال‌ها ۱۰۰ درصد افزایش تولید را رقم زده‌اند.

دانیالی با تأکید بر اینکه تولیدکنندگان برای تامین مواد اولیه و ماشین‌آلات با محدودیت‌های شدیدی مواجه هستند، توضیح داد: اکنون به جز چند کشور محدود در دنیا، سایر کشورها با ایران همکاری نمی‌کنند. حتی در همین کشورها نیز بسیاری از شرکت‌ها به طور مستقیم به خریداران ایرانی کالا نمی‌فروشند. در صورت همکاری این شرکت‌ها، تولیدکنندگان باید ۳۰ درصد پیش‌پرداخت را به نرخ ارز آزاد به فروشنده پرداخت کنند تا در ادامه وارد فرآیند ثبت سفارش شوند.

تولیدکنندگان ایرانی دو تا سه ماه نیز در بانک مرکزی معطل می‌شوند و هزینه‌ای بیشتر از آنچه باید، متحمل می‌شوند تا کالا وارد کشور شود و آن را ترخیص کنند. در چنین شرایطی نمی‌توان انتظار داشت که صنایع داخلی با صنایع دنیا رقابت کنند.

او در ادامه، تثبیت نرخ ارز را چالش دیگر تولیدکنندگان دانست و گفت: در کشوری که با تورم حدود ۵۰ درصدی مواجه است، نرخ ارز از بهمن و اسفندماه فریز شده، در حالی که طی این مدت نرخ ارز دست‌کم باید به میزان ۳۰ درصد افزایش می‌یافت تا تولید داخل نیز بتواند رقابت‌پذیری خود را در مقابل کالای مشابه خارجی حفظ کند.

وقتی نرخ ارز سرکوب می‌شود، قدرت رقابت صنایع داخلی و کالاهای صادراتی نیز تضعیف می‌شود. رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لوازم خانگی افزود: ما موافق آزادسازی واردات همه کالاهای هستیم؛ مشروط به اینکه اقتصاد نیز در شرایط نرمال و طبیعی باشد. نکته‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد این است که میان گران‌فروشی و گران تمام‌شدن کالا تفاوت بسیاری وجود



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

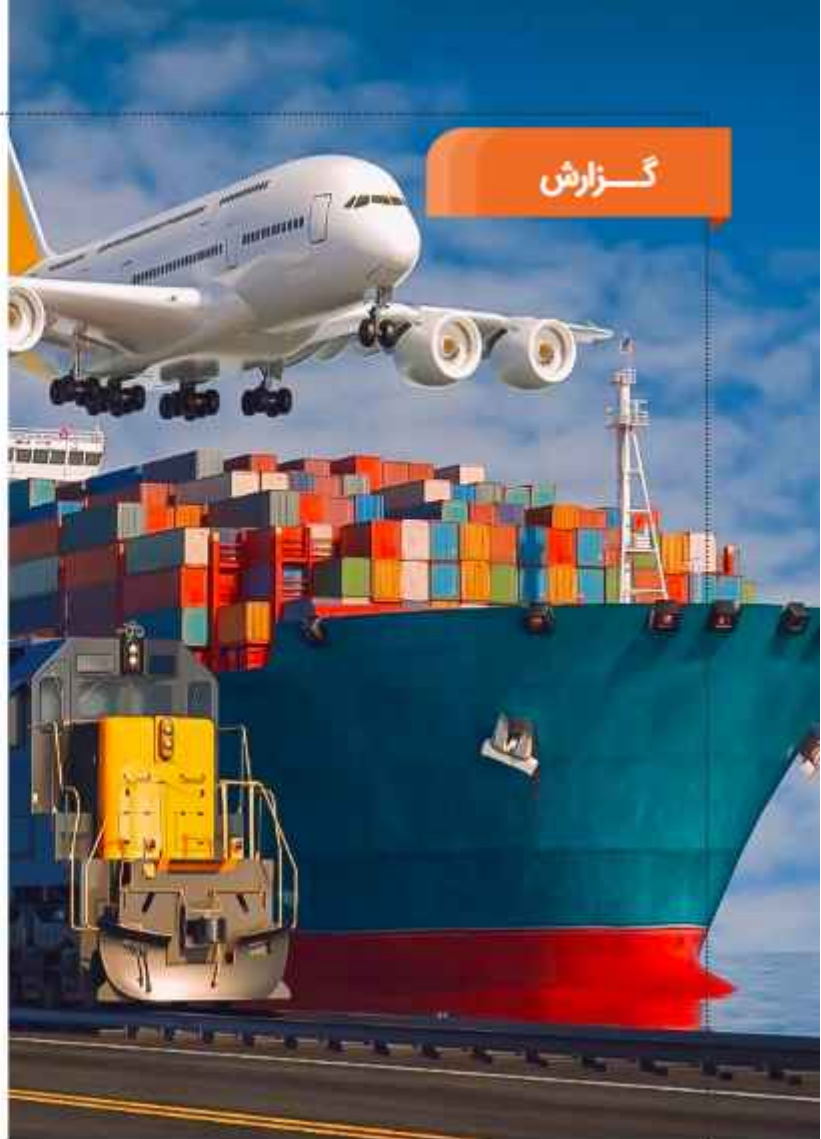
قابل توجه اعضای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران

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

پیام آماری تجارت ۶ ماه اول سال بررسی شد تراژدی صادرات صنایع

سهم صادرات صنعتی از سید صادرات غیرنفتی کشور تنها محدود به ۱۵ درصد است. مقایسه صادرات صنعتی ایران در ۶ ماه اول ۱۴۰۲ با بازه زمانی مشابه در سال گذشته نشان می‌دهد صادرات صنعتی ایران کمتر از ۴۰۰ میلیون دلار افزایش داشته و از رقم سه میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار ۱۴۰۱، نهایتاً به سه میلیارد و ۵۸۹ میلیون دلار در سال جاری رسیده است. بررسی‌ها حاکی از این است که رشد خلق ارزش افزوده صنعت ایران طی سال‌های اخیر بسیار اندک بوده و صنعت ایران تنها یک مرحله از خام‌فروشی فاصله گرفته و به نوعی در مرحله نیمه‌خام فروشی درجا زده است. دنیای اقتصاد نوشت: داده‌های یونیدو بیانگر این است که نرخ رشد خلق ارزش افزوده صنعتی در بازه زمانی ۳۰ ساله در ایران، ۶ بار وارد بازه منفی شده است. این در حالی است که این نرخ در کشوری مثل چین، به مدت ربع قرن مثبت مانده و از تعهد این کشور به توسعه صادرات صنعتی حکایت دارد. اهمیت این موضوع از آن جهت است که رابطه سیاستگذار با برون‌گرایی اقتصاد و بنگاه‌های صنعتی را به خوبی نشان می‌دهد. بررسی صادرات صنعتی ایران همچنین حاکی از این است که ارزش هر تن کالای صادراتی ایران نسبت به سال گذشته بدون تغییر مانده و کالاهای صادراتی صنعتی ایران از کمترین میزان پیچیدگی، فناوری و خلق ارزش افزوده برخوردار بوده‌اند.



این در حالی است که صادرات صنعتی در کشورهای همچون ترکیه، بحرین، گرجستان، اردن، پاکستان و ارمنستان سهم بیش از ۷۰ درصدی دارد. وضعیت صنعت و صادرات صنعتی ایران وقتی تراژیک‌تر می‌شود که صنعت ایران حتی سهم چندانی در صادرات به شرکای تجاری اصلی هم نداشته است. فقدان استراتژی توسعه صنعتی، سیاست‌گذاری‌های اشتباه ارزی و تجاری و محدودیت‌های ناشی از تحریم، از جمله اصلی‌ترین دلایلی هستند که باعث شده است صنعت ایران در مسیر خلق ارزش افزوده و ارتقای فناوری پیش نرود و درجا بزند. آمار تجارت در ۶ ماهه ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که صادرات صنعتی ایران تنها ۳۷۵ میلیارد دلار بوده و با سهم اندک ۱۵ درصدی از کل صادرات کشور، به چند کشور همسایه و چند بخش صنعتی محدود است.

این در حالی است که بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از ۷۰ درصد صادرات کشورهای ترکیه، بحرین، گرجستان، اردن، پاکستان و ارمنستان به‌عنوان همسایگان ایران را صادرات صنعتی تشکیل می‌دهد. اما چه عواملی باعث شده است تا صادرات صنعتی ایران در گف باقی بماند و محدود به کالاهایی با کمترین میزان خلق

است. یکی از دلایلی که برای بهبود جایگاه این کشورها در مقایسه با ایران عنوان می‌شود، رشد فزاینده ارزش افزوده صنعتی در این کشورهاست. اما چرا وضعیت خلق ارزش افزوده صنعت و صادرات ایران پایین است.

بررسی‌های بازوی پژوهشی مجلس نشان می‌دهد حجم ارزش افزوده صنعتی ایران طی یک‌دهه اخیر (۱۳۹۹-۱۳۹۰) به قیمت ثابت دلار سال ۲۰۱۵ میلادی، تقریباً در کانال ۶۰ میلیارد دلار ثابت بوده و با اندکی بهبود در سه سال اخیر، در سال ۱۴۰۱ به ۷۰ میلیارد دلار رسیده است. شاهد این ماجرا سهم بسیار پایین سهم تولیدات صنعتی با فناوری بالا در سید صادراتی ایران است.

بررسی‌ها همچنین حاکی از این است که سهم ایران در ارزش افزوده صنعتی جهانی از ۴۳ درصد در سال ۲۰۰۵ به رقم ۴۲ درصد کاهش یافته و فاصله ایران در این زمینه در مقایسه با دو رقیب اصلی در منطقه یعنی ترکیه و عربستان، با روندی افزایشی در پیش است و در حالی که شکاف اندازه بخش صنعت ایران با عربستان و ترکیه در سال ۲۰۰۵ به ترتیب ۶۶٪ و ۴۴٪ میلیارد دلار بود، در سال ۲۰۲۲، این شکاف به ترتیب به ۱۸/۵ و ۱۳۷/۴ میلیارد دلار رسیده است.

ارزش افزوده و به نوعی در بند نیمه‌خام‌فروشی باشد. یکی از شاخص‌هایی که می‌تواند ارزیابی دقیق‌تری از توان رقابت و عملکرد صنعتی کشورها ارائه دهد، شاخص عملکرد رقابت صنعتی (CIP) یونیدو است. این شاخص، پتانسیل کشورها برای تولید و صادرات محصولات کارخانه‌ای در جهت ارتقا و تاثیر اقتصادی بر تجارت جهانی و ارزش افزوده محصولات کارخانه‌ای را می‌سنجد. یونیدو رقابت صنعتی را ظرفیت کشورها برای افزایش حضور در بازارهای داخلی و بین‌المللی و در عین حال توسعه بخش‌ها و فعالیت‌های صنعتی با ارزش افزوده و محتوای فناوری بالاتر در نظر می‌گیرد.

بر این اساس گسترش تولید برای افزایش حضور در بازارهای داخلی و بین‌المللی و افزایش محتوای فناوریانه دو مولفه اصلی برای بهبود وضعیت کشورها در رقابت‌پذیری صنعتی است که اولین مولفه، بر افزایش ظرفیت و تولید و مولفه دوم، بر کیفیت و تولید محصولات مبتنی بر فناوری تمرکز دارد.

بررسی نشان می‌دهد ایران حتی در منطقه نیز از نظر شاخص رقابت‌پذیری صنعتی (CIP) جایگاه قابل‌تکلیفی ندارد و بعد از کشورهای ترکیه، امارات، عربستان، قطر و بحرین قرار گرفته



چرا خلق ارزش افزوده صنعتی در ایران پایین است؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزش افزوده گروه صنعت در انتهای دهه ۹۰ از ابتدای این دهه کمتر شده است. در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۰، ارزش افزوده بخش صنعت به میزان ۱۷ درصد کاهش یافته و در حالی که حجم ارزش افزوده گروه صنعت در سال ۸۹، بیش از ۳۷۳ هزار میلیارد تومان بوده، در سال ۱۴۰۰ به ۳۰۰ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است. این آمارها بیانگر این است که بخش صنعت طی سال‌های اخیر قدرت خلق ارزش افزوده خود را از دست داده و بخش بیشتری از خروجی صنعت برای تدلوم تولید و نه در جهت بهبود فناوری و خلق ارزش افزوده خرج شده است. کاهش سهم ایران در ارزش افزوده صنعتی جهان از ثابت بودن میزان خلق ارزش صنعت طی یک‌دهه اخیر و افت ظرفیت‌های تولیدی به دلیل رشد منفی تشکیل سرمایه در اقتصاد ایران ناشی می‌شود. آمارها بیانگر این است که وضعیت تشکیل سرمایه در بازه زمانی ۱۲ ساله نصف شده است. براساس بررسی‌های اتاق تهران در دهه ۱۳۹۰ میزان تشکیل سرمایه به قیمت سال ۱۳۹۵ در مجموع ۵۲۳ همت بوده، اما در سال ۱۴۰۱ به قیمت سال ۱۳۹۵ میزان تشکیل سرمایه ۲۷۵ همت بوده است. همچنین در حالی که استهلاک سرمایه در سال ۱۳۹۰، ۱۸۰ همت و در سال ۱۴۰۰، ۱۷۵ همت بوده، استهلاک با تشکیل سرمایه برابر شده است. همه این عوامل باعث شده است تا موتور خلق ارزش افزوده صنعتی کشور به نوعی متوقف شود و سهم ایران از ارزش افزوده صنعتی جهانی و صادرات صنعتی جهان ناچیز بماند.

سیاست‌گذاری نادرست و فقدان استراتژی توسعه صنعتی

اما چرا صنعت در یک‌دهه اخیر در مسیر نزولی قرار گرفته است. این وضعیت از یک‌طرف با سیاست‌گذاری‌های داخلی و نبود سیاست و استراتژی توسعه صنعتی و از طرف دیگر با محدودیت‌هایی که به واسطه تحریم برای تولید، تجارت و سرمایه‌گذاری ایجاد شده مرتبط است. در نبود استراتژی توسعه صنعتی، سیاست‌گذاری صنعتی در ایران منسجم و هماهنگ، پیش نرفته و سیاست‌های مالیاتی، تجاری، اعتباری و تامین مالی و ظرفیت دستگاه‌های مختلف در جهت هماهنگی بخش تولید تنظیم و به کار گرفته نشده است. فقدان استراتژی صنعتی همچنین باعث شده است تا صنایع پیشران و ارزآور به‌درستی شناسایی نشده و مورد حمایت قرار نگیرند و ساختار صنعتی

به گزینه پرسودتری تبدیل کرده است. روند کاهش تولید همچنین به دلیل کاهش نرخ حقیقی ارز و عدم استفاده از ظرفیت‌های صنعتی و انحراف منابع سرمایه‌ای تشدید شده است.

سهم صادرات صنعتی در کل صادرات

شاخص سهم صادرات صنعتی در کل صادرات یک کشور بیانگر نسبت میزان تولید صنعتی به فعالیت‌های صادراتی است. بررسی سهم ارزشی بخش‌های عمده کالایی از صادرات ۶ ماهه سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد پتروشیمی و پایه نفتی ۵۲ درصد، کشاورزی ۶ درصد، معدن و صنایع معدنی ۲۷ درصد و صنعت تنها ۱۵ درصد صادرات را شامل شده است. بررسی دقیق‌تر صادرات غیرنفتی در ۶ ماهه ۱۴۰۲ به تفکیک بخش‌های عمده و مقایسه با مدت مشابه سال قبل همچنین بیانگر این است که در این بازه زمانی، صادرات بخش صنعت، از نظر ارزشی ۳۵۸۹ میلیون دلار و از نظر وزنی ۳۳۵۱ هزار تن و در ۶ ماهه ۱۴۰۱، از لحاظ ارزش ۳۳۰۰ میلیون دلار و از نظر وزنی ۲۹۷۶ هزار تن بوده است. بر این اساس تغییرات ارزش صادرات ۱۲ درصد و تغییرات وزن صادرات در این بخش ۱۳ درصد بوده است.

صادرات صنعتی به تفکیک گروه‌های کالایی

بررسی صادرات بخش صنعت به تفکیک بخش‌های عمده و گروه‌های کالایی طی ۶ ماهه ۱۴۰۲ و مقایسه با سال قبل نشان می‌دهد که از سهم حدود ۵۰ درصدی صنعت از صادرات غیرنفتی، محصولات پلیمری ۴ درصد، صنایع غذایی ۴۶ درصد، شیمیایی ۷ درصد، نساجی،

مسیر توسعه صنعتی در جهت تنوع‌یابی و ایجاد صنایع با پیچیدگی و فناوری بالاتر شکل نگرفته باشد و نهایتاً سبب صادراتی همچنان محدود و وابسته به محصولات با کمترین میزان ایجاد ارزش افزوده باقی بماند و کالاهای دانش‌بنیان و فناوری که پتانسیل خلق ارزش افزوده بیشتر و افزایش رقابت‌پذیری صادراتی را دارند، همچنان سهم بسیار اندکی از تولید و صادرات صنعتی داشته باشند. نوسانات ارزی، محدودیت در تامین مواد اولیه تولید از جمله مواد اولیه وارداتی، افزایش قیمت نهاده‌های وارداتی، کاهش توان واردات بنگاه‌های تولیدی در عین وابستگی تولید صنعتی به واردات، افزایش ظرفیت تولید و نوسازی ماشین‌آلات و خطوط تولیدی را کاهش داده است. سیاست‌های تجاری و ارزی اشتباه از جمله پیمان‌سپاری ارزی در کنار کاهش شرکای تجاری و محدودیت در مرادوات تجاری با کشورهای پیشرفته و فقدان توافق‌های تجاری با رقیب، افت قدرت رقابت‌پذیری صنعتی کشور را به دنبال داشته است. از طرف دیگر محیط کسب‌وکار نامناسب و سیاست‌های اشتباهی همچون قیمت‌گذاری دستوری در کنار رشد هزینه‌های تولید، کمبود نقدینگی، دشواری تامین مالی برای بنگاه‌ها، تسهیلات‌دهی ضعیف به تولید و چالش‌های مربوط به تامین انرژی از جمله برق و گاز، مسیر هرگونه نوسازی، نوآوری، خلاقیت، ارتقای فناوری تولید و ایجاد ارزش افزوده صنعتی را مسدود کرده است.

نهایتاً و بر اساس ملاحظات صورت گرفته، برخلاف روند طی شده در کشورهایی همچون ترکیه، جهش‌های ارزی در ایران نه تنها رونق صادرات از جمله صادرات صنعتی را به دنبال نداشته، بلکه



در نیمه نخست امسال ۸۶۳ میلیون دلار صنایع غذایی به وزن ۹۰۴ هزار تن صادر شده که این بخش از صنعت با دارا بودن سهم ۳/۶ درصدی از صادرات، از لحاظ ارزش ۱۴۰ میلیون دلار و از لحاظ وزنی ۱۶۶ هزار تن نسبت به ۶ ماهه سال ۱۴۰۱ تغییر داشته است. درصد تغییرات این بخش نشان می‌دهد که صادرات صنایع غذایی از لحاظ ارزشی ۱۹ درصد و از لحاظ وزنی ۲۲ درصد رشد داشته است.

صادرات صنایع شیمیایی نیز در حالی سهم ۲ درصدی از صادرات صنعتی دارد که بررسی آمارها در ۶ ماهه ۱۴۰۲ و مقایسه آن با ۶ ماهه سال قبل از آن بیانگر این است که صادرات این بخش از لحاظ ارزشی ۵ درصد و از لحاظ وزنی ۴ درصد رشد داشته است. ارزش صادرات صنایع شیمیایی در سال ۱۴۰۲ ۶۷۳ میلیون دلار و وزن صادرات این بخش ۹۸۶ هزار تن بوده است. میزان تغییرات صادرات این بخش در مقایسه با سال قبل نشان می‌دهد که صادرات شیمیایی، از لحاظ ارزشی ۲۱ میلیون دلار و از لحاظ وزنی ۴۰ هزار تن بیشتر شده است.

صادرات صنایع نساجی، پوشاک و کفش با سهم ۵/۵ درصدی از صادرات بخش صنعت، نسبت به سال قبل از لحاظ ارزش ۶ درصد و از لحاظ وزنی ۹ درصد افزایش داشته است. صادرات نساجی، پوشاک و کفش در نیمه اول سال ۱۴۰۲، رقمی در حدود ۳۵۸ میلیون دلار به وزن ۱۷۷ هزار تن بوده که نسبت به سال قبل، از لحاظ ارزش ۲۱ میلیون دلار و از لحاظ وزن ۱۴ هزار تن افزایش داشته

است. صادرات لوازم خانگی با داشتن سهم زیر یک درصد و حدود ۰/۹ درصد از صادرات بخش صنعت، در ۶ ماهه ۱۴۰۲، ۵۵ میلیون دلار به ارزش ۳۹ هزار تن بوده که از لحاظ ارزش ۳ میلیون دلار و از لحاظ وزنی ۵ هزار تن نسبت به مدت مشابه سال گذشته کاهش داشته است. میزان تغییرات این بخش نشان می‌دهد که صادرات لوازم خانگی از لحاظ ارزش ۲ درصد و از لحاظ وزنی ۴ درصد کاهش داشته است.

صادرات ماشین‌سازی و تجهیزات، در ۶ ماهه ۱۴۰۲ رقمی در حدود ۲۰۵ میلیون دلار به وزن ۵۹ هزار تن بوده است. صادرات این بخش نیز با سهم ۰/۹ درصدی از صادرات بخش صنعت، نسبت به مدت مشابه سال قبل، از لحاظ ارزش ۲۷ درصد کاهش و از لحاظ وزنی ۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. صادرات صنعت ماشین‌سازی و تجهیزات در نیمه اول ۱۴۰۲، نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۷۶ میلیون دلار کاهش و از لحاظ وزنی ۳ هزار افزایش داشته است.

صنایع برق و الکترونیک، با دارا بودن سهم ۸/۸ درصدی از صادرات بخش صنعت، از لحاظ ارزش ۱۳ درصد و از لحاظ وزنی ۴ درصد رشد داشته است. صادرات این صنعت در ۶ ماهه اول امسال، ۱۸۷ میلیون دلار به ارزش ۵ هزار تن به پوه که نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۲۲ میلیون دلار از لحاظ ارزش و ۲ هزار تن از لحاظ وزنی افزایش داشته است. صنعت خودرو و نیروی محرکه با دارا بودن سهم ۰/۵ درصدی از ۱۵ درصد صادرات بخش صنعت در ۶ ماهه ۱۴۰۲،

از لحاظ ارزش ۶۹ درصد و از لحاظ وزنی ۲ درصد افزایش نشان می‌دهد. صادرات این بخش در ۶ ماهه اول امسال، ۱۰ میلیون تن به ارزش ۲۹ هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۹ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۵ هزار تن افزایش داشته است.

