

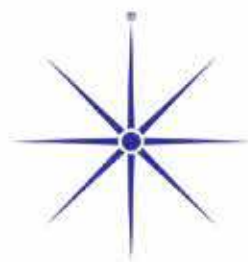
۱۰ نگاهی به کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و جدول زمانبندی در سال ۱۴۰۲

۱۹ بهبود قابل توجه شامخ ماشین سازی و لوازم خانگی ۴ تو را من چشم در راهم: مهارت‌ورم



۳۰ موتور اشتغال‌زایی در اقتصاد ایران روشن می‌ماند؟ ۳۷ سه اولویت مهم برای سال ۱۴۰۲

71 The role of human resources in home appliance production and its progress



PARLAR

SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

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

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

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

 info@parlar.ir

 www.parlar.ir



PARLAR
SOBH PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.



پارلار، طلوع نوآوری...

تایمر الکترونیکی و کنترلر
اجاق گاز و فر



نمایشگر و کنترلر
هود



نمایشگر و کنترلر
یخچال



نمایشگر و کنترلر
کولر آبی و گازی



کنترل اتوماتیک
پکیج های گرمایشی



نمایشگر و کنترلر
ماشین لباسشویی



محصولات
خودرویی



ما بزرگترین تولیدکننده بردهای الکترونیکی
لوازم خانگی در منطقه هستیم



واحد برتر و نمونه کشوری
در سال ۱۴۰۵



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

تلفن: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۵۰۰۰ فکس: ۰۲۱ ۵۱۶۱ ۱۲۱۲ کدپستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

info@parlar.ir

www.parlar.ir



امرسن

زیبا | پیشرو | مطمئن



تنها با ضمانت
ناواران

www.emersun.com

تلفن پشتیبانی: 1639



TAKBAN

CONTROL ENERGY



۱۳۹۰



۱۳۹۱



۱۳۹۵



۱۳۹۳



۱۳۹۸



۱۳۹۹

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

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

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

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

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

THERMOSTATIC
RADIATOR VALVE

دو سال کارانتی

TRV

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

%20
Energy Saving

۲۲ ماه کارانتی



TRV

www.takban.com



محمول جدید



برموسنات دیجیتال یخچالی



TAKBAN
CONTROL ENERGY

limon
KITCHENWARE

WOODEN PRODUCTS



نمایشگاه دائمی : میدان شوش - خیابان صابونیان - خیابان کاخ جوانان - پاساژ الغدیر - طبقه پنجم - واحد ۵ تلفن : ۰۲۱-۵۵۰۴۴۲۲۰
سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۰۲۲۴۱ تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۵۱۰۴۴۰۰۰

limon
KITCHENWARE



WOODEN PRODUCTS



 @limonware

www.limonware.com

CE

 ISO 9001
2008





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 پاتج سری ۲

بدون تغییر در فندک و ترموکوپل و ...



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

تهران، کیلومتر ۴۵ بزرگراه امام رضا، شهرک صنعتی
پایتخت، بلوار سپیدار، بلوار صنوبر، خ نستر ۱، پ ۵۳

۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۲۱۷۴-۵

۰۲۱۳۶۴۶۵۰۹۰

۰۲۳۳۴۵۷۴۱۲۶

Vitally

پیشرو در کیفیت و نوآوری



WILTON
KITCHEN APPLIANCES



• ۹۱۲۳۹۹۴۰۶۲



Full Granite coating System



APT/XY01-0



IT/1-PTT



MADE IN IRAN



ناب استیل

با ضمانت ناب سرویس

☎ 021-2708

📷 nabsteel

NAB
STEEL

www.nabsteel.ir

Kachiran

SINCE 1981



NEW PRODUCT | ROSE 330⁺

سوزن نخ کن | همراه با درب | ۳۲ مدل دوخت | چراغ اخطار خاموش یا روشن بودن دستگاه | دفترچه آموزشی فارسی | ۲۴ ماه گارنتی

دفتر مرکزی: تهران، میدان هفت تیر، خیابان قائم مقام فراهانی، شماره ۲۷
تلفن: ۰۲۱-۴۳۶۰۴ | فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۴۰۶۷۶
www.kachiran.com | info@kachiran.com



SAMSUNY COMPANY

Manufacturer of steel plates



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

 samsuny_shapour

 samsuny_shapour

Address :

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

Tel :

021-56392011

021-56390172

Mob :

09121243827

09121434614

09126002735



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)

سیمارانت

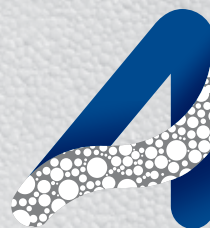
لوازم خانگی
HOME APPLIANCES



Simaran

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

گروه صنعتی آبشار
ABSHAR Industrial Group



■ آبشار فوم گستر ■ آبشار پلاستیک کار ■ آبشار پلیمر کار

EPS FOAM FOR PACKAGING



■ فوم پلی استایرن بسته بندی و ضربه گیر ■

تأمین کننده فوم های بسته بندی مورد نیاز صنایع لوازم خانگی

نشانی: تهران، خیابان مطهری، خیابان فجر، نیش خیابان غفاری، پلاک ۵۵
کدپستی: ۱۵۸۸۷۴۵۶۴۵
تلفن: ۷۹-۸۸۴۹۲۱۶۹ - ۷۰-۸۸۸۲۷۰۷۰ - ۴۰-۸۸۳۰۸۵۴۰ - ۴۳-۸۸۳۰۴۵۴۳
نمابر: ۷۳۸-۸۸۸۴۰۷۳۸

طعم شیرین مدیریت با چند کلیک



با نرم افزار ShAuto ERP شماران سیستم

تحت وب و مستقل از بستر سیستم عامل



SCAN ME



شماران سیستم
shomaran system

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

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

Homara®

www.homara.ir



KITCHENWARE



@homara_ir



| تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه |

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

 @homara_ir

گروه صنعتی پیچ اشپیل ایران شرکت تولیدی صنعتی پیچ اشپیل ایران

تولیدکننده انواع پیچ و مهره و اشپیل در تمامی صنایع
لوازم خانگی، نفت، گاز، پتروشیمی
سازه و ساختمان و خودرو



www.pei.ir
pei@pei.ir

PICH ESHPIIL IRAN CO.

16949 : 2016
9001 : 2015

IATF
ISO

URS
اگرستان



دفتر مرکزی : تهران ، خیابان قزوین ، خیابان مخصوص
پلاک ۸۱ ، واحد ۴
تلفن : ۰۲۱-۵۵۴۲۵۳۱۰-۱۲ فکس : ۰۲۱-۵۵۴۲۲۰۴۴

مرکز پخش : تهران ، خیابان قزوین ، پاساژ فرجی
طبقه زیر همکف ، پلاک ۱۵ الف
تلفن : ۰۲۱-۵۵۴۱۷۵۳۱ فکس : ۰۲۱-۵۵۴۱۵۶۰۵

کارخانه شمس آباد : شهرک صنعتی شمس آباد
بلوار نگارستان ، خیابان فروردین شمالی ، پلاک ۲۶
تلفن : ۰۲۱-۵۶۲۳۶۲۵۰

کارخانه : قم ، شهرک صنعتی شکوهیه ، خیابان مفتاح
کوچه قاصدک ، پلاک ۶۳۹
تلفن : ۰۲۵-۳۳۳۴۲۸۰۵-۷ فکس : ۰۲۵-۳۳۳۴۲۸۳۹



بازگشت یک
سطوره

shahabco.ir



شرکت توسعه لعاب تهران بنیان گذار: حسین خطیبی

با پشتوانه بیش از نیم قرن تجربه
آماده ارائه خدمات با کیفیتی متمایز

تأثیر کیفیت در پودفرایندهای تخصصی

- مجهزترین کارخانه ارائه دهنده خدمات لعابکاری در کشور
- مجهز به ماشین آلات و ربات های کاملاً خودکار ساخت اروپا
- مطابق با استانداردهای بین المللی



▲ سامانه خودکار پاشش لعاب الکترواستاتیک ویژه فر توکار یکپارچه (Cavity)



▲ سامانه خودکار پاشش لعاب الکترواستاتیک Gema



▲ سامانه خودکار پاشش لعاب الکترواستاتیک Strong 3000



▲ کوره برقی ویژه پخت قطعات لعاب الکترواستاتیک مات

- مجهز به ۴ سامانه خودکار پاشش لعاب الکترواستاتیک براق جهت قطعات مسطح بزرگ و کوچک آهنی و ۱ سامانه خودکار ویژه فر توکار یکپارچه (Cavity)
- اولین و تنها کارخانه لعابکاری مجهز به ۲ سامانه پاشش لعاب الکترواستاتیک مات با ربات های کاملاً خودکار، ویژه قطعات پولکی سرشعله (لید) و روغن گیرهای اجاق های توکار
- مجهز به ۳ دستگاه کوره پخت نقاله ای ۹، ۱۱ و ۸ مشعلی گازی و یک دستگاه کوره برقی



www.EnamelDevelopment.com



خبرنامه تخصصی لعاب فلز در تلگرام:
@EnamelDevelopment



اینستاگرام: @EnamelDevelopment

بزرگراه تهران-قم، شهرک صنعتی شمس آباد،
بلوار بوستان، انتهای خیابان گلبن ۱۲، پلاک ۱۹

۷-۱۸۸۵ ۵۶۲۳ (۰۲۱)



info@EnamelDevelopment.com



Tehran Novin Enamel
Engineering Co.Ltd.

شرکت مهندسی لعاب تهران نوین

برای اولین بار در ایران لعابکاری CAVITY فر توکار با دستگاه تمام اتوماتیک و رباتیک



لعابکاری اتوماتیک انواع روغن گیرمات و براق

www.tehranenamel.com

وب سایت:

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۴

شماره تماس:

۰۲۱-۸۸۷۸۶۶۳۵

۰۹۱۲-۳۳۳۶۷۷۵

مدیر فروش (شاه بختی):

لعابکاری قطعات با دستگاه های تمام اتوماتیک

با مصرف بهترین لعابهای روز دنیا

آپد سازان

صنایع لوازم خانگی

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان صابونچی (مهناز سابق)، کوچه مبینی، پلاک 8



۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴



۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)



۸۸۷۴۴۴۶۳



۰۹۰۱ - ۸۳۱۹۱۶۶



۱۰۰۰۰۲۴۲۶



www.ahamiran.com



info@ahamiran.com



صنعت پیشران لوازم خانگی کشور



بزرگترین و قدیمی ترین تشکل ملی



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
Association of Home Appliance Manufacturers IRAN



یزدگل

YazdGol

Since 1992

ملامین طرح ماربل

تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه
(ملامین و پلاستیک)

 Yazdgolco
www.yazdgol.com

طرح
رنگ
کیفیت

یزدگل

YazdGol

Since 1992

فلاسک سانا

۵۲۰



Design
Color
Quality

دفتر تهران : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۸۴ ۴۴ - ۹

فکس : ۰۲۱ - ۸۸ ۷۳ ۳۳ ۱۶



بزرگترین تولیدکننده پد سلولزی
در خاورمیانه

بهار
۱۴۰۲
مبارک

koolancel.com

۰۲۶-۳۴۰۵۵۰۰۰



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

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

سال اول • شماره هفتم • شماره پیاپی ۳۸۶ • فروردین ۱۴۰۲ • قیمت ۸۵۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

سرمدیر: فرشاد براتی

شورای سیاست‌گذاری:

علیرضا محمدی دانیالی، عباس هاشمی، فرشاد براتی

محمدحسین تهرانچی، محمود قهاری، سام ادیب

داوود نوده فراهانی

تحریریه: مهدی نوروز، نرگس مهدوی نسب

سمیه شماعی‌زاده، محمدسعید زارع

امور هنری و فنی: احسان غیاثی‌نسب

امور اجرایی: نرگس قیاسوند

امور بازرگانی: شبنم شهلا

چاپ: آیین چاپ تابان

توزیع: علی یوسفی، علی نعیمی

نشانی دفتر نشریه: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی

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

کدپستی: ۱۵۳۳۶۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

تلفن همراه (روابط عمومی): ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

جذب آگهی: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۱)

نمبر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

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

پیشنهادهای و نقطه نظرات سازنده‌ی خود را به روابط عمومی انجمن از طریق

پست الکترونیکی pr@ahamiran.com منعکس فرمایند.

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

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



www.ahamiran.com



info@ahamiran.com



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



مجوز نشریه: ۹۱۴۴۶

۲ یادداشت مدیرمسئول: سالی برای بهبود نقش آفرینی تشکلهای

۳ یادداشت: نقشه راه صنعت لوازم خانگی برای سال ۱۴۰۲

۴ سخن سردبیر: تو را من چشم در راهم: مهارت — فورم

۶ شعار سال: سال ۱۴۰۲؛ سال مهارت‌ورم و رشد تولید

۸ نام‌گذاری سال‌های شمسی در یک نگاه

۱۰ کمیسیون‌های تخصصی: نگاهی به کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی

۱۶ مهمترین رویدادهای کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سال ۱۴۰۱

۱۸ جدول زمانی برگزاری کمیسیون‌های تخصصی ۱۱ انجمن در سال ۱۴۰۲

۱۹ گزارش: بهبود قابل توجه شاخص ماشین‌سازی و لوازم خانگی

۲۲ دانش‌بنیان: تغییر در سطوح سیاست‌گذاری

۲۴ گزارش: آخرین پایش ملی محیط کسب و کار ایران در سال ۱۴۰۱

۲۸ خبر: گزارش تجارت خارجی کشور در یازده ماهه سال ۱۴۰۱

۳۰ گزارش: موتور اشتغال‌زایی در اقتصاد ایران روشن می‌ماند؟

۳۲ پژوهش: آشفته‌گی در مرز ناپایداری

۳۷ اخبار: سه اولویت مهم برای سال ۱۴۰۲

۳۸ گزارش: آنچه در جهان و منطقه گذشت

۴۸ حمایت‌های دانش‌بنیانی

۵۲ ترجمه: هوشمندسازی خانه‌ها و تأثیر آن بر کاهش مصرف انرژی

۶۰ کتابکده

۶۲ ترجمه: نقش نیروی انسانی در تولید

۷۱ متن انگلیسی





علیرضا محمدی دانیالی

■ رئیس هیأت مدیره

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

سالی برای بهبود نقش آفرینی تشکلهای

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

در ابتدا لازم می‌دانم که فرارسیدن سال ۱۴۰۲ خورشیدی را به همکاران خود در صنعت لوازم خانگی و انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تبریک بگویم. سال ۱۴۰۱ برای صنعت کشور، سالی دشوار توأم با موانعی در مسیر تولید بود؛ با این حال در پایان این سال، انتخابات دوره دهم اتاق‌های بازرگانی برگزار شد که نشان دهنده زنده بودن بخش خصوصی، با وجود تمام مشکلات در مسیر آن است.

دنگ شیائو پینگ معمار چین نوین می‌گوید: «رشد اقتصادی حقیقتی غیر قابل انکار است» و همچنین آن را چنین تمثیل می‌کند که گربه باید موش بگیرد و این غریزه به سیاه یا سفید بودن گربه ربطی ندارد! یک سیستم اقتصادی نیز باید سبب رشد و توسعه اقتصادی شود وگرنه فایده‌ای نخواهد داشت. برای این رشد اقتصادی به دو عامل اساسی دولت مقتدر توسعه‌گرا و بخش خصوصی متشکل و منسجم نیاز داریم.

تحقق دولت مقتدر و توسعه‌گرا نیاز به بحث‌های کارشناسی جداگانه‌ای دارد و امری با پارامترهای بی شمار است؛ اما برای بخش خصوصی متشکل و منسجم، نیاز به کار جدی و مشارکتی همه جانبه در انجمن‌های صنفی،

صنعتی و فدراسیون‌ها و کنفدراسیون‌ها و البته اتاق‌های بازرگانی دیده می‌شود. تلاشی که به همه کارآفرینان کشور وابسته است تا این تشکلهای بتوانند برای توسعه اقتصادی، افزایش سهم بخش خصوصی از اقتصاد ملی، دفاع از منافع بخش خصوصی و جلوگیری از خطای دولت‌ها اقدام کنند.

از همین منظر برگزاری انتخابات دوره دهم اتاق‌های بازرگانی در اسفند سال گذشته، نشان دهنده این مهم بود که همه کارآفرینان کشور که دغدغه توسعه ملی و افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد ملی، رشد و توسعه اقتصادی کشور را دارند، برای حضور مؤثر و گرفتن کرسی‌های اتاق‌های ایران اقدام کردند تا با افزایش کارآمدی و اثربخشی اتاق‌ها بتوانند به وظیفه ملی خود عمل کنند. باید منصفانه قبول کنیم که همه خطاها و ایرادات کشور فقط متوجه دولت‌ها نبوده است بلکه بخش خصوصی هم به سهم خود نتوانسته اقداماتی شایسته برای ارتقای رشد و توسعه کشور، ایجاد تشکلهای صنفی قدرتمند، پاسخگو و مشارکتی انجام دهد.

اتاق بازرگانی که به نام «تشکل تشکلهای» و پارلمان بخش خصوصی شناخته می‌شود یکی از مهمترین جایگاه‌ها را در اقتصاد کشور دارد و از همین رو نیز انتخابات این نهاد یکی از نقاط عطف به شمار می‌رود. این نهاد

حیاتی بخش خصوصی با داشتن بیش از ۵۰ هزار کارآفرین عضو، نیروی انسانی متخصص و کارآمد، جایگاه قانونی به عنوان مشاور سه قوه و داشتن امکانات مالی فراوان باید بتواند برای ایجاد تحول در اقتصاد ملی اقدام شایسته‌ای انجام دهد.

علاوه بر آنچه تاکنون صورت گرفته است، در سال جدید نیازمند اقداماتی در عرصه تشکل‌گرایی هستیم تا عملکرد تشکلهای بخش خصوصی بیش از پیش بهبود پیدا کند. تنها به عنوان نمونه، شایسته است که برای حفظ استقلال و حل مشکلات اتاق‌ها مواردی از قوانین و آیین‌نامه‌های اجرایی آن مورد اصلاح قرار گیرد.

در پایان باید این نکته را نیز مورد تأکید قرار داد که انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان عضوی کوچک از صنعت بزرگ و کارآفرینان اقتصاد ایران در تلاش خواهد بود تا در جایگاه تشکلی ریشه‌دار در بخش خصوصی و با همراهی اعضای خود در حد وسیع در مسیر رفع مشکلات صنعت گام برداشته و اقدام برای «ساختن اتاق دهم» و اثر بخشی اتاق‌ها و به خدمت در آوردن اتاق‌ها در راه رشد، توسعه ملی و رفع موانع کسب و کار کند. در همین راستا انتخاب هیأت رئیسه اتاق‌ها و کمیسیون‌ها و تیم اجرایی قوی، از نیازهای اساسی این کار بزرگ است.



عباس هاشمی

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

نقشه راه صنعت لوازم خانگی برای سال ۱۴۰۲

لوازم خانگی همین حالا نیز توانایی صادراتی سالانه ۴۰۰ میلیون دلاری را اثبات کرده‌اند، اما برای افزایش این میزان، مشکلاتی وجود دارد که در بندهای پیشین مورد بحث قرار گرفت. البته این نکته را هم باید اضافه کرد که بحث صادرات، به تعاملات منطقه‌ای ما و حمایت‌های جدی دولت، معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه، سازمان توسعه تجارت و گمرک مرتبط است و باید حمایتی تمام و کمال از آن صورت بگیرد. البته ناگفته نماند که نبود شبکه‌های بانکی و مجرای صحیح انتقال پول، صادرات را تحت شعاع قرار می‌دهد. در اینجا لازم است که یک بار دیگر بحث عدم اطمینان از تأمین مواد اولیه را مطرح کنیم؛ تولیدکنندگان همواره در انعقاد قراردادهای صادراتی احتیاط می‌کنند زیرا در موضوع عقد این قراردادها بحث حثیت کشور، واحدهای صنعتی و به طور کلی صنعت کشور مطرح است. بنابراین اگر واحد تولیدی از تأمین مواد اولیه خود مطمئن نباشد، امکان ورود به عقد قراردادهای صادراتی بلندمدت را بالأجبار نخواهد داشت.

رسالت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برای سال ۱۴۰۲

در پایان باید به رسالت و برنامه انجمن در سال ۱۴۰۲ نگاهی داشته باشیم. تلاش انجمن کماکان بر رفع مشکلات و موانع ایجاد شده بر سر راه تولید متمرکز خواهد بود. این رسالت، چه از طریق برگزاری نمایشگاه - که ابزار صادراتی است - و چه از طریق دفاع از کیان انجمن و حقوق اعضا در دستگاه‌های دولتی ذی‌ربط صورت خواهد گرفت. علاوه بر این‌ها انجمن از طریق کمیسیون‌های تخصصی و جلسات هیأت مدیره که جدول زمان بندی آن برای سال ۱۴۰۲ تدوین و آماده شده است، در راستای کمک به اعضا و تحقق برنامه‌ها گام برخواهد داشت.

همین مرحله آغاز می‌شود. اما راهکار حل این موضوع بسیار ساده است؛ باید قیمت پایه برای شروع رقابت، شامل قیمت نهایی معامله قبل با افت و خیزی در حدود مثبت و منفی ده درصد باشد. اگر قیمت جهانی دلار کاهشی بود، رقابت نیز منفی خواهد شد و بالعکس. همچنین اگر عرضه کمتر از تقاضا باشد، تسهیم باید بالسویه شود.

لازمه مهار تورم در واحدهای تولیدی

اگر از دو مورد بالا فاصله بگیریم، به نام‌گذاری امسال خواهیم رسید که عنوان «مهار تورم و رشد تولید» را بر خود دارد. تورم شاهبیت مشکلات کشور است و بر اساس اعلام مراجع رسمی در سال ۱۴۰۱ نرخ تورم بیش از ۴۰ درصد بوده است. برخورد این موضوع با مسئله قیمت‌گذاری دستوری که ذکر آن در بالاتر رفت، امکان تعدیل قیمت‌ها را سلب کرده و در سال ۱۴۰۱ یک بن بست برای تولید وجود آورد. این نکته را باید در نظر بگیریم که قطعاً وقتی نرخ تورم بالا می‌رود، نقدینگی نیز در جامعه افزون خواهد شد. واحدهای تولیدی نیز از این قاعده مستثنی نیستند و میزان نیاز نقدینگی این واحدها نیز بالا خواهد رفت؛ اما در چنین وضعیتی راه کار چیست؟ بانک‌ها باید سیاست‌های انقباضی را کنار گذاشته و تسهیلات ریالی در اختیار واحدهای صنعتی قرار دهند تا این واحدها نیز متناسب با تورم بیش از چهل درصدی و افزایش نیاز نقدینگی حاصل از آن تولید داشته باشند، در غیر این صورت قطعاً نمی‌توان افزایش تولید را متصور بود.

پیش‌نیازهای صادرات بلندمدت

اما حال که از سیاست‌گذاری مواد اولیه و قیمت برای سال ۱۴۰۲ صحبت شد، بد نیست نگاهی نیز به جایگاه توانمندی‌های تولیدی و صادراتی صنعتگران لوازم خانگی بیندازیم. صنعتگران

صنعت لوازم خانگی ایران در سال ۱۴۰۲ میراث‌دار دو مسئله بزرگ و اصلی خواهد بود؛ نخست قیمت گذاری دستوری و دوم بحث عدم اطمینان از استمرار تأمین مواد اولیه داخلی از طریق بورس است. اما بهتر است بررسی وضعیت سال ۱۴۰۲ را از مورد دوم آغاز کنیم. عمده مواد اولیه مورد نیاز در صنایع لوازم خانگی شامل فولاد، پتروشیمی، مس و آلومینیوم می‌شود. بخش عظیمی از این مواد اولیه در داخل کشور تولید می‌شوند ولی استمرار تأمین آن‌ها نیازمند قیمت‌هایی عادلانه و البته مستلزم ساز و کاری در بورس است.

با این حال مسئله اصلی صنعت لوازم خانگی در سال ۱۴۰۲ مرتبط با قیمت‌گذاری دستوری است. هم اکنون سازمان حمایت در راستای روند سالیان گذشته اقدام به ارسال نامه‌ای به واحدهای تولیدی کرده و دستور داده که قیمت‌ها باید به آنچه در ابتدای سال ۱۴۰۱ بود، بازگردانده شود. این موضوع با توجه به افزایش قیمت نهادهای مترتب بر تولید در سال ۱۴۰۱، موجب یک نوع عدم حاکمیت منطقی بر فضای تولید و محیط کسب و کار صنعت لوازم خانگی خواهد شد.

یک نکته در مورد قیمت پایه در بورس

در بحث قیمت پایه در بورس کالا، یک اشتباه اساسی رخ داده است که قدمتی ۷ ساله دارد. این گذاره نسبتاً صحیح است که قیمت فروش محصولات داخلی باید با قیمت‌های جهانی ارز هماهنگ باشد. اما اشتباه مورد اشاره در تعیین هفتگی و روزانه قیمت پایه رخ داده است. قیمت‌ها در بورس کالا بر اساس مجلات بین‌المللی استخراج شده و سپس با یک نرخ دلاری برابر و ضرب می‌شود و آنگاه قیمت پایه ریالی برای شروع رقابت، انتخاب می‌شود. مجادله بر سر اینکه نرخ دلار چه میزان خواهد بود و موارد بالادستی و پایین دستی نیز از



فرشاد براتی

■ معاون برنامه‌ریزی، اجرایی و روابط عمومی
انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

تو را من چشم در راهم: مهار تورم

وظایف قانونی در اجرایی سازی اقدامات همسو با خط مشی کلان ابلاغی در نوروز هر سال، نمره قبولی را دریافت نمایند، کماکان ضرورت استمرار پشتیبانی و مانع زدایی از دغدغه‌های جهادگران عرصه تولید و بهره‌گیری از نقطه نظرات تخصصی و کارشناسی نمایندگان صنایع مختلف کشور که در قالب انجمن‌ها و تشکل‌های ملی به نقش آفرینی می‌پردازند، مقوله‌ای حیاتی، پایان ناپذیر و مستمر برای یکایک مدیران و مسئولان ذی‌ربط و سیاستگذار صنعت کشور بوده و خواهد بود.

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در قامت بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی و نماینده قانونی این بخش از صنعت، همچنان در تلاش است تا با تکیه بر قدمت ۴۰ ساله و ورود به پنجمین دهه اثرگذاری مؤثر در سپهر صنعت و اقتصاد کشور، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالا و ارزش آفرین دو طیف بازیگران اصلی این صنعت شامل محصول‌سازان و قطعه‌سازان متعهد و متخصص ایران زمین، در مسیر تقویت حداکثری بنیه اقتصادی و صنعتی بدون نفت ایران عزیز، منشأ اتکا و اعتماد ملی باشد.

از درگاه حضرت سبحان مسألت دارد، سالی که در پیش داریم، مالا مال از سربلندی و سرافرازی همه جانبه یکایک ایرانیان و نیز کارآفرینان و صنعتگران معظم به عنوان سرمایه‌های ارزشمند ایران عزیز باشد. ان شا الله

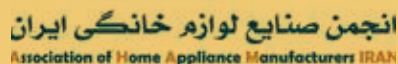
سالی که گذشت با فراز و نشیب‌های فراوان و قابل تأملی همراه بود و بر اساس گزارشات تحلیلی و شاخص‌های اقتصادی، سرمشقی که کماکان در سال جدید نیز به موازات رفع قیمت گذاری دستوری و مبارزه جدی با قاچاق محصولات فاقد اصالت و کیفیت باید نگاشته و مورد اهتمام جدی مسئولان باشد، ایجاد ثبات و اطمینان بخشی به تولیدکنندگان و صنعتگران و افزایش توان خرید مشتریان و مصرف‌کنندگان و معیشت آحاد مردم از یک سو و مهار غول تورم به ویژه تورم بخش صنعت از سویی دیگر بوده که همچنان به عنوان نیاز روز محیط کسب و کار صنایع مختلف کشور به ویژه صنایع پیشرانی همچون صنعت لوازم خانگی مطرح، محسوس و ضروری است. با سیری در ابلاغ سیاست‌های کلی نظام و جهت‌گیری مجموعه دستگاه‌های قوای سه گانه و دیگر ارگان‌ها و نهادها که توسط عالی‌ترین مقام کشور با نامگذاری خط‌مشی کلان در قالب شعار سال از دهه ۷۰ آغاز گردید در دو دهه اخیر، شعارهای ۱۵ سال گذشته به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به موضوع اقتصاد معطوف بوده و خاصه ۶ سال اخیر و سال جاری نیز با تکیه بر مسأله محوری و واژگان ارزش آفرین «تولید» تمرکز معنی داری یافته است.

فارغ از اینکه مجموعه دستگاه‌های مخاطب شعارهای سال، تا چه میزان توانسته و خواهند توانست به دور از هرگونه شعار زدگی در پاسخگویی به انجام

پروردگار متعال را شاکرم که برگی دیگر از دفتر با شکوه روزگار را به سیمای چشم‌نواز طلیعه‌ی خوش بهار طبیعت و ربیع قرآن ترسیم و مزین نمود و این دو موسم حیات بخش را، پیغامبر رشد و تعالی بر پیش چشمان خردمندان نیک اندیش قرار داد. نیک اندیشانی که با تکیه بر تعهد و تخصص خود، صنایع کشور را به پیش می‌رانند و نیل به ایران سربلندتر و قوی‌تر را ملحوظ نظر قرار داده‌اند.

ایران کشوری با دارا بودن ظرفیت‌های خدادادی و نیز سرمایه‌های انسانی آموزش دیده و کارآزموده، نشان داده در سایه برنامه‌ریزی و هدفگذاری‌های هوشمندانه و مدبرانه و استفاده از خرد نخبگان، اساتید، پیشکسوتان و مدیران و کارشناسان جوان و خوش فکر، می‌تواند بر مسائل و مشکلات پیرامونی فائق آمده و مسیر ناهموار رشد و پیشرفت شایسته خود را هموار نماید.

از این رو است که کارآفرینان و صنعتگران دومین صنعت بزرگ کشور-صنعت پیشران لوازم خانگی- که به حق سرمایه‌های ارزشمند ملی محسوب می‌شوند، در چند سال گذشته توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالای این بخش از صنعت کشور را با تکیه بر توان و ظرفیت‌های داخلی در تولید محصولات متنوع لوازم خانگی در گروه‌های کالایی مختلف، به پیش چشم آحاد مردم عزیز، عرضه و عیان نمودند. با این وجود، محیط اقتصادی کشور در



ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

صنعت پیشران لوازم خانگی ایران



۹۰۰ هزار تومان

۴۵۰ هزار تومان

فرم اشتراک

بانک:..... واریز شد.

خواهشمند است هر گونه تغییر نشانی را به دفتر ماهنامه منعکس فرمایید.



به نظر من در سال ۱۴۰۲ هم مسئله‌ی اصلی ما مسئله‌ی اقتصاد است. یعنی ما مشکل کم نداریم مشکلات گوناگونی داریم، در زمینه‌ی فرهنگی در زمینه‌ی سیاسی، لکن مسئله‌ی اصلی و محوری در این سال هم مسئله‌ی اقتصاد است. یعنی اگر ما بتوانیم ان شاء الله مشکلات اقتصادی را کاهش بدهیم و مسئولین ان شاء الله همت کنند، دقت کنند، تلاشهای مهمی انجام بدهند در این زمینه خیلی از مسائل دیگر کشور هم حل خواهد شد.

پیام نوروزی رهبر انقلاب به مناسبت آغاز سال ۱۴۰۲
۱۴۰۲/۱/۱

KHAMENEI.IR

سخنرانی نوروزی رهبر معظم انقلاب خطاب به ملت ایران

سال ۱۴۰۲؛ سال مهار تورم و رشد تولید

مقام معظم رهبری در پیامی به مناسبت آغاز سال ۱۴۰۲، این سال را «مهار تورم و رشد تولید» نام‌گذاری کرده و گفتند: رشد تولید و کنترل تورم کلید حل مشکلات اقتصادی و راه اصلی عبور از دشواری‌های اقتصادی است.

بر اینکه اقتصاد مهمترین مسئله کشور در سال گذشته بود افزودند: در قضیه اقتصاد نیز تلخی‌ها و شیرینی‌هایی وجود داشت، تلخی‌ها عمدتاً مربوط به تورم و گرانی به خصوص گرانی قیمت مواد خوراکی و لوازم اصلی زندگی است که افزایش زیادی پیدا کرده‌اند و بیشترین فشار آن به دهک‌های پایین جامعه وارد می‌آید.

ایشان خاطرنشان کردند: البته در بخش اقتصاد کارهای خوب و سازندگی‌هایی انجام گرفته که باید به زندگی و معیشت مردم مرتبط شوند.

مقام معظم رهبری حمایت از تولید در سال ۱۴۰۱ را با راه‌اندازی چند هزار کارخانه تعطیل و نیمه‌تعطیل و همچنین افزایش شرکت‌های دانش‌بنیان و کاهش درصدی از بیکاری را از جمله اقدامات مثبت در بخش اقتصاد برشمردند و گفتند: یکی دیگر از نقاط خرسند کننده بخش اقتصاد در سال گذشته، نمایشگاه توانمندی‌ها و دستاوردهای تولیدگران دولتی و غیر دولتی و جلسه با تولیدگران عمده کشور در حسینیه امام خمینی (ره) بود.

ایشان با تأکید بر اینکه قضاوت‌شان درباره اقدامات تولیدگران کشور مثبت است، به رشد برخی شاخص‌های اقتصادی نیز اشاره کردند و افزودند: در بخش بیمه

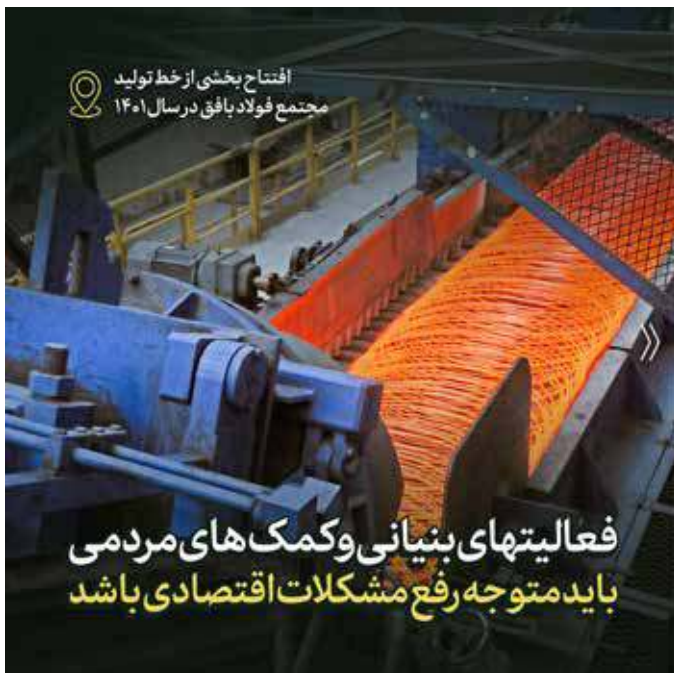
مقام معظم رهبری، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، به مناسبت فرارسیدن سال نو به صورت مستقیم با ملت شریف ایران سخن گفتند.

بخش قابل توجهی از بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی به مسائل اقتصادی معطوف بود و ایشان در سخنرانی نوروزی خود تأکید ویژه‌ای بر تولید و مهار تورم داشتند.

مقام معظم رهبری در پیامی به مناسبت آغاز سال ۱۴۰۲ هجری شمسی، با تبریک عید نوروز به آحاد ملت ایران و همه ملت‌هایی که نوروز را گرمی می‌دارند مهمترین مسئله کشور در سال گذشته را موضوع اقتصاد و معیشت مردم دانستند و با تأکید بر اینکه امسال نیز اقتصاد، مسئله اصلی کشور است، شعار سال ۱۴۰۲ را «مهار تورم و رشد تولید» اعلام کردند.

مقام معظم رهبری در ابتدای پیام نوروزی خود، با اشاره به تقارن بهار طبیعت با بهار معنویت گفتند: نسیم معنویت در ماه مبارک رمضان شامل حال همه است و باید دل‌های خود را در معرض این نسیم الهی و معطر قرار دهیم.

آیت‌الله خامنه‌ای سپس با مروری کوتاه به سال ۱۴۰۱ این سال را همچون همه سال‌های بعد از انقلاب اسلامی همراه با عوارض گوناگون تلخ و شیرین دانستند و با تأکید



رهبر انقلاب اسلامی، حل مشکلات مردم را در گرو فعالیت‌های بنیادین و اساسی اقتصادی همچون تولید و کارهای انسانی همچون همیاری‌های مردمی و کمک به طبقات ضعیف جامعه دانستند و خاطرنشان کردند: از دیگر کارهای اساسی در کنار تولید، موضوع مهم سرمایه‌گذاری است که باید مسئولان دولتی و بخش خصوصی توجه ویژه‌ای به آن داشته باشند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به عقب‌ماندگی کشور در زمینه سرمایه‌گذاری در دهه نود تأکید کردند: یکی از خلاءهای جدی موضوع سرمایه‌گذاری است که باید با برنامه‌ریزی زمینه آن فراهم و انجام شود.

ایشان افزودند: من با در نظر گرفتن همه این جهات به‌خصوص موضوع تورم به‌عنوان مشکل اصلی و همچنین تولید به‌عنوان یکی از کلیدهای نجات کشور از مشکلات اقتصادی، شعار سال ۱۴۰۲ را «مبار تورم و رشد تولید» اعلام می‌کنم.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تأکید کردند: باید مسئولان و فعالان اقتصادی و فعالان مردمی و فرهنگی و همچنین صداوسیما که وظیفه فرهنگ‌سازی را برعهده دارد، همه همت خود را بر این دو موضوع قرار دهند تا در درجه اول تورم مهار شود و کاهش یابد و در درجه بعد زمینه افزایش تولید فراهم گردد.

رهبر انقلاب اسلامی در پایان پیام نوروزی خود ضمن ابراز ارادت به حضرت بقیه‌الله‌الاعظم (عج) و طلب علو درجات برای روح مطهر امام بزرگوار و شهدا، از خداوند متعال خوشبختی و شادی و نوروزی ملت ایران در سال جدید را مسئلت کردند.

شاخص‌ها خوب است و در بخش‌های مربوط به آب، گاز، راه، و محیط زیست کارهای خوبی انجام گرفته است.

مقام معظم رهبری گفتند: با تأکید می‌گویم، کارهای خوبی که در بخش اقتصاد انجام گرفته باید منجر به گشایش در زندگی و سفره مردم به‌ویژه طبقات ضعیف شود و این موضوع هم جز با برنامه‌ریزی دقیق و استمرار این کارها، امکان‌پذیر نیست.

مقام معظم رهبری درباره ارزیابی از وضعیت اقتصادی کشور این نکته را متذکر شدند که باید در ارزیابی‌ها تلخی‌ها و شیرینی‌ها را کنار یکدیگر دید و مجموع آنها را محاسبه کرد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با تأکید بر اینکه مشکلات اقتصادی فقط مخصوص ایران نیست بلکه تقریباً همه کشورها از جمله کشورهای دارای اقتصاد قوی و پیشرفته نیز گرفتار مشکلات اقتصادی و حتی ورشکستگی بانک‌ها و بدهکاری‌های فوق‌العاده هستند، گفتند: مسئولان دولتی و همچنین فعالان اقتصادی، سیاسی و فرهنگی باید تمام تلاش خود را بکار گیرند تا با کاسته شدن تلخی‌ها و افزایش موفقیت‌ها، امسال یک سال شیرین برای ملت ایران باشد. ایشان درباره سال ۱۴۰۲ خاطرنشان کردند: مسئله اصلی و محوری کشور در سال جاری نیز، اقتصاد است. البته این به معنای نبود مشکل در بخش‌های دیگر نیست. در کشور مشکلات گوناگونی در زمینه‌های فرهنگی و سیاسی وجود دارد اما اگر دولت و مجلس و فعالان اقتصادی و گروه‌های مردمی جوان و پرانگیزه تمام تلاش خود را برحل مشکلات مردم قرار دهند، بسیاری از مسایل دیگر نیز حل خواهند شد.

۱۴۰۲ م‌ه‌ار تورم، رشد تولید



تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین ۱۴۰۱



۱۴۰۰ تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها



جهش تولید ۱۳۹۹



۱۳۹۸ رونق تولید



حمایت از کالای ایرانی ۱۳۹۷



۱۳۹۶ اقتصاد مقاومتی، تولید - اشتغال



اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل ۱۳۹۵



۱۳۹۴ دولت و ملت، هم‌دلی و هم‌زبانی



اقتصاد و فرهنگ،
با عزم ملی و مدیریت جهادی ۱۳۹۳

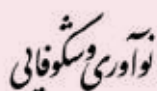
۱۳۹۲ حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی



۱۳۹۰ جهاد اقتصادی



۱۳۸۸ اصلاح الگوی مصرف



۱۳۸۶ سال اتحاد ملی، انسجام اسلامی

۱۳۸۴ تحت عنوان سال همبستگی ملی و مشارکت عمومی

۱۳۸۲ سال خدمت‌گزاری

۱۳۸۰ سال اقتدار ملی و اشتغال‌آفرینی

۱۳۷۸ سال امام خمینی

۱۳۷۶ توجه به معنویات و فضایل اخلاقی

۱۳۷۴ وجدان کاری، انضباط اجتماعی، انضباط اقتصادی

۱۳۷۲ عدالت اجتماعی

۱۳۷۰ صبح روشنی



تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی ۱۳۹۱



همت مضاعف، کار مضاعف ۱۳۸۹



نوآوری و شکوفایی ۱۳۸۷

سال پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله ۱۳۸۵

سال پاسخگویی ۱۳۸۳

به عنوان سال عزت و افتخار حسینی ۱۳۸۱

سال امام علی ۱۳۷۹

صرفه‌جویی و پرهیز از اسراف،
قناعت و پایداری بر مواضع اسلامی و انقلابی ۱۳۷۷

ضرورت پرهیز از اسراف و حفظ ثروت و منابع عمومی کشور ۱۳۷۵

صرفه‌جویی ۱۳۷۳

تحکیم معنویت ۱۳۷۱

تحول درونی و اصلاح امور ۱۳۶۹

نگاهی به بازوان توانمند مشورتی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران: کمیسیون‌های تخصصی در سال ۱۴۰۱



در سالی که گذشت کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران محل بررسی مسائل تولیدکنندگان و قطعه‌سازان بود. در گزارش پیش رو نگاهی اجمالی داشته‌ایم به آنچه سال ۱۴۰۱ در کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران گذشت.