محصولات سلولزی نیز با سهم ۰/۵ درصدی از صادرات بخش صنعت، در ۶ ماهه اول امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۸ درصد به لحاظ ارزش و ۲۴ درصد به لحاظ وزنی کاهش داشته است. صادرات این محصولات در نیمه اول سال ۱۴۰۲، ۱۴ میلیون دلار به وزن ۹۶ هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از لحاظ ارزش ۴۴ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۶۱ هزار تن کاهش داشته است. صادرات دارو در نیمه اول سال ۱۴۰۲ با داشتن سهم ۰/۳ درصدی از صادرات بخش صنعت، تنها ۶۱ میلیون دلار به ارزش یک هزار تن بوده، یا این حال به لحاظ ارزش ۶۲ درصد و به لحاظ وزنی ۲۸ درصد نسبت به سال ۱۴۰۱ افزایش داشته است. مقایسه صادرات این بخش با مدت مشابه سال قبل بیانگر این است که صادرات این بخش ۲۳ میلیون دلار به لحاظ ارزش و ۳ هزار تن به لحاظ وزنی افزایش داشته است. صادرات صنایع ورزشی و خلاق با دارا بودن سهم ۱/۱ درصدی از صادرات بخش صنعت، در نیمه اول سال ۱۴۰۲، ۲۲ میلیون دلار به وزن ۱ هزار تن بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته یک میلیون دلار و از لحاظ وزنی ۳ هزار تن کاهش داشته است.

تغییرات این بخش بیانگر این است که صادرات این بخش ۵ درصد از لحاظ ارزش و ۳ درصد از لحاظ وزنی کاهش داشته است. صادرات تجهیزات پزشکی نیز در نیمه اول سال ۱۴۰۲، ۷ میلیون دلار به وزن یک هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از لحاظ ارزش ۶ میلیون دلار کاهش و از لحاظ وزنی ۴ هزار تن نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است. درصد تغییرات این بخش نشان می‌دهد که صادرات این بخش به لحاظ ارزش ۴۸ درصد کاهش و به لحاظ وزنی ۵۸ درصد افزایش داشته است.

مقاصد صادراتی بخش صنعت در ۶ ماهه ۱۴۰۲

اما ۳ میلیارد و ۸۹ میلیون دلار صادرات بخش صنعت به چه کشورهایی صادر شده است. بررسی اصلی‌ترین مقاصد صادراتی ۶ ماهه ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که عراق سهم ۴۴ درصدی، افغانستان سهم ۹ درصدی، پاکستان سهم ۸ درصدی، امارات متحده عربی سهم ۶ درصدی، ترکیه سهم ۵ درصدی، فدراسیون روسیه سهم ۴ درصدی، جمهوری آذربایجان سهم ۳ درصدی، ترکمنستان سهم ۳ درصدی و سایر کشورها سهم ۱۸ درصدی از صادرات صنعتی ایران داشته‌اند. بررسی بازار چین به عنوان مهم‌ترین شریک تجاری با صادرات ۶ میلیارد و ۹۲۱ میلیون دلاری ایران به وزن ۲۱۹۷۵ هزار تن به این کشور در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که صنعت ایران از بازار این کشور تقریباً سهمی نداشته و عمده صادرات به این کشور در بخش پتروشیمی و معدنی بوده است. بررسی صادرات به بازار عراق نشان می‌دهد که محصولات پلیمری سهم ۱۱ درصدی، صنایع غذایی سهم ۹ درصدی، لوازم خانگی سهم ۳ درصدی و صنایع برق و الکترونیک سهم ۳ درصدی از عمده صادرات به این کشور به عنوان دومین بازار صادراتی ایران عد از چین در ۶ ماهه ۱۴۰۲ با صادرات ۴ میلیارد و ۵۴۱ میلیون دلار به وزن بیش از ۱۳ هزار تنی به

این کشور داشته‌اند.

همچنین صادرات ۳۱۶ میلیون دلاری ایران به امارات متحده عربی به وزن ۸۴۶ هزار تن در ۶ ماهه ۱۴۰۲ بوده که بررسی‌ها نشان می‌دهد صادرات صنعتی به این کشور نیز تقریباً صفر و محدود بوده و عمده صادرات به این کشور مربوط به بخش پتروشیمی و معدنی است. صادرات به ترکیه نیز در ۶ ماهه ۱۴۰۲، ۲ میلیارد و ۴۹۸ میلیون دلار و به وزن ۵۳۵ هزار تن کالا بوده که بررسی کالاهای صادراتی به این کشور نشان می‌دهد صادرات صنعتی به ترکیه محدود بوده و عمده کالاهای صادر شده از ایران به این کشور مربوط به بخش‌های پتروشیمی و معدنی است. صادرات ایران به هند در ۶ ماهه ۱۴۰۲، یک میلیارد و ۶۶ میلیون دلار به وزن ۳۷۶ هزار تن بوده که بررسی‌ها نشان می‌دهد، بخش صنعت سهمی در صادرات به این کشور نیز نداشته است.

صادرات به پاکستان در ۶ ماهه ۱۴۰۲، ۹۳۹ میلیون دلار به وزن ۲۰۲۳ هزار تن بوده که بررسی سهم بخش صنعت از صادرات به این کشور نشان می‌دهد صنایع غذایی ۱۲ درصد و محصولات پلیمری ۱۷ درصد در صادرات به این کشور سهم داشته‌اند. صادرات به افغانستان در ۶ ماهه امسال به ارزش ۸۱۶ میلیون دلار و به وزن ۱۹۶۴ هزار تن بوده که صادرات صنعتی به این کشور شامل محصولات پلیمری یا سهم ۱۲ درصدی، صنایع غذایی یا سهم ۱۱ درصدی و نساجی، پوشاک و کفش یا سهم ۷ درصدی است. صادرات به عمان در نیمه اول امسال، ۸۱۶ میلیون دلار به وزن ۲۰۲۱ هزار تن در ۶ ماهه ۱۴۰۲ بوده که بررسی‌ها نشان می‌دهد صادرات صنعتی سهم چندانی از صادرات عمده به این کشور نداشته است. صادرات به فدراسیون روسیه در ۶ ماهه سال ۱۴۰۲، ۴۴۰ میلیون دلار به وزن ۶۹ هزار تن بوده که صادرات صنعتی به این کشور شامل مواد اولیه پلیمری یا سهم ۹ درصدی، صنایع غذایی یا

سهم ۹ درصدی، خودرو و نیروی محرکه یا سهم ۵ درصدی و صنایع شیمیایی یا سهم ۴ درصدی می‌شود. صادرات به اندونزی در ۶ ماهه ۱۴۰۲، ۳۷۳ میلیون دلار به وزن ۷۷۵ هزار تن بوده که صنعت تقریباً سهمی از صادرات به این کشور نداشته است.

صادرات محدود کالاهای فناوری

بررسی صادرات بسته به سطح فناوری محصولات طی ۶ ماهه ۱۴۰۲ بیانگر این است که صادرات محصولات اولیه سهم ۳۸ درصدی، محصولات با فناوری سطح متوسط سهم ۳۰ درصدی، صادرات مبتنی بر منابع سهم ۲۲ درصدی، فناوری سطح پایین سهم ۹ درصدی و فناوری سطح بالا تنها سهم یک‌دهم درصدی داشته است. صادرات فناوری سطح بالا در ۶ ماهه ۱۴۰۲ تنها ۷۷ میلیون دلار به وزن ۱۷ هزار تن بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل که صادرات این بخش ۲۱۸ میلیون دلار به وزن ۲۷ هزار تن بوده، از لحاظ ارزش ۲۱ درصد و از لحاظ وزنی ۳۶ درصد کاهش داشته است. صادرات فناوری سطح پایین در ۶ ماهه ۱۴۰۲، یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار به وزن ۲۴۱۱ هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از لحاظ ارزش ۲ درصد و از لحاظ وزنی ۱۱ درصد افزایش داشته است. صادرات مبتنی بر منابع در ۶ ماهه امسال، ۵ میلیارد و ۴۳۲ میلیون دلار به وزن ۲۶۴۴ هزار تن بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از لحاظ ارزش ۷ درصد کاهش و از لحاظ وزنی ۴۱ درصد افزایش داشته است. صادرات فناوری سطح متوسط در ۶ ماهه ۱۴۰۲، ۷ میلیارد و ۲۰۵ میلیون دلار به وزن ۱۵۶۸۴ هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از لحاظ ارزش ۱۵ درصد کاهش و از لحاظ وزنی ۱۰ درصد افزایش داشته است. صادرات محصولات اولیه نیز در ۶ ماهه امسال، ۹ میلیارد و ۲۸ میلیون دلار به وزن ۲۱۲۲ هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر ارزش ۱۳ درصد و از لحاظ وزنی ۲۹ درصد افزایش داشته است.



ارج جدیدی متولد می‌شود؛

توسعه محصولات شرکت ارج با استفاده از سکوی تامین مالی جمعی (آی بی کراد)



بهرمندی شرکت ارج از این روش‌ها بیانگر اراده و تدابیر سهامداران و مدیران ارشد مجموعه جهت بهبود بخشیدن به تعامل با مالکان حقیقی این برند ملی یعنی مردم عزیز ایران است که شایسته محصولات روز با تکنولوژی جدید و با کیفیت هستند.

شرکت ارج با استفاده از سکوی تامین مالی جمعی (آی بی کراد) بخشی از سرمایه در گردش مورد نیاز جهت توسعه محصولات خود را تامین کرد. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی به نقل از روابط عمومی شرکت ارج، این شرکت کهن‌ترین تولیدکننده لوازم خانگی در خاورمیانه که در سال ۱۳۱۶ تاسیس شد بعد از فراز و فرودهای فراوان با ورود بخش خصوصی و تادیه کلیه دیون بانکی، بیمه‌ای، مالیات، شهرداری و مطالبات کارگری به افزایش سرمایه در دو مرحله پرداخت. مدیران جدید ارج با پرداخت کلیه بدهی‌های معوق، پروژه بازسازی، احیا و به‌روزرسانی خطوط تولید و ساماندهی شرکت‌های زیرمجموعه را در دستور کار خود قرار دادند که نهایتاً ارج در ۱۸ اسفند ۱۴۰۰ رسماً با افتتاح دو خط تولید به عرصه صنعتی کشور بازگشت. در همین راستا شرکت ارج با استفاده از سکوی تامین مالی جمعی (آی بی کراد) بخشی از سرمایه در گردش مورد نیاز جهت توسعه محصولات خود به ارزش ۲۵۰ میلیارد ریال را با بازپرداخت یک دوره یک‌ساله با سود مشارکت سالانه ۲۹ درصد تامین کرد.



در حاشیه بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران:

از خانه هوشمند کاملاً ایرانی رونمایی شد



بنیان‌گذار شرکت صنایع صبح پارلار آسیا در مورد حضور در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی گفت: ما امسال بیش از ۲۰ برند لوازم خانگی مطرح ایرانی، به‌علاوه لوازم هوشمند منزل را در بستر پلتفرم اینترنت IOT با نام ELEHOME متصل کردیم و یک خانه هوشمند کاملاً ایرانی همراه با برترین برندهای لوازم خانگی ایرانی را در این نمایشگاه رونمایی کردیم. جعفر صبحی، رئیس هیئت‌مدیره و عضو هیئت علمی گروه الکترونیک دانشگاه تبریز و بنیانگذار شرکت صنایع صبح پارلار آسیا در گفتگو با خبر ایران اظهار داشت: شرکت صنایع صبح پارلار آسیا، بزرگترین تولیدکننده بردهای لوازم خانگی در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، یک خانه هوشمند کاملاً ایرانی همراه با برندهای مطرح لوازم خانگی ایرانی را رونمایی کرد. این خانه هوشمند بر پایه پلتفرم IOT با نام ELEHOME طراحی شده است. صبحی تصریح کرد: شرکت صنایع صبح پارلار آسیا بیش از دو دهه است که فعالیت خود را در زمینه تولید بردهای الکترونیکی لوازم خانگی آغاز کرده است. وی با برشمردن افتخارات و دستاوردهای شرکت صنایع صبح پارلار آسیا عنوان داشت: شرکت صنایع صبح پارلار آسیا به‌عنوان بزرگترین شرکت دانش‌بنیان ایرانی، در دو سال اخیر، به‌عنوان شرکت برگزیده کشوری انتخاب شده است و بیشترین آمار تولید برد الکترونیکی را در ایران داشته و اکثر کارخانه‌ها و شرکت‌های لوازم خانگی کشور از مشتریان وفادار این شرکت به شمار می‌روند.

که در هر اتاق، بخشی از قابلیت‌های خانه هوشمند به بازدیدکنندگان توضیح داده می‌شود. وی اضافه کرد: در این نمایشگاه، ما قصد داریم این فکر و فرهنگ را در مخاطبانمان ایجاد کنیم که خانه هوشمند را با طراحی و تولید متخصصین، دانشگاهیان و مهندسان مجرب ایرانی، در یک بستر یومی و امن با گارانتی طولانی‌مدت به آن‌ها ارائه دهیم. او اضافه کرد: در حال حاضر، برخی شرکت‌های داخلی با استفاده از پلتفرم‌های اروپایی و چینی خانه‌های هوشمند طراحی می‌کنند که در تمام این پروژه‌ها بخش لوازم خانگی مانند یخچال گرمایشی، یخچال، فر، اجاق گاز شامل این هوشمندسازی پدیدار می‌شود. برندها و عدم سایپورت پلتفرم‌ها از یکدیگر شامل هوشمندسازی نمی‌شود. بنیانگذار شرکت صنایع صبح پارلار آسیا در پایان گفت: در حالی که در پلتفرم ELEHOME علاوه بر هوشمندسازی روشنایی، کلبه‌ها و در، پنجره، سیستم‌های گرمایش و سرمایش، صوتی و تصویری کلیه لوازم آشپزخانه شامل یخچال، هود، فر، اجاق گاز، لباسشویی، ظرفشویی، یخچال گرمایشی یا برندهای ایرانی بسیار متنوع به این پلتفرم غرم متصل شده و یک خانه کاملاً هوشمند یا یعنی بسیار بالا توسط متخصصان کشور طراحی می‌شود.

وی با برشمردن افتخارات و دستاوردهای شرکت صنایع صبح پارلار آسیا عنوان داشت: شرکت صنایع صبح پارلار آسیا به‌عنوان بزرگترین شرکت دانش‌بنیان ایرانی، در دو سال اخیر، به‌عنوان شرکت برگزیده کشوری انتخاب شده است و بیشترین آمار تولید برد الکترونیکی را در ایران داشته و اکثر کارخانه‌ها و شرکت‌های لوازم خانگی کشور از مشتریان وفادار این شرکت به شمار می‌روند. بنیانگذار شرکت صنایع صبح پارلار آسیا با اشاره به صادرات محصولات این مجموعه خاطرنشان کرد: در حال حاضر به کشورهای اوراسیا و همچنین کشورهای همسایه صادرات داشته و در حال گسترش بازارهای صادراتی خود هستیم. وی در مورد حضور در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی عنوان کرد: ما امسال بیش از ۲۰ برند لوازم خانگی مطرح ایرانی، به‌علاوه لوازم هوشمند منزل را در بستر پلتفرم اینترنت IOT با نام ELEHOME متصل کردیم و یک خانه هوشمند کاملاً ایرانی همراه با برترین برندهای لوازم خانگی ایرانی را در این نمایشگاه رونمایی کردیم. صبحی افزود: بدلیل تعداد زیاد برندهای مطرح لوازم خانگی که با این پلتفرم سازگار شده‌اند، برای نمایش محصولات چهار آشپزخانه مجزا متشکل از برندهای متفاوت طراحی شده است.

مدیرعامل شرکت صنایع گلдіران: عمق دادن به تولیدات، هدف اصلی گلдіران است



مدیرعامل شرکت صنایع گلдіران هدف اصلی و برنامه‌ریزی صورت گرفته از سوی گلдіران را عمق دادن به محصولات جی‌پلاس عنوان کرد. شرکت صنایع گلдіران با دو سایت تولیدی در منطقه آزاد سیرجان و منطقه اقتصادی کاسپین قزوین در حال حاضر با تمرکز بر روی تولید لوازم خانگی جی‌پلاس پیش می‌رود و عمق دادن به تولیدات و تنوع بخشی به آنها از جمله مواردی است که مهدی میرسجادی، مدیرعامل شرکت صنایع گلдіران بر آن تاکید دارد.



جهانی در بازار داخلی محروم شدیم، بازار شرکت‌های ایرانی به خوبی و درستی حرکت کردند و استقبال از صنعت‌کاران و حمایت دولت در این زمینه خوب بوده و نتیجه آن حضور مدل‌های متنوعی در این زمینه است که در نمایشگاه به خوبی شاهد آن هستیم. مدیرعامل شرکت صنایع گلдіران در پایان تصریح کرد: امیدوارم با روندی که در تولید محصولات با کیفیت با برند ایرانی دنبال نموده‌ایم، بتوانیم رضایت خریداران گرامی را جلب کنیم. وی در انتها گفت: تنوع بسیار بالای محصولات جی‌پلاس که علاوه بر گارانتی، حالا شامل بیمه رایگان نیز شده است، نشان از تعهد گلдіران در جلب رضایت مشتریان خود دارد.

گلдіران در ادامه در مورد مهم‌ترین اهداف گلдіران در صنعت لوازم خانگی، اظهار کرد: تنوع محصولات و عمق دادن به آنها از جمله مهم‌ترین برنامه‌ها و اهدافی است که تیم مدیریت و شرکت صنایع گلдіران به آن توجه دارد. میرسجادی خاطرنشان کرد: در تلاش هستیم تا با تولید محصولات با کیفیت و جلب رضایت خریداران بتوانیم تا جی‌پلاس را به عنوان برندی خوشنام در عرصه صنعت لوازم خانگی مطرح نماییم. وی در ادامه درباره برگزاری بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران با حضور جی‌پلاس و ارزیابی نمایشگاه امسال، خاطرنشان کرد: بعد از گذشت چندین سال که از حضور برندهای مطرح

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از روابط عمومی گلдіران، مهدی میرسجادی در حاشیه برگزاری بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی (هامکس ۱۴۰۲) با اشاره به تولید محصولات جی‌پلاس در دو سایت در کشور، اظهار کرد: در حال حاضر شرکت صنایع گلдіران در دو سایت سیرجان و کاسپین قزوین مشغول به تولید محصولات متنوعی در صنعت لوازم خانگی است.

وی افزود: یخچال و فریزر، تلویزیون، ماشین ظرفشویی، ماشین لباسشویی، ماکروویو و جاروبرقی از جمله محصولات برند جی‌پلاس هستند که در حال تولید و ارائه به مشتریان و خریداران از سوی شرکت صنایع گلдіران هستند. مدیرعامل شرکت صنایع

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



«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 پنجم و ششم کتاب «بازآفرینی یک صنعت»

نگاهی به روند تحولات صنایع لوازم خانگی کشور نشان می‌دهد که این صنعت با وجود بهرهمندی ۷۷ 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.

صنعت لوازم خانگی موردنظر قرار می‌گیرد که به لحاظ ماهیتی در زمره عوامل بیرونی و غیرقابل کنترل در شرکت‌ها محسوب می‌شود. در خصوص تأثیر قوانین و مقررات یا به عبارتی فضای تنظیمی حاکم بر صنایع لوازم خانگی می‌توان به این نکته بسنده نمود که اگر چارچوب‌های تنظیمی حاکم از انسجام و کفایت لازم برخوردار نباشد، هر قدر که در شرکت‌ها برای ارتقای رقابت‌پذیری تلاش شود، باز هم نمی‌توان نسبت به اثربخشی آن به‌ویژه در مواجهه با رقابت جهانی اطمینان حاصل کرد. نکته مهم دیگر به کارآمدی فضای تنظیمی مربوط می‌شود که در آن به کمیت و کیفیت قوانین و مقررات و درجه تناسب آن‌ها در طول زنجیره ارزش صنعت لوازم خانگی باید پرداخته شود.

در این فصل قواعد حقوقی ناظر بر صنعت لوازم خانگی از چهار منظر بررسی شده است:

۱- تقویت و توسعه زنجیره ارزش

۲- بهبود فضای کسب و کار

۳- بهبود انگیزه همکاری و مشارکت واحدهای فعال در زنجیره

۴- کارآمدسازی رفتار مراجع و نهادهای ناظر و رسیدگی‌کننده به تخلفات

به منظور بررسی‌ها و یافته‌های حاصل از آن، وضعیت قواعد نیز از منظر نوع (حمایتی، ارشادی، تکلیفی) زمان‌مندی، هدفمندی و ماهیت (عمومی یا مشروط) نیز موردتوجه واقع شده‌اند.



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

فصل پنجم: اقتصاد صنایع لوازم خانگی در ایران

در مقدمه فصل پنجم کتاب بازآفرینی یک صنعت آمده است: بررسی شاخص‌های عملکردی در گذر زمان برای هر صنعتی و از جمله صنعت لوازم خانگی می‌تواند نشانی از نحوه تأثیرگذاری متغیرهای بیرونی و درونی بر عملکرد صنعت موردنظر باشد. در واقع شاخص‌های عملکردی صنعت لوازم خانگی تا حد زیادی کیفیت و کمیت عوامل تأثیرگذار بر رشد و توسعه این صنعت و وضعیت موجود رقابت‌پذیری و سودآوری بنگاه‌های می‌سازد. این اطلاعات نه تنها می‌تواند بیانی کمی از نقاط قوت و ضعف این صنعت به دست دهد، بلکه در خصوص انواع نیازمندی‌ها (همچون نیاز به سرمایه‌گذاری‌های جدید در زمینه مجاری توزیع، تحقیق و توسعه و ...) نیز سنجه‌های دقیق‌تری به دست می‌دهد.

با این رویکرد و بنا به اهمیت شناخت ماهیت و سیر تحول شاخص‌های مربوط به عملکرد صنعت لوازم خانگی در کشور، طی این فصل به بررسی و تحلیل مهمترین شاخص‌های عملکردی صنعت لوازم خانگی کشور پرداخته شده است.