صنعتی با توجه به تغییرات نرخ ارز و همچنین تبادل نظر درباره مشکلات و موانع موجود در مسیر صنعت لوازم خانگی برقرار بود و البته سوی دیگر این جلسات هم مهمانانی از شرکت مادر تخصصی صندوق حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع پیشرفته، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار داشتند.

دپارتمان قطعه‌سازان و پیگیری مسائل صنعت قطعه‌سازی لوازم خانگی

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران علاوه بر تولیدکنندگان به قطعه‌سازان نیز توجه داشته است؛ از این رو در جلسات دپارتمان تخصصی قطعه‌سازان، مسائل مرتبط با صنعت قطعه‌سازی مورد بحث و تبادل نظر قرار می‌گیرد. از نخستین دستورکارهای دپارتمان قطعه‌سازان در سال ۱۴۰۱ می‌توان به ارائه گزارش شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران (ISQI) و بررسی لزوم افزایش تعرفه گمرکی واردات قطعات لوازم خانگی دارای عمق ساخت داخل اشاره کرد.

کمیسیون صنعت؛ مجالی برای طرح دغدغه‌های تولیدکنندگان لوازم خانگی

کمیسیون صنعت انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سال ۱۴۰۱ محل بحث و تبادل نظر درباره مباحثی گوناگون بود؛ ریاست و نایب رئیسی این کمیسیون را آقایان عباس هاشمی و فرشاد براتی برعهده دارند. بررسی مواردی از جمله مکانیزم‌های مختلف سنجش رضایت مشتریان، طراحی نماد شفافیت و اصالت کالاهای با کیفیت ایرانی و چگونگی ارتباط آن با سامانه جامع تجارت و همچنین امکان استفاده از فناوری رادیو-شناسه (RFID) طی نیمه نخست سال ۱۴۰۱ در این کمیسیون انجام شد.

همچنین لزوم برخورد با قاچاق و کالاهای تقلبی، نقد و بررسی مشکلات اعطای تسهیلات بانکی به واحدهای تولیدی و لزوم اصلاح سهمیه‌بندی ورق فولادی سرد از جمله دیگر موارد مطرح شده در این کمیسیون طی سال ۱۴۰۱ بود. گفتنی است که در بهمن و اسفند ۱۴۰۱ نیز جلسات کمیسیون صنعت با محوریت معرفی خدمات و تسهیلات قابل ارائه، اهمیت تأمین سرمایه در گردش برای واحدهای



کمیسیون صادرات؛ تمرکز بر توسعه بازار صنعت لوازم خانگی

در هر صنعتی، صادرات یکی از ارکان اصلی است و حیاتی بودن عنصر صادرات برای صنایع لوازم خانگی ایران نیز غیرقابل کتمان است. کمیسیون صادرات در سال ۱۴۰۱ توجهی ویژه به کشورهای بازار هدف صادرات لوازم خانگی داشت و از همان ابتدای سال، اطلاع‌رسانی به اعضای زمینه برگزاری پانویون نمایشگاه‌های مختلف و ایجاد ارتباط با آنها را مورد توجه قرار داد. در همین راستا برقراری ارتباط بین اعضای و کارگزاران صادراتی ایران نیز دنبال شد.

در جلسات امسال کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به طور مشخص به دو بازار هدف توجه ویژه‌ای شد؛ این دو بازار هدف شامل اوراسیا و قاره آفریقا بوده است. در این باره باید به مکاتبات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با مدیرکل دفتر آسیای میانه، اوراسیا و قفقاز سازمان توسعه تجارت ایران اشاره کرد. این مکاتبات به منظور لحاظ کردن صنایع لوازم خانگی ایران در توافق پیمان تجارت آزاد با اتحادیه اوراسیا صورت گرفت.

دیگر جلسه مهمی که در همین رابطه برگزار شد، میان

از دیگر موارد مطرح شده در دیارتمان قطعه‌سازی از سال ۱۴۰۱ می‌توان به انجام تحلیل کارشناسی راجع به تأثیرات مخرب قیمت‌گذاری دستوری به‌ویژه در بحث شرکت‌های OEM اشاره کرد. از سویی دیگر در پاییز امسال، انتخابات هیأت رئیسه دیارتمان قطعه‌سازان برگزار شد که بر اساس آرای حاضرین، آقایان حامد گرشاسبی از شرکت رهشاد الکتریک و یوسف فتح اله باویلی از شرکت اریس سازه پارسیان به ترتیب به عنوان رئیس و نایب رئیس دیارتمان و برای دوره‌ای دو ساله انتخاب شدند.

گفتنی است که در راستای نشست‌های مشترک، دی ماه سال گذشته نشستی با حضور مدیرکل دفتر صنایع برق و الکترونیک وزارت صمت صورت گرفت که محور آن بحث و هم‌اندیشی در خصوص مشکلات قطعه‌سازان در حوزه الکترونیکی و برقی بود. همچنین دیگر نشست مشترک دیارتمان قطعه‌سازان با حضور مدیرعامل و معاون شرکت مادر تخصصی صندوق حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع پیشرفته به منظور بررسی روش‌های اخذ تسهیلات و ضمانت‌نامه توسط قطعه‌سازان عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران صورت گرفت.



”
از جمله سایر اقدامات و
خروجی‌های کمیسیون
صادرات انجمن صنایع
لوازم خانگی ایران
می‌توان به برگزاری
انتخابات جهت تعیین
هیأت رئیسه کمیسیون
و تهیه و تدوین
سند آئین‌نامه داخلی
کمیسیون صادرات
انجمن صنایع لوازم
خانگی ایران اشاره کرد.
“

رئیس اتاق بازرگانی دیوانیه عراق، مشاور امور بین‌الملل سازمان توسعه تجارت و مذاکره‌کننده توافق ایران با اوراسیا، وابسته اقتصادی ارمنستان در ایران و رئیس کمیسیون‌های صادرات، رسانه و ارتباطات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران حضور داشتند.

از جمله سایر اقدامات و خروجی‌های کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران می‌توان به برگزاری انتخابات جهت تعیین هیأت رئیسه کمیسیون و تهیه و تدوین سند آئین‌نامه داخلی کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اشاره کرد. لازم به ذکر است که در تاریخ ۲۴ دی ۱۴۰۱ آقایان محمود استقلال و رامین رزازی به عنوان رئیس و نایب رئیس انتخاب شدند.

کمیسیون خدمات پس از فروش و سامانه جامع گارانتی

این کمیسیون طی نخستین جلسات خود در سال ۱۴۰۱ به بحث و بررسی در زمینه مشکلات

کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران و اتاق بازرگانی ایران و آفریقا بود. انعکاس ظرفیت‌های صادراتی به آفریقا و همچنین آگاه‌سازی اعضاء از وضعیت تجاری، فرصت‌ها و برتری‌های موجود در صادرات به تانزانیا، کنیا و دیگر کشورهای آفریقایی از جمله موارد مورد بحث و تبادل نظر در این کمیسیون بود.

اما بی‌شک مهمترین نقطه عطف فعالیت‌های کمیسیون صادرات انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سالی که گذشت به نمایشگاه هامکس ۱۴۰۱ باز می‌گردد. در این نمایشگاه هیأت‌های تجاری یا نمایندگان اتاق مشترک از کردستان عراق، ارمنستان، تاجیکستان، فرانسه و آفریقا حضور داشتند.

همچنین در راستای بررسی فرصت‌های صادراتی، سمیناری با عنوان «فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایران با کشورهای همسایه با رویکرد صادرات و دانش‌بنیان» برگزار شد که در پیل این همایش دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران،

کمیسیون خدمات پس از فروش برای یک دوره ۲ ساله انتخاب شدند.

”

تبادل نظر درباره

تغییرات اعمال شده

بر استاندارد برچسب

مصرف انرژی کولر آبی

با حضور نمایندگان

شرکت‌های تولیدکننده

الکتروموتور صورت

گرفت.

“

کمیسیون کولر سازان؛ از استاندارد ملی تا برچسب مصرف انرژی

این کمیسیون در نخستین جلسات طی سال ۱۴۰۱ به بررسی نواقص و مشکلات استاندارد ملی عملکردی کولر آبی پرداخت. در همین راستا جلسه‌ای در سازمان ملی استاندارد ایران با حضور مدیرکل وقت استانداردهای معیار مصرف انرژی و محیط زیست این سازمان و رئیس آزمایشگاه کولر آبی پژوهشگاه استاندارد برگزار شد و تبادل نظر درباره تغییرات اعمال شده بر استاندارد برچسب مصرف انرژی کولر آبی با حضور نمایندگان شرکت‌های تولیدکننده الکتروموتور صورت گرفت. از دیگر اقدامات این کمیسیون می‌توان به تشکیل جلسه در محل پژوهشگاه نیرو با حضور نمایندگان این پژوهشگاه، سازمان ساتبا و سازمان ملی استاندارد ایران با موضوع بازنگری برچسب مصرف انرژی الکتروموتورهای کولری و ابعاد مختلف آن اشاره کرد. در این جلسه مقرر گردید که تولید الکتروموتورهای کولری اسپلیت فاز، از اول دی ماه سال ۱۴۰۱ متوقف شود.

نقد و بررسی ابلاغیه‌های سازمان ملی استاندارد ایران درباره تغییرات مصوب در استاندارد ملی عملکردی، بررسی دستورالعمل برچسب مصرف انرژی کولرهای آبی و همچنین عدم نظارت یکسان و هماهنگ سازمان ملی استاندارد در اجرای دقیق استانداردهای ملی در سطح استان‌های مختلف کشور از جمله اقدامات دیگر این کمیسیون در سال ۱۴۰۱ بوده است.

گفتنی است که در تاریخ سوم بهمن سالی که گذشت آقای سید حسین قدسی، مشاور فنی شرکت توان گاز به عنوان رئیس دوره‌ای کمیسیون کولر سازان و برای مدت ۲ سال انتخاب گردید.

کمیسیون رسانه و ارتباطات در مسیر تعامل با رسانه‌ها

کمیسیون «رسانه و ارتباطات» یکی از کمیسیون‌های راهبردی و تازه تأسیس انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سال ۱۴۰۱ است. این کمیسیون در طول فعالیت خود بر تقویت هرچه بیشتر و مؤثرتر راه‌های ارتباطی و رسانه‌ای انجمن متمرکز بوده است. هدف از این تلاش و اقدامات، تقویت جایگاه انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از لحاظ ارتباطات رسانه‌ای بوده، جایگاهی که



ثبت اطلاعات خدمات پس از فروش در سامانه جامع گارانتی و بازآموزی فرآیند دقیق ثبت اطلاعات در سامانه یادشده پرداخت. همچنین معرفی خدمات شرکت‌های دارای صلاحیت، جهت ارزیابی فرآیند خدمات پس از فروش طی جلسات مختلف مورد بحث و تبادل نظر اعضا این کمیسیون قرار گرفت.

از دیگر اقدام انجام شده طی جلسات کمیسیون خدمات پس از فروش طی سال ۱۴۰۱ می‌توان به حضور ۴ نفر از نمایندگان کمیسیون و انجمن در جلسات متعدد کارگروه ضمانت و تعهد وزارت صمت با دستور جلسات بررسی متن اصلاحیه ضوابط اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان در بخش خدمات فروش و پس از فروش لوازم خانگی، اشاره کرد.

گفتنی است که در زمستان ۱۴۰۱، انتخابات هیأت رئیسه این کمیسیون برگزار شد که بر اساس آرای حاضرین آقای احمد سعادت‌ی سالم و آقای هوشنگ رحمانی به عنوان رئیس و نایب



هم‌گرایی بیشتر در این صنعت را به همراه خواهد داشت.

از دیگر اقدامات کمیسیون رسانه و ارتباطات انجمن می‌توان به همکاری با آژانس‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی معتبر کشور اشاره کرد؛ نمود این موضوع را به ویژه در بسترسازی‌های رسانه‌ای جهت برگزاری رویداد نمایشگاه بین‌المللی صنایع لوازم خانگی ایران (هامکس ۱۴۰۱) می‌توان دید.

در کنار این موارد، لازم است یک اقدام مهم کمیسیون رسانه و ارتباطات نیز ذکر شود؛ این اقدام برگزاری جلسه‌ای مشترک با حضور سخنگوی وزارت صنعت، معدن و تجارت در انجمن صنایع لوازم خانگی ایران بود. در این جلسه با حضور امید قالیباف، مشکلات و پیشنهادات اعضا به طور مستقیم بیان شد و همچنین این موارد پس از جلسه در قالب نامه‌ای برای سخنگوی وزارت صمت، به عنوان نماینده اصلی‌ترین دستگاه اجرایی مرتبط با صنعت ارسال گردید.

گفتنی است که در سال ۱۴۰۱، انتخابات هیأت رئیسه کمیسیون رسانه و ارتباطات نیز انجام شد. در این جلسه کاندیداهای ریاست و نایب رئیسی کمیسیون تخصصی رسانه و ارتباطات ضمن تبیین سوابق و رزومه علمی و اجرایی، خود را در معرض آرای حاضرین قرار دادند. بر اساس نتایج به دست آمده از این انتخابات، آقایان فرشاد براتی و محمود کیاپور با رأی قاطع اعضا برای مدت دو سال به عنوان رئیس و نایب رئیس کمیسیون رسانه انجمن انتخاب شدند.

کمیسیون آموزش؛ برگزاری دوره IMBA برای اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

امروزه آموزش به عنوان یکی از ارکان اصلی در توسعه منابع انسانی صنایع صنعت شناخته می‌شود، چه آنکه به مدد آموزش و بهره‌گیری از دانش روز دنیا به ویژه در زمینه تکنولوژی و طراحی محصول، می‌توان صنعتی پویاتر داشت. کمیسیون تخصصی «آموزش و توسعه منابع انسانی» انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، در راستای افزایش هرچه بیشتر بهره‌وری، آگاهی و به‌روزرسانی اطلاعات و دانش نیروی انسانی تشکیل شده است؛ این کمیسیون تخصصی، ضمن نیازسنجی دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی مورد نیاز واحدهای عضو انجمن با ملاک‌های مشترک مؤسسات و مراکز آموزشی

”
از دیگر اقدامات
کمیسیون رسانه و
ارتباطات انجمن
می‌توان به همکاری با
آژانس‌ها و شرکت‌های
تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی
معتبر کشور اشاره کرد؛
نمود این موضوع را به
ویژه در بسترسازی‌های
رسانه‌ای جهت برگزاری
رویداد نمایشگاه
بین‌المللی صنایع لوازم
خانگی ایران (هامکس
۱۴۰۱) می‌توان دید.
“

(علمی-پژوهشی) معتبر کشور برگزار می‌کند. از جمله اقدامات صورت گرفته در کمیسیون آموزش انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، می‌توان به نیازسنجی آموزشی با مشورت از نمایندگان آموزش واحدهای عضو اشاره کرد. همچنین در این کمیسیون تخصصی نیازسنجی‌های آموزشی مرتبط با حوزه‌های تخصصی، اعم از صنعت، صادرات، استاندارد، خدمات پس از فروش، رسانه و ارتباطات و قطعه‌سازان و سایر کمیسیون‌های تخصصی در دستور کار قرار دارد. از دیگر کارکردهایی که در عرصه آموزش می‌تواند مورد اشاره قرار بگیرد، برقراری همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی تراز اول است؛ در راستای چنین رسالتی، کمیسیون آموزش انجمن صنایع لوازم خانگی ایران اقدام به انعقاد تفاهم‌نامه‌هایی با دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی و سازمان مدیریت صنعتی و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID.ir) کرده است. این توافقات صورت گرفته در جهت بهبود کیفی آموزش اعضا بوده است و

”
از جمله استانداردهای
مورد بررسی درباره لوله
اصلی اجاق گاز می‌توان
به بررسی روش‌های
خم‌کاری لوله، جنس
لوله اصلی، درزبندی
بخش اتصال لوله به
سرشیلنگی، استحکام
کششی لوله و میزان
مجاز دوپهنی در فرم
دهی لوله‌های انشعاب
می‌توان اشاره کرد.“



گاز، انجام تحقیقات میدانی و آزمون‌های مختلف همزمان با بررسی استانداردهای بین‌المللی مورد تصویب اعضای کمیسیون، تولیدکنندگان اجاق گاز خانگی، سازندگان لوله اصلی اجاق گاز و نمایندگان آزمایشگاه‌های همکار قرار گرفت.

از جمله استانداردهای مورد بررسی درباره لوله اصلی اجاق گاز می‌توان به بررسی روش‌های خم‌کاری لوله، جنس لوله اصلی، درزبندی بخش اتصال لوله به سرشیلنگی، استحکام کششی لوله و میزان مجاز دوپهنی در فرم دهی لوله‌های انشعاب می‌توان اشاره کرد.

همچنین تعیین میزان خوردگی پوشش گالوانیزه به میزان نیم میکرون به ازاء هر سال کارکرد اجاق گاز خانگی، انجام آزمون و تعیین میزان حجم گاز عبوری از مقطع دوپهن شده و تعیین میزان مجاز لوله و نوع پلمپ سرلوله به میزان حداکثر ۲۰ درصد و مجاز نبودن وجود هرگونه چروکیدگی و یا شکستگی در محل خم لوله از دیگر مباحث مطرح شده در جلسات کمیسیون استاندارد بوده است.

به دنبال آن دوره‌های IMBA به صورت مشترک و مخصوص برای اعضای انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار می‌شود.

دستورکار برای تدوین استاندارد لوله اصلی اجاق گاز در کمیسیون استاندارد

استاندارد همواره با کیفیت سر و کار دارد و در بحث تولید به‌ویژه در حوزه لوازم خانگی این امر فراتر از کیفیت، با جان و زندگی افراد مصرف‌کننده مرتبط خواهد بود. انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از این حیث برگزاری جدی کمیسیون تدوین استاندارد را در دستور کار خود دارد.

نخستین دستور جلسه این کمیسیون برای سال ۱۴۰۱، بررسی لزوم تدوین استاندارد کارخانه‌ای سرشعله و لوله اصلی اجاق گاز خانگی بود. این امر از آن حیث دارای اولویت اول است که وجود استاندارد ملی تدوین شده‌ای برای این دو قطعه حساس وجود دارد.

در راستای اولویت قرارگرفتن لوله اصلی اجاق

مهمترین رویدادهای کمیسیون‌های تخصصی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سال ۱۴۰۱

۱۴۰۱

بحث و تبادل نظر درباره تغییرات اعمال شده روی استاندارد
برچسب مصرف انرژی کولر آبی

انعقاد تفاهم نامه هائی با دانشگاه خواجه
نصیرالدین طوسی و سازمان مدیریت صنعتی برای
جهش کیفی در امر آموزش و برگزاری دوره های IMBA
ویژه صنعت لوازم خانگی

بررسی میزان مجاز دوپهنی در فرم
دهی لوله‌های انشعاب و مجاز بودن یا
نبودن استفاده از نوار تفلون
با استناد به استانداردهای اروپائی EN

۱۴۰۱ / ۶ / ۹

۱۴۰۱ / ۶ / ۱۹

۱۴۰۱ / ۶ / ۵

نگاهی به فرصت‌های تجاری سازی در جریان نمایشگاه هامکس ۱۴۰۱



۱۴۰۱ / ۶ / ۲۰

بررسی روند پی گیری مشکلات شرکت‌های عضو انجمن در ارتباط با
ثبت اطلاعات تولید و فروش در سامانه جامع تجارت



۱۴۰۱ / ۶ / ۳۰

تبدیل پیک شورا به ماهنامه آینده سازان صنایع لوازم خانگی



تصمیم درباره توقف تولید الکتروموتورهای کولری اسپلیت فاز

۱۴۰۱ / ۷ / ۲۵

۱۴۰۱ / ۷ / ۱

۱۴۰۱ / ۸ / ۷

بحث و تبادل نظر درباره روش‌های توسعه صادرات
لوازم خانگی به فدراسیون روسیه



۱۴۰۱ / ۷ / ۱۱

بررسی برخی از موارد مطرح در جلسات
کارگروه ضمانت و تعهد وزارت صمت



۱۴۰۱ / ۱۲ / ۸

بررسی ابهامات و بایدها و نبایدهای سامانه ارزیابی فرآیند خدمات پس از فروش



بررسی اهمیت تأمین سرمایه در گردش واحدهای صنعتی
با توجه به تغییرات نرخ ارز
با حضور مدیر اداره تأمین مالی زنجیره تولید بانک مرکزی ج.ا.ا.
و مدیر کل دفتر محیط کسب و کار وزارت صمت

۱۴۰۱ / ۱۱ / ۱۷

۱۴۰۱ / ۱۲ / ۹

معرفی خدمات و تسهیلات قابل ارائه توسط شرکت
مادر تخصصی صندوق حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع پیشرفته

۱۴۰۱ / ۱۲ / ۶

بررسی فرصت‌های تجاری ایران و ارمنستان با حضور عضو هیئت مدیره
اتاق مشترک بازرگانی ایران و تاجیکستان

۱۴۰۲

کسب رتبه عالی آموزش (۱۰۰ از ۱۰۰)
از طرح ارزیابی سالانه انجمن‌ها
و تشکل‌های تابعه اتاق ایران

۱۴۰۱ / ۶ / ۱

۱۴۰۱ / ۴ / ۲۵

بررسی پتانسیل تجاری ارمنستان
با حضور رئیس هیئت مدیره اتاق بازرگانی مشترک ایران و ارمنستان

۱۴۰۱ / ۴ / ۱۴

بررسی نقش روابط عمومی‌ها به عنوان واحدی
راهبردی جهت پیشبرد اهداف سازمانی

۱۴۰۱ / ۴ / ۶

بحث و بررسی در زمینه مشکلات ثبت اطلاعات
خدمات پس از فروش در سامانه جامع گارانتی
و بازآموزی فرایند دقیق ثبت اطلاعات در این سامانه

۱۴۰۱ / ۴ / ۱۴

نیازسنجی آموزشی با حضور نمایندگان آموزش واحدهای عضو

بررسی مکاتبات متعدد انجمن با کلیه
نهادهای متولی و دست اندرکار در رابطه
با نواقص متن اصلاحیه ضوابط اجرایی
خدمات پس از فروش لوازم خانگی

۱۴۰۱ / ۸ / ۳۰

۱۴۰۱ / ۹ / ۱۲

بررسی وضعیت صادرات ایران به آفریقا
با حضور رئیس اتاق بازرگانی ایران و شرق آفریقا

۱۴۰۱ / ۹ / ۱۵

طرح مسائل و مشکلات
نمایندگان صنایع لوازم خانگی
با سخنگوی وزارت صمت

۱۴۰۱ / ۹ / ۲۲

۱۴۰۱ / ۹ / ۲۹

پوشش کامل رسانه‌ای و
حضور رسانه‌های مهم و مختلف در
نمایشگاه هامکس ۱۴۰۱



۱۴۰۱ / ۱۰ / ۱

نیازسنجی آموزشی مربوط به حوزه‌های تخصصی صنعت صادرات،
استاندارد، خدمات پس از فروش، رسانه و قطعه‌سازان
جهت تدوین تقویم آموزشی سال ۱۴۰۲ و برنامه‌ریزی برگزاری آنها

نقد و بررسی ابلاغیه‌های سازمان ملی استاندارد ایران، دستورالعمل برجسب مصرف انرژی
کولرهای آبی و همچنین عدم نظارت یکسانم سازمان ملی استاندارد در اجرای دقیق استاندارددهلی

تعیین مجازنبودن وجود هرگونه چروکیدگی و یا شکستگی
در محل خم لوله

۱۴۰۱ / ۱۰ / ۲۸

۱۴۰۱ / ۱۰ / ۱۴

بررسی روش‌های اخذ تسهیلات و ضمانت‌نامه توسط
قطعه‌سازان عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

آبان-دی ۱۴۰۱

نشست‌های خبری انجمن با اصحاب
رسانه‌های داخلی و خارجی

۱۴۰۱ / ۱۰ / ۲۰

۱۴۰۱ / ۱۰ / ۲۴

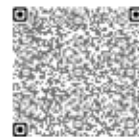
۱۴۰۱ / ۱۱ / ۹

بررسی پتانسیل‌های تجاری اوراسیا با حضور مشاور امور بین‌الملل
و توافق‌نامه‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران

بررسی راهکارهای توسعه صادرات
قطعات با کیفیت لوازم خانگی
پس از تهیه و نندو رلیست حاوی رتبه‌بندی
قطعه‌سازان عضو انجمن

جدول زمانی برگزاری کمیسیون‌های تخصصی ۱۱ انجمن در سال ۱۴۰۲

سه ماهه اول	سه ماهه دوم	سه ماهه سوم	سه ماهه چهارم	کمیسیون صنعت (۹ جلسه در سال روزهای یکشنبه)
۱۴۰۲/۲/۱۷ ۱۴۰۲/۳/۲۸ ۱۴۰۲/۴/۲۵ ۱۴۰۲/۵/۲۹ ۱۴۰۲/۶/۲۶	۱۴۰۲/۷/۳۰ ۱۴۰۲/۹/۱۲	۱۴۰۲/۱۰/۱۰ ۱۴۰۲/۱۱/۱۵		
دپارتمان قطعه سازان (۷ جلسه در سال روزهای یکشنبه)	۱۴۰۲/۲/۳۱ ۱۴۰۲/۵/۲۲ ۱۴۰۲/۴/۱۱	۱۴۰۲/۷/۹ ۱۴۰۲/۸/۱۴	۱۴۰۲/۱۰/۲۴ ۱۴۰۲/۱۲/۱۳	
کمیسیون صادرات (۸ جلسه در سال روزهای شنبه)	۱۴۰۲/۲/۹ ۱۴۰۲/۳/۲۷ ۱۴۰۲/۴/۳۱ ۱۴۰۲/۶/۴	۱۴۰۲/۷/۲۲ ۱۴۰۲/۹/۴	۱۴۰۲/۱۰/۱۶ ۱۴۰۲/۱۱/۲۸	
کمیسیون خدمات پس از فروش (۷ جلسه در سال روزهای دوشنبه)	۱۴۰۲/۲/۱۸ ۱۴۰۲/۵/۲۳ ۱۴۰۲/۴/۵	۱۴۰۲/۷/۱۰ ۱۴۰۲/۹/۶	۱۴۰۲/۱۰/۱۱ ۱۴۰۲/۱۱/۳۰	
کمیسیون رسانه (۴ جلسه در سال روزهای یکشنبه)	۱۴۰۲/۲/۱۹ ۱۴۰۲/۵/۱۷	۱۴۰۲/۷/۴	۱۴۰۲/۱۰/۲۶	
کمیسیون استاندارد (۱۷ جلسه در سال روزهای چهارشنبه)	۱۴۰۲/۲/۱۳ ۱۴۰۲/۲/۲۷ ۱۴۰۲/۳/۱۰ ۱۴۰۲/۳/۲۴ ۱۴۰۲/۵/۲۵ ۱۴۰۲/۵/۱۱ ۱۴۰۲/۴/۲۸ ۱۴۰۲/۴/۱۴	۱۴۰۲/۷/۵ ۱۴۰۲/۷/۱۹ ۱۴۰۲/۸/۳ ۱۴۰۲/۹/۸ ۱۴۰۲/۹/۲۲	۱۴۰۲/۱۰/۶ ۱۴۰۲/۱۰/۲۰ ۱۴۰۲/۱۱/۴ ۱۴۰۲/۱۲/۱۸	
کمیسیون کالای سفید (۳ جلسه در سال روزهای دوشنبه)	۱۴۰۲/۳/۸ ۱۴۰۲/۶/۱۳	۱۴۰۲/۱۰/۲۵	—	
کمیسیون لوازم خانگی کوچک (۴ جلسه در سال روزهای چهارشنبه)	۱۴۰۲/۲/۲۰ ۱۴۰۲/۵/۱۸	۱۴۰۲/۹/۱۵	۱۴۰۲/۱۱/۱۱	
کمیسیون صوتی و تصویری (۴ جلسه در سال روزهای دوشنبه)	۱۴۰۲/۲/۱۱ —	۱۴۰۲/۷/۲۴	—	
کمیسیون آموزش (۲ جلسه در سال روزهای دوشنبه)	۱۴۰۲/۲/۲۵ ۱۴۰۲/۵/۱۶	۱۴۰۲/۷/۱۷	۱۴۰۲/۱۰/۱۸	
کمیسیون لوازم خانگی غیر انرژی‌بر (۴ جلسه در سال روزهای شنبه)	۱۴۰۲/۲/۲۳ ۱۴۰۲/۵/۲۸	۱۴۰۲/۷/۲۹	۱۴۰۲/۱۰/۳۰	



نگاهی به آخرین شامخ اعلامی در سال ۱۴۰۱

بهبود قابل توجه شامخ ماشین سازی و لوازم خانگی



در دی‌ماه سال ۱۴۰۱ شاخص مدیران خرید (PMI) سقوط سنگینی را تجربه کرد و به‌نوعی به کمترین مقدار خود در دوره محاسبه به‌استثنای فروردین هر سال و اسفند ۹۸ (شیوع ویروس کووید ۱۹) رسید. در دی‌ماه نظرسنجی از بنگاه‌های اقتصادی نشان می‌دهد که سقوط شامخ کل اقتصاد به محدوده ۴۱/۸۹ واحد، تحت تأثیر عواملی نظیر تشدید رشد هزینه‌های ناشی از تورم و تنش نرخ ارز به‌اضافه چالش کمبود انرژی بود.

اما در بهمن‌ماه ورق برای شامخ برگشت و توانست دوباره خود را به منطقه رونق (بالای ۵۰ واحد) برساند، بازگشتی که می‌توان آن را به‌واسطه نزدیک شدن به ایام پایان سال، نوروز و بهبود تقاضا در بازارها دانست. در ادامه مروری خواهیم داشت بر شامخ بهمن ۱۴۰۱ که تا لحظه تنظیم این گزارش آخرین شامخ ارائه شده از سوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران بوده است.

وضعیت شامخ کل در بهمن‌ماه

شامخ کل اقتصاد ایران در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ با ثبت عدد ۵۱/۳۵ پس از سه ماه رکود مجدداً به ناحیه رونق بازگشته و حاکی از بهبود فعالیت‌ها نسبت به ماه گذشته است. ماه گذشته رکودی کم‌سابق با شاخص ۴۱/۸۹ از سوی مدیران خرید گزارش شده بود. با تشدید رکود طی ماه‌های پاییز و ابتدای زمستان و رسیدن شامخ کل دی‌ماه به کمترین مقدار در سال جاری و با نزدیک شدن به پایان سال، بهبود فعالیت‌های اقتصادی نسبت به ماه گذشته مورد انتظار بود. علی‌رغم ثبت عدد کم‌سابقه شامخ در دی‌ماه، شامخ بهمن‌ماه ۱۴۰۱ نسبت به بهمن‌ماه سال گذشته تغییر محسوسی را نشان نمی‌دهد. بر اساس گزارش مدیران خرید در بهمن‌ماه میزان

فعالیت کسب‌وکارها افزایش یافته است و به ۵۳/۴۵ واحد رسیده است. در این ماه نسبت به ماه قبل از شدت کاهش سفارشات جدید کاسته شده، به‌نحوی که این مؤلفه به مرز حدود ۵۰ رسیده است. همچنین سرعت انجام و تحویل سفارشات بهبود یافته و به رتبه ۵۷/۷۲ رسیده است، علاوه بر این شاهد کاهش قابل‌توجه در موجودی مواد اولیه خریداری شده هستیم. در میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی کار نیز تغییر محسوسی به چشم نمی‌خورد و شاخص حوالی ۵۱/۱۴ دیده می‌شود.

از واگرایی تا همگرایی پیرامون ۵۰ واحد

طی ماه‌های آبان و آذر شاهد واگرایی بین شامخ کل و شامخ صنعت در نواحی مرزی پائین و بالای ۵۰ بودیم.

واضحی بر روند تقاضا در بازار کامودیتی‌ها می‌گذارد. در صورتی‌که سیاست‌های حزب کمونیست چین برای بازگرداندن اقتصاد به مسیر رشد بتواند به واقعیت تبدیل شود، می‌توان به رشد تقاضا برای محصولات تولیدی در حوزه فلزات اساسی، نفت و گاز و پتروشیمی امیدوار بود.

تورم، جهش نرخ ارز و دیگر پارامترهای داخلی

همچنین در بهمن‌ماه در بعد داخلی، عوامل مختلفی بر وضعیت کسب‌وکارها تأثیرگذار بودند. کماکان جهش قیمت ارز از عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای مختلف بوده به‌نحوی‌که افزایش بهای مواد اولیه به میزان بیشتری نسبت به ماه گذشته گزارش شده است. وضعیت نسبتاً بهتر تقاضا در بازارها نسبت به ماه‌های قبل به دلیل نزدیک شدن به عید نوروز تا حدودی وضعیت کسب‌وکارها را بهبود داده است، هرچند که گزارش‌ها از نرخ تورم ماهانه و نقطه‌به‌نقطه حکایت از کاهش قدرت خرید خانوارهای ایرانی دارد. گزارش‌های منتشر شده توسط مرکز آمار ایران و همچنین بانک مرکزی پیش‌بینی‌های قبلی شامخ را که حاکی از رشد تورم طی ماه‌های آتی بود، تأیید کرده‌اند. بر اساس گزارش مرکز آمار ایران نرخ تورم سالانه بهمن‌ماه ۱۴۰۱ برای خانوارهای کشور به ۷/۴۷ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۴/۱ واحد درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین نرخ تورم نقطه‌ای در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به عدد ۴/۵۳ درصد رسیده است. نرخ تورم نقطه‌ای بهمن‌ماه ۱۴۰۱ در مقایسه با ماه قبل ۱/۲ واحد درصد افزایش یافته است.

جهش بی‌رویه نرخ ارز، همه فعالان اقتصادی را در تأمین مواد اولیه موردنیاز با مشکل روبرو کرده است. در بهمن‌ماه نیز طبق اعلام مدیران خرید شاهد افزایش بهای مواد اولیه هستیم. به گفته برخی فعالان اقتصادی شدت بی‌ثباتی قیمت‌ها به حدی است که برخی عرضه‌کنندگان مواد اولیه تمایلی به فروش محصولات خود نداشته و گهگاه شرکت‌ها برای خرید مواد موردنیاز خود نمی‌توانند برنامه‌ریزی کنند.

شامخ صنعت در بهمن‌ماه

شامخ صنعت در بهمن‌ماه با ثبت عدد ۵۷/۳۹ پس از رکود فعالیت‌ها در دی‌ماه (۴۵/۶ واحد) مجدداً به ناحیه بالای ۵۰ برگشته و نشان از بهبود فعالیت‌ها در بخش صنعت کشور دارد. مؤلفه‌های شامخ صنعت نشان می‌دهد که میزان تولید محصولات افزایش قابل‌توجهی داشته (۵۸/۷۳ واحد) و میزان سفارشات جدید به میزان چشمگیری افزایش یافته است (۶۳/۱۴). بنا بر اعلام مدیران خرید در بهمن‌ماه سرعت انجام و تحویل سفارشات به میزان قابل‌توجهی افزایش یافته (۵۷/۸۴) و میزان استخدام نیروی کار نیز افزایش داشته است.

در دی‌ماه شامخ کل و شامخ صنعت در ناحیه کمتر از ۵۰ همگرا شدند. پیمایش شامخ در بهمن‌ماه حاکی از همگرایی شامخ کل و شامخ صنعت در ناحیه بالای ۵۰ است که در صورت همراهی عوامل بنیادین بازارها، این وضعیت می‌تواند در اسفندماه نیز تداوم داشته باشد.

تداوم افزایش قیمت خرید مواد اولیه

در شامخ اعلامی برای بهمن ۱۴۰۱، کماکان و قویاً افزایش قیمت خرید مواد اولیه از سوی مدیران خرید گزارش شده است. در حقیقت رتبه ۸۶/۴۹ واحدی قیمت خرید مواد اولیه یکی از دلایل افت موجودی مواد اولیه است.

فروش کل با رتبه ۵۷/۲۱ واحدی شاهد افزایش قابل‌توجه بوده و فروش صادراتی با رتبه ۴۴/۵۴ واحدی کاهش قابل‌ملاحظه‌ای را تجربه کرده است. همچنین قیمت محصولات تولیدی با افزایش چشمگیری مواجه شده است. در نتیجه رتبه ۶۱/۸۴ برای این مورد و لحاظ کردن افزایش شدید در قیمت مواد اولیه اجتناب‌ناپذیر و پیش‌بینی شده بود.

شامخ بهمن ۱۴۰۱ از منظر بازارهای جهانی

از منظر بازارهای بین‌المللی، اقتصاد جهانی همچنان با ریسک‌های مؤثری روبرو است. ازجمله مهم‌ترین عوامل می‌توان به مسیر سیاست پولی بانک مرکزی ایالات متحده و برنامه دولت چین برای بازیابی اقتصاد این کشور در سال جدید میلادی اشاره کرد. طی ماه‌های ابتدایی سال جاری میلادی گزارش‌های مثبتی از وضعیت اقتصاد ایالات متحده منتشر شده است؛ اما به گفته ناظران سرعت کاهش نرخ تورم در این کشور مطابق با نظر فدرال رزرو نبوده و افزایش نسبی دستمزدها در ایالات متحده پیش‌بینی‌ها در خصوص حمایت ادامه‌دار سیاست‌گذار پولی ایالات متحده از افزایش نرخ بهره و احتمال افزایش مجدد نرخ بهره به‌منظور کنترل تورم را تقویت کرده است.

همچنین شاخص مدیران خرید چین در ماه فوریه ۲۰۲۳ در بخش تولیدی با ثبت عدد ۵۲/۶ و در بخش خدمات با ثبت عدد ۵۶/۳ و در ژانویه ۲۰۲۳ با ثبت عدد ۵۰/۱ در بخش تولیدی و ۵۴ در بخش خدمات با قرار گرفتن در ناحیه رشد، حکایت از روند رو به بهبود فعالیت‌های اقتصادی چین دارد. این موضوع اثرات زیادی در بازارهای بین‌المللی و ارزش کامودیتی‌ها خصوصاً نفت خام و فلزات داشته است.

در چنین شرایطی چشم امید فعالان بازارهای جهانی به تصمیمات کنگره خلق چین و فدرال رزرو است. تصمیمات اتخاذشده در این کنگره، مسیر رشد اقتصادی چین برای سال جاری میلادی را مشخص کرده و تأثیر



بهمن‌ماه پس از رکود شدید در ماه گذشته رونق یافته است.

در میان صنایع مورد بررسی، بیشترین عدد شامخ متعلق به گروه نساجی (۶۵/۳) و کمترین شامخ طبق روال پنج ماه اخیر متعلق به گروه پوشاک و چرم است (۵۲/۸). باید به این موضوع مهم اشاره داشت که شامخ گروه پوشاک و چرم پس از هشت ماه (از اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۱) در ناحیه رونق قرار گرفته است. پس از صنایع نساجی، شامخ گروه‌های ماشین‌سازی و لوازم‌خانگی (۶۴/۹)، کانی‌های غیرفلزی (۵۸/۹)، وسائل نقلیه و قطعات وابسته (۵۸/۴)، لاستیک و پلاستیک (۵۸/۱)، چوب کاغذ و مبلمان (۵۶/۷)، فرآورده‌های نفت و گاز (۵۶/۷) و صنایع فلزی (۵۶/۳) قرار گرفته‌اند که شامخ آنها حاکی از رشد قابل ملاحظه در کسب‌وکارهای این صنایع نسبت به دی‌ماه است. همچنین مدیران خرید گروه‌های صنایع غذایی (۵۴/۱) و پوشاک و چرم (۵۲/۷) نیز بهبود اندک در کسب‌وکارها را گزارش کرده‌اند.

همچنین آمار معاملات بورس کالای ایران در بهمن نشان می‌دهد که در این ماه، ۱۰ میلیون و ۳۹۹ هزار و ۵۷۰ تن انواع کالا و محصول و ۱۰ هزار و ۷۳۰ دستگاه خودرو به ارزش بیش از ۱۰۵ هزار و ۵۷ میلیارد تومان در بازار فیزیکی معامله شد که حجم و ارزش معاملات نسبت به دی‌ماه به ترتیب رشد ۱۸/۵ درصدی و ۱۳/۵ درصدی را نشان می‌دهد.

همچنین موجودی مواد اولیه خریداری شده به مقدار قابل توجهی کاهش داشته است، که عمدتاً به دلیل روند افزایشی قیمت مواد اولیه است. افزایش شدید در قیمت مواد اولیه در تمام ماه‌های سال جاری از سوی مدیران خرید گزارش شده که بر اساس شواهد موجود به میزان زیادی ناشی از افزایش نرخ ارز و انتظارات تورمی موجود در خصوص قیمت ارز و مواد اولیه است.

از سویی دیگر و از لحاظ میزان فروش تغییری در صادرات محصولات گزارش نشده است و البته فروش کل محصولات با رتبه ۵۸/۶۳ حکایت از افزایشی قابل ملاحظه دارد که می‌توان آن را به رشد فروش داخلی بنگاه‌ها مرتبط دانست. موضوع قابل‌توجه دیگر افزایش قیمت محصولات تولیدی است که از سوی بخش زیادی از مدیران خرید صنایع مختلف گزارش شده است. به دنبال افزایش شدید در قیمت مواد اولیه، طبیعی است که قیمت محصولات نیز افزایش یابد و پیش‌بینی می‌شود این روند تداوم داشته باشد.

شامخ گروه‌های ماشین‌سازی و لوازم‌خانگی در رتبه دوم

شامخ کلیه صنایع مورد بررسی به‌جز سایر صنایع، در پیمایش بهمن‌ماه در ناحیه رونق و بالاتر از ۵۰ به دست آمده است. باوجود تفاوت‌های قابل توجه در ساختار هزینه و درآمد صنایع مختلف و تأثیرپذیری متفاوت آنها از متغیرهای کلان اقتصادی، وضعیت تمامی صنایع در



ریاست جمهوری
معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان

معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری در سالی که گذشت

تغییر در سطوح سیاست گذاری

به گزارش آهام ایران، پس از تغییراتی در سطوح ریاست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در پاییز سال ۱۴۰۱، تغییراتی در سطح سیاست گذاری این معاونت ریاست جمهوری نیز به وجود آمد تا آنجا که نام این نهاد نیز به «معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان» تغییر کرد. حالا معاون علمی، فناوری و دانش بنیان ریاست جمهوری خبر از تغییراتی دیگر داده است.