فصل ششم: نظام تنظیمی حاکم بر صنایع لوازم خانگی

در این فصل از کتاب عنوان شده است که موضوع «تنظیم مقررات و قوانین» به عنوان یکی از مولفه‌های مرتبط با زیرساخت‌های پشتیبان



خبرگزاری کار ایران

ILNA.IR

همکار رسانه‌ای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران
در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی هابمکس ۱۴۰۲

پرمخاطب‌ترین رسانه خبری
کشور در فضای مجازی
KHABARFOORI.COM

خبرفوری

همکار رسانه‌ای انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران
در بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی هاکس ۱۴۰۲

رشد آرام تجارت با اکو

ابراهیم رئیسی در شانزدهمین اجلاس سران سازمان همکاری اقتصادی با اعلام حمایت ایران از سازمان اکو و فعالیت‌های آن عنوان کرد: مصمم هستیم منابع و انرژی بیشتری را برای رونق همکاری‌ها در اکو، بسیج کنیم. در عین حال رشد ۴.۵ درصدی تجارت با کشورهای عضو و تراز تجاری مثبت ۱.۶ میلیارد دلاری بیانگر پیشرفت دولت است. روزنامه دنیای اقتصاد نوشت: روز پنجشنبه (۱۸ آبان‌ماه)، شانزدهمین اجلاس سران سازمان همکاری اقتصادی (اکو)، با حضور نمایندگان کشورهای عضو در تاشکند تشکیل شد و اعضای حاضر بر لزوم همکاری‌های اقتصادی بیشتر بین کشورها تاکید کردند. با وجود تاکید چندباره اعضا در برهه‌های مختلف زمانی اما، همچنان مشکلاتی مانند نبود موافقت‌نامه‌های تجاری بین اعضا، مشکلات در صدور روادید و برخی معضلات دیگر باعث شده تا با وجود تاکیدات سران کشورهای عضو، حجم مبادلات همچنان نسبت با رقم مطلوب فاصله داشته باشد. نزدیک به ۴۰ سال از تشکیل این سازمان در سال ۱۹۸۴ گذشته است.

این سازمان قرار بود با ارتقای شرایط برای توسعه اقتصادی پایدار و افزایش سطح زندگی و رفاه مردم، گسترش تجارت درون منطقه‌ای و فرامنتقه‌ای، حذف موانع تجاری، تلاش در جهت ادغام تجارت کشورهای منطقه با تجارت جهانی و ارتقای همکاری‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فنی و علمی شرایط را برای همکاری‌های دوجانبه و چندجانبه بین اعضا فراهم کند. واقعیت آن است که ۴۰ سال بعد از تشکیل این سازمان، شرایط حال حاضر با اهداف این نهاد اقتصادی فاصله زیادی دارد و بر اساس هدف‌گذاری‌ها قرار بود کشورهای عضو، ۵۰ درصد از تجارت خود را با دیگر اعضا انجام دهند، با این حال بر اساس آخرین محاسبات انجام شده، میزان تجارت درون گروهی چیزی در حدود ۷ تا ۸ درصد تجارت اعضا است. پس از شروع به کار دولت سیزدهم، مسئولان ایرانی بارها به تجارت با اعضای اکو تاکید کردند و توسعه تجارت با اعضای این سازمان را به عنوان یکی از اهداف اصلی، در دستور کار قرار داده‌اند. آمارها نشان می‌دهد که به صورت کلی ایران در جهت رسیدن به این هدف، پیشرفت خوبی داشته است؛ در ۷ ماهه منتهی به مهر سال جاری حجم تجارت ایران با اعضای اکو، رشد ۱۸ درصدی در وزن و ۴/۵ درصدی در ارزش را تجربه کرده و تراز تجاری ایران به مثبت ۱/۶ میلیارد دلار رسیده است، با این وجود تجارت ایران با ترکیه زرقی معادل ۶۰ درصد تجارت ایران با اعضای این گروه است. همچنین با پاکستان معادل ۱۴ درصد و با افغانستان معادل ۱۰ درصد تجارت ایران با اعضای اکو است. در نتیجه نزدیک به ۷۵ درصد تجارت با اکو، در واقع با این سه شریک قدیمی انجام شده که نشان‌دهنده آن است که بخشی از رشد در آمار تجارت با اکو، در واقع رشد در تجارت با این سه شریک مهم است. البته در این بین نشانه‌هایی از توسعه تجارت با کشورهایی همچون تاجیکستان نیز مشاهده می‌شود، اما همچنان حجم تجارت ایران متناسب با پتانسیل‌های تجاری کشورهای عضو اکو نیست.

آمارهای تجارت در ۷ ماهه نخست امسال

در هفت ماهه امسال تراز تجاری ایران با ۹ کشور عضو اکو با پیشی گرفتن صادرات به مثبت ۱/۶ میلیارد دلار رسیده و از بین اعضا، ترکیه نخستین شریک تجاری ایران بوده است. بر اساس آمارهای کمیسیون روابط بین‌الملل و توسعه تجارت



خانه صنعت، معدن و تجارت ایران، در هفت ماهه امسال بیش از ۱۴ میلیون تن کالا به ارزش نزدیک ۱۰/۲ میلیارد دلار بین ایران و ۹ عضو سازمان آکو مبادله شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۱۸ درصدی در وزن و ۴/۵ درصد در ارزش داشته است. بر این اساس صادرات غیرنفتی ایران به اعضای آکو در این مدت بیش از ۱۲ میلیون تن به ارزش بیش از ۵/۸ میلیارد دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۲۳ درصد در وزن و ۲/۵ درصد در ارزش افزایش داشته است. واردات ایران نیز بیش از ۲/۵ میلیون تن به ارزش ۴/۳ میلیارد دلار بوده که رشد ۱/۲ درصدی در وزن و ۷/۳ درصدی در ارزش داشته است. بر این اساس تراز تجاری ایران با ۹ کشور عضو آکو با پیشی گرفتن صادرات به مثبت ۱/۶ میلیارد دلار رسیده است. در این میان ترکیه با خرید بیش از ۲/۷ میلیارد دلار و کاهش ۱۰ درصدی، پاکستان با بیش از ۱/۱ میلیارد دلار و رشد ۶۲ درصدی و افغانستان با ۹۷۵ میلیون دلار و رشد چهار درصدی سه مقصد نخست صادرات کالاهای ایرانی در این مدت در بین اعضای آکو بودند. همچنین جمهوری آذربایجان با خرید ۳۰۳ میلیون دلار کالا از ایران (کاهش ۲۸ درصدی)، ترکمنستان با ۲۵۱ میلیون دلار (پذون تغییر)، ازبکستان با ۱۸۸ میلیون دلار (رشد ۲۶ درصدی)، تاجیکستان با ۱۳۳ میلیون دلار (رشد ۲۷ درصدی)، قزاقستان با ۱۰۴ میلیون دلار (رشد ۱۲ درصدی) و قرقیزستان با ۴۰ میلیون دلار (رشد ۲۰ درصدی) در رتبه های بعدی صادرات کالاهای ایرانی در بین اعضای سازمان آکو قرار دارند. همچنین از بین کشورهای عضو آکو، ترکیه بیشترین میزان فروش کالا را با ۳/۷ میلیارد دلار (رشد ۱۷ درصدی) به ایران داشته و پس از آن پاکستان با ۳/۵۲ میلیون دلار (کاهش ۳۹ درصدی) و ازبکستان با ۵۱ میلیون دلار (رشد ۱۶ درصدی) سه مقصد نخست واردات کالا به ایران بودند. قزاقستان با فروش بیش از ۴۲ میلیون دلار (کاهش ۵۱ درصدی)، تاجیکستان با ۳۵ میلیون دلار (کاهش ۶ درصدی)، جمهوری آذربایجان با ۳۰ میلیون دلار (رشد ۳۵ درصدی)، ترکمنستان با ۲۱ میلیون دلار (رشد ۲۴ درصدی)، افغانستان با نزدیک ۱۶ میلیون دلار (رشد ۳ درصدی) و قرقیزستان با نزدیک به چهار میلیون دلار (رشد ۲۲ درصدی) در جایگاه های بعدی خریداران کالا از ایران از بین کشورهای عضو

آکو در هفت ماهه امسال قرار دارند.

فاصله همکاری اعضای آکو تا نقطه مطلوب

بر اساس این گزارش، حجم تجارت ایران با آکو یا نقطه مطلوب، فاصله قابل توجهی دارد. بر اساس این گزارش سازمان همکاری اقتصادی یا به اختصار آکو، در حال حاضر «۱ عضو و حدود ۴۸۰ میلیون نفر جمعیت دارد، اما بارها این موضوع مطرح شده که تجارت اعضای این سازمان با یکدیگر تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله زیادی دارد. برای مثال سال گذشته غلامحسین شافعی، رئیس وقت اتاق بازرگانی ایران، در نشست مشترک با دبیرکل آکو گفته بود که میزان مبادلات اقتصادی این ۱۰ کشور در جهان نزدیک به ۹۳۰ میلیارد دلار است، اما میزان تجارت درون گروهی آنها به ۷۰ میلیارد دلار هم نمی رسد.

در هفت ماهه امسال تراز تجاری ایران با ۹ کشور عضو آکو با پیشی گرفتن صادرات به مثبت ۱/۶ میلیارد دلار رسیده و از بین اعضا، ترکیه نخستین شریک تجاری ایران بوده است.

بر اساس آمارهای کمیسیون روابط بین الملل و توسعه تجارت خانه صنعت، معدن و تجارت ایران، در هفت ماهه امسال بیش از ۱۴ میلیون تن کالا به ارزش نزدیک ۱۰/۲ میلیارد دلار بین ایران و ۹ عضو سازمان آکو مبادله شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۱۸ درصدی در وزن و ۴/۵ درصد در ارزش داشته است.

همچنین میزان همکاری های اقتصادی درون گروهی در آکو با وجود برخورداری «۱ کشور عضو از بخش عظیمی از سرمایه جهانی، تنها ۸ درصد است. با این حال در سند چشم انداز ۲۰۲۵ آکو کشورهای سازمان تعهد کرده اند تجارت درون منطقه ای را به دو برابر افزایش داده و از ۷ تا ۸ درصد کنونی به ۱۵ درصد برسانند. از جمله موانع همکاری کشورهای عضو آکو می توان به عملیاتی نشدن موافقت نامه ها، دشواری دریافت ویزا برای تجار در برخی از کشورهای عضو، مشکلات مربوط به ترانزیت از برخی از کشورهای عضو و حجم پایین

سرمایه گذاری درون گروهی اشاره کرد.

در اجلاس آکو چه گذشت؟

اجلاس روز پنجشنبه (۱۸ آبان ماه) تهران آکو با سخنرانی رئیس جمهور ازبکستان شروع شد. به گزارش «ایسنا» رئیس جمهور ازبکستان، شوکت میرضیایف طی سخنرانی به ظرفیت های فراوان در گسترش روابط اقتصادی بین کشورهای آکو اشاره کرد. میرضیایف، تأکید کرد که هدف از برگزاری این اجلاس بررسی چشم انداز همکاری های چندجانبه آکو و رساندن میزان همکاری های اقتصادی به سطح جذبی است. رئیس جمهور ازبکستان در سخنان خود گفت که آکو پتانسیل زیادی در گسترش روابط در زمینه های تجاری، اقتصادی و صنعتی و همچنین سرمایه گذاری، نوآوری و حمل و نقل دارد. میرضیایف در این اجلاس پیشنهاد تدوین یک سند مفهومی جدید «اهداف استراتژیک همکاری اقتصادی ۲۰۳۵» را ارائه کرد که با آن اعضای آکو در زمینه هایی مانند تجارت، حمل و نقل و ارتباطات، همکاری های صنعتی، امنیت انرژی و مبارزه با تغییرات اقلیمی و تعمیق همکاری در گردشگری و مبادلات فرهنگی و بشردوستانه تلاش های مشترک انجام خواهند داد. او همچنین به اهمیت بهره برداری از پتانسیل کریدورهای حمل و نقل بین قاره ای از جمله راه اندازی راه آهن چین - قرقیزستان - ازبکستان اشاره کرد. رئیس جمهور ازبکستان، پیشنهاد برگزاری نمایشگاه صنعتی بین منطقه ای در چارچوب سازمان همکاری اقتصادی در سال ۲۰۲۴ در کشورش را ارائه کرد. شوکت میرضیایف در سخنرانی خود در اجلاس آکو گفت: منطقه وسیع ما که محل زندگی نیم میلیارد نفر است، پتانسیل زیادی برای توسعه همکاری در تجارت، اقتصاد، صنعت، سرمایه گذاری، نوآوری و حمل و نقل دارد. او تأکید کرد که استفاده کامل از پتانسیل کریدورهای حمل و نقل بین قاره ای که از قلمرو ما می گذرد و ما را با بازارهای اصلی در منطقه آسیا-اقیانوسیه، جنوب آسیا، خاورمیانه و اروپا مرتبط می کند، مهم است. او افزود: ازبکستان برنامه اقدامات مشترکی را برای افزایش جریان سرمایه گذاری های متقابل، حفاظت از آنها و تعمیق همکاری های صنعتی تهیه و به دبیرخانه آکو ارائه کرده است. وی گفت که این سند با هدف ارتقای پروژه های مشترک جدید در صنایع شیمیایی، انرژی،



غیبت افغانستان

یکی از حاشیه‌های این اجلاس، عدم حضور نماینده افغانستان در تاشکند بود. مسئولان طالبان تاکید کردند که دعوتی از سوی دبیرخانه اجلاس برای طرف افغانستانی ارسال نشده است. در همین حال، شماری از تحلیلگران اقتصادی می‌گویند که برای شرکت افغانستان در کنفرانس‌های بین‌المللی به‌ویژه نشست اکو، لازم است که ابتدا امارات اسلامی توسط جهان به رسمیت شناخته شود و حضور نمایندگان افغانستان در کنفرانس‌های بین‌المللی می‌تواند نقش مهمی را ایفا کند که نقش مهمی در حل چالش‌های کنونی دارد. محمدنبی افغان، تحلیلگر اقتصادی در همین رابطه گفت: ما باید روابط نزدیک خود را با جهان حفظ کنیم و رضایت آن‌ها را جلب کنیم و در برنامه‌ها و کنفرانس‌هایی مانند نشست اکو که برای ما بسیار مهم است، باشیم. امارات اسلامی به دنبال توسعه روابط اقتصادی و تجاری با کشورهای همسایه و منطقه است.

همچنین عبداللطیف نظری، معاون وزیر اقتصاد افغانستان گفت: در اجلاس اکو باید به دنبال گسترش روابط اقتصادی و تجاری در سطح منطقه باشیم. در نهایت می‌توان گفت که دولت عزمی جدی برای گسترش روابط تجاری با کشورهای هدف خصوصاً کشورهای عضو اکو دارد. سفر رئیس‌جمهور به تاجیکستان و سفر اعضای توافق‌های مهم خصوصاً در خصوص لغو روادید و سفر هیأت ترکمنستانی به ایران را نیز می‌توان در همین راستا ارزیابی کرد، با این وجود تبدیل شدن سازمان اکو به یک نهاد تجاری مستلزم ترتیبات نهادی موثرتری است. اعضای تقاضنامه‌های تجاری، کاهش موانع غیرتعرفه‌ای و بهبود روابط سیاسی و فرهنگی بین اعضا، از جمله این تغییرات مهم هستند. در این صورت امکان افزایش مبادلات تجاری با اعضای اکو به سطحی که متناسب با نزدیکی فرهنگی ایران و کشورهای عضو باشد فراهم می‌شود.

زمین‌شناسی، نساجی، چرم و کفش، مواد غذایی، دارویی و صنایع ساختمانی است. علاوه بر این، میرضیایف تاکید کرد که اهمیت هماهنگ کردن استراتژی‌های ملی انرژی، توسعه شبکه‌های انتقال انرژی بین منطقه‌ای و معرفی گسترده فناوری‌های انرژی سبز نیز در حال افزایش است.

اهمیت اکو برای پاکستان

نخست‌وزیر پاکستان، دیگر عضو مهم سازمان همکاری اقتصادی نیز با انتشار بیانیه‌ای بر اهمیت همکاری با اعضای اکو تاکید کرد. دفتر نخست‌وزیری پاکستان در این بیانیه اعلام کرد که انورالحق کاکر، نخست‌وزیر موقت پاکستان روز پنج‌شنبه خواستار تقویت روابط اقتصادی بین کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی (اکو) برای استفاده از پتانسیل‌های تجاری شد. به گزارش «ایسنا» در این بیانیه آمده است که کاکر در سخنرانی شانزدهمین اجلاس سران اکو، در تاشکند، پایتخت ازبکستان بر تلاش‌های جمعی و تسریع اصلاحات برای دستیابی به اهداف سازمان برای به دست آوردن سودهای عظیم اقتصادی و صلح تاکید کرد.

نخست‌وزیر پاکستان همچنین تاکید کرد: «برای ما بسیار مهم است که به صورت جمعی و مجدانه برای تحقق اهداف سازمان تلاش کنیم». کاکر ضمن دعوت به رایزنی برای گسترش سهم در تجارت جهانی و درون منطقه‌ای، بر کاهش موانع توسعه زیرساخت‌ها و تدوین سیاست‌های سازگار با محیط زیست و پایدار، علاوه بر کاهش فقر تاکید کرد.

او رویکرد گریز دور محور اکو مانند قرقیزستان - تاجیکستان - افغانستان - ایران و اسلام‌آباد - تهران - استانبول و دیگران را تحسین کرد و افزود که پروژه‌های حمل و نقل یکپارچه به ارتقای تجارت و اتصال کمک خواهد کرد.



رایگان

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار می کند

مهارت های نوین مذاکره و فروش

< عناوین و مدرسان دوره >



مهارت های نوین
بازاریابی و فروش

مدرس: دکتر سعید وفايي



مهارت های فن بیان و
اصول مذاکره

مدرس: دکتر رضا رنجبر



مهارت های رفتارشناسی
با مدل جهانی DISC

مدرس: دکتر صالح زعيم



فعالیت‌های اقتصادی روی دست‌انداز قوانین ناگهانی و غیرکارشناسی

شاخص ترکیبی مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در مهرماه ۵۴/۱۵ گزارش شده است. در این ماه شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده (۴۷/۱) کمترین مقدار سه‌ماهه خود را به ثبت رسانده و این شاخص در هر سه بخش اقتصادی با کاهش روبه‌رو بوده است. شاخص مدیران خرید اقتصاد در مهرماه ۱۴۰۲، در همان محدوده قبلی باقی مانده؛ اما در این ماه علاوه بر مشکلات قبلی، استمرار مشکلات مربوط به اتخاذ قوانین ناگهانی و غیرکارشناسی نیز فعالیت بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. در مقابل، شاخص قیمت خرید مواد اولیه و لوازم موردنیاز تولید در مهرماه، (۷۲/۲۵) به بیشترین مقدار سه‌ماهه اخیر رسیده و شاخص قیمت محصولات تولید شده یا خدمات ارائه شده نیز با ثبت عدد ۵۹/۹۶ بیشترین افزایش را در دوره ۵ ماهه به ثبت رسانده است. در این میان، شاخص میزان صادرات کالا و خدمات برای چهارمین ماه متوالی در رکود باقی مانده؛ اگرچه شدت کاهش به میزان جزئی کمتر از شهریور بوده است. همچنین شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی (۴۹/۵۶) نیز برای سومین ماه پیاپی کمتر از ۵۰ گزارش شده است.



شاخص صنعت - دوره شصت و یکم



شاخص کل اقتصاد - دوره چهل و نهم

به پیمان‌سپاری ارزی بر ادامه این روند کاهشی تأثیرگذار بوده است. موجودی مواداولیه یا لوازم خریداری شده با ثبت عدد ۴۷/۱، کمترین مقدار سه‌ماهه از مردادماه را به ثبت رسانده است و این شاخص در هر سه بخش اقتصادی با کاهش روبه‌رو بوده و کمبود نقدینگی و عدم تخصیص ارز و تسهیلات بانکی و همچنین اعمال قوانین غیرکارشناسی از سوی وزارت صمت، گمرک و بورس کالا، کسب‌وکارها را در تأمین لوازم موردنیاز با مشکل روبه‌رو کرده است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، واکاوی اطلاعات شامخ و اظهارات فعالان اقتصادی در شامخ مهر ۱۴۰۲ حاکی از این است که در این ماه باوجود باقی ماندن رقم شاخص در محدوده بالای ۵۰ و دلالت بر رونق و انبساط فعالیت‌های اقتصادی، اغلب بنگاه‌ها به‌واسطه استمرار مشکلات، به‌سختی افتاده‌اند.

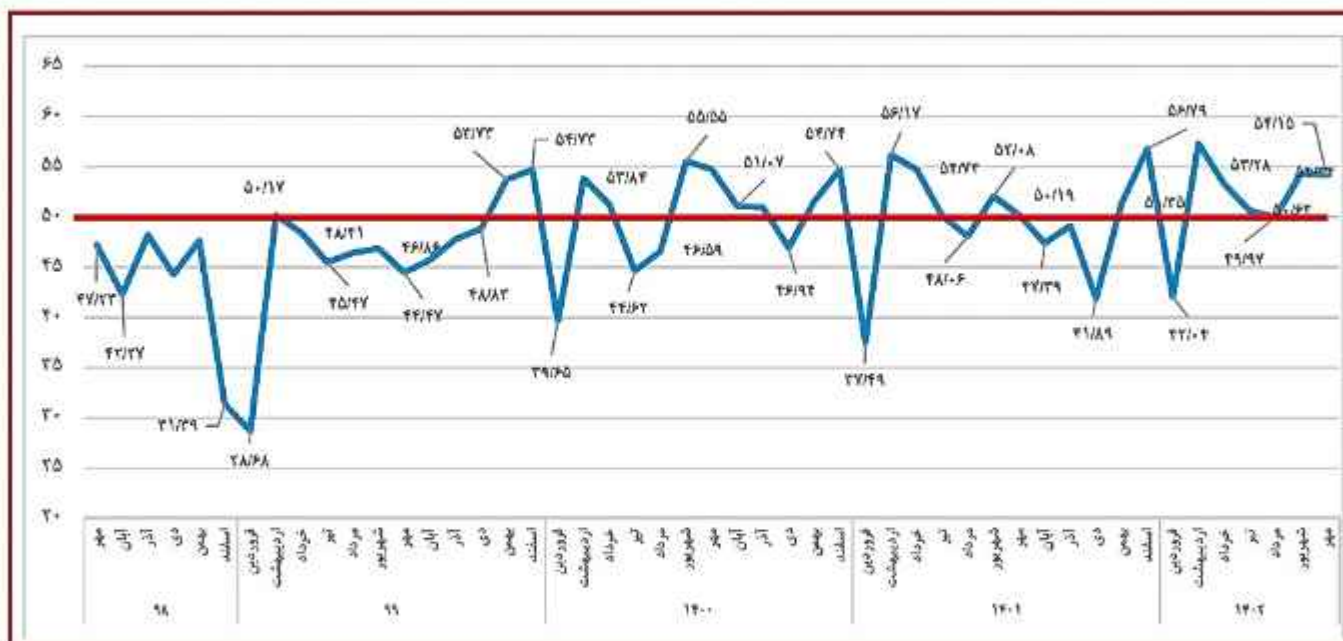
بر اساس اطلاعات به دست آمده بر اساس شامخ کل اقتصاد و صنعت در ماه مهرماه، علاوه بر مشکل کمبود نقدینگی، تأمین ارز و تسهیلات بانکی که کمبود مواد اولیه را تشدید کرده و همچنین در کنار معضل پیمان‌سپاری ارزی که باعث کاهش صادرات بخش تولید شده است، فعالیت تعداد قابل‌توجهی از شرکت‌ها به‌واسطه استمرار مشکلات، مربوط به اتخاذ قوانین مخل، ناگهانی و غیرکارشناسی از سوی گمرک، وزارت صمت و بورس کالا، با مشکلات و دغدغه‌های جدی مواجه شده است.