به توسعه اقتصاد و زنجیره ارزش و توسعه کنسرسیوم های دانش بنیان و همچنین شرکت های پیشران است. به گفته دهقانی فیروزآبادی شرکت های دانش بنیان براساس ارزش استفاده از تکنولوژی های پیچیده تر و پیشرفته تر مورد ارزیابی قرار نمی گیرند، بلکه ارزش آنها براساس بازار اشتغال و ثروتی است که ایجاد می کنند. بر همین اساس در دور جدید فعالیت این معاونت دیگر دانش بنیان ها به دسته ۱، ۲ و ۳ تقسیم نمی شوند و دسته بندی دانش بنیان ها به سه شرکت نوپا، فناور و نوآور خواهد بود. آنطور که معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان می گوید، شرکت های دانش بنیان هم براساس همین تعریف

روز شنبه ۲۰ اسفند ۱۴۰۱ روح الله دهقانی فیروزآبادی در همایش «بنگاه؛ فناوری و رشد اقتصادی» که با حضور وزرای صنعت و معدن، علوم تحقیقات و فناوری و جمعی از صنعت گران و اساتید دانشگاه برگزار شد، مواردی را بیان کرد که می توان آن را دستورکارهای جدید این معاونت ریاست جمهوری قلمداد کرد. این نشست با هدف رویکردهای این سه دستگاه در توسعه فناوری و نوآوری برگزار شده بود.

ارزش گذاری دانش بنیان ها بر اساس بازار اشتغال و تولید ثروت
به گزارش مجله کارنگ، روح الله دهقانی فیروزآبادی در این همایش تأکید کرد که سیاست های جدید معاونت علمی معطوف

تشکیل ستادهای جدید برای توسعه فناوری

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان در نهایت اشاره کرد که: «در بحث توسعه علم در معاونت علمی به عنوان مجموعه‌ای که بتواند نوک پیکان توسعه علم در کشور باشد و به آن جهت دهد، هدفمان توسعه بنیاد علم ایران است. در توسعه کارآفرینی هم نگاه ۱۰ سال اخیر حمایت از شتاب‌دهنده‌ها، مراکز رشد و پارک‌های علمی و فناوری بوده و ما خودمان را همچنان موظف می‌دانیم که به این حمایت ادامه دهیم. در گام بعدی، توسعه فناوری و توسعه اقتصاد را با تشکیل ستادهای هماهنگ و موزون در معاونت به پیش خواهیم برد.»

به گفته فیروزآبادی در دوره جدید فعالیت معاونت علمی و فناوری مرکز راهبری فناوری‌ها در این معاونت موظف به همکاری کاملاً جدی و متراکم با دانشگاه شده است، چرا که به باور او علم و فناوری بستر تولیدش در دانشگاه رخ می‌دهد.

جدید و اندازه‌شان مورد حمایت قرار می‌گیرند؛ یعنی یک شرکتی که گردش مالی‌اش ۱۰۰ میلیارد تومان است، حمایتی که دریافت می‌کند با شرکتی که گردش مالی ۱۰۰ میلیون تومانی دارد فرق خواهد کرد.

دستور کار پنج‌گانه معاونت علمی

دهقانی فیروزآبادی با بیان اینکه به عنوان معاونت رئیس جمهوری پنج وظیفه برای این نهاد قائل است گفت: «پنج وظیفه اصلی که ما به دنبال اجرای آن هستیم کمک به توسعه اندیشه‌ورزی و رشد اندیشه‌ده‌ها در کشور است و در گام بعدی می‌خواهیم به توسعه و رونق گرفتن علم کمک کنیم. کمک کردن به توسعه فناوری در کشور و توسعه اقتصاد دانش بنیان و همچنین توسعه کارآفرینی از دیگر وظایفی است که آن را دنبال می‌کنیم.» به گفته او برای رسیدن به این اهداف باید مجموعه سیاست‌گذاری‌های جدیدی تعریف شود.





آخرین پایش ملی محیط کسب و کار ایران در سال ۱۴۰۱

محیط کسب و کار به مجموعه عواملی گفته می‌شود که اگرچه بر عملکرد یا ادارهٔ بنگاه‌های اقتصادی تأثیر دارند ولی تقریباً خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها هستند؛ عواملی نظیر قوانین و مقررات، میزان بازدارندگی، فرهنگ کاری در یک منطقه و... که در کشورها و مناطق جغرافیایی گوناگون، در هر رشته کاری و نیز در طول زمان متفاوت هستند را می‌توان از جمله پارامترهای محیط کسب و کار به حساب آورد. در انتهای سال ۱۴۰۱ نتایج پایش ملی محیط کسب و کار ایران در پاییز ۱۴۰۱ منتشر شد که آن را در ادامه از نظر می‌گذرانید.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در قالب اجرای یک طرح پژوهشی در سال ۱۳۹۴، نسبت به شناسایی و معرفی شاخص‌های ملی پایش محیط کسب و کار اقدام نمود.

درباره شاخص محیط کسب و کار

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 آن هم بیشتر خواهد بود و به دنبال آن هر چه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در جامعه‌ای بیشتر باشد، عملکرد اقتصاد 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؛ پیش نیاز دستیابی به این مهم، نیازمند وجود فرآیندی مستمر برای پایش و سنجش وضعیت محیط کسب و کار است. 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 موظف هستند 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 قالب اجرای یک طرح پژوهشی در سال ۱۳۹۴، نسبت به شناسایی و معرفی شاخص‌های ملی پایش محیط کسب و کار اقدام نمود 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.

اساس داده پیمایی در گزارش محیط کسب و کار

گزارش حاضر، بیست و پنجمین گزارش فصلی است که اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با رویکرد تلفیق داده‌های پیمایشی با داده‌های آماری بر اساس نظریه عمومی کارآفرینی «شین» ارائه نموده است. در این گزارش و داده‌های پیمایشی حاصل از ادراک سنجی از وضعیت مؤلفه‌های محیط کسب و کار کشور در پاییز ۱۴۰۱ ۲۸۸۱ فعال اقتصادی زیر مجموعه سه اتاق و با استفاده از روش تکمیل پرسشنامه الکترونیکی (CAWT) و همچنین آمارگیری تلفنی با کمک رایانه (CATP) صورت گرفته است و داده‌های آماری نیز از منابع رسمی کشور تهیه و مورد استفاده قرار گرفته‌اند. شایان ذکر است به دلیل شیوع ویروس کرونا در کشور از اسفندماه سال ۱۳۹۸ شاخص ملی محیط کسب و کار با

احتساب اثر کرونا به عنوان یکی از موانع کسب و کار محاسبه شده است و در پاییز ۱۴۰۱، به دلیل کاهش اثرگذاری شاخص مذکور در محیط کسب و کار این شاخص از محاسبات حذف شده است.

کلیات شاخص پایش محیط کسب و کار ۱۴۰۱

در پاییز ۱۴۰۱ فعالان اقتصادی مشارکت کننده در این پایش به ترتیب سه مؤلفه: ۱. غیر قابل پیش بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات ۲. دشواری تأمین مالی از بانک‌ها ۳. بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین، مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب و کار را، نامناسب‌ترین مؤلفه‌های موجود در محیط کسب و کار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی نموده‌اند.

از سویی دیگر فعالان اقتصادی مشارکت کننده در این پایش، به ترتیب سه مؤلفه: ۱. محدودیت دسترسی به آب ۲. محدودیت دسترسی به حامل‌های انرژی (برق، گاز، گازوئیل و...) ۳. نحوه استقبال مشتریان از نوآوری و ابتکار در ارائه خدمات و محصول را، مناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب و کار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی نموده‌اند. بر اساس یافته‌های این طرح در پاییز ۱۴۰۱ استان‌های قزوین، آذربایجان غربی و خراسان جنوبی به ترتیب دارای مساعدترین وضعیت محیط کسب و کار نسبت به سایر استانها ارزیابی شده‌اند.

وضعیت بخش‌های مختلف اقتصاد از حیث شاخص ملی کسب و کار

بر اساس نتایج حاصل از پایش ملی محیط کسب و کار ایران در پاییز ۱۴۰۱، نمره ۶/۰۵ شناسایی شده است. این توضیح را باید ارائه داد که نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است؛ گفتنی است که وضعیت این شاخص نسبت به ارزیابی فصل گذشته یعنی تابستان ۱۴۰۱ با میانگین ۵/۸۸ نامساعدتر است.

براساس یافته‌های طرح، میانگین ظرفیت فعالیت (واقعی) بنگاه‌های اقتصادی شرکت کننده در فصل پاییز ۱۴۰۱ معادل ۴۳/۵۱ درصد بوده است. این میزان در تابستان ۱۴۰۱ در حدود ۴۱/۱۵ بوده است که در فصل پاییز با افزایش ۳۶/۲ واحدی مواجه شده است. بر اساس نتایج این پایش در پاییز ۱۴۰۱ وضعیت محیط کسب و کار در بخش خدمات (۶/۰۷) در مقایسه با بخش‌های کشاورزی (۵/۸۳) و صنعت (۵/۹۶) نامناسب‌تر ارزیابی شده است.

درباره شاخص کارآفرینی شین

بر اساس «نظریه عمومی کارآفرینی شین» می‌توان دو مجموعه عوامل محیطی معین را به محیط اقتصادی و محیط نهادی تفکیک کرد. عوامل محیط اقتصادی شامل محیط اقتصاد کلان، محیط مالی، ساختار تولید، محیط



جغرافیایی است.

همچنین عوامل محیط نهادی شامل: محیط سیاسی محیط حقوقی، محیط فرهنگی، محیط آموزشی و علمی محیط فناوری و نوآوری و ساختار دولت می‌شود.

این دو مجموعه عوامل بر کسب‌وکارهای موجود و بر فرآیند کارآفرینی که در واقع نقطه آغازین کسب‌وکار است اثر می‌گذارند. هر چه محیط کسب‌وکار، از منظر محیط‌های نهادی و اقتصادی شرایط بهتری داشته باشد، بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بیشتر است و هر چه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در جامعه‌ای بیشتر باشد، عملکرد اقتصاد آن کشور و خلق ارزش و ثروت در آن جامعه بیشتر می‌شود.

شاخص کارآفرینی «شین» درباره پاییز ۱۴۰۱ چه می‌گوید؟

بر پایه نظریه عمومی کارآفرینی شین، شاخص ملی محیط کسب‌وکار ایران در پاییز ۱۴۰۱، عدد ۶/۱۲ را نشان می‌دهد. (عدد ۱۰ بدترین ارزیابی است) این عدد در مقایسه با وضعیت این شاخص در فصل گذشته تغییری نداشته است.

از سویی دیگر میانگین ارزیابی محیط اقتصادی عدد ۶/۵۰ است که در ارزیابی فصل گذشته عدد ۶/۳۵ حاصل شده بود و میانگین ارزیابی محیط نهادی عدد ۵/۸۱ است که در

فصل گذشته عدد ۵/۹۳ ارزیابی شده بود.

بر این اساس محیط قانونی و حقوقی با عدد ۵/۳۵ و محیط مالی با عدد ۸/۲۰ به ترتیب مساعدترین و نامساعدترین محیط‌ها بر اساس نظریه عمومی کارآفرینی شین بوده‌اند. لازم به ذکر است که شاخص شین به دلیل نظر گرفتن وزن عوامل مختلف در محاسبه از دقت بیشتری نسبت به شاخص کل کشور برخوردار است.

شاخص محیط کسب‌وکار بر اساس شرکت‌های دانش بنیان

در پایان بهتر است نیم نگاهی هم به وضعیت شرکت‌های دانش‌بنیان در شاخص محیط کسب‌وکار داشته باشیم. بر اساس داده‌های استخراج شده از پایش محیط کسب‌وکار در پاییز ۱۴۰۱، وضع این بخش به نسبت سایر بخش‌ها حادث‌تر است. مشکل اولویت‌دار شرکت‌های دانش‌بنیان به ترتیب شامل غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات، بی ثباتی سیاست‌ها، قوانین مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار است.

به علاوه رویه‌های سختگیرانه اداره‌های کار و بیمه تأمین اجتماعی برای مدیریت نیروی انسانی و دشواری تأمین مالی از بانک‌ها از جمله دیگر مشکلاتی است که این بخش با آن دست و پنجه نرم می‌کند.

با هم تقویم زمستان را ورق زدیم
با هم بهار شویم!



یه سال خوب حتما یه آغاز خوب می‌خواد... یه آغازی که حال خوبش تا آخر سال باهامون باشه و چه آغازی بهتر از یه هدیه ارزشمند! برای همین ما در محک تصمیم گرفتیم که سلامتی و حال خوب رو هدیه بدیم... شاید که حال دل همه‌مون بهتر بشه! الان وقتشه که با اسکن کیوآرکد موجود در این صفحه، آدم‌های مهم زندگیتون رو در سلامتی فرزندان محک سهیم کنین و این اتفاق مهم و جدید رو به عزیزانتون هم معرفی کنید. تازه بهتون بگیم که برای این اتفاق ما هدایی هم در نظر گرفتیم. پس برای اهدای این هدایا روز سیزدهم فروردین در باغ کتاب منتظرتون هستیم.



محک

مؤسسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org



۰۲۱ - ۲۳۵۴۰





گمرک جمهوری اسلامی ایران



گزارش تجارت خارجی کشور در یازده ماهه سال ۱۴۰۱

گمرک جمهوری اسلامی ایران در تازه‌ترین گزارش خود که در اسفند سال ۱۴۰۱ منتشر کرده، به ارائه آماری از تجارت خارجی کشور در یازده ماهه سال ۱۴۰۱ پرداخته است. بر اساس این گزارش میزان صادرات قطعی کالاهای غیرنفتی کشور (به استثنای نفت خام، نفت کوره و نفت سفید و همچنین بدون صادرات از محل تجارت چمدانی) بالغ بر ۱۱۱,۳۴۵ هزار تن و به ارزش ۴۸,۸۴۸ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۰ کاهشی ۱/۱۶ درصدی در وزن و افزایشی ۱۲/۲۲ درصدی در ارزش دلاری داشته است. آنچه در ادامه می‌خوانید مشروح از این گزارش است.

هر تن کالای وارداتی ۱,۵۹۷ دلار بوده که نسبت به ۱,۲۶۶ دلار در هر تن، طی یازده ماهه سال ۱۴۰۰ رشدی ۲۶/۱۴ درصدی را نشان می‌دهد.

در این مدت، با کاهشی ۸/۶۱ درصدی در وزن و افزایشی ۱۵/۲۸ درصدی در ارزش دلاری در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۰، به ارقام ۳۳,۶۰۴ هزار تن و ۵۳,۶۷۵ میلیون دلار رسیده است. در این مدت، متوسط ارزش گمرکی

بر اساس اعلام گمرک، متوسط ارزش هر تن کالای صادراتی در یازده ماهه سال جاری، ۴۳۹ دلار بوده که نسبت به ۳۸۶ دلار به ازای هر تن طی یازده ماهه سال ۱۴۰۰، ۱۳/۵۴ درصد رشد داشته است. همچنین میزان واردات کشور

درصد تغییرات نسبت به مدت مشابه سال گذشته		یازده ماهه سال ۱۴۰۰		یازده ماهه سال ۱۴۰۱		فعالیت
		ارزش	وزن	ارزش	وزن	
دلار	وزن	(میلیون دلار)	(هزار تن)	(میلیون دلار)	(هزار تن)	
۱۲,۲۲	-۱,۱۶	۴۳,۵۲۷	۱۱۲,۶۵۴	۴۸,۸۴۸	۱۱۱,۳۴۵	صادرات
۱۵,۲۸	-۸,۶۱	۴۶,۵۶۱	۳۶,۷۶۹	۵۳,۶۷۵	۳۳,۶۰۴	واردات



”

بر اساس اعلام گمرک، متوسط ارزش هر تن کالای صادراتی در یازده ماهه سال جاری، ۴۳۹ دلار بوده که نسبت به ۳۸۶ دلار به ازای هر تن طی یازده ماهه سال ۱۴۰۰ ۱۳/۵۴ درصد رشد داشته است.

“

ترانزیت خارجی

این گزارش در نهایت به میزان ترانزیت خارجی در مدت یازده ماهه سال ۱۴۰۱ اشاره می‌کند؛ بر این اساس میزان ترانزیت خارجی کشور، در حدود ۱۱,۹۷۶ هزار تن بوده است که نسبت به رقم ۱۱,۳۸۲ هزار تن در مدت مشابه سال گذشته رشدی ۵/۲۲ درصدی را ثبت کرده است.

کشورهای عمده طرف معامله واردات

طی یازده ماهه سال ۱۴۰۱، کشور «امارات متحده عربی» با اختصاص رقمی بالغ بر ۱۶,۴۹۷ میلیون دلار و سهمی در حدود ۳۰/۷۳ درصد از کل ارزش واردات، در جایگاه نخست کشورهای طرف معامله قرار گرفته است. همچنین کشور «چین» با ۱۴,۲۰۵ میلیون دلار و سهم ۲۶/۴۷ درصد، «ترکیه» با ۵,۶۰۰ میلیون دلار و سهم ۱۰/۴۳ درصد، «هند» با ۲,۵۹۴ میلیون دلار و سهم ۴/۸۳ درصد و «آلمان» با ۱,۷۷۳ میلیون دلار و سهم ۳/۳۰ درصد از کل ارزش واردات، جزء کشورهای عمده طرف معامله واردات بوده‌اند.

کشورهای عمده مقصد صادرات

بخش مهم دیگری که در گزارش منتشر شده گمرک جمهوری اسلامی ایران به چشم می‌خورد به کشورهای عمده مقصد صادرات مرتبط است؛ بر اساس این گزارش در مدت یازده ماهه سال ۱۴۰۱، بیشترین میزان صادرات کشور، به مقصد کشور «چین»، با رقمی بالغ بر ۱۳,۵۶۲ میلیون دلار و سهم ۲۷/۷۶ درصد از کل ارزش صادرات، «عراق» با ۹,۳۸۲ میلیون دلار و سهم ۱۹/۲۱ درصد، «ترکیه» با ۶,۹۰۱ میلیون دلار و سهم ۱۴/۱۳ درصد، «امارات متحده عربی» با ۵,۲۵۸ میلیون دلار و سهم ۱۰/۷۶ درصد و کشور «هند» با ۱,۹۱۹ میلیون دلار و سهم ۳/۹۳ درصد از کل ارزش، صورت گرفته است.



اقتصاد ایران؛ سرگذشت ۱۴۰۱ و چشم‌انداز ۱۴۰۲

موتور اشتغال‌زایی در اقتصاد ایران روشن می‌ماند؟

از زمان شیوع ویروس کرونا تا اواسط سال گذشته، نرخ بیکاری در اقتصاد ایران با افت نرخ مشارکت اقتصادی کاهش پیدا کرده؛ اما این فرآیند از پاییز گذشته تحت تأثیر عواملی اصلاح شده است و با روشن ماندن موتور اشتغال‌زایی می‌تواند استمرار یابد.

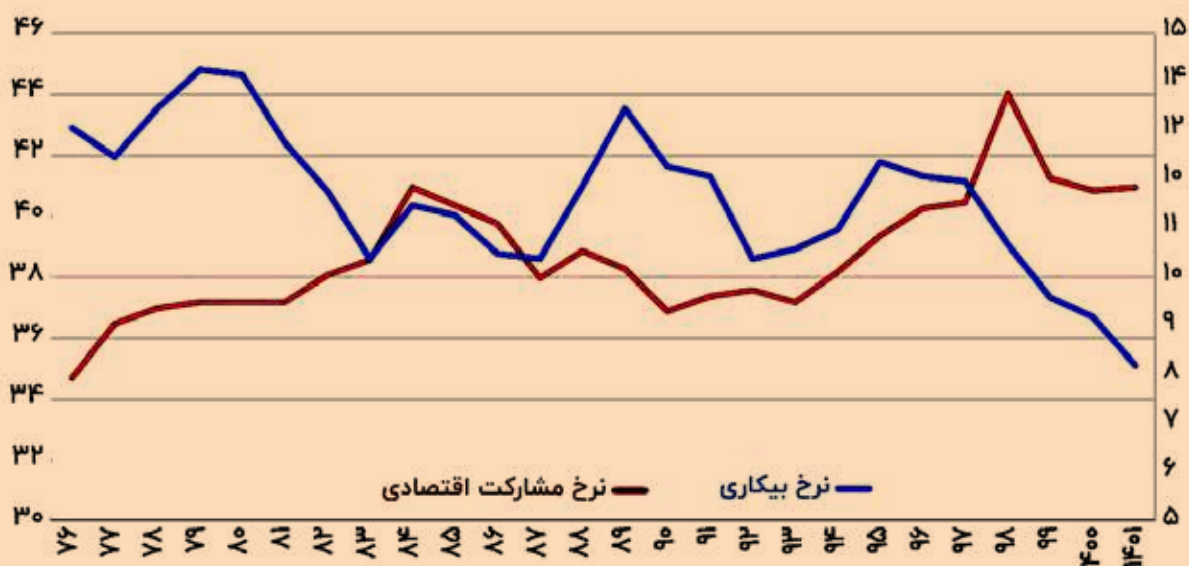
”

کاهش نرخ بیکاری در سال‌های اخیر، بیش از آنکه ثمره ایجاد اشتغال جدید باشد، نتیجه انصراف جمعیت فعال اقتصادی از حضور در بازار کار و خروج آنها چرخه فعالیت اقتصادی بوده است. این مسئله مستقیماً به معنای کاهش شدید بهره‌وری نیروی کار و اتلاف آن در اقتصاد ایران است.“

به گزارش آهام ایران به نقل از اتاق بازرگانی ایران، در سالیان متمادی، کاهش نرخ بیکاری به کمتر از ۱۰ درصد و رسیدن آن به محدوده ۸ درصد جزء تکالیف برنامه‌های بالادستی بود و تلاش‌ها برای تحقق آن ثمری نداشت؛ اما در یکی از بدترین دوره‌های اقتصاد ایران یعنی از دوره شیوع ویروس کرونا تاکنون، باوجود نامساعدتر شدن شرایط کسب‌وکار، نرخ بیکاری در بازار کار ایران بدون تحقق قابل‌توجه اشتغال‌زایی تکریمی شده است. شواهد حاکی از این است که در سال ۱۴۰۲ نیز احتمال تداوم نرخ بیکاری تکریمی وجود دارد؛ اما این اتفاق بیش از آنکه یک موهبت و مزیت قلمداد شود، نشانه بحرانی پنهان در بازار کار است که علاج نشدن آن پیامدهای بسیار بدی به همراه خواهد داشت.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در جریان شیوع ویروس کرونا در ایران، از یک‌سو به‌واسطه محدودیت‌های فاصله‌گذاری اجتماعی که به کسادی کسب‌وکارها منجر شد و از سوی دیگر به دلیل متناسب نبودن دستمزد با هزینه‌های معیشت بخش قابل‌توجه از جمعیت فعال اقتصادی از بازار کار خارج شد و در شرایطی که حدود ۱/۵ میلیون از اشتغال موجود نیز در این دوره نابود شده بود، بازهم نرخ بیکاری کاهش پیدا کرد. در حقیقت، کاهش نرخ بیکاری در سال‌های اخیر بیش از آنکه ثمره ایجاد اشتغال جدید باشد، نتیجه انصراف جمعیت فعال اقتصادی از حضور در بازار کار و خروج آنها چرخه فعالیت اقتصادی بوده است. این مسئله مستقیماً به معنای کاهش شدید بهره‌وری نیروی کار و اتلاف آن در اقتصاد ایران است.

بر اساس آخرین اطلاعات مرکز آمار ایران از تحولات بازار کار کشور در پاییز ۱۴۰۱، کل جمعیت حاضر در سن کار (افراد ۱۵ ساله و بیشتر) معادل ۶۳ میلیون و ۸۸۶ هزار نفر بوده که از این تعداد حدود ۲۶ میلیون و ۲۰۷ هزار نفر از نظر اقتصادی فعال بوده‌اند و در جرگه شاغلان یا بیکاران قرار گرفته‌اند. طبق این آمار، در پاییز ۱۴۰۱ روند بهبود نرخ مشارکت اقتصادی ادامه پیدا کرده و این شاخص به حدود ۴۱ درصد رسیده و هم‌زمان نرخ بیکاری نیز ۰/۷ درصد نسبت به پاییز ۱۴۰۰ کاهش پیدا کرده است. به عبارت دیگر، در پاییز ۱۴۰۱ باوجود افزایش ورودی نیروی کار به بازار، نرخ بیکار نیز کاهش پیدا کرده و دلیل آن اشتغال‌زایی واقعی در اقتصاد بوده که بخش قابل‌توجهی از آن با همت بخش خصوصی ایجاد شده است.



◀ نمودار نرخ بیکاری و نرخ مشارکت از دهه هفتاد تا کنون

قابل توجهی از قدرت دستمزد ترمیم شده، نابود شود و شاغلان بار دیگر به همان نقطه‌ای برسند که رغبتی برای فعالیت اقتصادی نداشته باشند. در این شرایط، دستمزد کارگران برای سال جدید بنا به ملاحظات کمک به مهار تورم و همچنین حمایت از بنگاه‌های کوچک، فقط ۲۷ درصد افزایش پیدا کرده؛ در حالی که نرخ تورم سال ۱۴۰۱ به محدوده ۴۸ درصد رسیده است.

فرآیند تعیین مزد در انتهای هر سال، به منظور جبران هزینه‌های تحمیل شده به معیشت کارگران انجام می‌شود اما در انتهای سال ۱۴۰۱ بنا به ملاحظات که پیش‌تر اشاره شد، این جبران اتفاق نیفتاده و دستمزد فقط ۲۷ درصد رشد کرده است. از این منظر، در سال جدید، مشوقی که بتواند نیروی کار را برای ورود به بازار ترغیب کند وجود ندارد و همین مسئله می‌تواند بار دیگر بنگاه‌های اقتصادی را با معضل کمبود نیروی متخصص مواجه کند و در بهترین حالت، کاهش نرخ بیکاری از طریق کاهش نرخ مشارکت اقتصادی تکرار شود.

بررسی تحولات بازار کار نشان می‌دهد: اگر اقتصاد ایران به دنبال جبران فرصت‌سوزی‌های گذشته و رشد تولید باشد باید راهکاری برای جذب نیروی انسانی در سن کار، افزایش فعالیت‌ها و تقویت زنجیره ایجاد ارزش تمهید شود؛ در غیر این صورت، جمعیتی که باید مولد باشد و با ورود به بازار کار، به اعتدالی اقتصاد کشور، ترقی معیشت خانوار و بهبود نسبت پشتیبانی صندوق‌های بازنشستگی کمک کند، فقط یک مصرف‌کننده صرف باقی خواهد ماند که این مسئله هم از منظر اقتصادی و هم از منظر اجتماعی می‌تواند به بروز بحران بینجامد.

”

وقوع تورم بالا و نابسامانی‌های قیمتی در سال ۱۴۰۱ باعث شد بخش قابل توجهی از قدرت دستمزد ترمیم شده، نابود شود و شاغلان بار دیگر به همان نقطه‌ای برسند که رغبتی برای فعالیت اقتصادی نداشته باشند.

“

گرای بازار کار در سال جدید

در سال ۱۴۰۰، یکی از مسائلی که بارها در گزارش شاخص مدیران خرید (PMI) از سوی فعالان اقتصادی مطرح می‌شد این بود که برخی از بنگاه‌های اقتصادی در تأمین نیروی انسانی مورد نیاز خود با مشکل مواجه هستند؛ چرا که بسیاری از جویندگان کار به دلیل متناسب نبودن مزد و هزینه‌های معیشت، رغبتی برای اشتغال در حوزه‌های مولد ندارند.

به نظر می‌رسد، این مسئله یکی از عواملی بود که به خروج جمعیت فعال اقتصادی از بازار و در نتیجه کاهش نرخ مشارکت اقتصادی و افت نرخ بیکاری منجر شد. مسئله‌ای که البته در اسفند ۱۴۰۰ و با افزایش مساعد دستمزد کارگران برای سال ۱۴۰۱ مرتفع شد و نتیجه آن نیز در گزارش‌های مرکز آمار از تحولات بازار کار کشور در سال ۱۴۰۱ مشهود است به گونه‌ای که در پاییز ۱۴۰۱ نسبت به فصل مشابه سال قبل ۵۳۵ هزار نفر به جمعیت شاغل کشور افزوده شده و کاهش نرخ بیکاری از این محل بوده است.

در مذاکرات مزد ۱۴۰۱، حداقل مزد و مزایای کارگران در حالی ۵۷/۴ درصد افزایش یافت که نرخ تورم سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۴۶/۵ درصد برآورد شده بود؛ اما در ادامه، وقوع تورم بالا و نابسامانی‌های قیمتی در سال ۱۴۰۱ باعث شد بخش



گزارش مدیران عامل

آشفته‌گی در مرز ناپایداری

داده‌های جمع‌آوری شده در این گزارش نشان می‌دهد که تنها ۵ درصد از ۳۰۰ مدیرعاملی که در بیش از ۲۷ رشته صنعتی فعالیت می‌کنند، به رونق اقتصادی ایران در سال ۱۴۰۲ خوش بین هستند؛ در حالی که این متغیر برای سال ۱۴۰۱ حدود ۳۷ درصد بوده است. در این میان مانند سال گذشته عدم ثبات سیاسی و اقتصادی دغدغه اصلی مدیران عامل بوده است. مشروح این گزارش به همت روزنامه دنیای اقتصاد تهیه شده را در ادامه می‌خوانید.



مدیران عامل، نگرانی‌ها و سالی که گذشت

در پیمایش حاضر مواردی از جمله عملکرد مالی، نگرانی‌های مرتبط با محیط کسب و کار و توسعه فناوری مورد بررسی قرار گرفته است. اگر بخواهیم موضوع را با بررسی برخی از مصادیق نگرانی مدیران عامل شروع کنیم به یک لیست با گزینه‌هایی مشخص بخواهیم خورد؛ عدم ثبات سیاسی، کمبود نقدینگی و عملکرد مالی از جمله موارد این لیست است.

بر همین اساس ۸۱ درصد از مدیران عامل، عدم ثبات در ابعاد سیاسی و اقتصادی کشور را بزرگ‌ترین دغدغه خود می‌دانند. کمبود نقدینگی برای رشد سازمان از دیگر معضلاتی است که ۴۶ درصد از مدیران عامل با آن روبرو هستند. از سویی دیگر ۳۶ درصد از مدیران عامل نگران عدم ثبات در قوانین و مقررات دولتی هستند و ۳۳ درصد نیز دغدغه حفظ انگیزه همکاران خود در شرایط حاضر را دارند.

مقایسه آمار امسال و سال گذشته نشان می‌دهد که همچنان عدم ثبات اقتصادی و سیاسی نگرانی اصلی مدیران عامل است. همچنین کمبود نقدینگی که امسال جایگاه دوم نگرانی مدیران عامل را دارد، برای پیش‌بینی سال ۱۴۰۱ سومین دغدغه مدیران عامل بود. با این حال شدت دغدغه برای کمبود نیروی متخصص و توانمند، نسبت به سال گذشته کاهش معناداری یافته است.

در این شرایط سیاست‌های مدیریتی و کاهش هزینه، نحوه ارائه خدمات یا محصولات جدید و نحوه استفاده از ظرفیت تسهیلات مالی صندوق‌ها و نهادهای مالی و بانکی از جمله دغدغه‌های مدیران خواهد بود.

عملکرد مالی در سال ۱۴۰۱ چگونه بود؟

این گزارش اعلام داده‌های خود را با وضعیت رشد مالی شرکت‌ها ادامه می‌دهد. در این زمینه بد نیست نگاهی داشته باشیم به وضعیت یک سال

پیش در همین موقع؛ مطابق گزارش سال گذشته، جامعه مدیران عامل مورد بررسی در مورد عملکرد مالی خود ۷۰ درصد رشد نسبی یا زیاد را اعلام کرده بودند. این مدیران در همان زمان و در خصوص پیش‌بینی عملکرد شرکت برای سال ۱۴۰۱ نیز اظهار امیدواری ۷۳ درصدی نسبت به رشد نسبی یا زیاد در مجموعه تحت مدیریت‌شان داشتند.

اما برای امسال وضعیت چگونه بوده است؟ بر اساس آنچه از نظرسنجی ۳۰۰ مدیرعامل حاصل شده است، ۴۷ درصد از این مدیران به رشد عملکرد مالی سازمان خود در سال ۱۴۰۲ امیدوار هستند و رشد نسبی یا زیاد را برای بنگاه پیش‌بینی کرده‌اند.

البته روی دیگر سکه و نزدیک به همین میزان، یعنی ۴۰ درصد از مدیران مشارکت کننده در پیمایش حاضر افتی نسبی یا زیاد را برای عملکرد مالی سازمان خود در سال آینده پیش‌بینی کرده‌اند. در این میان، ۱۳ درصد از مدیران عامل هم هیچ‌گونه تغییر ملموسی در عملکرد مالی سازمان خود برای سال ۱۴۰۲ متصور نشده‌اند.

همچنین تحلیل نتایج نشان می‌دهد ۴۰ درصد از مدیران، رشد مالی نسبی یا زیاد را در سال ۱۴۰۱ تجربه کرده‌اند و ۱۲ درصد از مدیران مشارکت‌کننده در این پیمایش تفاوتی در عملکرد مالی سازمان خود مشاهده نکرده‌اند.

البته در خصوص میزان رشد به‌خصوص رشد بیشتر از میزان تورم باید به این نکته اذعان کرد که داده‌ای در این پژوهش جمع‌آوری نشده است. با این حال تنها ۱۰ درصد از مدیران عامل میزان رشد مالی زیاد در سال ۱۴۰۱ را گزارش کرده‌اند.

پیش‌بینی رکود برای سال جدید

نزدیک به نیمی از مدیران عامل مشارکت‌کننده در پیمایش حاضر رکودی زیاد را برای سال ۱۴۰۲ پیش‌بینی کرده‌اند. همچنین حدود ۴۰ درصد از

مدیران بر این باورند که اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۲ شاهد رکود نسبی خواهد بود؛ در این بین تنها ۵ درصد رونق نسبی را پیش‌بینی کرده‌اند.

شایان ذکر است که هیچ کدام از مدیران عامل مشارکت‌کننده، رونق زیاد را برای وضعیت اقتصادی ایران در سال ۱۴۰۲ انتخاب نکرده‌اند. مقایسه این آمار با داده‌های سال گذشته نشان می‌دهد که مدیران عامل نسبت به سال ۱۴۰۱ خوش‌بین‌تر بودند و به رونق در سال ۱۴۰۲ چندان خوش‌بین نیستند.

افزایش ۱۵ درصدی استرس

اگر کمی از متغیرهای کلان اقتصادی فاصله بگیریم، فعالیت روزمره مدیران نیز تحت تأثیر نوسانات اقتصادی قرار گرفته است. به دلیل سنگینی کار و مسئولیت زیاد، شغل مدیران عامل در اغلب رتبه‌بندی‌ها در زمره مشاغل پراسترس قرار می‌گیرد. مدیران عامل به صورت روزانه تصمیمات متعددی را برای رفع چالش‌های موجود در کسب‌وکار خود اتخاذ می‌کنند که این تصمیم‌ها غالباً دارای تأثیرات جدی بر زندگی افراد و آینده کسب‌وکار هستند.

در میان ۳۰۰ مدیرعامل حاضر در این پیمایش، بیش از نیمی از مدیران عامل به صورت روزانه و هفتگی با استرس زیادی مواجه هستند. همچنین تعداد مدیرانی که ماهانه دچار استرس می‌شوند، قابل چشم‌پوشی نیست. ۲۲ درصد از مدیران عامل اذعان کرده‌اند که یک الی دوبار در ماه با استرس شدید مواجه شده‌اند.

از سوی دیگر تنها ۳ درصد مدیران عامل را شاهد هستیم که بدون استرس زندگی می‌کنند و ۱۰ درصد نیز فقط یکی دو بار در سال با استرس شدید مواجه می‌شوند.

تعادل در کار و زندگی مدیران عامل؛ حدود ۳۴ درصد

ممکن است اغلب از خود پرسیده باشیم که آیا برای زندگی، کار می‌کنیم یا برای کار، زندگی می‌کنیم؟ این سؤال در



منابع اطلاعاتی و خبری غیررسمی در صدر منابع خبری مدیران عامل

۶۴ درصد از مدیران عامل در پاسخ به این سؤال که «برای تصمیم‌گیری به داده‌های کدام منابع اطلاعاتی و خبری تکیه می‌کنید؟» رسانه‌های غیررسمی را انتخاب کرده‌اند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ۱۳ درصد از مدیران عامل نیز عمدتاً از منابع رسمی همچون گزارش‌های صداوسیما و بیانیه‌های دولتی جهت کسب اطلاعات استفاده می‌کنند.

کم‌توجهی به دریافت خدمات حرفه‌ای

مدیران عامل از روش‌ها و خدمات مختلفی برای توسعه فردی و رشد کسب‌وکاری خود بهره می‌برند. بهره‌گیری از مشاور کسب‌وکار (کوچینگ)، استفاده از خدمات ورزشی و تناسب اندام، خدمات روانشناسی و مشاور سلامت و تغذیه از موضوعاتی هستند که در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

حدود ۲۰ درصد از مدیران عامل در حال حاضر از خدمات مشاور کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف استفاده می‌کنند. همچنین ۱۷ درصد از مدیران عامل برای خود مراقبتی از خدمات ورزشی منظم بهره می‌برند. به علاوه ۱۰ درصد از مدیران عامل از خدمات تخصصی سلامت مانند روانشناس و روانکاو بهره‌مند هستند. شایان ذکر است که استفاده از مشاوره فردی، مشاور سلامت و تغذیه در میان مدیران رواج چندانی ندارد.

این نکته قابل توجه را نباید از نظر دور دانست که حدود ۴۲ درصد از مدیران حاضر در این پیمایش از هیچ‌یک از خدمات حرفه‌ای رایج به صورت منظم استفاده نمی‌کنند.

ذهن مدیران عامل از اهمیت کمی برخوردار است. اگرچه ارتباط کار، زندگی و تبادلات میان آن‌ها همواره یکی از چالش‌های مدیران پرمشغله بوده و هست، اما دغدغه‌های متعدد باعث شده حفظ تعادل کار و زندگی برای مدیران عامل کمرنگ شود. تحلیل نتایج نشان می‌دهد که تنها ۷ درصد از مدیران عامل از تعادلی کامل میان کار و زندگی برخوردار هستند. همچنین ۲۷ درصد بر این باورند که موفق شده‌اند توازن مناسبی بین کار و زندگی شخصی خود ایجاد کنند. در حالی که ۲۰ درصد مدیران عامل اشاره به عدم برقراری مناسب این تعادل در زندگی خود دارند.

۲ ساعت به ازای هر روز؛ متوسط زمان حضور در شبکه‌های اجتماعی

برای مدیران عامل بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی به یک ضرورت تبدیل شده است زیرا به واسطه این روش ارتباطی مستقیم با مخاطبان و ذی‌نفعان مختلف کسب‌وکار در ارتباط هستند.

فارغ از متغیرهایی همچون سن، جنسیت، سطح تحصیلات و وضعیت تأهل، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان مدیران ایرانی کاملاً فراگیر است و تقریباً همه مدیران عامل پاسخ‌دهنده به این پرسش (بیش از ۹۸ درصد) از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان پیام‌رسان یا شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

به‌طور متوسط مدیران عامل ۲ ساعت در روز را در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند و در میان پلتفرم‌های مختلف، واتساپ، اینستاگرام و تلگرام بیشترین کاربری را دارند.



وضعیت پیاده‌سازی تحول دیجیتال در سازمان

اما در بخش پایانی این گزارش نگاهی به تحول دیجیتالی در سازمان صورت گرفته است. هدف از تحول دیجیتال، تنها دیجیتالی کردن سازمان نیست؛ بلکه هدف خلق ارزش برای کسب‌وکار از طریق پیاده‌سازی تحول دیجیتال است. برای این خلق ارزش، سازمان به نقشه راه نیاز دارد. در این راستا ۲۱ درصد از مدیران عامل اذعان کرده‌اند که علاوه بر اجرای تحول دیجیتال مبتنی بر استراتژی از پیش تعیین شده ارزش‌های حاصل از پیاده‌سازی را نیز شناسایی و تحلیل کرده‌اند. ۲۶ درصد از مدیران عامل نقشه راه تحول دیجیتال برای سازمان خود را تدوین کرده و در راستای این نقشه راه تدوین شده اقداماتی نظام‌مند انجام داده‌اند.

در این میان ۳۱ درصد از مدیران عامل بیان کرده‌اند که در راستای پیاده‌سازی تحول دیجیتال اقداماتی به صورت غیرنظام‌مند انجام داده‌اند. در واقع این دسته از مدیران عامل، نقشه راهی تدوین نکرده‌اند. با این حال ۵ درصد از مدیران عامل بر این باورند که کسب‌وکارشان نیازی به پیاده‌سازی تحول دیجیتال ندارد.

آینده‌ای که به پیاده‌سازی تحول دیجیتال گره خورده است

در ادامه نگاه مدیران به پیاده‌سازی تحول دیجیتال در سازمان باید اشاره کرد که ۶۷ درصد از آنان بر این باورند که آینده سازمان تا حد زیادی وابسته به تحول دیجیتال است. البته در سوی دیگر این سکه ۹ درصد از مدیران عامل را شاهد هستیم که معتقدند آینده سازمان آن‌ها به تحول دیجیتال وابستگی کم یا بسیار کمی خواهد داشت. البته نباید این نکته را از ذهن دور نگه داشت که آگاهی از

سطح فعلی بلوغ دیجیتال سازمان نیازمند ارزیابی و سنجش ابعاد مختلف سازمان است. بر اساس نتایج پرسشنامه، از بین ۳۰۰ مدیرعامل شرکت‌های مختلف شرکت‌کننده در این پیمایش، ۵۱ درصد از مدیران عامل به صورت کیفی سطح بلوغ دیجیتال سازمان خود را سنجیده‌اند.

در ادامه همین نتایج باید اشاره کرد که ۳۷ درصد از مدیران عامل، سازمان خود را به صورت دقیق و به صورت کمی ارزیابی کرده‌اند و ۱۲ درصد از مدیران عامل از سطح بلوغ دیجیتال سازمان خود اطلاعی ندارند.