شاخص مدیران خرید ترکیبی کل اقتصاد

آخرین نظرسنجی گردآوری شده، نشان می‌دهد که شاخص ترکیبی مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در مهرماه ۵۴/۱۵ محاسبه شده است که میزان افزایش شاخص تقریباً مشابه شهریورماه و به مقدار بسیار جزئی کمتر است. در میان مؤلفه‌های اصلی، شاخص موجودی مواداولیه یا لوازم خریداری شده و میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی کمتر از ۵۰ ثبت شده‌اند.

در مهرماه، میزان افزایش در شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار (۵۸/۶۰) تقریباً مشابه ماه قبل بوده است. این در حالی است که سرعت در افزایش تقاضا کاهش داشته و شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان (۵۳/۳۸) در مقایسه با شهریورماه (۵۵/۲۰) با رشد کمتری روبه‌رو بوده است. همچنین شاخص میزان صادرات کالا و خدمات با ثبت مقدار ۴۹/۰، برای چهارمین ماه متوالی در رکود است، اگرچه شدت کاهش به میزان جزئی کمتر از شهریور بوده است. اما همچنان محدودیت‌های صادراتی ازجمله مشکلات مربوط

مقایسه شاخص کل اقتصاد



در همین حال نرخ تورم نهاده‌ها مجدداً افزایشی شده و شاخص قیمت خرید مواد اولیه و لوازم مورد نیاز در مهرماه (۷۲/۲۵) بیشترین مقدار سه‌ماهه اخیر را به ثبت رسانده است. در نتیجه با بالا رفتن نرخ ارز و هزینه‌های فعالیت‌های کسب‌وکار، شاخص قیمت محصولات تولید شده یا خدمات ارائه شده نیز با ثبت عدد ۵۹/۹۶ بیشترین افزایش را طی ۵ ماه اخیر از خردادماه به ثبت رسانده است. افزایش نرخ ارز

و تحمیل هزینه‌هایی ناشی از اعمال قوانین و مقررات غیرکارشناسی که منجر به کمبود یا بالا رفتن قیمت نهاده‌ها می‌شود، مجدداً باعث تورم قیمت‌ها شده است. این افزایش به‌ویژه در بخش خدمات و کشاورزی بیشتر از سایر بخش‌ها بوده است. باوجود بهبود در شرایط تولید و انتظارات خوش‌بینانه کسب‌وکارها برای ماه آینده، شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی (۴۹/۵۶) برای

مهر ۱۴۰۲ شاخص مدیران خرید (PMI) ۴۹/۹۷

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

شاخص	مهر ۱۴۰۲	شهریور ۱۴۰۲	مرداد ۱۴۰۲
شاخص کل اقتصاد	۵۴/۱۵	۵۴/۳۴	۴۹/۹۷
مؤلفه‌های اصلی	میزان فعالیت‌های کسب و کار	۵۸/۶۰	۵۴/۶۰
	میزان سفارشات جدید مشتریان	۵۵/۰۲	۴۴/۸۴
	سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۶/۴۰	۵۴/۶۷
	موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۵۰/۹۷	۴۷/۸۸
	میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی	۴۸/۲۰	۴۹/۴۱
مؤلفه‌های کمکی	قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده	۶۸/۸۶	۷۰/۲۷
	موجودی محصول در انبار یا کارهای معوق	۵۳/۱۸	۵۱/۰۱
	میزان صادرات کالا یا خدمات	۴۸/۷۷	۴۸/۸۹
	قیمت محصولات تولیدشده یا خدمات ارائه‌شده	۵۳/۵۰	۵۴/۰۸
	مصرف حامل‌های انرژی	۴۱/۳۷	۵۰/۸۴
	میزان فروش کالاها یا خدمات	۴۹/۹۳	۴۹/۱۳
	انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده	۷۰/۵۰	۶۳/۳۵

چهارمین ماه پیایی کاهشی است و سرعت کاهش شاخص بیشترین مقدار هشت ماه اخیر (به جز فروردین ماه) را به ثبت رسانده است. کمبود شدید نقدینگی و سرمایه در گردش، عدم تخصیص ارز و تسهیلات بانکی، عرضه محدود برخی از مواد اولیه در بورس کالا و با قیمت های بالا، ازجمله دلایل عمده کمبود مواد اولیه است که تولیدکنندگان مطرح کرده اند.

در مهرماه شاخص مقدار تولید محصولات با مقدار ۵۳/۳۸ اندکی بهتر از شهریورماه ثبت شده است، اگرچه تولید، اندکی از شرایط انقباضی ماه های قبل بیرون آمده است، اما اکثر شرکت ها وضعیت را در این ماه نیز مانند ماه قبل ارزیابی کرده اند.

همچنین شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در مهرماه ۵۲/۹۳ گزارش شده است که بعد از رکود سه ماهه، تقاضای مشتریان کمی بهبود داشته، اما همچنان تقاضا در برخی از فعالیت ها با رکود روبرو بوده است.

این در حالی است که در بخش فروش خارجی شاخص میزان صادرات کالا و خدمات با عدد ۴۹/۷۲ برای چهارمین ماه پیایی کمتر از ۵۰ ثبت شده است اگرچه سرعت کاهش آن در مقایسه با ماه های قبل کمتر است، اما همچنان

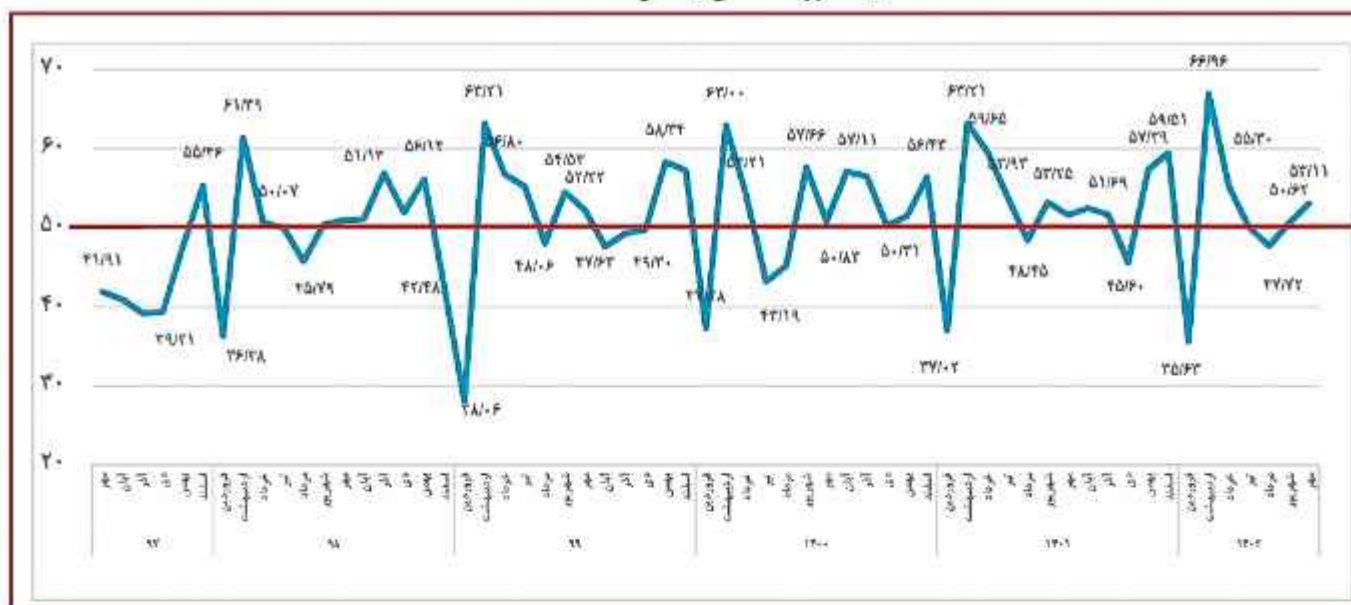
ساختمان کاهش داشته و بسیاری از کسب و کارها همچنان شرایط را مانند ماه قبل گزارش کرده اند. این افزایش در فروش عمدتاً به دلیل اندکی بهبود در بخش خدمات بوده است. انتظارات نسبت به بهبود فعالیت کسب و کارها در مهرماه با ثبت عدد ۴۵/۷۸ خوش بینی فعالان اقتصادی را برای ماه آینده نشان می دهد اما شدت انتظارات خوش بینانه در مقایسه با ماه قبل (۷۰/۵۰) کاهش داشته است.

اگرچه خوش بینی فعالان اقتصادی در بسیاری از ماه ها به دلیل نوسانات زیاد و غیرقابل پیش بینی بودن و بی ثباتی شرایط اقتصاد مطابق انتظار پیش نرفته است.

شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

بر اساس داده های به دست آمده از پنگاه های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت در مهرماه با ثبت عدد ۵۳/۱۱ نسبت به ماه قبل بهبود داشته و بیشترین مقدار چهارماهه اخیر از تیرماه را به ثبت رسانده است، هرچند برخی از رشته فعالیت ها با کاهش شاخص صنعت و رکود در تقاضا روبرو بوده اند. در مهرماه، به غیر از موجودی مواد اولیه خریداری شده که با کاهش شدید روبرو بوده، سایر مؤلفه های اصلی بیشتر از ۵۰ گزارش شده اند. شاخص موجودی مواد اولیه خریداری شده (۴۵/۸۱) برای

مقایسه روند شاخص بخش صنعت



محصول در انبار مانند ماه قبل (۵۸/۱۹) افزایشی بوده و دومین بیشترین مقدار را در سری ۶۱ ماهه به ثبت رسانده است.

شاخص موجودی مواد اولیه خریداری شده (۴۵/۸۱) برای چهارمین ماه پیایی کاهشی است و سرعت کاهش شاخص بیشترین مقدار هشت ماه اخیر (به جز فروردین ماه) را به ثبت رسانده است. کمبود شدید نقدینگی و سرمایه در گردش، عدم تخصیص ارز و تسهیلات بانکی، عرضه محدود برخی از مواد اولیه در بورس کالا و با قیمت های بالا، ازجمله دلایل عمده کمبود مواد اولیه است که تولیدکنندگان مطرح کرده اند. در مهرماه شاخص مقدار تولید محصولات با مقدار

قوائین مربوط به پیمان سازی ارزی باعث شده تا بسیاری از تولیدکنندگان (به خصوص آن دسته که مواد اولیه خود را با ارز بازار آزاد تأمین می کنند) عملاً با صادرات در این شرایط متضرر شوند یا توجیه اقتصادی نداشته باشد. اما در مجموع رشد اندک تقاضای داخل و کاهش صادرات و فروش خارجی باعث شده تا شاخص میزان فروش محصولات (۴۸/۹۰) همچنان برای چهارمین ماه پیایی در رکود باشد هرچند شدت کاهش در فروش در مقایسه با شهریورماه کمتر است؛ بنابراین با توجه به این که رشد در بهبود تقاضای داخل بسیار اندک و تقاضای خارجی نیز با کاهش همراه بوده، به دلیل پیشی گرفتن تولید از میزان فروش، شاخص موجودی

۵۳/۳۸ اندکی بهتر از شهریورماه ثبت شده است، اگرچه تولید، اندکی از شرایط انقباضی ماههای قبل بیرون آمده است، اما اکثر شرکتها وضعیت را در این ماه نیز مانند ماه قبل ارزیابی کرده‌اند. همچنین شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در مهرماه ۵۲/۹۳ گزارش شده است که بعد از رکود سه‌ماهه، تقاضای مشتریان کمی بهبود داشته اما همچنان تقاضا در برخی از فعالیت‌ها با رکود روبه‌رو بوده است.

این در حالی است که در بخش فروش خارجی شاخص میزان صادرات کالا و خدمات با عدد ۴۹/۷۲ برای چهارمین ماه پیاپی کمتر از ۵۰ ثبت شده است اگرچه سرعت کاهش آن در مقایسه با ماه‌های قبل کمتر است اما همچنان قوانین مربوط به پیمان‌سازی ارزی باعث شده تا بسیاری از تولیدکنندگان (به‌خصوص آن دسته که مواد اولیه خود را با ارز بازار آزاد تأمین می‌کنند) عملاً با صادرات در این شرایط متضرر شوند یا توجیه اقتصادی نداشته باشد.

اما درمجموع رشد اندک تقاضای داخل و کاهش صادرات و فروش خارجی باعث شده تا شاخص میزان فروش محصولات (۴۸/۹۰) همچنان برای چهارمین ماه پیاپی در رکود باشد هرچند شدت کاهش در فروش در مقایسه با شهریورماه کمتر است؛ بنابراین با توجه به این‌که رشد در بهبود تقاضای داخل بسیار اندک و تقاضای خارجی نیز با کاهش همراه بوده، به دلیل پیشی گرفتن تولید از میزان فروش، شاخص موجودی محصول در انبار مانند ماه قبل (۵۸/۱۹) افزایشی بوده و دومین بیشترین مقدار را در سری ۶۱ ماهه به ثبت رسانده است.

مشکلات اصلی از دید برخی از فعالان اقتصادی در مهرماه ۱۴۰۲

- همچنان مشکل تأمین ارز موردنیاز تولیدکنندگان برای واردات

شاخص صنعت - شاخص مدیران خرید (PMI) مهر ۱۴۰۲

شاخص			
مهر ۱۴۰۲	شهریور ۱۴۰۲	مرداد ۱۴۰۲	شاخص کل صنعت
۵۳/۱۱	۵۰/۶۲	۴۷/۷۲	شاخص کل صنعت
۵۳/۳۸	۵۱/۹۵	۴۳/۸۷	مقدار تولید محصولات
۵۲/۹۳	۴۷/۸۲	۴۳/۶۵	میزان سفارشات جدید مشتریان
۵۸/۳۹	۵۶/۹۶	۵۲/۹۱	سرعت انجام و تحویل سفارشی
۴۵/۸۱	۴۷/۰۰	۴۷/۷۰	موجودی مواد اولیه خریداری‌شده
۵۲/۷۸	۵۰/۲۰	۵۲/۷۷	میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی
۶۸/۰۱	۶۷/۹۸	۶۶/۰۵	قیمت خرید مواد اولیه
۵۸/۱۹	۵۸/۱۹	۵۳/۷۵	موجودی محصول نهایی در انبار
۴۹/۷۲	۴۵/۶۳	۴۶/۳۱	میزان صادرات کالا
۵۳/۱۸	۵۱/۱۱	۴۶/۹۶	قیمت محصولات تولیدشده
۵۰/۸۲	۴۸/۳۲	۴۹/۳۰	مصرف حامل‌های انرژی
۴۸/۹۰	۴۵/۳۷	۳۹/۱۶	میزان فروش محصولات
۶۵/۱۰	۶۶/۶۵	۶۴/۰۸	انتظارات تولید در ماه آینده

مواد اولیه وجود دارد.
- مواد اولیه‌ای که در بورس کالا عرضه می‌شود با حجم بسیار کمی است و در برخی از موارد در قیمت‌های بالایی (گران) عرضه می‌شود، به‌طوری‌که نیاز تولیدکننده برآورده نمی‌شود و شرکت‌ها ناچار به تهیه مواد اولیه در بازار آزاد هستند. (صنایع لاستیک، پلاستیک)

- کمبود سرمایه در گردش و نقدینگی هم از طرف خریداران و هم شرکت‌ها باعث شده تا شرکت‌ها با رکود شدید تقاضا در بازار روبه‌رو باشند. (صنایع شیمیایی)

- عدم پرداخت مطالبات تولیدکنندگان از سوی وزارت نیرو و بانک مرکزی شرکت‌ها را در آستانه تعطیلی قرار داده است. (صنایع فلزی)

- عدم پرداخت مطالبات از سوی مشتریان بزرگ شرکت‌ها را دچار کمبود شدید نقدینگی کرده است. (صنایع شیمیایی)

- بخشنامه‌های کارشناسی نشده و ناگهانی از سوی برخی دستگاه‌های اجرایی مانند وزارت صمت، گمرک و بورس کالا، هزینه‌های زیادی را به تولیدکنندگان تحمیل می‌کند. ازجمله سهمیه‌بندی حجم واردات که باعث شده علاوه بر این‌که به کالاهایی که از چندین ماه قبل از وجود قوانین جدید ثبت سفارش شده و خریداری شده بود اجازه ترخیص ندهند، هزینه‌هایی مانند انبارداری گمرکی و جریمه نیز به آن اضافه شود.

- ایجاد سامانه‌های ناکارآمد به‌جای اینکه موانع تولید را سهولت ببخشند باعث ایجاد مشکلات بیشتر برای شرکت‌ها می‌شود. ازجمله آن سامانه بازارگاه در شرایطی که شرکت‌ها برای تأمین مواد اولیه موردنیاز در سامانه یول واریز کرده‌اند و منتظر توزیع محصول از طرف دولت هستند به دلیل عدم عرضه در سامانه ناچارند تا به قیمتی چند برابر آنچه در سامانه واریز کرده‌اند از بازار آزاد تهیه کنند.

سیاست‌های ارزی بحران‌ساز

بعضی اعداد از هزاران صفحه مقاله گویاتر است. نمونه اینکه بررسی‌ها نشان می‌دهد ارزش دلار در برابر ریال طی ۹۲ سال گذشته، ۱۶ هزار برابر شده‌است، یا اینکه در سال ۱۳۰۸ که برای اولین‌بار طلا به‌عنوان یشتوانه پول ملی قرارگرفت (قبل از آن واحد پول قیران و یشتوانه آن نقره بود) هر ریال برابر با ۳ گرم طلا بود، ولی در سال ۱۴۰۰ هرگرم طلا برابر با ۱۸ میلیون ریال شد. همه این‌ها یعنی طی یک قرن گذشته ارزش پول ملی مدام در حال کاهش بوده و برخی مواقع با شتاب بیشتر یا کمتر این مسیر را طی کرده است. اما چرا این اتفاق رخ داده است؟ علاوه‌بر دلایل مختلف اقتصادی، می‌توان به ایرادات بنیادین نظام ارزی ایران اشاره کرد. اقتصاد ایران به دلیل نفتی و دولتی‌بودن دهه‌هاست که به‌نوعی اسیر ارزهای خارجی به‌خصوص دلار و سیاست‌های پرنوسان آن شده است؛ دلارهایی که هم در سال‌های تحریم و کمبود ارزی آتش کسری بودجه را شعله‌ور می‌سازد و ویرانی به‌بار می‌آورد.



محمود نجفی عربی رئیس اتاق بازرگانی تهران در یادداشتی نوشت: سیاست‌های پرنوسان، غیرکارشناسی و خلق‌الساعه دولت‌ها درخصوص مدیریت ارزی و بازار ارز کلاف سردرگم دیگری شده‌است که بازکردن آن نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و مشورت‌گرفتن از متخصصان و فعالان بخش خصوصی است.

برای مثال ارز ترجیحی آفتی است که سال‌هاست به دلیل سیاست‌گذاری‌های اشتباه حاکمیتی گریبان اقتصاد و صنعت کشور را گرفته‌است و به‌جز توزیع رانت، فساد، افزایش قاچاق، قیمت‌گذاری دستوری و کشتن انگیزه‌های کارآفرینان و تولیدکنندگان واقعی، حاصلی به‌همراه نداشته‌است؛ سیاستی که بهانه اجرایی‌شدن آن همیشه ثبات قیمت‌ها و حمایت از معیشت دهک‌های پایین جامعه بوده، ولی در عمل همیشه به تورم کالاهای اساسی دامن زده و اتفاقاً با ایجاد انحصارگرایی به تلاطم بازار منجر شده‌است. اجرای این سیاست اشتباه ارزی در شرایطی ادامه دارد که تاکنون مقام معظم رهبری به دفعات بر ثبات‌بخشی به بازار ارز و اهمیت آن تاکید داشته‌اند که آخرین آن در دیدار با اعضای هیات‌دولت در شهریورماه صورت‌گرفت. ثبات‌بخشی به بازار ارز که یکی از مهم‌ترین خواسته‌های فعالان اقتصادی و بخش خصوصی به‌شمار می‌آید، به پیش‌بینی‌پذیرشدن بازار، رشد سرمایه‌گذاری، افزایش تولید و بهبود محیط کسب‌وکار منجر خواهد شد و دولت برای تحقق این مهم علاوه‌بر حذف کامل ارز ترجیحی، باید دست به جراحی اساسی در سیاست‌های ارزی بزند.

یکی از اقدامات مهمی که باید مورد بازبینی جدی قرار گیرد مسدودسازی معادل‌ریالی مبلغ ارزی مورد درخواست شرکت‌ها و عدم‌توانایی شبکه رسمی تامین ارز در برآورده‌سازی نیازهای ارزی واردات است. این اتفاق منجر به اخلاف در زنجیره تامین و امکان برنامه‌ریزی مناسب بنگاه‌های اقتصادی شده و این در حالی است که بانک‌مرکزی به‌تازگی، تخصیص ارز به شرکت‌های واردکننده‌ای را که قبل از تامین ارز نسبت به خرید ارز از بازار آزاد اقدام می‌کنند، ممنوع کرده‌است. برای حل این مشکل ما معتقدیم تولیدکنندگان باید در اولویت‌های تامین ارز قرار گیرند و امکان استفاده از واردات بدون انتقال ارز نیز احیا شود.