هوش مصنوعی در صدر فناوری‌های تحول آفرین

بهره‌مندی از فناوری‌های تحول آفرین فارغ از اندازه و قدمت سازمان مزایای متعددی برای آن به همراه دارد. در همین راستا از مدیران عامل سؤال شد «در آینده از کدام یک از فناوری‌های تحول آفرین استفاده خواهند کرد؟»

تحلیل نتایج نشان می‌دهد که ۶۱ درصد از مدیران عامل از هوش مصنوعی به عنوان یکی از فناوری‌های تحول آفرین در سازمان خود استفاده خواهند کرد. یکی از دلایل این امر می‌توان به کاربردهای گسترده هوش مصنوعی و یادگیری ماشین به دلیل جریان‌های گسترده تولید لحظه‌ای حجم زیادی از داده‌ها از منابع مختلف نسبت داد.

پس از هوش مصنوعی، مدیران عامل به اینترنت اشیا و اینترنت نسل پنجم گرایش بیشتری خواهند داشت و از مزایای این فناوری‌ها بهره خواهند برد. محبوبیت و کاربرد فناوری‌هایی مانند واقعیت افزوده و مجازی و پرینتر سه بعدی نیز به سرعت در حال گسترش است.

پیاده‌سازی تحول دیجیتال است، اما در عمل موضوعات مرتبط با تحولات فناوری، دغدغه یکی مانده به آخر مدیران عامل است (!) گویی همه می‌دانند مهم است ولی کسی به آن فکر نمی‌کند.

نکته پایانی

در پایان، داده‌ها به روشنی نشان می‌دهند که کسب‌وکارها اکنون در محیطی مبهم، پیچیده و پرچالش در حال گذراندن امور (بیشتر جاری) خود هستند. گواه این امر جامعه ۶۵ درصدی مدیران عاملی است که اذعان کرده‌اند تمرکز آنان در سال جاری بر مسائل روزمره بوده و تنها ۲۰٪ از اهداف غیرمالی همچون توسعه زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری جدید و تغییر ساختار را توانسته‌اند محقق کنند.

این داده‌ها از طرفی دشواری آینده‌نگری و برنامه‌ریزی برای آینده را نشان می‌دهند و از سویی دیگر بر این نکته تأکید دارند که اگر سازمان‌ها بتوانند با روش‌هایی مانند تغییر ساختار هزینه، ایجاد درآمدهای پایدار و افزایش سودآوری، ظرفیت‌سازی خود را برای آینده بیشتر کنند در بازی بلندمدت برنده خواهند بود.

به عبارت دیگر مدیران عامل درگیر این پارادوکس دشوار هستند که «چگونه عملیات جاری را با حفظ کیفیت و رقابت‌پذیری به پیش ببریم و در عین حال برای آینده ظرفیت‌سازی کنیم؟» در کنار این پرسش کلیدی که برای هر سازمانی پاسخ متفاوتی دارد، داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهند مدیران عاملی که به مراقبت فردی از خود بیشتر اهمیت می‌دهند، امیدواری بالاتری دارند.

تحول مدل کسب و کار؛ اولویت مدیران عامل در عصر دیجیتال

حال که به تحولات آتی دیجیتال به‌ویژه هوش مصنوعی اشاره شد، این نکته را نباید از قلم انداخت که در پیاده‌سازی تحول دیجیتال، ابعاد مختلف سازمان دچار تغییراتی می‌شوند؛ در میان این ابعاد، می‌توان به مدل کسب‌وکار و فرایندهای آن اشاره کرد.

بر اساس نتایج این پیمایش، ۴۱ درصد از مدیران عامل معتقدند که تغییر در مدل کسب‌وکار مهم‌ترین اولویت برای پیاده‌سازی تحول دیجیتال است. پس از آن، فرآیندهای کسب‌وکار، اولویت دوم مدیران عامل جهت اعمال تغییرات لازم است و تنها ۶ درصد از مدیران عامل بر ارتقای تجربه کارکنان متمرکز هستند.

دو مانع اصلی پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز تحول دیجیتال

اگرچه در پیاده‌سازی تحول دیجیتال، موارد مختلفی مانند تدوین استراتژی و نقشه راه بایستی در نظر گرفته شود اما سازمان برای اجرای موفقیت‌آمیز هر آنچه تدوین کرده است به فرهنگ قوی و مشترک نیاز دارد.

نزدیک به نیمی از مدیران عامل اذعان کرده‌اند که گلوگاه اصلی آن‌ها در پیاده‌سازی تحول دیجیتال، فرهنگ سازمانی است. در ادامه، ۳۳ درصد بر این باورند که فناوری، دیگر گلوگاه مهم در اجرای تحول دیجیتال در سازمان است. در میان چالش‌ها و موانع، امنیت و اکوسیستم اهمیت کمتری در دیدگاه مدیران عامل دارند.

در حقیقت با اینکه نیمی از مدیران عامل با اقتضائات عصر دیجیتال آشنا هستند و از هر سه نفر، دو مدیر عامل معتقدند که آینده سازمان‌شان تا حد زیادی وابسته به



بخش خصوصی آماده همراهی در مسیر رشد و توسعه است



به گزارش آهام ایران، رئیس اتاق بازرگانی ایران با اشاره به پایان سال ۱۴۰۱ گفت: اقتصاد ایران به عنوان بخشی اثرپذیر و اثرگذار بر سیاست و جامعه با دشواری فراوانی مواجه بود. نرخ تورم به عنوان یکی از مهمترین شاخص‌های اقتصادی به بالای ۵۵ درصد رسید و نرخ ارز رکوردهای جدیدی را به ثبت رساند تا بار دیگر کاهش ارزش پول ملی و نوسانات بازارها، فضا را برای فعالیتهای مولد تنگ‌تر کرده باشد. فعالان اقتصادی و تجاری در شرایطی که پیش‌بینی‌پذیری در اقتصاد به حداقل ممکن می‌رسد، با ریسک‌های بزرگی مواجه می‌شوند و همین موضوع هراس سرمایه‌گذار را به اوج می‌رساند تا جایی که مطابق آمارهای رسمی نرخ تشکیل سرمایه ثابت حتی از میزان استهلاك سرمایه نیز کمتر شده است.

شافعی ادامه داد: در سال ۱۴۰۱ فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال با چالش‌های کندی اینترنت و محدودیت‌هایی که اعمال شد، مواجه شدند تا این بخش از اقتصاد نیز آسیب جدی را تجربه کرده باشند. با تمام چالش‌ها و مشکلاتی که تجربه شد، در روزهای پایانی سال بارقه‌های امیدی در حوزه سیاست خارجی ایجاد شد که نشانه‌های امیدوارکننده‌ای برای اصلاح رویه‌های ارتباطی با کشورهای منطقه و جهان به شمار می‌رود. این امیدواری برای فعالان اقتصادی وجود دارد که با کاهش تنش‌های سیاسی، امکان فعالیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری از طریق گسترش ارتباطات بین‌المللی فراهم شود تا اقتصاد بتواند پس از سال‌ها به مسیر رشد پایدار بازگردد.

شافعی در پایان گفت: فعالان بخش خصوصی چشم‌انتظار بهبود رویه‌ها و اصلاح مسیر شاخص‌های کلان هستند تا در سال جدید بتوانند نقش‌آفرینی مؤثری در بهبود وضعیت تولید ناخالص داخلی و توسعه ایران داشته باشند.

رئیس اتاق بازرگانی تهران در آغاز سال جدید بیان کرد

سه اولویت مهم برای سال ۱۴۰۲

به گزارش آهام ایران، رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به سختی‌های سالی که گذشت، بیان کرد: اقتصاد ایران مانند یک دوک نخ است که گره‌های متعددی به آن افتاده و هر روز شاهدیم که این کلاف سردرگم‌تر از قبل می‌شود. اقتصاد ایران از بی‌ثباتی، بی‌برنامگی و در یک کلمه ره‌اشدگی رنج می‌برد. این نگرانی وجود دارد که اقتصاد ایران در آستانه ورود به سال ۱۴۰۲ دچار اضمحلال گسیختگی و ابرتورم شود و برای خروج از این شرایط باید با آن همچون یک بیماری بسیار اورژانسی برخورد کرد. اقتصاد ایران بیماری است که در تصادف سنگین دچار خونریزی‌ها و شکستگی‌های گسترده شده و در اغما با سطح هوشیاری پایین به سر می‌برد و برای درمان آن باید تیمی از بهترین پزشکان و متخصصان را بسیج کرد و از خردجمعی بهره گرفت.

خوانساری در ادامه با اشاره به پیش‌نیازهای رونق اقتصادی بیان کرد: مسوولان باید با دیدن واقعیت‌ها و تنگناهای اقتصادی ایران، برنامه‌ریزی درست و اجرای دقیق را در دستور کار قرار دهند و با واگذاری کارها به بخش خصوصی و فعالان اقتصادی و رفع موانع تولید، فضا را برای رونق اقتصادی، افزایش تولید و صادرات و سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و در نهایت رشد اقتصادی فراهم کنند.

خوانساری در پایان بیان داشت: ما باید با نگاه به منافع ملی، روابط دیپلماتیک خود را همزمان هم با شرق و هم غرب و البته کشورهای همسایه گسترش دهیم و تنش‌زدایی را برای بهبود شرایط در اولویت قرار دهیم.





گزارش پایش تحولات جهانی در پایان سال ۱۴۰۱

آنچه در جهان و منطقه گذشت

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در پایان سال ۱۴۰۱ اقدام به انتشار گزارشی کرده است که در آن تحولات جهانی و منطقه‌ای دیده می‌شود. در بخش جهانی این گزارش بیشتر به تحولات بازار انرژی پرداخته شده است و بخش منطقه‌ای آن هم به سیاست‌های کوتاه مدت یا میان مدت کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا پرداخته است. این گزارش را در ادامه از نظر می‌گذرانید.

تحولات جهانی؛ آمریکا در پی جبران کاهش تولید نفت روسیه

پس از اعلام روسیه مبنی بر کاهش تولید نیم میلیون بشکه در روز یا حدود ۵ درصد در ماه، به تلافی تحریم‌های غرب، دولت آمریکا اعلام کرد که فروش برنامه‌ریزی شده ۲۶ میلیون بشکه نفت خام از ذخایر استراتژیک نفت این کشور (SPR) را در دست اجرا دارد. فروش این میزان از نفت، حجم ذخایر استراتژیک آمریکا را به حدود ۳۴۵ میلیون بشکه کاهش خواهد داد.

شایان توجه است که دولت بایدن طی سال گذشته، با هدف مهار

افزایش قیمت سوخت، ۱۸۰ میلیون بشکه نفت خام از SPR را به فروش رساند که یک رکورد به شمار رفت؛ این در حالی است که پیش از این، وزارت انرژی آمریکا در نظر داشت تا فروش برنامه‌ریزی شده ۲۶ میلیون بشکه نفت در سال مالی جاری را به منظور شارژ مجدد ذخایر اضطراری پس از رکورد کاهش سال گذشته SPR به ۳۷۱ میلیون بشکه، که پایین‌ترین سطح از سال ۱۹۸۳ به شمار می‌رود لغو کند.

در واقع ایالات متحده پس از رسیدن ذخایر استراتژیک به رقم ۳۴۵ میلیون بشکه، به دنبال جایگزینی ذخایر برداشت شده پس از تثبیت

قیمت در حدود ۷۰ دلار در هر بشکه بود اما پس از اعلام کاهش عرضه روسیه، قیمت نفت خام WTI به حدود ۸۰ دلار در هر بشکه افزایش یافت.

همکاری سه جانبه امارات متحده عربی، فرانسه و هند

اخیراً یک طرح همکاری سه جانبه در زمینه انرژی و تغییرات آب‌وهوایی میان سه کشور امارات، فرانسه و هند طی یک بیانیه مشترک اعلام شده است؛ در چارچوب این توافق، سه کشور به دنبال همسویی بیشتر سیاست‌های اقتصادی، فناوری و اجتماعی خود با اهداف توافقنامه آب



تهدیدات ناشی از بیماری‌های عفونی و همچنین اقداماتی برای مبارزه با همه‌گیری هر نوع بیماری در آینده، در دستور کار این سه کشور قرار گرفته است.

افزایش صادرات محصولات کشاورزی روسیه به کشورهای خلیج فارس

اخیراً سرگئی کوزلوف، سفیر روسیه در ریاض، اعلام کرد که صادرات محصولات کشاورزی روسیه به عربستان سعودی در سال گذشته با افزایش بی‌سابقه‌ای روبرو شد. در سال ۲۰۲۲، صادرات محصولات کشاورزی - صنعتی روسیه به عربستان سعودی با افزایش بی‌سابقه ۴۹۸ درصدی مواجه شد و به نقطه عطف یک میلیارد دلاری نزدیک شد. در همین راستا، همکاری مسکو با ریاض در بخش کشاورزی، یکی از کاتالیزورهای اصلی برای توسعه کل روابط تجاری و اقتصادی میان روسیه و عربستان به شمار می‌رود.

اهمیت عربستان سعودی برای روسیه به عنوان یک شریک تجاری و اقتصادی، به طور پیوسته در حال افزایش بوده است و دو کشور در حال برنامه ریزی برای افزایش حجم تجارت متقابل به ۵ میلیارد دلار در «آینده قابل پیش‌بینی» هستند. تجارت دوجانبه میان آنها در سال ۲۰۲۲ به حدود ۱/۷۵ میلیارد دلار رسید.

طی سفر وزیر کشاورزی روسیه به کشورهای حاشیه خلیج فارس در اکتبر سال گذشته، دو طرف یادداشت تفاهمی را امضا کردند که بر اساس آن افزایش عرضه غلات، دام زنده، محصولات دامی، مواد غذایی، محصولات ماهی، میگو، میوه‌ها به ویژه خرما، محصولات زراعی و گیاهان علوفه ای در دستور کار قرار گرفت.

بخش عمده‌ای از تجارت دوجانبه عربستان با روسیه را مواد شیمیایی نفتی تشکیل می‌دهد؛ از یک سو عربستان سعودی رزین‌های آمینه، الکل‌های غیر حلقوی و پلی استال‌ها

را به روسیه صادر میکند و از سوی دیگر، روسیه نفت تصفیه شده، جو و سایر مواد غذایی را به این کشور صادر میکند. علاوه بر این بخش‌ها، فرصت‌های دیگری نیز برای توسعه تجارت فیما بین آنها وجود دارد؛ عربستان سعودی رسماً برای پیوستن به گروه کشورهای بریکس درخواست داده است.

ضربه تحریم‌های جدید اتحادیه اروپا بر پیکر بانک‌ها و صادرات روسیه؟

اخیراً دیپلمات‌ها و مقامات اتحادیه اروپا اعلام کردند که این اتحادیه قصد دارد با اعمال تحریم‌های مالی جدید، ایجاد محدودیت‌های تجاری و ممنوعیت خدمت به اتباع روس عضو هیئت مدیره شرکت‌های زیرساختی مهم اروپایی مانند شبکه‌های برق، به مسکو ضربه وارد کند.

بروکسل قصد دارد تحریم‌های مالی جدیدی را علیه چهار بانک روسی از جمله بزرگترین بانک خصوصی این کشور، آلفا بانک، اعمال کند.

همچنین فهرست تحریمی‌های جدید، حدود ۱۳۰ نهاد و شخص از جمله رهبران نظامی روسیه، مقامات منصوب روسیه در سرزمین‌های اشغالی در اوکراین و خبرنگاران رسانه‌های دولتی روسیه را در بر می‌گیرد.

علاوه بر این، به گفته مقامات اروپایی، اتحادیه اروپا در حال آماده‌سازی طرح ممنوعیت صادرات قطعات الکترونیکی به روسیه که امکان بهره‌گیری از آنها در ساخت سلاح وجود دارد، ممنوعیت واردات لاستیک و آسفالت از روسیه و صادرات کالاهای اتحادیه اروپا از جمله کامیون، سایر وسایل نقلیه سنگین، ماشین‌آلات ساختمانی، پمپ‌ها و سایر تجهیزات مورد استفاده در بخش ساخت و ساز به روسیه است.

بروکسل به منظور مقابله با دور

و هوایی پاریس خواهند بود و در این راستا، امکان همکاری آنها با انجمن حاشیه اقیانوس هند (IORA) برای پیگیری پروژه‌های خاص و قابل انجام در زمینه انرژی پاک، محیط زیست و تنوع زیستی فراهم خواهد شد.

تمرکز بر موضوعات کلیدی مانند آلودگی ناشی از محصولات پلاستیکی یکبار مصرف، بیابان‌زایی و امنیت غذایی در چارچوب سال ۲۰۲۳ به‌عنوان سال جهانی ارزن، جستجوی زمینه‌های همکاری بیشتر بین نیروهای دفاعی سه کشور و همچنین همکاری در حوزه‌های مختلف از جمله نوآوری‌های فناوری، حوزه فرهنگی



”
**ماه ژانویه نخست وزیر ایتالیا،
 جورجیا ملونی، به الجزایر وی بر
 عزم کشورش برای پایه گذاری یک
 مشارکت استراتژیک با الجزایر
 با هدف حذف انرژی روسیه از
 ساختار اقتصادی این کشور تأکید
 کرد.**
 “

شایان ذکر است که با قطع جریان انرژی از روسیه به عنوان منبع اصلی تأمین انرژی اروپا، در این قاره کمبود انرژی وجود دارد. بر اساس گزارش آژانس بین المللی انرژی، اروپا در سال ۲۰۲۱ روزانه ۲۲ میلیون بشکه نفت از روسیه وارد کرد که ۷۰۰ هزار بشکه از طریق خطوط لوله و ۱/۲ میلیون بشکه در روز محصولات نفتی پالایش شده ارسال میشد.

اما پس از تهاجم روسیه به اوکراین، دولت‌های اروپایی با مشکلی مواجه شدند که پیش بینی‌ای از آن نداشتند. آژانس بین المللی انرژی در نتیجه تحریم‌های روسیه که شامل صادرات نفت و گاز طبیعی می‌شود، اعلام کرد که اتحادیه اروپا باید کسری ۱ میلیون بشکه‌ای نفت خام و ۱.۱ میلیون بشکه‌ای فرآورده‌های نفتی در روز را جبران کند؛ این در حالی است که میدان گازی گرونینگن هلند در ماه اکتبر بسته خواهد شد و نروژ نیز در حال بررسی محدودیت های تولید نفت و گاز طبیعی خود است.

لذا در پی بحران جنگ روسیه در اوکراین در کمتر از دو یا سه ماه، امنیت انرژی و امنیت عرضه انرژی متزلزل شد و تنها گزینه موجود، بکارگیری

خاورمیانه چندین پالایشگاه از جمله جیزان در عربستان سعودی، الزور در کویت، کربا در عراق و دقم در عمان، شروع به کار کرده اند یا به زودی در ماه‌های آتی آغاز به فعالیت خواهند کرد. این پالایشگاه ها در تلاش‌اند تا محصولات مورد نیاز اروپا را تأمین کنند و به نوعی جایگزین روسیه شوند. طی چند ماه اخیر، چندین رهبر اروپایی با سفر به کشورهای غنی از انرژی در خاورمیانه و شمال آفریقا، ایجاد روابط مستحکم در زمینه انرژی با آنها را در دستور کار خود قرار دادند. به عنوان مثال، در سفر ماه ژانویه نخست وزیر ایتالیا، جورجیا ملونی، به الجزایر وی بر عزم کشورش برای پایه‌گذاری یک مشارکت استراتژیک با الجزایر با هدف حذف انرژی روسیه از ساختار اقتصادی این کشور تأکید کرد.

زدن تحریم‌ها، در نظر دارد یک شرکت کشتی‌رانی مستقر در دوبی را که مظنون به ارائه کمک به روسیه در دور زدن تحریم‌های صادرات نفت است، در لیست تحریم قرار دهد.

تلاش اروپا برای ایجاد روابط باثبات انرژی با خاورمیانه

چندی قبل جنگ اوکراین یک‌ساله شد. آثار این جنگ در حوزه‌های مختلف اقتصاد سیاسی عرصه بین‌الملل آشکار شده که یکی از این حوزه‌ها ژئوپلیتیک انرژی در خاورمیانه است. جنگ اوکراین پویایی انرژی را بین اروپا و خاورمیانه تغییر داده است زیرا روسیه، بزرگترین صادرکننده گاز طبیعی و دومین صادرکننده بزرگ نفت جهان، همچنان با تحریم‌های غرب مواجه است و خاورمیانه قادر به عرضه گازوئیل و سایر محصولات پالایش شده به اروپاست.