این عجیب است که در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که تامین مواد اولیه و تجهیزات تولید در گروه‌های با اولویت پایین تخصیص ارز قرار می‌گیرند، آن‌هم در شرایطی که شعار سال که از سوی رهبر انقلاب تعیین شده‌است بر رشد تولید تاکید دارد. یکی دیگر از زخم‌های التیام‌نیافته ارزی که آسیب جدی به تولید و اقتصاد وارد کرده، موضوع چندترخی بودن ارز است. برای مثال ارز تیما و چندترخی بودن ارز تا به امروز به منزله مانعی جدی برای توسعه صادرات کشور عمل کرده و به رانت و فساد دامن زده و بازار را دچار بی‌ثباتی جدی کرده‌است. علاوه‌بر این‌ها معضل بسیار مهم ارزی دیگر فعالان اقتصادی رفع تعهد ارزی است که در بسیاری

از مواقع همچون سدی بسیار بلند پیش پای فعالان اقتصادی و تجار قرار دارد، آن‌هم در شرایطی که با توجه به تحریم‌های ظالمانه، امکان ورود ارز از سیستم بانکی وجود ندارد و ورود ارز به‌صورت قانونی امکان‌پذیر نیست. باید مهلت برگشت ارز صادراتی حداقل به ۶ ماه افزایش پیدا کند و امکان فروش ارز حاصل از صادرات با نرخ آزاد به واردکننده یا شبکه بانکی داخلی مهیا شود و واردکنندگان بتوانند ارز موردنیاز خود را از صادرکنندگان بدون واسطه بخرند. در این بین اتاق تهران با توجه به ضرورت بازنگری در سیاست‌های ارزی کشور و بازشدن این گرہ‌ها برای گشایش‌های جدید اقتصادی و تولیدی در ماه‌های گذشته و دور جدید کاری خود، بررسی‌های جدی را با نظرسنجی از فعالان اقتصادی، تشکل‌ها و اعضای هیات‌نمایندگان و کمیسیون‌های تخصصی انجام داده و در نهایت به جمع‌بندی مشکلات ارزی و راهکارهای عملیاتی رسیده‌است.

بررسی‌های اتاق تهران نشان می‌دهد مشکلات ارزی را می‌توان در پنج سرفصل کلی «مسدودسازی معادل‌ریالی مبلغ ارزی»، «گروه‌بندی و تالارهای ارزی»، «اطاله زمان قرآیندهای ارزی»، «بازگشت ارز حاصل از صادرات» و «بازگشت ارز صادراتی صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی» تقسیم‌بندی کرد. امیدوارم دولت در همفکری با بخش خصوصی و اقتصاددانان، بتواند راهبردهای درستی برای ساماندهی نظام ارزی کشور به‌کار گیرد. وضعیت کنونی نتهت‌ا مطلوب نیست، بلکه هشدارآمیز است.



قطره قطره جمع گردد وانگهی درمان شود!



همین الان
منو اسکن کن

☎ ۰۲۱ - ۲۳۵۴۰



محک

مؤسسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org

رشد صنعتی و موانع آن



علینقی مشایخی - رشد صنعتی مستلزم سرمایه‌گذاری در صنعت است. در دهه ۱۳۹۰ سرمایه‌گذاری در صنایع و معادن روندی نزولی داشته است. رشد سرمایه‌گذاری در صنایع و معادن حاصل شرایط موجود در سه فضای مرتبط با هم است. هسته مرکزی این سه فضا، صنعت و فعالیت‌های صنعتی است. فضای مزبور احاطه شده است با فضای اداری و فضای کلان کشور. فضای اقتصاد کلان کشور نیز احاطه شده است با فضای اقتصادی، تکنولوژیک و سیاسی جهان. سه فضای مزبور با یکدیگر در تعاملند و بر رشد صنعتی تأثیر می‌گذارند. وقتی یک فضا با فضای دیگر احاطه شده است، شرایط فضای احاطه‌کننده و شرایط آن بر عملکرد فضای احاطه‌شده تأثیر می‌گذارد. فضای جهانی از طریق نوع تعامل با فضای اقتصاد کلان و فضای صنعت، امکان یا عدم امکان رشد و شکوفایی اقتصادی و صنعتی را به‌وجود می‌آورد. فضای اقتصادی و اداری کشور در تعامل با فضای جهانی از یک طرف و فضای صنعت از طرف دیگر، امکان یا عدم امکان رشد و شکوفایی صنعت را به‌وجود می‌آورد.

واردات را گران و پیریسک می‌کند، صادرات را محدود، گران و پرمخاطره می‌کند. تحریم‌ها ورود دانش فنی و تکنولوژی به کشور را سخت و محدود می‌کند. تحریم‌ها سرمایه‌گذاری خارجی را ناچیز می‌کند یا به صفر می‌رساند.

عدم دسترسی به سرمایه و اعتبارات خارجی سرمایه‌گذاری داخل کشور را محدود و به رشد ظرفیت‌های تولیدی و زیربنایی لطمه می‌زند. عدم ورود دانش فنی و تکنولوژی روزآمد، کشور را از قافله علم و تکنولوژی بشری عقب می‌اندازد و مانع رشد و بهره‌وری می‌شود و به رشد اقتصادی لطمه می‌زند. تحریم‌ها حتی مانع استفاده از ظرفیت‌های مالی و تکنولوژیک کشورهای می‌شود که با آنها روابط دوستانه برقرار است. به‌عنوان مثال کشور چین بر اثر تحریم‌ها، در تبادلات مستقیم کالاهای

اقتصادی در اختیار می‌گذارد. فضای جهانی می‌تواند برای محصولات تولیدی در اقتصاد، بازار در اختیار قرار دهد. فضای بین‌المللی می‌تواند برای تسهیل مبادله کالا و خدمات، جریان دریافت و پرداخت را روان و سهل کند. فضای بین‌الملل می‌تواند با ارائه خدمات بیمه‌ای مخاطرات تجارت را پوشش دهد و از بروز زیان‌های زیاد جلوگیری کند. آنچه فضای بین‌الملل برای اقتصاد کلان فراهم می‌کند، فضای تنفس، رشد و شکوفایی را برای اقتصاد کلان باز می‌کند. البته استفاده از فضایی که باز می‌شود، مستلزم اتخاذ سیاست‌های مناسب اقتصادی و صنعتی در داخل کشور نیز هست. متأسفانه تحریم و قرار گرفتن در لیست سیاه FATF و سیاست‌های خارجی پرچالش مانع بهره‌مندی اقتصاد کشور از اقتصاد جهانی برای رشد و شکوفایی می‌شود. تحریم‌ها

فضای بین‌الملل در تعامل با اقتصاد کلان، نهاده‌های لازم برای رشد را در اختیار می‌گذارد و بازارهای مصرف تولیدات را در دسترس می‌نهد. فضای جهانی می‌تواند با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و تأمین اعتبار برای طرح‌های بزرگ، منابع مالی لازم برای ظرفیت‌سازی را فراهم کند. سرمایه‌گذاری و اعتبارات خارجی به‌ویژه برای پروژه‌های بزرگ در حوزه‌های نفت و گاز، پتروشیمی و معادن و زیرساخت‌های کلان اقتصادی ضروری است. فضای جهانی می‌تواند دستاوردهای دانش فنی و مدیریتی و تکنولوژی‌های روزآمد را که حاصل تلاش قافله بشری در جهان است در اختیار اقتصاد کلان بگذارد تا بهره‌وری افزایش یابد. فضای جهانی تجهیزات پیشرفته و مواد واسطه‌ای و افزودنی لازم برای تولید را با کیفیت و قیمت‌های

سرمایه‌ای و واسطه‌ای یا مالی یا کشورمان محدودیت دارد.

قرار گرفتن در لیست سیاه FATF مبادلات بانک‌های داخل یا بانک‌های خارجی را مسدود می‌کند. دریافت پول‌های حاصل از صادرات از طریق شبکه بانکی ممکن نیست و باید از طریق شبکه‌های غیربانکی که گران‌تر و پریسکتر است، انجام شود. برای واردات نیز نمی‌توان از سیستم بانکی استفاده کرد و اکثراً باید تمام بهای کالای وارداتی را همزمان یا سقارش از طریق واسطه‌های غیربانکی یا هزینه بیشتر، ریسک بالاتر و سرمایه در گردش بیشتر انجام داد. وقتی ارتباط بانک‌های کشور با خارج از کشور قطع است، امکان ارائه ضمانت‌نامه‌های بانکی برای صادرات کالا و خدمات میسر نیست و به صادرات کشور لطمه وارد می‌شود.

بنابراین تحریم‌ها و قرار گرفتن در لیست سیاه FATF همراه با سیاست‌های خارجی چالش‌های فضای تنفس اقتصاد کشور را تنگ می‌کند و امکان تحرک و رشد را از آن می‌گیرد. چنان شرایطی، اقتصاد کشور را در تنگنای مالی، فنی و تجاری قرار می‌دهد و آنچه از نظر تبادلات کالا و خدمات با وجود تنگنای مزبور می‌تواند انجام شود نیز به صورت محدودتر، گران‌تر و پریسکتر انجام می‌شود و رشد اقتصادی و بهره‌وری را بسیار مشکل می‌کند. درواقع هیچ کشوری را در تاریخ کشورهای جهان نمی‌توان پیدا کرد که بدون تعامل با فضای جهانی به رشد و شکوفایی دست یافته باشد.

فضای اقتصاد کلان علاوه بر تأثیرپذیری از تعامل با فضای جهانی از سیاست‌های اقتصادی و اداری داخل کشور نیز تأثیر می‌پذیرد. اگر در تعامل با فضای جهانی هیچ‌گونه مانع و مشکلی وجود نداشته باشد، سیاست‌های اقتصادی و اداری می‌توانند موجب یا مانع رشد و شکوفایی شوند. در فضای اقتصاد کلان که به رشد صنعتی اثرگذارند، نشان داده شده است کسری بودجه که ناشی از قزونی هزینه‌های دولت نسبت به درآمدهایش است سبب تورم می‌شود. قیمت‌گذاری محصولات صنعتی برای کنترل قیمت‌ها موجب سرکوب تولید و عدم رشد تولید کالاهای مورد تقاضای جامعه می‌شود و بازار سیاه و واسطه‌گری را برای آن کالاهای بدون خلق ارزش افزوده رونق می‌دهد. تعیین دستوری قیمت ارز که قیمت ارز را پایین‌تر از قیمت

ارز در بازار آزاد تعیین می‌کند موجب ایجاد رانت، گسترش فساد و جذابیته کالاهای وارداتی به ضرر تولید داخلی می‌شود. کمبود سرمایه‌گذاری در بخش انرژی شامل نفت و گاز و نیرو و پرداخت سوپسید زیاد و همگانی به حامل‌های انرژی موجب کمبود ظرفیت تولید انرژی، زیاده‌روی در مصرف انرژی، هدر دادن منابع انرژی کشور، آلودگی هوا و کاهش صادرات انرژی می‌شود. مقررات اضافی و غیرکارآمد، فرآیند سرمایه‌گذاری را برای گرفتن مجوزهای مختلف کند می‌سازد و وجود سازمان‌های نظارتی متعدد کار بهره‌برداری از ظرفیت‌های تولیدی را مشکل می‌کند. به علاوه اگر اقتصاد کشور به علت سیاست‌های اشتباه همراه فشارهای بین‌المللی دچار رکود شود، تقاضا برای محصولات صنعتی نیز کاهش می‌یابد و میزان استفاده از ظرفیت‌های موجود را کاهش می‌دهد. در فضای اداری و اقتصاد کلان عامل مهم دیگری که به توسعه صنعتی اثر می‌گذارد، نظام آموزشی کشور است. آموزش‌های عمومی شامل دوره‌های ابتدایی و متوسطه نیروی کار عمومی را تربیت می‌کند. کیفیت آموزش‌های عمومی تعیین‌کننده کیفیت نیروی کار ساده از نظر توانایی‌های فکری، مسئولیت‌پذیری، توانایی‌های ریاضی و ارتباطی است. آموزش‌های فنی و حرفه‌ای نیروهای فنی یا کارگران تخصصی را تربیت می‌کند. توسعه صنعتی علاوه بر کارگران ساده مسئولیت‌پذیر دارای توانمندی‌های پایه، به کارگران فنی-تخصصی نیاز دارد که به‌طور اولیه باید توسط نظام آموزشی فنی و حرفه‌ای کشور تربیت شوند. بالاخره نظام آموزش عالی نیروهای کارشناسی، مهندسان و مدیران را تربیت می‌کند. کیفیت آموزش عالی برای تربیت نیروهای یقه‌سفید مناسب و کیفی برای صنعت بسیار مهم است. داشتن مراکز آموزشی عمومی فنی و حرفه‌ای و دانشگاه‌های کیفی مستلزم صرف بودجه و هزینه کافی، داشتن محتواهای مناسب آموزشی و کادر آموزشی با انگیزه و تأمین‌شده است. ضعف در نظام آموزشی یکی از نهادهای مهم تولید را که نیروی انسانی است، به خوبی تربیت نمی‌کند و فقدان نیروی انسانی کیفی می‌تواند تبدیل به تنگنایی برای توسعه صنعتی شود. در مجموع شرایط نامناسب در فضای جهانی برای توسعه صنعتی کشور به همراه سیاست‌های اقتصادی و اداری نامناسب سبب عدم رشد سرمایه‌گذاری صنعتی و

حتی فرار سرمایه از کشور می‌شود. برای بهبود فضای اداری و اقتصاد کلان کشور که بین فضای جهانی و فضای توسعه صنعتی است، باید برای هر شرایطی از فضای جهانی، سیاست‌های مناسب که عکس سیاست‌های مطرح‌شده در بالاست اعمال شود. با اعمال سیاست‌های مناسب فضای اقتصاد کلان می‌توان شرایط بهتری را برای توسعه صنعتی فراهم کرد؛ صرف‌نظر از آنکه شرایط فضای جهانی چگونه باشد. فضای صنعتی، هسته مرکزی توسعه صنعتی است. علاوه بر شرایط فضای بین‌الملل و فضای اداری و اقتصاد کلان کشور، سیاست‌های صنعتی درون فضای صنعتی نیز به توسعه صنعتی اثرگذار است؛ از جمله مشوق‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاری در صنعت، ایجاد خوشه‌های صنعتی در مناطق مختلف متناسب با استعداد آن مناطق، ایجاد فضای رقابتی در داخل کشور و بین محصولات داخلی با محصولات خارجی از طریق تعیین حقوق گمرکی که صنایع نوپا را حمایت کند ولی به تدریج کاهش یابد تا رقابت بین محصولات داخلی و محصولات وارداتی موجب ارتقای کیفیت و کاهش بهای تمام‌شده محصولات داخلی شود. عدم استفاده از تعرفه‌های گمرکی و اتکا به ممانعت از ورود کالاهای صنعتی مشابه تولیدات داخلی و استمرار چنان ممانعتی، فرصت رقابت و ارتقای کیفیت را از محصولات داخلی می‌گیرد و صنایع داخلی را عقب‌مانده نگه می‌دارد. ظرفیت بانک‌ها برای اعطای اعتبارات صنعتی و تسهیل ورود واحدهای صنعتی به بازار سرمایه و استفاده از بازار سرمایه برای تأمین سرمایه در گردش و نیز سرمایه لازم برای توسعه ظرفیت‌ها به توسعه صنعتی از نظر تأمین منابع مالی کمک خواهد کرد. بالاخره مقررات‌زدایی و تسهیل فرآیند اخذ مجوزهای ایجاد واحدهای صنعتی و کاهش تعداد سازمان‌های نظارت‌کننده بر فعالیت‌های واحدهای صنعتی موجب کاهش اتلاف منابع در تعامل با سازمان‌های متعدد و افزایش بهره‌وری می‌شود.

رشد صنعت و تولید صنعتی مستلزم اقدامات اصلاحی در هر سه فضای مزبور است. برخی اصلاحات مانند اصلاح نظام آموزشی زمان‌بر است؛ اگرچه باید هر چه زودتر شروع شود. برخی دیگر می‌تواند اثرات گسترده‌ای داشته باشد و با تدبیر می‌تواند زودتر در دسترس باشد.



مرکز دائمی نمایشگاه ها و رویدادهای بین المللی ایران مال

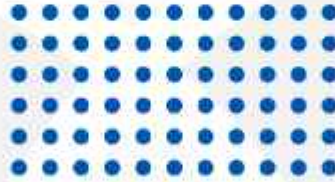


مرکز نمایشگاهی ایران مال به عنوان اولین Convention Center در ایران با بهره گیری از فضاهایی برای رویدادهای چندگانه هم افزا و با در اختیار داشتن تسهیلات و امکاناتی چون مجموعه های فرهنگی، تفریحی، سینمایی، ورزشی، گردشگری و نیز انواع کافی شاپ و رستوران های ملی و بین المللی مستقر در ایران مال، بستر مناسبی را مبتنی بر پارادایم های نوین صنعت نمایشگاهی جهت برپایی انواع رویدادها و نمایشگاه های تخصصی، ملی و بین المللی با استانداردهای روز دنیا مهیا ساخته است.

www.imec.imcc.ir

Instagram : imec_iranmall

تهران ، بزرگراه شهید همت غرب ، ابتدای شهید خرازی ، مرکز دائمی نمایشگاه ها و رویدادهای بین المللی ایران مال
تلفن: ۰۲۱ - ۴۷۶۷۴۰۱۲ و ۰۲۱ - ۴۷۶۷۴۱۱۱



سایر امکانات و ویژگی های مرکز نمایشگاهی ایران مال

- دسترسی های زمینی و هوایی و موقعیت مکانی مرکز دارای ۴ ورودی اصلی به مجموعه، دسترسی آسان به ایستگاه های تاکسی - مترو و فرودگاه های بین المللی
- طراحی و پیاده سازی سیستم غرفه سازی مدولار-دکوراتیو (Quick Wall)
- امکان تخصیص بیش از ۱۵۰۰۰ پارکینگ برای بازدیدکنندگان از مرکز نمایشگاهی
- در اختیار بودن فضاهایی جهت پذیرایی غذا و نوشیدنی (بالغ بر ۱۴۰ رستوران و کافی شاپ ، ملی و بین المللی)
- در دسترس بودن سایر بخش های خدماتی، رفاهی و فرهنگی (مسجد جامع، بازارچه سنتی، باغ کتاب، باغ ماهان، باغ دیدار، پیست یخ، فضاهای SPA، سالن های سینما، آمفی تئاتر و ...)
- طراحی مدرن نمای مرکز نمایشگاهی (نمای شیشه ای منحصر بفرد)
- نیروهای اجرایی و عملیاتی حاضر در مجموعه (راهنمایان تردد، حراست، خدمات، آتش نشانی، HSE، تعمیرات و نگهداری)
- تجهیزات فنی پیشرفته مجموعه (Venue Lighting / Air-Conditioning / Power Audio-Visual)



پایش تحولات تجارت جهانی

سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی» رویدادهای کلیدی در محیط ژئواکونومیک ایران توسط مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران منتشر می‌شود که هدف از تهیه این گزارش ارائه تصویری روشن از محیط ژئواکونومیک ایران و فرصت‌ها و تهدیدهای ایران در این فضا است که در ادامه آن را خواهید خواند:

پیش‌بینی رشد تجارت دریایی روسیه

اخیراً وزارت توسعه اقتصادی روسیه در گزارشی، پیش‌بینی خود از توسعه اقتصادی-اجتماعی این کشور برای سال‌های ۲۰۲۴-۲۰۲۶ را منتشر کرد که بر اساس این گزارش، توسعه گسترانی قطب شمال، جزء اولویت‌های توسعه اقتصادی روسیه قلمداد شده و پیش‌بینی کرده که بخش گسترانی این کشور به توسعه خود ادامه خواهد داد و حجم محموله‌های دریایی در سال‌های آتی همچنان رو به افزایش خواهد بود؛ به نحوی که این رقم تا سال ۲۰۲۶ با رشد ۷۳ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۲ به ۲۹۶ میلیون تن افزایش پیدا کند. روسیه همواره توسعه حمل‌ونقل دریایی را به ویژه از طریق مسیر دریای شمال (NSR) که در تمام طول مناطق قطب شمال و خاور دور روسیه امتداد دارد، پیگیری کرده است؛ از آنجایی که مسیر دریایی قطب شمال در مقایسه با مسیرهای سنتی از طریق کانال‌های سوئز یا پاناما، زمان ترانزیت را به شدت کاهش می‌دهد، اینگونه برآورد می‌شود که این مسیر به مسیر تجاری اصلی برای حمل‌ونقل کالاهای بین اروپا و آسیا تبدیل شود و حجم ترانزیت کالا در این مسیر در آینده نزدیک، با «رشد انفجاری» مواجه شود.

کاهش صادرات مواد غذایی روسیه به کشورهای غربی

اخیراً وزیر کشاورزی روسیه، دیمیتری پاتروشف، اعلام کرد که روسیه صادرات محصولات کشاورزی خود به کشورهای «غیر دوست» که مسکو را مورد تحریم قرار داده‌اند کاهش داده است؛ در همین راستا مسکو صادرات محصولات کشاورزی خود به کشورهای غربی در سال گذشته را به میزان ۲/۶ میلیارد دلار کاهش داد و در عین حال، صادرات به کشورهای بی‌طرف و دوست، یعنی کشورهایی که به تحریم‌های غرب علیه روسیه نیوسته‌اند را به میزان ۲/۷ میلیارد دلار افزایش داده است. وزیر خارجه روسیه نیز با تأکید بر سیاست جدید تجاری روسیه، رویکرد فعلی صادرات بخش کشاورزی روسیه، از جمله صادرات ماهی را در درجه اول به سمت کشورهای دوست برشمرد. وی این‌را داشت: به دلیل «وضعیت ژئولیتیکی»، روسیه به سمت تغییر جهت تجارت کشاورزی خود روی آورده و این کار را در آینده نیز ادامه خواهد داد. بر اساس سخنان وزیر کشاورزی روسیه، علیرغم

اعمال محدودیت‌های غرب، عرضه محصولات دریایی این کشور در سال گذشته ۴ درصد افزایش یافته است. علاوه بر این، روسیه به دنبال تنوع بخشی به شرکای تجاری خود و گسترش صادرات خود به بازارهای جدید برآمده است؛ در همین راستا تعداد کشورهای واردکننده از این کشور از ۶۰ کشور در سال ۲۰۲۲ به ۸۰ کشور در سال جاری افزایش یافته است. حجم صادرات محصولات کشاورزی روسیه در سال گذشته بالغ بر ۴۷۶ میلیارد دلار بوده و پیش‌بینی می‌شود که این حجم در سال جاری به ۴۲ میلیارد دلار برسد.

امضای توافقنامه تجارت آزاد میان پاکستان و شورای همکاری خلیج فارس

اخیراً و در پی سفر وزیر تجارت پاکستان به عربستان، یک توافقنامه اولیه تجارت آزاد میان شورای همکاری خلیج فارس و پاکستان به امضاء رسید. این توافق برای نهایی شدن به تصویب در نهادهای قانونی طرفین نیازمند است. دبیرکل شورای همکاری خلیج فارس در بیانیه خود، این توافقنامه را «یک توافق اقتصادی تاریخی» خواند که نشان‌دهنده «نقطه عطفی در همکاری» میان دو طرف است. شایان توجه است که این توافق، اولین توافقنامه تجارت آزاد شورای همکاری خلیج فارس از سال ۲۰۰۹ است؛ در سال ۲۰۰۹ شورای همکاری خلیج فارس با انجمن تجارت آزاد اروپا، متشکل از ایسلند، لیختن اشتاین، نروژ و سوئیس یک توافقنامه به امضاء رساند. علاوه بر این، شورای همکاری خلیج فارس با سنگاپور موافقت‌نامه تجارت آزاد امضاء کرده است و در حال مذاکره بیشتر با بریتانیا و چندین کشور دیگر نیز هست. مذاکرات برای امضای این توافق از سال گذشته میلادی در جریان بود. با توجه به بحران اقتصادی و

کسری تجاری گسترده در پاکستان، مقامات این کشور در ماه ژوئن یک شورای ویژه تسهیل‌کننده سرمایه‌گذاری را به منظور تشویق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به‌ویژه از کشورهای حاشیه خلیج فارس ایجاد کردند. این شورا بخش‌های کشاورزی، تولیدات دفاعی، انرژی، فناوری اطلاعات و معدن را به عنوان پنج بخش مهم اولویت‌بندی کرد و قرار است نشست‌هایی را با حضور کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس در جهت تشویق به سرمایه‌گذاری‌های مشترک در این پنج بخش برگزار نماید. شایان توجه است که پاکستان در پی‌بروز مشکلات خارجی، سیل‌های ویرانگر و اتخاذ سیاست‌های نادرست، با بحران مالی شدید، افزایش تورم و کمبود ذخایر ارزی مواجه شده است.

اولویت‌های لجستیکی قزاقستان

قزاقستان به شدت هدف خود مبنی بر تبدیل شدن این کشور به یک مرکز حمل‌ونقل و لجستیک برجسته در آسیای مرکزی و منطقه خزر را پیگیری می‌کند. در همین راستا اخیراً معاون نخست‌وزیر قزاقستان، یک ستاد عملیاتی به منظور نظارت بر توسعه ساخت‌وساز مراکز حمل‌ونقل، لجستیکی و تجاری در مرزهای چین، جمهوری قرقیزستان، روسیه، ازبکستان و دریای خزر را تشکیل داده است. این ستاد بر توسعه زیرساخت‌ها در مناطق زیر نظارت می‌کند: هاب خزر؛ تکمیل پایانه دریایی چند منظوره سرزه در محور توجه قزاقستان قرار دارد و در همین راستا، ساخت‌وساز تأسیسات این پایانه با سرعت در حال انجام است؛ به نحوی که انتظار می‌رود این پروژه در سال ۲۰۲۳ تکمیل شود. ظرفیت سالانه این ترمینال، ۱۰ میلیون تن است و قرار است یک ترمینال غلات به ظرفیت ۱/۵ میلیون تن، یک ترمینال یک میلیون تنی به منظور باربری کالاهای عمومی، یک ترمینال باری جهانی به ظرفیت دو میلیون تن و یک ترمینال بار مایع با ظرفیت ۵/۵ میلیون تن را در خود جای دهد. تاکنون مراحل اولیه ساخت یک مرکز حمل‌ونقل و لجستیک به پایان رسیده و کار ساخت یک هاب کانتری در بنادر آکائو و کوریک نیز آغاز شده است. از طریق بر اساس دستور رئیس‌جمهور قزاقستان مبنی بر احداث راه‌آهن سریع‌السیری که چلیابینسک قزاقستان به ایران

متصل می‌کند، هم‌استا با پروژه هاب حمل‌ونقل دریای خزر موردتوجه قرار دارد. زیرا پیشبرد پروژه همکاری بزرگ در منطقه اوراسیا، نیازمند بازسازی گلوگاه‌های شبکه راه‌آهن-Beineu Mangystau و بخش بزرگراه Shalkar-Beineu است. مجتمع آلتو: بر اساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده، تکمیل و راه‌اندازی مجتمع لجستیک صنعتی-تجاری آلتو در مرز قزاقستان با جمهوری قرقیزستان، در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۴ انجام خواهد شد. این مجتمع دارای منطقه صنعتی وسیع به مساحت ۳۶ هکتار است که به منظور مطالعات امکان‌سنجی و همکاری سرمایه‌گذاران اختصاص داده شده است. مرکز تجارت فرامرزی اوراسیا: براساس هدف‌گذاری تبدیل شدن قزاقستان به یک پلتفرم (اقتصادی بین‌المللی در اتحادیه اقتصادی اوراسیا EAEU)، احداث مرکز تجارت فرامرزی اوراسیا تا پایان سال ۲۰۲۴ در کنار فرودگاه اورالسک برنامه‌ریزی شده است. این مرکز دارای یک منطقه صنعتی ۲۸۱ هکتاری به منظور تسهیل جریان ترانزیت بار به اورنبرگ، ساراتوف، سامارا، روسیه و اروپای شرقی است. علاوه بر مرکز حمل‌ونقل مرکزی، این مجموعه دارای یک مرکز لجستیک کشاورزی و یک پایانه بار هوایی نیز خواهد بود. با تبدیل قزاقستان به یک مرکز حمل‌ونقل و لجستیک بزرگ در اوراسیا، این کشور قصد هاب قورغاس دارد تا از طریق پروژه هاب قورغاس، اقدام به تأسیس و راه‌اندازی یک مرکز صادرات محصولات غذایی مدرن در کلاس A نماید تا ضمن تقویت امنیت غذایی، محصولات غذایی تولیدکنندگان قزاق و خارجی را به بازارهای چین و آسیا-اقیانوسیه صادر کند.

موافقت عربستان با اتصال ریلی

اخیراً کابینه عربستان موافقت خود را با احداث راه‌آهن عربستان به کویت در چارچوب پروژه راه‌آهن کشورهای شورای همکاری خلیج فارس اعلام کرد؛ طول این راه‌آهن، ۱۱۵ کیلومتر است که در قالب کلان پروژه ایجاد خطوط ریلی به نام «قطار خلیج» به منظور اتصال کشورهای عضو شورای همکاری و به طول تقریبی ۲ هزار و ۱۱۷ کیلومتر عملیاتی خواهد شد. این خط ریلی از کویت شروع می‌شود و با گذر از الدمام در عربستان به بحرین خواهد رسید. علاوه بر این، مسیر دیگری از الدمام به قطر از طریق مرز سلوی امتداد یافته و قطر را به بحرین نیز متصل خواهد کرد.

انعقاد ۷ توافقنامه میان کویت و چین در زمینه مگاپروژه‌های ساخت‌وساز

اخیراً کویت و چین موفق به امضای ۷ یادداشت تفاهم در مورد احداث مگاپروژه ساخت‌وساز شده‌اند. این قراردادهای در جریان سفر ولیعهد کویت به هانگ‌ژو به دعوت شی‌جین‌پینگ، رئیس‌جمهور چین به منظور شرکت در مراسم افتتاحیه نوزدهمین دوره بازی‌های آسیایی امضاء شد. از دیدار سال گذشته میان ولیعهد کویت با رئیس‌جمهور چین در جریان نشست شورای همکاری خلیج فارس به منظور توسعه همکاری و روابط، این دومین دیدار ولیعهد کویت با شی‌جی‌پینگ بود. مقامات کویتی، این سفر را «بسیار مهم» توصیف کردند و آن را در قالب پیگیری سند چشم‌انداز ۲۰۳۵ این کشور و اولین توافق به منظور تکمیل بندر مبارک الکبیر عنوان کرده‌اند. بر اساس گزارش مقامات کویتی، حدود ۵۰ درصد از فاز اول بندر مبارک الکبیر تکمیل شده است و نهایی کردن فاز اول آن در حال پیگیری است تا هرجه سریع‌تر این بندر راه‌اندازی شده و مورد بهره‌برداری قرار بگیرد. علاوه بر این، قراردادهای دیگری در زمینه پروژه‌ایی از جمله انرژی‌های تجدیدپذیر، ایجاد سیستم سبز بازیافت کمترین، احداث زیرساخت ایستگاههای تصفیه آب و مناطق اقتصادی و آزاد امضاء شد. این توافقات، در راستای صدور دستور ساخت ایستگاه‌های انرژی تجدیدپذیر از سوی ولیعهد به منظور تأمین انرژی پاک و مقرون به صرفه و در عین حال عمل به تعهد کویت در راستای اهداف توسعه پایدار سازمان ملل امضاء شده است.

تصویب چهارمین سند چشم‌انداز استراتژیک کویت

اخیراً چهارمین طرح جامع ۲۰۴۰ کویت در کابینه این کشور به تصویب رسید که چشم‌انداز و اهداف توسعه این کشور را در بخش‌های مختلف از جمله سیاست‌های شهری، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی منعکس می‌کند. طرح جامع چهارم، شامل چهار منطقه یعنی منطقه شهری کویت، منطقه اقتصادی شمال، منطقه سوم صنعتی جنوب و منطقه چهارم غربی می‌شود. منطقه اول که تا سال ۲۰۴۰ حدود بیش از ۶ میلیون نفر جمعیت خواهد داشت و حدود سه میلیون قرضت شغلی در آن ایجاد خواهد شد.



Blowing Agent، ایرانی یا خارجی؟

معرفی شرکت صنعت سبز طبرستان:

شرکت دانش بنیان صنعت سبز طبرستان یکی از شرکت های پیشرو در تولید انواع حلال های خاص و مواد شیمیایی می باشد. این شرکت توانسته در یک دهه با تکیه بر تحقیق و توسعه و نیروهای توانمند به همراه امکانات خود محصولات متعددی را جهت بهبود کیفیت، کاهش قیمت و جایگزینی با مواد وارداتی به صنایع کشور معرفی نماید یکی از این محصولات تولید گاز **GS4** با گرید های مختلف جهت جایگزینی در صنعت فوم پلی اورتان بعنوان **Blowing Agent** می باشد.

کاربرد:

صنایع یخچال سازی، پنل سازی، و انواع دیگر فوم های سخت و پاششی

چرا گاز **GS4**؟

✓ کیفیت مطلوب

✓ جایگزین مناسب برای مواد اولیه وارداتی (سیکلو هگزان، **R11** و **141b**)

✓ سبز و بی خطر بودن برای انسان و محیط زیست در مقایسه با حلال های مصرفی

✓ قیمت بسیار پایین تر از گازهای وارداتی

✓ دسترسی آسان

✓ عدم نیاز به انبارش مقادیر زیاد

✓ امکان عرضه در بسته بندی های مختلف (بشکه های فلزی و ایزو تانک)

✓ عدم نیاز به خروج ارز در شرایط تحریم

✓ امکان تولید و عرضه تا میزان بیش از ۳۰۰۰ تن در سال

✓ گاز جایگزین تولیدی در پارامترهای کلیدی مانند دانسیته، ضریب هدایت حرارتی،

مقاومت حرارتی و مقاومت ابعادی در دمای ۸۰ و ۳۰- درجه و بسیاری از پارامترهای

کلیدی دیگر در مقیاس آزمایشگاهی، پایلوت و صنعتی با سیکلوپنتان وارداتی مقایسه

شده و توانسته کلیه پارامترها، حد قابل قبول را دریافت نماید.



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

Association of Home Appliance Manufacturers IRAN

راه‌های ارتباطی انجمن

بدینوسیله به اطلاع کلیه اعضای محترم انجمن و سایر مخاطبان می‌رساند

در راستای روزآمدسازی راه‌های ارتباطی رسمی انجمن

نسبت به ارسال مکاتبات و دیگر تعاملات سازمانی، صرفاً از طریق موارد ذیل اقدام فرمائید.

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



نشانی

۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴



کد پستی



۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)



تلفن

۸۸۷۴۴۴۶۳



نمابر

۰۹۰۱ - ۸۳۱۹۱۶۶



واتساپ



۱۰۰۰۰۲۴۲۶



پیامک

www.ahamiran.com

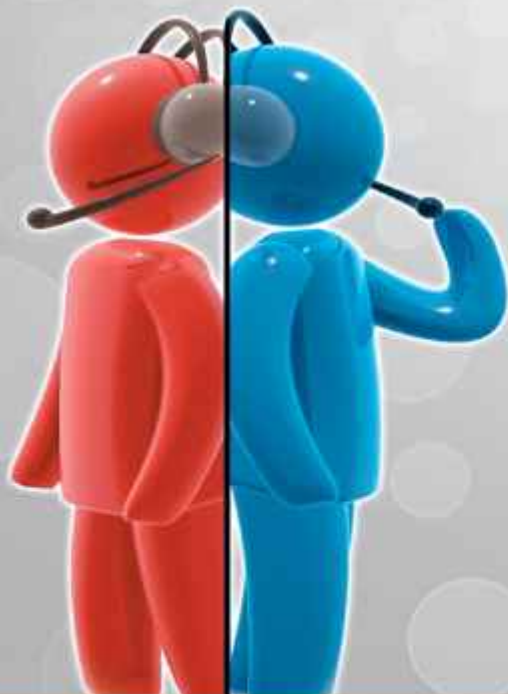


وبسایت

info@ahamiran.com



ایمیل



صنعت پیشران لوازم خانگی کشور



بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی



محیط کسب و کار به مجموعه عواملی گفته می‌شود که بر عملکرد یا اداره بنگاه‌های اقتصادی مؤثر هستند، اما تقریباً خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها قرار دارند؛ عواملی نظیر قوانین و مقررات، میزان بارندگی، فرهنگ کاری در یک منطقه و ... که در کشورها و مناطق جغرافیایی گوناگون، در هر رشته کاری و نیز در طول زمان متفاوت هستند. امروزه، بهبود محیط کسب و کار یکی از مهمترین راهبردهای توسعه اقتصادی هر کشور به شمار می‌رود و علاوه بر آن هرچه محیط کسب و کار یک کشور شرایط بهتری داشته باشد، بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بیشتر و هر چه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در جامعه‌ای بیشتر باشد، عملکرد اقتصاد آن کشور و خلق ارزش و ثروت در آن جامعه نیز بیشتر می‌شود. با این حال بهبود محیط کسب و کار، نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مطلوب است، که دستیابی به این مهم نیازمند وجود فرایندی مستمر برای پایش و سنجش وضعیت محیط کسب و کار هر کشور است.

به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران، در همین راستا و در سال ۱۳۹۰، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار را تصویب کردند. به موجب ماده ۴ این قانون: «اتاق‌ها موظفند به منظور اطلاع سیاست‌گذاران از وضعیت محیط کسب و کار در کشور، شاخص‌های ملی محیط کسب و کار در ایران را تدوین و به طور سالانه و فصلی حسب مورد به تفکیک استان‌ها، بخش‌ها و فعالیت‌های اقتصادی، سنجش و اعلام نمایند».

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در قالبی اجرایی یک طرح پژوهشی در سال ۱۳۹۴، نسبت به شناسایی و معرفی شاخص‌های ملی پایش محیط کسب و کار اقدام کرد و اجرای طرح ملی پایش محیط کسب و کار را در اواخر سال ۱۳۹۵ با همکاری اتاق‌های تعاون و اصناف ایران در دستور کار خود قرار داد. گزارش حاضر، بیست‌وهشتمین گزارش فصلی است که اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با رویکرد تلفیق داده‌های پیمایشی با داده‌های

آماري بر اساس نظریه عمومی کارآفرینی «شین» ارائه کرده است. نتایج پایش ملی محیط کسب و کار ایران در تابستان ۱۴۰۲ عدد ۶/۱۱ را به عنوان شاخص کل نشان می‌دهد که نامساعدتر از وضعیت این شاخص در ارزیابی فصل گذشته (بهار ۱۴۰۲ یا میانگین ۶/۰۵) است. این ارزیابی بیانگر آن است که از نظر فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پایش، وضعیت برخی مؤلفه‌های مؤثر بر محیط کسب و کار ایران در تابستان ۱۴۰۲ نامساعدتر شده است.

بخش	تابستان ۱۴۰۱	بهار ۱۴۰۲	تابستان ۱۴۰۲	درصد تغییرات فصل تابستان نسبت به	
				فصل گذشته	فصل مشابه سال گذشته
کشاورزی	۵/۸۱	۵/۹۸	۶/۰۲	۰/۷۲	۳/۵۹
صنعت	۵/۷۶	۵/۹۵	۵/۹۲	-۰/۴۷	۲/۷۵
خدمات	۵/۷۸	۶/۰۶	۶/۱۴	۱/۴۱	۶/۲۸

یا توجه به تقسیم رشته فعالیت‌ها در سه بخش عمده کشاورزی، صنعت و خدمات، فعالان اقتصادی سراسر کشور در تابستان ۱۴۰۲، وضعیت محیط کسب‌وکار بخش صنعت و بخش خدمات را به ترتیب، مساعدترین و نامساعدترین محیط کسب‌وکار ارزیابی کرده‌اند. بررسی اطلاعات نشان می‌دهد، در بخش‌های صنعت، خدمات و کشاورزی غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات نامساعدترین و نحوه استقبال مشتریان از نوآوری و ابتکار در ارائه خدمات و محصول مساعدترین مولفه از فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در طرح ارزیابی شده‌اند. اولویت اول در هر سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات، غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات، اولویت دوم در هر سه بخش دشواری تأمین مالی از بانک‌ها و اولویت سوم در هر سه

بخش بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار و به عنوان مهمترین مشکلات کسب‌وکار توسط فعالان اقتصادی بیان شده است.

نتایج ارزیابی طرح پایش در تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که از منظر وضعیت مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار، استان‌های قم، سمنان و زنجان دارای محیط کسب‌وکار مساعدتری نسبت به سایر استان‌ها بوده‌اند. قابل ذکر است که عدد شاخص برای حدود ۴۵ درصد استان‌های کشور از عدد شاخص ملی فضای کسب‌وکار کمتر بوده است.

در تابستان ۱۴۰۲، رشته فعالیت‌های خدمات مربوط به تأمین چا و غذا، املاک و مستغلات و اداری و خدمات پشتیبانی به ترتیب دارای نامساعدترین محیط کسب‌وکار و رشته فعالیت‌های آموزش، سلامت انسان و مهندکاری

اجتماعی و آبرسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و فعالیت‌های تصفیه به ترتیب مساعدترین محیط برای کسب‌وکار نسبت به سایر رشته فعالیت‌های اقتصادی ارزیابی شده‌اند.

بر اساس نظریه عمومی کارآفرینی شین، شاخص ملی محیط کسب‌وکار ایران در تابستان سال جاری، عدد ۶/۲۸ به دست آمده است که بدتر از وضعیت این شاخص در ارزیابی فصل گذشته (بهار ۱۴۰۲) با میانگین ۶/۱۶ است. میانگین ارزیابی محیط اقتصادی عدد ۶/۵۸ است که در ارزیابی فصل گذشته عدد ۶/۴۶ حاصل شده بود و میانگین ارزیابی محیط نهادی عدد ۶/۰۳ است که در فصل گذشته عدد ۵/۵۹ ارزیابی شده بود. بر این اساس، محیط حقوقی و قانونی با عدد ۵/۵۹ و محیط مالی با عدد ۸/۳ به ترتیب مساعدترین و نامساعدترین محیط‌ها بر اساس نظریه عمومی کارآفرینی شین بوده‌اند.



شاخص امنیت سرمایه‌گذاری بهار امسال به ۵/۷۳ رسید

این داده‌ها در حالی منتشر می‌شوند که طبق آخرین بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس شاخص کل امنیت سرمایه‌گذاری کشور از ۶۱ در زمستان ۱۴۰۱ به ۵/۷۳ در بهار امسال رسیده است. این کاهش در شاخص امنیت سرمایه‌گذاری نشان‌دهنده بهبود وضعیت سرمایه‌گذاری در کشور است، اما این بهبود به معنای وضعیت مناسب نیست چراکه همچنان این شاخص عددی بالاتر از ۵ را اختیار کرده است. در حقیقت براساس این شاخص وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری کشور همچنان خوب نیست اما نسبت به زمستان سال گذشته بهبود یافته است.

شاخص امنیت سرمایه‌گذاری از هفت نماگر تشکیل شده است. این نماگرها عبارتند از «عملکرد دولت»، «ثبات اقتصاد کلان»، «تعریف و

تضمین حقوق مالکیت»، «فرهنگ وفای به عهد و صداقت و درستی»، «ثبات و پیش‌بینی‌پذیری مقررات و رویه‌های اجرایی»، «شفافیت و سلامت اداری» و «مصونیت جان و مال شهروندان از تعرض». همانطور که مشخص است این هفت نماگر در حقیقت هفت رکن اصلی ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری در کشور هستند.

بررسی این نماگرها نشان می‌دهد بدترین وضعیت این نماگرها مربوط به نماگر «عملکرد دولت» و بهترین وضعیت در میان آنها مربوط به نماگر «مصونیت جان و مال شهروندان از تعرض» است.

بررسی نماگرهای هفت‌گانه این شاخص نشان می‌دهد تنها وضعیت دو نماگر «ثبات اقتصاد کلان» و «مصونیت جان و مال شهروندان از تعرض» نسبت به زمستان ۱۴۰۱ نامناسب‌تر شده است.

و بقیه نماگرها در وضعیت مناسب‌تری نسبت

به زمستان سال گذشته قرار دارند. همچنان این نکته را باید خاطرنشان کرد که وضعیت تمامی نماگرها به جز «مصونیت جان و مال شهروندان از تعرض» در وضعیت خوبی نیست و تنها از وضعیت بدتری که در زمستان سال گذشته داشته رو به بهبود رفته است.

براساس گزارش شاخص کل امنیت سرمایه‌گذاری در ایران در بهار سال ۱۴۰۱ که با استفاده از دو مجموعه داده‌های پیمایشی و آماری تهیه توسط مرکز پژوهش‌های مجلس تهیه شده بود، کمیت شاخص کل امنیت سرمایه‌گذاری در ایران ۶/۵۱ از ۱۰ (بدترین حالت) سنجیده شده که در مقایسه با مقدار عددی این شاخص در مطالعه فصل زمستان ۱۴۰۰، که حدود ۵/۹۲ بوده، نشان می‌دهد امنیت سرمایه‌گذاری در بهار ۱۴۰۱ نسبت به فصل قبل از آن با توجه به ارزیابی فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در فصل بهار نامناسب‌تر شده است.

چالش کپی رایت در عصر هوش مصنوعی

در نشست «هوش مصنوعی در صنایع خلاق؛ کاربردها، فرصت‌ها و تهدیدها» که به میزبانی اندیشکده حرف برگزار شد، یک کارشناس هوش مصنوعی کپی رایت را بزرگ‌ترین مشکل در حوزه تولید محتوا و رسانه معرفی کرد که ثبت و اجرای آن در ایران نیز مشکل است. به گزارش آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی ایران به نقل از پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف، در این نشست پدram عبدالحی، کارشناس هوش مصنوعی، سید محمدمهدی فیروزآبادی، پژوهشگر دکتری علوم شناختی و فعال صنعت گردشگری الکترونیک و سعید علی‌اکبر، مدیر تحلیل داده گروه سیاست‌پژوهی و تحلیل داده نماگر که از صاحب‌نظران و فعالان حوزه هوش مصنوعی و صنایع خلاق حضور داشتند. هدف از برگزاری این نشست بررسی دو زیرمجموعه صنایع خلاق شامل صنعت گردشگری و رسانه از منظر فناوری هوش مصنوعی بود که میهمانان به طرح فرصت‌ها و تهدیدهایی که در این حوزه وجود دارد پرداختند.



سید محمدمهدی فیروزآبادی، پژوهشگر دکتری علوم شناختی در ابتدا تعریفی از هوش مصنوعی بیان کرد به گفته وی هوش مصنوعی، هوشی است که ساخته بشر است و کار آدم‌های باهوش را انجام می‌دهد.

فیروزآبادی در مورد دیدگاه سنتی نسبت به هوش مصنوعی گفت: در دیدگاه سنتی به هوش، ما تست‌های آی کیو را داشتیم، یک پله جلوتر از آن یعنی اواسط قرن بیستم شروع کردند به هوش جدی‌تر نگاه کنند و در روانشناسی هوش چندگانه را مطرح کردند جلوتر که آمدند نظریات هوش احساسی را مطرح کردند و در اواخر قرن بیستم رشته علوم شناختی شروع به رشد کرد.

وی هدف رشته علوم شناختی را معرفی سازوکارهای شناختی انسان مبنی بر این‌که چگونه دنیا را از بیرون درک می‌کند که تبدیل به احساسات و تصمیم‌ها می‌شود معرفی کرد و افزود: علوم شناختی به عنوان میان رشته‌ای در کنار ابزارهای مهندسی و روانشناسی است که انسان به کمک آن‌ها می‌تواند هوش را بهتر بشناسد.

فیروزآبادی گفت: رشته علوم شناختی گزاره‌های متعددی به انسان داده است مانند این گزاره که هوش لزوماً مفهومی نیست که تعریف یونیورسال داشته باشد و در واقع هوش الطبق انسان یا محیط است. اگر این دیدگاه را به هوش داشته باشیم و همین ملاحظات را در بررسی هوش مصنوعی به کار ببریم خیلی به ما توفیق می‌دهد. فیروزآبادی از توسعه هوش مصنوعی در طی بیست سال اخیر گفت و افزود: اگر ما با تکنولوژی هوش مصنوعی به سان یک انسان برخورد کنیم در ابعاد مختلف آن در یک سری از موارد عقب و در یک سری از موارد جلو است.

دسته‌بندی‌های مختلف هوش مصنوعی

در ادامه پدram عبدالحی گفت: دسته‌بندی‌های مختلفی از هوش مصنوعی وجود دارد که دسته‌بندی هوش مصنوعی بر اساس سطح آگاهی یکی از این قسم‌ها است که شامل سه دسته‌ی هوش مصنوعی ضعیف، هوش مصنوعی قوی یا همان هوش مصنوعی جنرال و ابرهوش یا Super Intelligence است.

وی در مورد عملکرد هوش مصنوعی جنرال گفت: هوش مصنوعی عمومی در تمامی کارکردهای ذهنی انسان نظیر تشخیص الگو، تکلم، فهم زبان، تصویر، ویدیو، فهم و انجام انجام حرکت نزدیک به سطح عملکرد انسان متوسط عمل می‌کند که البته این موضوع فعلاً در فاز تئوری است و هوش مصنوعی وجود ندارد که صد در صد به این رسیده باشد.

عبدالحی، Super Intelligence یا ابرهوش مصنوعی را در تمام کارکردهای ذهنی از انسان باهوش‌تر خواند و گفت: ابرهوش

مصنوعی در توانایی حرکت از حرفه‌ای‌ترین ورزشکاران بهتر حرکت خواهد کرد و زمان پاسخگویی آن بالاتر خواهد بود یا از بهترین فیلسوفان منطق بهتری خواهد داشت البته باید به این موضوع توجه کرد که ابرهوش مصنوعی هم در فاز تئوریک است.

وی هوش مصنوعی موجود در حال حاضر را از نوع هوش مصنوعی ضعیف یا باریک خواند و ادامه داد: سعی داریم به سمت هوش مصنوعی جنرال برویم. این کارشناس در پاسخ به این سوال که آیا هوش مصنوعی نیز مانند انسان خلاق است، گفت: ابتدا باید منظور از واژه خلاق مشخص شود و یا فرض گرفتن اینکه تعریف از خلاقیت، دادن خروجی جدید از داشته‌های قبلی ذهن است، بله هوش مصنوعی کاملاً خلاق است.

ولی اگر بگویم خلاقیت این است که کاملاً یک چیز جدیدی را به وجود آورد که انقلابی و متفاوت باشد و چند چیز را کنار هم جمع نکرده باشد خیر هوش

مصنوعی خلاق نیست، و این موضوع که Super Intelligence خلاقیتش فراتر از انسان هم خواهد رفت به صورت تئوریک فرضیه‌سازی شده است.

شروع اولین موج هوش مصنوعی از چه زمان بود؟

سعید علی‌اکبر، گروه سیاست‌پژوهی و تحلیل داده‌نما، با تأکید بر اینکه در مهم‌ترین برهه هوش مصنوعی هستیم و زندگی روزمره ما درگیر با آن است، گفت: شما یک سری داده دارید که قبلاً تولید شده است و بر مبنای آن داده‌ها یک مدل ریاضی، جبر خطی، آمار و احتمال و... را توسعه می‌دهید که هوش مصنوعی بر مبنای آن مدل یاد می‌گیرد و یا توانایی تشخیص الگوها را پیدا می‌کند.

وی افزود: فرایند پیشرفت هوش مصنوعی سه موج دارد که طی این دوره‌ها یک انقلابی می‌شود و فرایند پیشرفت تا مدتی ادامه دارد و دوباره فریز می‌شوند و فرایند آن وارد فصل زمستان خود می‌شود. علی‌اکبر شروع اولین موج هوش مصنوعی را سال ۱۹۵۰ بیان کرد و گفت: سال ۱۹۸۰ را شروع مدل الگوریتمی کلاسیک یادگیری ماشین است که به واسطه کامپیوترها دارای توان پردازشی بیش‌تری شدند. تا اینکه این فرایند تا دهه ۱۹۹۰ ادامه پیدا می‌کند و الگوریتم‌های مختلف شکل می‌گیرد و بیژنس‌های مختلف از آن استفاده می‌کنند و دوباره در آن مرحله فریز می‌شود گویا که به حداکثر بلوغ خود می‌رسد این فرایند تا ۲۰۰۸، ۲۰۰۹ و ۲۰۱۲ ادامه می‌یابد و بعد مفهومی به نام دیپ‌لرنینگ معرفی می‌شود که دیپ‌لرنینگ یک قنج یاب جدیدی در پردازش داده‌های زیاد به وجود می‌آورد. مدلی که دیپ‌لرنینگ بر اساس آن توسعه داده شده است خیلی پیش‌تر و در دهه‌های قبل وجود داشته است. منتها به دلیل نبودن توان پردازشی مفقود باقی مانده بود و سال ۲۰۱۲ جی‌پی‌آر وارد گرافیک‌ها شد و جیبست‌های مخصوص هوش مصنوعی تولید شدند و به دنبال آن این مدل شروع به توسعه کرد و به نوعی موج سوم هوش مصنوعی در این چند دهه اخیر از سال ۲۰۱۲ آغاز شد.

در ادامه علی‌اکبر از نمونه کارهایی که در نما، با اتکا بر هوش مصنوعی انجام دادند صحبت کرد و گفت: ما در نما، از ابزارهایی که توسعه داده شده است و رایگان وجود دارد برای حداکثر کردن بهره‌وری استفاده می‌کنیم به عنوان مثال وقتی می‌خواهیم

دیتایی را از توئیتر تحلیل کنیم اگر مانند پژوهشگران اجتماعی بخواهیم نمونه‌گیری کنیم پلتفرمی که این کار را خیلی خوب انجام می‌دهد و به دوستان هم پیشنهاد می‌دهم پلتفرم کلا است که در درک زبان فارسی هم فوق‌العاده عمل می‌کند. دیتا را بر روی کلا آلود می‌کنید و از آن می‌خواهید توئیتهای را تحلیل و دسته‌بندی محتوا کند و در کسری از دقیقه این پروژه را به شما تحویل می‌دهد. ما در مجموعه خود به سبب توانایی قوی در استخراج کاراکترها برای تیارشناسی، شخصیت‌های متنوع مولوی از آن استفاده کردیم که می‌توانید گراف این شخصیت‌ها را برای شما تهیه کند و به سوال‌های شما در مورد آن شخصیت پاسخ دهد. حتی داوری مقاله را انجام می‌دهد و نقاط قوت و ضعف مقاله را مشخص می‌کند.

کاربرد هوش مصنوعی در رسانه

در ادامه، عبدالخی تعدادی از تاپی‌های رسانه‌ای را نام برد و افزود: در فاز پروداکشن ما جت‌یات را داریم که شخصی‌سازی شده و دارای موتور پیشنهاد است. مثال آن اکسپلور اینستاگرام است که با توجه به تعاملی که داشته‌اید برای شما شخصی‌سازی می‌شود. یا موتور پیشنهاد که می‌تواند بر اساس سلیقه‌ای شما در تماشای فیلم به شما پیشنهاد دهد. عبدالخی افزود: کاربر هر چقدر فعالیتش در حوزه رسانه جلوتر می‌رود توجه‌اش کمتر می‌شود و عجول هم می‌شود پس این کاربر حوصله ندارد ۹۰ دقیقه فوتبال ببیند برای همین هوش مصنوعی در کاربرد ساده آن اس‌بی‌ان را انجام می‌دهد یعنی هایلایت بازی فوتبال را درمی‌آورد و در اختیار کاربر قرار می‌دهد.

وی کنترل و سیاستگذاری بر روی محتوا در پلتفرم‌هایی که Non UGC هستند را راحت خواند و افزود: کاربرد هوش مصنوعی در حوزه پردازش مرحله‌ای برای متن خیلی راحت‌تر است چون مدل‌ها قوی‌تر و دقت‌شان بالاتر رفته است. ولی اگر در UGC استفاده کنند از دستشان خارج می‌شود چون نمی‌توانند هر نوع محتوایی را فیلتر کنند. عبدالخی کپی‌رایت را بزرگ‌ترین مشکل در حوزه تولید محتوا و رسانه معرفی کرد که لیت و اخراج آن در ایران نیز مشکل است، همچنین گفت: برای ویدیویی که توسط پلتفرم هوش مصنوعی ایجاد شده است نمی‌توان کپی‌رایت ثبت کرد چون این

زاده خلاقیت هوش مصنوعی است و زاده خلاقیت انسان نیست.

علی‌اکبر، فضای دیتا را حوزه توظهوری خواند و افزود: متأسفانه تا زمانی که در این قضا فاجعه‌ای رخ ندهد قانون‌گذاری در آن اتفاق نخواهد افتاد. به عنوان مثال به فروش داده‌های کاربران در سال ۲۰۱۶ توسط فیسبوک به موسسه‌ی دیگر اشاره کرد که بعد از شکایت ژورنالیست‌ها علیه این حرکت فیسبوک، دادگاه آمریکا حکم داد که هر پلتفرمی که داده جمع‌آوری می‌کند باید دیتاها را به صورت رایگان و هیچ شرطی در اختیار نگذارد و کاربر باید کوکی‌های سایتی که به آن وارد شده است را قبول کند وگرنه یک سری از امکانات سایت برایش محدود می‌شود یا اصلاً نمی‌تواند از آن استفاده کند. در ادامه، علی‌اکبر گفت: وقتی مدل‌هایی وجود دارد که کیفیت آن‌ها به حجم داده ورودی بستگی دارد و توانایی این را دارد هر چیزی را که فکر کنید تحلیل کند احتمالاً عطشی را به وجود می‌آورد که سکوها یا صاحبان پلتفرم مدام می‌خواهند به فرض برای تصمیم‌گیری درست داده جمع کنند و این یعنی فرهنگی به واسطه هوش مصنوعی وارد می‌شود که به صورت حداکثری می‌خواهد از کاربران دیتا جمع کند. عطش جمع‌آوری داده در ایران را خطرناک است.

وقتی داده را جمع‌آوری می‌کنید آن را در جایی ذخیره می‌کنید و این زمینه‌ساز هجوم هکری را به وجود می‌آورد که این مسئله نگران‌کننده است. فیروزآبادی گفت: وقتی گفته می‌شود شبکه‌های اجتماعی اثرات منفی بر روی کاربرها می‌گذارد باید ساختار دیتا بیژنس را نیز در نظر گرفت این‌که تجارت آن پلتفرم از فروش داده است پس خود آن پلتفرم به تبع هیچ مسئولیتی را احساس نمی‌کند تا عواقب اتفاقاتی که برای مشتری می‌افتد را حل کند. چون اتفاقاً صرف زمان بیش‌تر کاربر در پلتفرم به نفع آن است. در هوش مصنوعی هم همین‌طور است شما پلتفرمی خواهید داشت که به واسطه هوش مصنوعی آدم حذف خواهد شد. وی سخنان خود را اینگونه جمع‌بندی کرد: اگر اقتصادی ایجاد کردید که موتور پیشران اقتصادی آن فروش داده است باید حکمرانی ایجاد کنید که بتواند منافع مردم را تضمین کند و یا به صورت دقیق‌تر می‌توان گفت باید بتوانید ابزارهایی داشته باشید که منافع مردم بوسیله‌ی آن تضمین شود.



کتاب دید اقتصادی نویسندگان: پیترو دی شیف مترجم: سهند حمزه‌ئی ناشر: انتشارات آریانا قلم

علم اقتصاد در نگاه بسیاری از افراد با فرمول‌های پیچیده‌ی ریاضی و نمودارها و تحلیل‌های سخت گره خورده است. اما مشکل اصلی پیچیدگی اقتصاد نیست، بلکه آموزش آن است. کتاب «دید اقتصادی» داستانی جذاب و مصور برای آموختن اقتصاد است و در زمینه‌ی کتاب‌های اقتصادی، اثر بی‌نظیری محسوب می‌شود.

این کتاب خیلی زود توانست با طیف وسیعی از مخاطبان خود ارتباط برقرار کند و مفاهیم پیچیده‌ی اقتصادی را به آن‌ها بیاموزد. این اثر توانست عنوان پرفروش‌ترین کتاب‌های نیویورک‌تایمز را به خود اختصاص دهد. سهند حمزه‌ئی کتاب «دید اقتصادی» را به زبان فارسی برگردانده و انتشارات آریانا قلم آن را عرضه کرده است.

این کتاب مفاهیم بنیادی اقتصاد را به زبانی بسیار ساده برای همه توضیح می‌دهد. کتاب دید اقتصادی مصور است و سه شخصیت اصلی به نام‌های ایبل، بیکر و چارلی دارد که هر یک نماد تاریخی خاصی هستند. نویسندگان، نظریات اقتصادی و نظام پولی و مالی را با توجه به رفتار و روابط این سه شخصیت اصلی

به مخاطب می‌آموزند. اگرچه کتاب در ظاهر بسیار ساده به نظر می‌رسد اما دارای برخی مفاهیم پیچیده است. درک بعضی از آن‌ها به آشنایی با تاریخ اقتصاد آمریکا در دهه‌های گذشته احتیاج دارد.

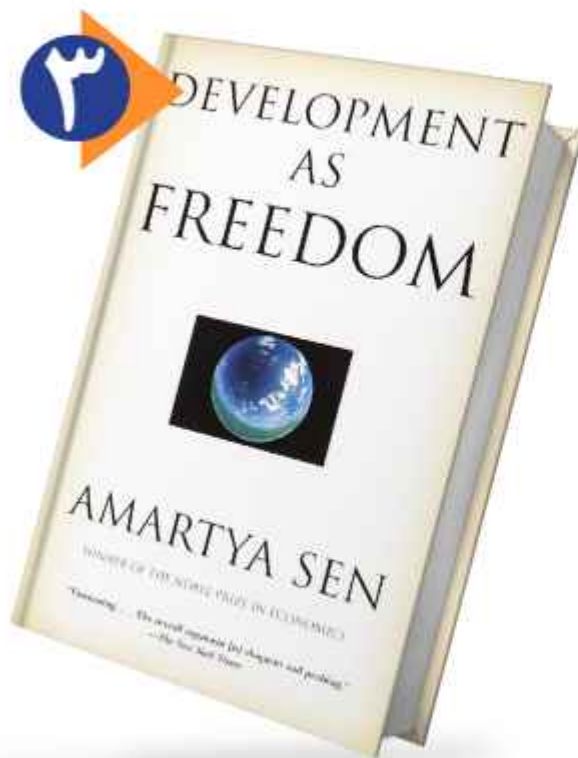


کتاب اقتصاد روایی نویسندگان: رابرت شیلر مترجم: سعید زرگریان ناشر: انتشارات آموخته

نویسنده رابرت شیلر در این کتاب به روایت‌های اقتصادی‌ای که به زندگی ما شکل می‌دهند، می‌پردازد و عواملی را که تاثیر بر رفتار اقتصادی ما می‌گذارد، مورد بررسی قرار می‌دهد. این کتاب درباره تلقی عمومی مردم نسبت به اقتصاد و روایت‌هایی که روز به روز بر مخاطب‌تر شده‌اند صحبت می‌کند و باور دارد که در بررسی بحران‌هایی نظیر رکود اقتصادی دهه ۲۰ میلادی و بحران‌های اقتصادی همچون بحران مسکن در دهه اول قرن ۲۱، باید این باورهای عمومی را در نظر گرفت و برای آن‌ها نقش مهمی را در شکل‌گیری و تشدید بحران‌های اقتصادی قائل شد.

امروزه داستان سهامدارانی که بدون هیچ گونه تخصصی در بازارهای مالی به موفقیت رسیده‌اند، مانند ویروسی قدرتمند در ذهن همگان قرار گرفته است و از روایت‌های رایج این روزها به شمار می‌آید، برای همه ما داستان‌های افرادی که از فروش به عرش رسیده‌اند، جذاب و شنیدنی هستند. حال باید پرسید که کتاب‌های اقتصادی چه کمکی به ما می‌کنند؟ لازم است بدانیم که اقتصاد موتور محرک هر جامعه‌ای است و اقتصاد تاثیر تنگاتنگی با رفاه، توسعه و آسایش یک جامعه دارد. علاوه بر این هر فردی با توجه به نیازهای خود و برای تصمیم‌گیری در حوزه‌های مالی و سرمایه‌گذاری لازم است

تا اطلاعات کافی در حوزه اقتصاد داشته باشد. اما عموم کتاب‌های اقتصادی ماهیتی بسیار خشک و نظری دارند که کاربردی به نظر نمی‌رسند و بیشتر برای اقتصاددانان و دانشجویان رشته اقتصاد مناسب هستند، با این حال برخی از کتاب‌های اقتصادی مانند کتاب «اقتصاد روایی» وجود دارند که به مسائل کاربردی بیشتری می‌پردازند.

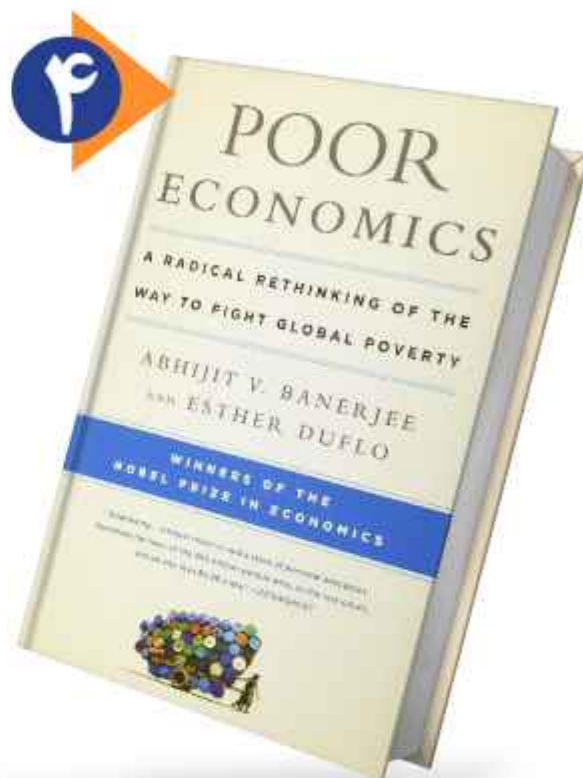


DEVELOPMENT AS FREEDOM

Amartya Sen, renowned economist and Nobel laureate for "his contributions to welfare economics", summarizes the core of his work in this book: development is not simply the increase in private income. Rather, "the contribution to economic growth has to be judged by the expansion of social services, including social safety nets that economic growth can make possible." The author calls for a redefinition of development, not measured by increase in income, but by "the removal of unfreedom that leave people with little choice and little opportunity of exercising their reasoned agency". Put simply, development can only be measured by an increase in the spectrum of opportunities any individual has. This book is an essential read for anyone interested in economic development in poorer countries. It is also a book filled with hope and humanism, making it an extremely refreshing read

POOR ECONOMICS

Despite incredible progress in the last 20 years, hundreds of millions of people in the world today still live in poverty. In this book, Banerjee and Duflo, both experts in the economics of poor countries, carefully study the behaviour of individuals living in developing countries and how to best help them get out of poverty and fulfill their full potential. The authors tackle multiple hot questions in the field of development economics: should we leave poverty alleviation to the market or should the state and/or NGOs intervene? Why do poor people have TVs but cannot afford food? How can you incentivize parents to send their children to school? Why does every Indian household operate a small business? And many more. To answer these questions, the authors encourage the readers to discard their deeply rooted kneejerk reactions and to think again, again





TABNAK TOSE'E FIDAR COMPANY

THE GREATEST EXPORT EVENT OF IRAN'S HOME APPLIANCE INDUSTRIES



**1ST INTERNATIONAL EXHIBITION
OF EXPORTIVE HOME APPLIANCES**
IRAN MALL EXPO CENTER 12-16 DECEMBER 2023



imec.imcc.ir
iran mall expo center

hamex.ahamiran.com
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN
(021) 88512127

HOW A COUNTY SEIZED GLOBAL LEAD IN HOME APPLIANCES



After decades of development, Cixi county in Ningbo, Zhejiang province, has become a home appliance giant that produces 60 percent of all appliances globally.

Starting from the mid-1980s, the small household appliance industry in Cixi began by supporting the production of companies from other regions. Yu Xuehui, general manager of a local home appliance company, told the paper Securities Times that Cixi mainly took overflow orders from the main industry in Shanghai at that time. The manufacture of certain appliances, such as electric fans, which were not receiving much attention in Shanghai, gradually spilled over into neighboring cities.

"Many people in Shanghai have relatives or friends from Ningbo, and they saw them doing this type of business, so they started as well," Yu said. To solve technical problems, Cixi invited engineers from Shanghai, known as the Shanghai Sunday Engineers, to guide product development. And the small household appliance industry in Cixi took off. After the 1990s, and especially since 2000, Cixi's household appliance companies entered a second wave of rapid

development. They evolved from supporting other regions into a complete manufacturing base. Yu Xuehui said that during this stage, Cixi obtained samples and orders from Guangdong and other places. The business model also shifted from a focus on the domestic market to prioritizing foreign trade exports with government encouragement.

Based on these two waves of development, Cixi has gradually become one of China's three major household appliance manufacturing bases (the other two are Qingdao in Shandong province and the Shunde district of Foshan, Guangdong). It has formed a mature industrial chain.

The household appliance industry is currently the largest pillar industry in Cixi. There are more than 2,000 household appliance manufacturers and nearly 10,000 supporting enterprises, with products covering more than 20 series and thousands of varieties. In the small household appliance industry, there are several national 'single champions' in areas such as electric irons, heaters and hair dryers. The county's annual output of electric irons exceeds 60 million units, accounting for over 60 percent of the national export volume; the annual output of heaters exceeds 25 million units, accounting for over 30 percent of the national total.

The success of Cixi is closely associated with its developed private economy. "It is not only an economic advantage of Zhejiang but also an advantage for Cixi's home appliance companies," said Lu Ping, chief financial officer of Zhejiang Yueli Electrical Co. "Virtually all home appliance companies in Cixi are private enterprises. They are sensitive to market needs and have a short product development cycle, high management efficiency and strict control over manufacturing costs." In this economic development context, Cixi's small home appliances have a low cost, high performance ratio and a wide range of product categories. Except for a few Chinese small home appliance products (televisions, microwave ovens, induction cookers, rice cookers and electric pressure cookers), Cixi produces almost all other products, making the product categories relatively diverse. "In Cixi, if you want to manufacture a small home appliance, within half an hour, you can find at least 99 percent of the components. Only chip companies may not be available. Within half an hour, you can still find multiple manufacturers for each component, ensuring complete supporting facilities and creating an agglomeration effect," Yu said. In the first quarter of 2023, local customs data show that the export value of washing machines reached 210 million yuan (\$28.74million), an increase of 51.3 percent year-on-year. And the export value of refrigerators and freezers was 480 million yuan, an increase of 3.4 percent year-on-year, China Central Television reported in May.

chinadaily.com

ing a similar product offered by IKEA, introduced LG Puricare Aero Furniture in 2022, which is a table with built-in air purifier, wireless charger and mood lighting, trading on being designed for small space

Wellness and healthy lifestyles

The pandemic has served as a catalyst for consumers to strengthen their focus on health and wellness. In small appliances, the focus on wellness and self-care continues to have an impact on consumers' choices and is not decreasing in importance. Small appliances that trade on health credentials, germ-killing properties or air cleaning, such as air fryers, air purifiers or vacuum cleaners, benefit from this trend. For instance, in Asia Pacific, the popularity of rice cookers and concerns about rice-rich diets, including increasing awareness of the carbohydrate content of rice, have been translated into new product development and low sugar claims. Thai brand Smarthome has introduced its Low



Sugar Rice Cooker, claiming that the special cooking system ensures that the cooked rice has lower starch or sugar content

Services and ecosystems

Ecosystems and partnerships that go beyond offering one product to a net of services or products are more advanced in major appliances, but small appliances offer an opportunity. For instance, we see a growing net of partnerships between recipe providers and manufacturers, as many have recognised the mutual benefit for expanding revenue and for working towards smart kitchens. A prime example is Vorwerk, which offers a subscription service with its recipe platform, Cookidoo, where users have access to recipes to use with their multifunctional small cooking appliance, Thermomix

Premiumisation of home experiences

Despite the cost-of-living crisis, consumers are willing to spend on premium products, if they view them as bringing them increased personalisation or a premium experience. From the ability to choose unique designs, to having various attachments fulfilling specific needs, for instance in vacuum cleaners for pet owners or hair appliances tailored to specific hair needs, the small appliances industry offers many opportunities for brands to capitalise on this trend

Among industry professionals, technologies such as artificial intelligence and robotics/automation are seen as important drivers in the business. Connectivity

euromonitor.com

FIVE SMALL APPLIANCES TRENDS TO WATCH IN 2023



and premiumisation. For instance, iRobot's Roomba j7+ prides itself on the ability to avoid pet waste – aptly marketed as .P.O.O.P - Pet Owner Official Promise

Space and multifunctionality

Urbanisation and the decreasing size of households and living space, place greater importance on space saving and versatility. This is not entirely new for small appliances but is becoming a must rather than nice to have. The convenience of versatility and shrinking living spaces is manifesting in the growing popularity of products such as 2-in-1 mops and vacuum cleaners, multifunctional air purifiers, multicookers among rice cookers or food processors

Multifunctional air purifiers have seen impressive growth, their popularity also being supported by the pandemic and growing awareness about air quality. Some companies started offering products beyond multifunctionality and incorporated air purifying into other household items such as furniture. LG, for instance, follow-

categories. However, inflation is likely to hamper a full recovery as consumers in some regions have started to push back on discretionary spending. Small appliances are, however, likely to benefit from their low average price, helping volume growth despite growing concerns of consumers' cautious spending. Euromonitor International expects the following five trends to have a significant impact on shaping the industry

Artificial intelligence and automation

Small appliances lagged behind major appliances in adopting new technology, specifically AI and automation, but this is slowly changing. Products such as vacuum cleaners, air treatment products and electric toothbrushes are at the forefront of technology innovation. Vacuums, in particular, are pioneers in adopting AI-enabled functions such as LIDAR (light detection and ranging) for advanced object avoidance. This is expected to be a key differentiator to drive product performance

In 2022, the small appliances industry declined as sales normalised from the pandemic peak of 2020 and 2021. Pandemic staples such as kitchen appliances and hygiene-related categories such as vacuum cleaners or air purifiers were the most impacted. Decline in sales can be attributed to the Asia Pacific region, driven by COVID-related lockdowns in China. Inflation and its other drivers, such as rising cost of raw materials or manufacturing and distribution, have affected the unit price of small appliances, but to a lesser degree than in major appliances. Small appliances typically have a higher price elasticity due to being considered discretionary items and so consumers don't mind trading down or postponing purchases when their consumer spending is under pressure. 2023 is likely to see sales rebound, as consumers may want to replace the appliances purchased during the pandemic, driven also by the changed lifestyles, as many continue hybrid working and prioritise spending on at-home



next generation of educators and innovators. Students engage with educational technology, innovative teaching methodologies, and network with professionals in the education sector. The camp acts as a bridge between academic learning and the practical application of educational technologies.

South America:

Campus Party - Various Locations:

Campus Party is a series of technology festivals held in various locations across South America. It brings together students, professionals, and tech enthusiasts for a week of innovation and learning. The event features hackathons, workshops, and talks by industry experts, creating an immersive environment for students to explore emerging technologies and trends.

Africa:

AfricaCom - Cape Town, South Africa:

AfricaCom, the largest telecommunications and technology event in Africa, hosts a platform for students to engage with the latest developments in the digital landscape. The Student Camp at AfricaCom includes exposure to 5G technologies, discussions on digital inclusion, and networking opportunities with industry leaders. It serves as a catalyst for students aspiring to

contribute to Africa's digital transformation.

Conclusion:

The Home Appliance Expo's Student Camp stands as a beacon of inspiration for young minds passionate about home appliance innovation. By fostering creativity, providing hands-on learning experiences, integrating with industry leaders, and facilitating meaningful connections, the camp has become a breeding ground for success. As we celebrate the achievements of past participants, we eagerly anticipate the groundbreaking innovations that will emerge from future editions of this transformative event. The Home Appliance Expo's commitment to nurturing the next generation of industry leaders ensures a bright and innovative future for the world of home appliances. The success of student camps around the world, held in conjunction with expos, is a testament to the global thirst for knowledge, innovation, and collaboration. These events empower students to transcend the boundaries of traditional education, providing them with real-world insights and forging connections that will shape their future careers. As we traverse continents, it becomes evident that these camps are not just localized initiatives but key contributors to the global landscape of education and industry innovation.



<https://www.csusm.edu/discovercsusm/expo>



Beyond the projects and presentations, the Student Camp is a networking goldmine for participants. Interactions with industry leaders, potential employers, and fellow students create a robust professional network that extends beyond the duration of the camp. The connections forged during this event often prove instrumental in securing internships, job opportunities, and collaborative ventures, further solidifying the camp's role as a launchpad for successful careers.

CES Student Program - Las Vegas, Nevada, USA:

The Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas hosts a dedicated student program that provides exclusive access to the world's largest tech expo. Students get a firsthand look at groundbreaking technologies, attend workshops, and engage in networking opportunities. The CES Student Program serves as a launchpad for future tech leaders by exposing them to the forefront of consumer electronics and innovation.

Europe:

Hannover Messe Student Day -

Hannover, Germany:

Hannover Messe, one of the world's largest industrial trade fairs, hosts a Student Day that attracts participants from across Europe. This camp offers students insights into the latest industrial technologies, automation, and digitalization. The immersive experience includes guided tours, workshops, and interactions with industry professionals, fostering a deeper understanding of the manufacturing landscape.

Web Summit's Student Program - Lisbon, Portugal:

Web Summit in Lisbon is a global technology conference, and its Student Program provides students with unparalleled access to the tech industry's elite. Participants attend talks by industry leaders, engage in mentorship sessions, and even showcase their own projects. This program not only enriches students' knowledge but also positions them at the forefront of the digital revolution.

Asia:

Tokyo Game Show Students' Day - Tokyo, Japan:

The Tokyo Game Show is a

pilgrimage for gaming enthusiasts, and its dedicated Students' Day is an educational extravaganza. Students explore the gaming industry, attend workshops on game design, and witness the latest releases. This unique experience not only caters to gaming aficionados but also provides insights into the thriving Japanese gaming ecosystem.

Techkriti Innovation Challenge - Kanpur, India:

Techkriti, the annual technical and entrepreneurial festival at the Indian Institute of Technology Kanpur, features the Innovation Challenge. This student camp focuses on problem-solving and innovation, with participants presenting solutions to real-world challenges. The event attracts students from across Asia, fostering a spirit of entrepreneurship and collaboration.

Oceania:

National FutureSchools Expo - Sydney, Australia:

The National FutureSchools Expo in Sydney is a key event in the education sector, and its Student Camp is designed to inspire the

its efficacy. Past participants have gone on to develop commercially viable products, secure patents, and even establish their own startups. These achievements underscore the camp's role as a catalyst for launching promising careers in the home

appliance industry.

Fostering a Culture of Collaboration:

The Home Appliance Expo's Student Camp is designed to break down the barriers between disciplines and encourage interdisciplinary collaboration. Participants, often hailing from diverse academic backgrounds such as engineering, design, and business, are intentionally grouped to foster a melting pot of ideas. This collaborative environment not only simulates real-world project dynamics but also exposes students to different perspectives, enhancing their problem-solving abilities and preparing them for the collaborative nature of the industry.

Mentorship and Guidance:

The role of mentors cannot be overstated in the success of the Student Camp. Industry veterans and experts actively engage with the students, providing guidance, sharing experiences, and steering the participants in the right direction. This mentorship aspect not only imparts practical knowledge but also instills a sense of confidence in the participants, empowering them to tackle complex challenges with a seasoned approach.

Real-world Problem Solving:

The projects undertaken during the camp are often centered around real-world issues faced by the home appliance industry. Whether it's improving energy efficiency, incorporating smart technologies, or addressing environmental concerns, students are tasked with finding innovative solutions to contemporary problems. This emphasis on real-world problem-solving ensures that the ideas generated during the camp are not just academic exercises but have the potential to revolutionize the industry. Exposure to Emerging Technologies:

The Home Appliance Expo is not just a showcase of existing technologies but also a hub for exploring emerging trends. The Student Camp leverages this by exposing participants to the latest advancements in artificial intelligence, internet of things (IoT), sustainable materials, and other cutting-edge technologies. This exposure prepares students for the rapidly evolving landscape of the home appliance industry, equipping them with the knowledge to stay ahead of the curve.

Networking Opportunities:

A Platform for Diversity and Inclusion:

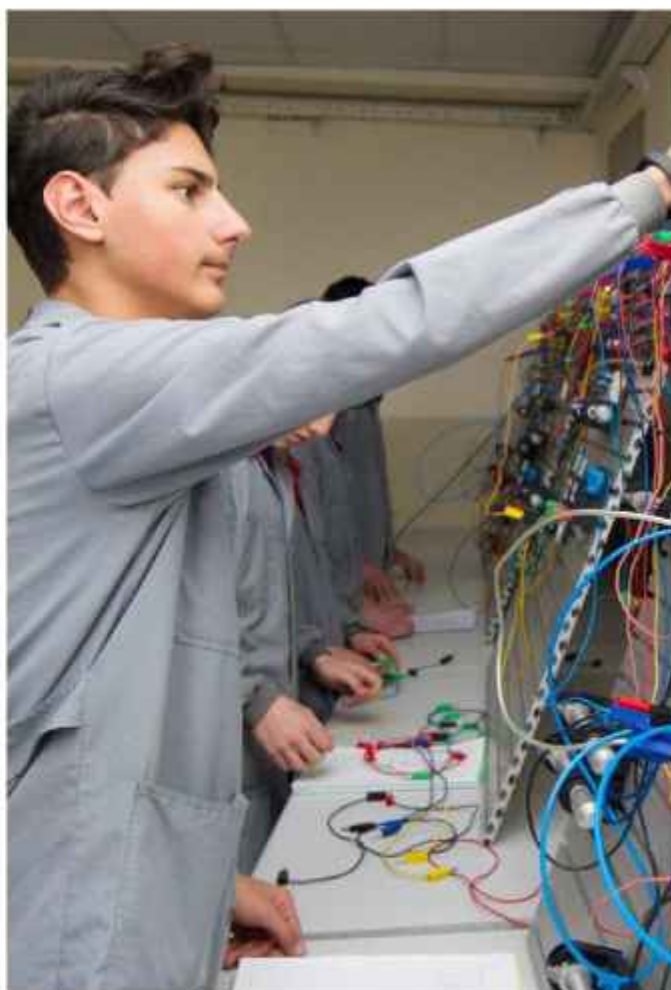
The Student Camp at the Home Appliance Expo actively encourages diversity and inclusion. By providing equal opportunities for students from various backgrounds and demographics, the camp contributes to a rich tapestry of ideas and perspectives. This commitment to diversity not only reflects the industry's changing landscape but also fosters a more inclusive and innovative environment.

In conclusion, the most successful Student Camp at the Home Appliance Expo is a multifaceted experience that goes beyond the traditional boundaries of education. It is a transformative journey that shapes the future leaders of the home appliance industry, instilling in them the skills, mindset, and connections needed to drive innovation and progress in this ever-evolving field. In this section we are going to explore the most successful student camps held beside the most important events and expos in the world.

North America:

SXSW Edu - Austin, Texas, USA:

The South by Southwest Education Conference & Festival (SXSW Edu) in Austin, Texas, is renowned for its student-focused initiatives. The Student Camp here engages participants in a dynamic blend of educational sessions, workshops, and



EXPLORING SUCCESSFUL STUDENT CAMPS AROUND THE WORLD

A Global Perspective on Expo Visits Introduction:

In the dynamic realm of home appliances, innovation and creativity are key drivers of progress. The Home Appliance Expo has been a longstanding beacon for industry professionals, enthusiasts, and curious minds. However, one of its most celebrated facets is the Student Camp, a breeding ground for young talents eager to leave their mark on the world of home appliances. In this article, we delve into the resounding success of the most recent Student Camp held at the Home Appliance Expo. In a world where innovation knows no borders, successful student camps held in conjunction with expos have become a global phenomenon. These camps offer a unique opportunity for students to dive into the heart of various industries, gaining hands-on experience, exposure to cutting-edge technologies, and the chance to interact with industry leaders. In this exploration, we'll traverse the globe to highlight some of the most successful student camps held around the world in conjunction with expos.

Fostering Innovation:

The Student Camp at the Home Appliance Expo is more than just a gathering of aspiring engineers and designers; it's a crucible of innovation. Participants are given the opportunity to collaborate, brainstorm, and develop groundbreaking ideas under the guidance of seasoned mentors and industry experts. This unique environment nurtures creativity and empowers students to push the boundaries of what's possible in the realm of home appliances.

Hands-On Learning:

Unlike traditional classroom settings, the Home Appliance Expo's Student Camp encourages a hands-on approach to learning. Participants have access to state-of-the-art labs and cutting-edge technology, allowing them to transform their theoretical knowledge into tangible prototypes. This practical experience is invaluable, providing students with a taste of the real-world challenges and rewards of the home appliance industry.

Industry Integration:

What sets the Home Appliance Expo's Student Camp apart is its strong emphasis on industry integration. Throughout the camp, students have the chance to interact with leading professionals, gaining insights into current trends, market demands, and technological advancements. This exposure not only enriches their understanding but also prepares them for the demands of a rapidly evolving industry.



Pitching Ideas to Industry Leaders:

A highlight of the Student Camp is the opportunity for participants to pitch their ideas to industry leaders and potential investors. This aspect bridges the gap between academia and industry, fostering connections that can be instrumental in shaping the future careers of these budding innovators. The Expo provides a platform for students to showcase their projects and receive constructive feedback, laying the groundwork for potential collaborations and partnerships.

Notable Success Stories:

The success stories emerging from the Home Appliance Expo's Student Camp are testament to

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 پيشران 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

لطفاً پس از تکمیل فرم نظرسنجی، تصویر این صفحه را به شماره واتساپ سردبیر ماهنامه ارسال فرمایید



www.faradid.org

info@fda.ir

Social Networks : +98 933 0015600

Tel : +98 21 22 85 0002 - 7

Fax : +98 21 22 85 0008

Ele ctronics

Design & Mass Production





FARA DID AFZAR[®]
Since 2002

inspire the future ...

۲۰ سال

تجربه و همکاری با
برندهای مطرح صنعت

در عرصه تولید بردهای الکترونیک

قطعا اتفاقی نیست !



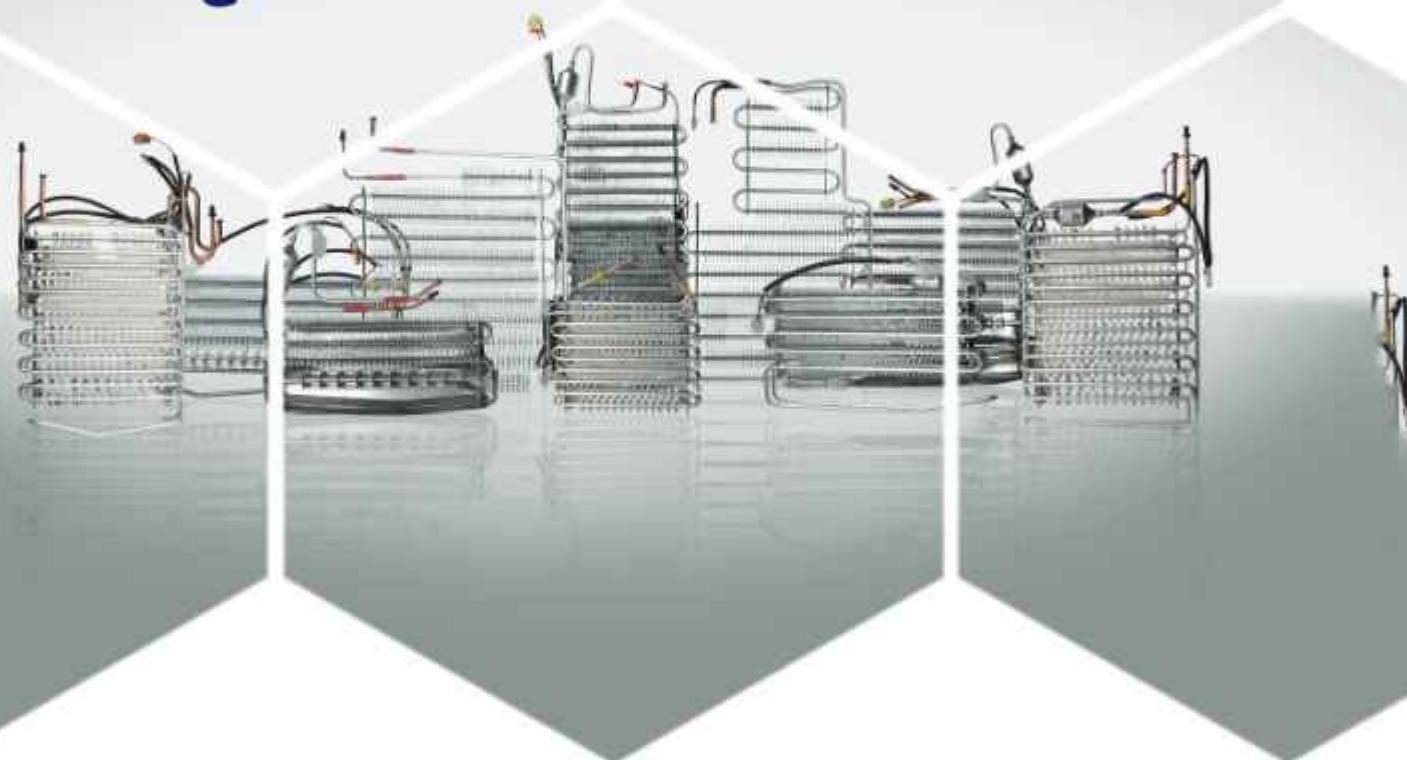
www.fda.ir

E Systems[®]
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



iei

شرکت بازرسی مهندسی ایران
Iran Engineering Inspection Co.

CE

آبسال

اویور سال سابق (تاسیس ۱۳۳۵)

همه سال با آبسال



Aabsal

فروش مرکزی: ۷۷۴۵۱۰۹۴ - ۷۷۴۵۵۰۹۵

www.Aabsalco.com