بخش عمده کمبود اروپا را گازوئیل تشکیل می‌دهد زیرا در گذشته، ۴۰ درصد از گازوئیل خود را از روسیه وارد می‌کرد که همزمان با اجرای آخرین بسته تحریمی محصولات روسی از ۵ فوریه، شروع به کاهش واردات خود کرده است. همزمان با آن، اخیراً در



اروپایی علاقه شدیدی به پروژه‌های این منطقه از خود نشان داده‌اند و شرکت‌های توتال، انی و شل، قراردادهایی را برای توسعه صادرات LNG قطر امضا کرده‌اند و به همراه شرکت‌های BP و Equinor نسبت به مناقصه آتی الجزایر علاقه‌مند هستند. در یک سالگی جنگ اوکراین، ژئوپلیتیک انرژی به شدت دگرگون شده است. کشورهای نفتی خاورمیانه و تولیدکنندگان مهم گاز از برندگان این جنگ بوده‌اند. در این میان ایران یک بازنده بزرگ است. در حالی که این تحول می‌توانست ایران را به بازار جهانی انرژی بازگرداند، اما تصورات اشتباه در مورد زمستان سخت اروپا و نیز تداوم وضعیت تحریمی و نااطمینان تشدید شونده، عملاً حذف ایران از بازار جهانی انرژی را تثبیت کرد. این در حالی است که حتی روسیه در پیامد تحریم‌های شدید توانسته به صورتی نسبتاً موفقیت‌آمیز بازارهای انرژی خود را به سوی شرق تغییر جهت دهد و در بازاری مانند چین جایگزین ایران شود. توجه به این نکته ضروری است که حذف ایران از بازار انرژی به معنای تخریب بنیان اقتصاد ملی و در میان مدت تخریب بنیان قدرت

”
آژانس بین‌المللی انرژی در نتیجه تحریم‌های روسیه که شامل صادرات نفت و گاز طبیعی می‌شود، اعلام کرد که اتحادیه اروپا باید کسری ۱ میلیون بشکه‌ای نفت خام و ۱.۱ میلیون بشکه‌ای فرآورده‌های نفتی در روز را جبران کند.
 “

سهم اروپا از ۲۱/۶ درصد به ۲۴/۲ درصد افزایش یافت. مجموع صدور محموله‌های نفت از منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا به اروپا از ۱/۲ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۲۱ به ۱/۷ میلیون بشکه در سال ۲۰۲۲ افزایش یافت و سهم اروپا از ۷/۵ درصد به ۹/۴ درصد افزایش یافت. واردات محصولات اروپا از منا حدود ۱۰ درصد از ۹۱ هزار بشکه در روز در سال ۲۰۲۱ به ۱ میلیون بشکه در سال ۲۰۲۲ افزایش یافته است و از ابتدای سال ۲۰۲۳ تاکنون، صدور حدود ۱/۲ میلیون بشکه در روز را ادامه داده است. بخش عمده افزایش حجم تجارت میان اروپا با منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، مربوط به عربستان سعودی و عراق بوده است. شرکت‌های انرژی

استراتژی‌های امنیت انرژی دوجانبه یا شاید چندجانبه برای یافتن تأمین‌کنندگان جدید بود.

واقعیت این است که نیازهای آتی انرژی تجدیدپذیر در اروپا به ویژه برای هیدروژن سبز یا آمونیاک تنها از طریق تولیدکنندگان منطقه خاورمیانه، قابل تأمین است و بر همین اساس، تمامی کشورهای اروپایی با یکدیگر بر سر دسترسی جدید به شورای همکاری خلیج فارس و شمال آفریقا رقابت میکنند. هر چند که با طولانی شدن جنگ، برخی از کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا تلاش می‌کنند تا تقاضای انرژی اروپا را پوشش دهند اما در کوتاه مدت به دلیل وجود بسیاری از قراردادهای بلندمدت که پیشتر امضا شده است، کمبود انرژی وجود دارد. به عنوان مثال، قطر در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱، تنها توانست محصولات خود را ۱۰ درصد بیشتر به اروپا منتقل کند، زیرا بخش عمده محصولات خود را پیشتر و از طریق قراردادهای بلندمدت به مشتریان آسیایی خود فروخته بود. قطر در سال گذشته، صادرات ال ان جی خود به اروپا را از ۱۶۸ میلیون تن، به ۱۹۴ میلیون تن افزایش داد و از این طریق

تحولات منطقه ای؛ خیز عربستان سعودی برای تولید خودروهای برقی

عربستان سعودی طی چند دهه برای توسعه صنعت خودروسازی خود تلاش کرده است؛ هر چند که دستاورد مهمی در این زمینه کسب نکرده است. اخیراً این کشور با بهره‌گیری از مازاد دلارهای نفتی خود، به سمت تولید خودروهای برقی گام برداشته است.

طرح تولید خودروهای برقی، بخشی از تلاش‌های جاه طلبانه این کشور برای تنوع بخشیدن به منابع درآمدی و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی است. عربستان قصد دارد میلیاردها دلار را تا سال ۲۰۳۰ برای احداث یک مرکز تولید خودروهای برقی با هدف تولید ۵۰۰ هزار خودرو در سال سرمایه‌گذاری کند.

شرکت لوسید موتورز آمریکا که عربستان سعودی بیشتر سهام آن را با صرف هزینه حدوداً ۲ میلیارد دلاری خریداری کرده، قصد دارد حدود یک چهارم از این تعداد خودروی برقی در این کشور را تولید کند.

از آنجایی که خودروسازان معتبری در اروپا، ایالات متحده و ژاپن در بازار خودروهای بنزینی حضور و بر آن تسلط دارند، ورود به آن بسیار دشوار است؛ اما عربستان سعودی امیدوار است که با تمرکز بر خودروهای برقی، شانس بیشتری برای موفقیت داشته باشد. هر چند که تردیدهایی در مورد توانایی این کشور برای رقابت با چینی‌ها که از بنیان‌های قوی در تولید خودروهای الکتریکی، فناوری و بهره‌وری بالا و همچنین هزینه نیروی کار ارزان برخوردارند وجود دارد.

شایان توجه است که در عربستان به تولید خودروهای الکتریکی به عنوان یک ستون مهم در سیاست تنوع‌بخشی به تولیدات و درآمد نگریسته می‌شود که تحت نظارت صندوق سرمایه‌گذاری عمومی این کشور قرار دارد. این صندوق از منابع



▲ برداشت محصول غلات روسیه در سال ۱۰۲۲ به ۱۵۳٫۸ میلیون تن رسید.

ملی کشور خواهد بود. تغییر موازنه قدرت ژئواکونومیک در منطقه علیه ایران، در میان مدت شرایط را برای تضعیف موقعیت ژئوپلیتیک ایران فراهم می‌آورد.

روسیه در پی حفظ موقعیت در بازار غلات

هم اکنون و در یک سالگی جنگ اوکراین، ولادیمیر پوتین از استراتژی جدید روسیه در زمینه غلات پرده برداشت؛ استراتژی‌ای که کانون تمرکز آن، دستیابی به حجم بالای صادرات غلات روسیه است. در روسیه و در سال ۲۰۲۲، بیش از ۱۵۰ میلیون تن غلات از جمله بیش از ۱۰۰ میلیون تن گندم برداشت شده است. پوتین مدعی شد که تا پایان سال زراعی جاری، یعنی تا ۳۰ ژوئن ۲۰۲۳، حجم کل صادرات غلات این کشور به ۵۵ تا ۶۰ میلیون

تن خواهد رسید. بر اساس آخرین داده‌های ارائه شده توسط سرویس آمار روسیه، برداشت محصول غلات روسیه به ۱۵۳٫۸ میلیون تن رسیده است که ۲۶٫۷ درصد نسبت به سال ۲۰۲۱ افزایش داشت؛ رقمی که از پیش‌بینی‌های رسمی قبلی، یعنی ۱۵۰ میلیون تن، فراتر رفت. داده‌ها حاکی از این امر است که برداشت گندم در سال گذشته به حجم ۱۰۴٫۴ میلیون تن رسیده است.

شایان ذکر است که رکورد قبلی برداشت غلات، توسط روسیه در سال ۲۰۱۷ و با برداشت ۱۳۵٫۵ میلیون تن ثبت شد و همچنان انتظار می‌رود روسیه علی‌رغم تحریم‌های غرب که مشکلات تجاری فراوانی برای این کشور ایجاد می‌کند، جایگاه خود را به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده گندم در جهان حفظ کند.

۶۰۰ میلیارد دلاری برخوردار است. هدف از استراتژی تنوع‌بخشی، گسترش نیروی کار محلی، آموزش مهارت‌های جدید به کارگران، ایجاد اشتغال در بخش خصوصی و در عین حال جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. طرح‌های اقتصادی گسترده‌تر این کشور، مربوط به ایجاد شهر قرن بیست و یکمی نئوم، احداث یک مرکز مالی در ریاض و اقامت‌گاه‌های توریستی است.

بر اساس گزارش آژانس بین‌المللی انرژی، برای نیل به هدف به صفر رساندن تولید کربن تا سال ۲۰۵۰، حدود ۶۰ درصد از خودروهای فروخته شده سالانه تا سال ۲۰۳۰ را باید خودروهای الکتریکی تشکیل دهند. عربستان امیدوار است که با همکاری گروه فناوری فاکس کان و شرکت بی‌ام‌و، سالانه ۱۷۰ هزار خودرو تولید کند. بر اساس برنامه ریزی‌های انجام شده، اولین خودروهای برقی تولید شده در عربستان، تا سال ۲۰۲۵ به بازار عرضه

خواهد شد. علاوه بر این، صندوق سرمایه‌گذاری عمومی عربستان با هیوندای و گروه خودروساز برقی چینی Enovate به منظور تولید خودرو برقی در این کشور قرارداد امضا کرده است. شایان توجه است که هزینه صرف شده در واردات ماشین‌آلات حمل‌ونقل در عربستان، حدود ۱۵ درصد از هزینه واردات عربستان را تشکیل می‌دهد و در واقع این بخش، بزرگترین مصرف‌کننده ارز خارجی است.

لذا توسعه صنعت خودروهای برقی در این کشور، به میزان زیادی در هزینه‌های این کشور صرفه‌جویی ایجاد می‌کند و انگیزه زیادی برای جایگزینی این واردات با خودروهای تولید داخل فراهم کرده است.

بر این مبنای برنامه‌ریزی شده است که تا سال ۲۰۳۰، عربستان در بین پنج تولیدکننده بزرگ خودروهای برقی در جهان قرار گیرد و حدود ۳۰ درصد از تمام وسایل نقلیه در ریاض به برقی تبدیل شود. هر چند که موانعی از

جمله رکود و تورم جهانی، کمبود تراشه، قیمت بالای مواد معدنی مورد نیاز برای باتری‌ها و تنگنای زنجیره تأمین مواد معدنی نیز توسعه این بخش را با تهدید مواجه کرده است. در همین راستا، صندوق سرمایه‌گذاری عمومی عربستان به منظور رفع معضلات پیش رو، شرکتی را برای سرمایه‌گذاری در استخراج معدن در خارج از کشور تأسیس کرده است تا بدین طریق تأمین لیتیوم و سایر مواد معدنی مورد استفاده در باتری‌ها را تضمین کند. همچنین شرکت سازنده باتری استرالیایی EV Metals، در حال برنامه‌ریزی برای تأسیس کارخانه هیدروکسید لیتیوم در عربستان است.

چشم انداز تجارت ۱۰۰ میلیارد دلاری روسیه و ترکیه

بر اساس اعلام سرکنسول روسیه در استانبول، حجم تجارت روسیه با ترکیه به سرعت در حال گسترش بوده و در سال ۲۰۲۲ به ۷۰ میلیارد دلار



▲ سرمایه‌گذاری عربستان در تولید خودروهای برقی



▲ افزایش همکاری‌های تجاری بین روسیه و ترکیه

راه‌اندازی مسیر دریایی جدید عربستان برای اتصال آسیا به اروپا

شرکت خطوط دریایی عربستان خبر بازگشایی یک خط سرویس جدید میان قاره‌های آسیا و اروپا به عنوان بخشی از برنامه توسعه شبکه خطوط خود را اعلام کرد. هدف از توسعه این خط جدید حمل و نقل، تقویت زنجیره‌های تأمین و تنوع بخشی به مسیرهای حمل و نقل برشمرده شده است که به طور مستقیم آسیا و اروپا را از طریق بندر جده به هم متصل می‌کند. این خط جدید، می‌تواند عربستان سعودی را به یک مرکز لجستیک جهانی که هند، چین و اروپا را به هم پیوند می‌دهد، تبدیل کند.

شایان ذکر است که این مسیر دریایی جدید، بر اساس استراتژی حمل و نقل و لجستیک ملی عربستان است که در ژوئن ۲۰۲۱ با هدف تبدیل این کشور به عنوان یک مرکز لجستیک جهانی که سه قاره را به هم متصل می‌کند، مطرح شد. برای عربستان سعودی، ارتقای لجستیک حائز اهمیت فراوانی است، چراکه

خودکفایی عراق در گاز ظرف ۳ سال آینده

پس از تأخیری ۵ ساله، نخست وزیر عراق قرارداد نهایی پنجمین دور مجوزهای حفاری و توسعه میدان‌های نفتی مرزی عراق را امضا کرد. تأخیر در تأیید نهایی این قراردادها، موجب وارد آمدن خسارت‌های مالی شدید و آسیب‌های زیست محیطی فراوانی به عراق شده است. با اجرایی شدن این قراردادها، ۲۵۰ هزار بشکه به تولید نفت عراق افزوده خواهد شد و متعاقب آن، مرحله تازه‌ای از قراردادها برای افزایش تولید گاز در عراق منعقد خواهد شد.

نخست وزیر عراق امضای این قرارداد را آغازی برای وارد شدن عراق به بازارهای جهانی گاز و رفع بحران برق در این کشور دانسته است که طی ۳ سال، عراق را در تولید گاز خودکفا خواهد کرد. از برنامه‌های دولت فعلی عراق، سرمایه‌گذاری بر روی گازهای مشعل و گاز طبیعی در قالب اصلاحات اقتصادی به شمار می‌رود که از محورهای اصلی برنامه دولت است.

یعنی حدود ۲ برابر سال پیش از رسیده است.

هدف رهبران دو کشور، افزایش این رقم به ۱۰۰ میلیارد دلار است. با توجه به تحریم غرب علیه روسیه و خروج بسیاری از شرکت‌های غربی از این کشور، بستر مناسبی برای گسترش روابط تجاری دوجانبه فراهم شده و گسترش روند تولید مشترک و اجرای سرمایه‌گذاری‌های مشترک در دستور کار قرار گرفته است.

سال گذشته، ترکیه و روسیه نقشه راه همکاری اقتصادی را امضا کردند که بر اساس آن، حجم تجارت دوجانبه به ۱۰۰ میلیارد دلار در سال خواهد رسید. دو کشور همچنین توافق کردند که روبل روسیه را به عنوان ارز تسویه حساب برای تجارت دوجانبه، از جمله برای تأمین گاز طبیعی روسیه بکار گیرند. داده‌ها نشان می‌دهد که در ماه‌های گذشته ترکیه یکی از پنج صادرکننده برتر به روسیه بود و این کشور در سال ۲۰۲۱، رتبه یازدهم را در بین کشورهای صادرکننده به روسیه، یعنی بالاتر از ایالات متحده، فرانسه، ژاپن، لهستان و ایتالیا به خود اختصاص داده بود.



▲ همکاری‌های عراق و کشورهای عربی برای بهسازی شبکه انرژی

در امارات مجوز دریافت کرده است و کانال جدیدی را برای جریان پول به امارات باز می‌کند. خدمات ارائه شده از سوی بانک MTS تقاضاهای رو به رشد برای خدمات مالی از سوی مهاجران روسی در منطقه را برآورده خواهد کرد. شایان توجه است که اتباع روسیه، بزرگترین خریداران غیرمستقیم اماکن مسکونی در دبی در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۲ بودند. امارات، مانند عربستان سعودی، یکی از اعضای ائتلاف نفت اوپک پاس است که روسیه را در بر می‌گیرد و روابط خوبی با مسکو حفظ کرده است.

افغانستان در پی تداوم ارتباط ریلی با ازبکستان

در پی تحولات اخیر و به دنبال توقف انتقال کالاهای کشورهای آسیای میانه

کشورهای شورای همکاری خلیج فارس برای تحکیم همکاری و افزایش مشارکت بین کشورهای عضو شورای همکاری و عراق انجام شده است.

اعطای مجوز بهره برداری از بانک MTS روسیه توسط امارات

اخیراً بانک مرکزی امارات متحده عربی به بانک MTS روسیه مجوز بازگشایی حساب‌های شخصی و تجاری اتباع روسیه در امارات را اعطا کرده است و از این پس اتباع روسیه می‌توانند در دبی حساب‌های بانکی باز کنند.

MTS یک واحد فینتک از بزرگترین اپراتور تلفن همراه روسیه Mobile TeleSystems است که مشمول تحریم‌های غرب نیست. این بانک در ابوظبی ثبت شده و اولین بانک خارجی است که طی چند سال اخیر

سبب تقویت زنجیره تأمین این کشور می‌شود که به نوبه خود برای دستیابی به اهداف اقتصادی سند چشم انداز ۲۰۳۰، حیاتی است.

در همین راستا، وزارت حمل و نقل و لجستیک عربستان سعودی در اکتبر ۲۰۲۲، برنامه‌های خود مبنی بر افتتاح ۵۹ منطقه لجستیکی به منظور تقویت زنجیره‌های تأمین را اعلام کرده بود.

توافق بر سر پروژه اتصال برق بین کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس و عراق

عربستان همچنین قرارداد اجرای پروژه اتصال برق بین کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس و عراق را با هزینه حدود ۲۲۰ میلیون دلار به امضا رساند. این پروژه در کوتاه مدت، به تأمین برق در جنوب عراق و استان بصره از طریق کشورهای شورای همکاری خلیج فارس کمک خواهد کرد و در درازمدت، منجر به توسعه پایدار در منطقه خواهد شد.

این پروژه شامل ساخت خطوط انتقال برق دو مداره با ولتاژ ۴۰۰ کیلو ولت از ایستگاه و فرای کویت تا ایستگاه فاو در جنوب عراق است. مرحله اول، شبکه اتصال برق خلیج فارس به طول ۲۹۵ کیلومتر، برای تأمین حدود ۵۰۰ مگاوات برق عراق از کشورهای شورای همکاری خلیج فارس است که پیش‌بینی می‌شود عملیات ساخت آن به ظرفیت کل انتقال ۱۸۰۰ مگاوات الکتریسیته طی ۲۴ ماه به اتمام برسد. این پروژه شامل تأمین و نصب قطع کننده‌های مدار، راکتورهای الکتریکی، سیستم‌های اندازه‌گیری و کنترل برای ساخت و توسعه پست‌های فرعی در الوفرا و الفاو و همچنین ارائه خدمات مشاوره‌ای در زمینه مسائل زیست محیطی و اجتماعی و نظارت بر اجرای آنها است. هزینه این پروژه توسط صندوق توسعه اقتصادی کشورهای عربی کویت و صندوق توسعه قطر تأمین می‌شود. انعقاد این توافقنامه، در قالب دستورکار



از راه حیرتان-مزارشریف، پس از ختم قرارداد میان افغانستان و ازبکستان، یک هیأت طالبان به ازبکستان سفر کرد. انتظار می‌رود که با امضای تفاهمنامه با ازبکستان، روند انتقال کالا از راه‌آهن حیرتان-مزارشریف دوباره آغاز شود. شایان توجه است که انتقال کالا از طریق خط آهن به افغانستان، از صرفه اقتصادی و زمانی برخوردار است و می‌تواند منجر به تسهیل تجارت میان افغانستان و ازبکستان شود.

بندر حیرتان، افغانستان را به کشورهای آسیای میانه متصل می‌سازد و ۸۰ درصد واردات از کشورهای آسیای مرکزی از همین راه انجام می‌شود؛ با بسته شدن این راه‌چالش‌های بازرگانان بیشتر شد و قیمت برخی کالاهای خوراکی به ویژه آرد نیز افزایش یافت.

حمایت ۵۴ میلیارد دلاری شورای همکاری خلیج فارس از کشورهای منطقه

اخیراً صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد که کشورهای عربی خلیج فارس در طول پنج سال گذشته، ۵۴ میلیارد دلار برای حمایت از کشورهای منطقه اختصاص داده‌اند. این مبلغ صرف کاهش بدهی و حمایت از امنیت غذایی کشورهای منطقه، به ویژه کشورهای کم درآمد، شکننده و آسیب دیده از درگیری در منطقه شده است.

همچنین مدیرکل صندوق بین‌المللی پول اخیراً در هفتمین مجمع مالی عمومی کشورهای عربی در دبئی اظهار داشت که: «وجود خطرات متعددی در منطقه از جمله جنگ روسیه در اوکراین و مشکلات ناشی از تغییرات آب و هوایی، خطر کمبود را تشدید کرده است».

این مقام بین‌المللی همچنین هشدار داد که نرخ بالای بیکاری مزمن، به ویژه در میان جوانان، منطقه را با یک تهدید بزرگ برای ثبات اجتماعی مواجه ساخته است. او از کشورهای شورای همکاری خلیج فارس خواست به حمایت مالی از کشورهای منطقه ادامه دهند.

رشد ۳۰۰ درصدی سرمایه گذاری امارات در مصر

در راستای تحولات کشورها، مصر نیز اعلام کرده است که سرمایه گذاری‌های اماراتی در این کشور طی سال گذشته، با ۳۰۰/۸ درصد افزایش، از ۱/۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱، به رقم ۵/۷ میلیارد دلار رسیده است. افزون بر این داده‌های منتشر شده، حاکی از این امر است که ارزش کل حواله‌های ارسالی مصری‌های شاغل در امارات در سال مالی ۲۰۲۰-۲۰۲۱، حدود ۳/۵ میلیارد دلار بوده است؛ در حالی که این رقم در سال مالی ۲۰۱۹-۲۰۲۰، ۳/۴ میلیارد دلار بود که افزایش ۱/۴ درصدی داشته است.

ارزش مبادلات تجاری بین مصر و امارات متحده عربی در ۱۱ ماهه نخست سال ۲۰۲۲ با افزایش ۶/۵ درصدی، از ۴/۳ میلیارد دلار در مدت مشابه سال ۲۰۲۱، به ۴/۶ میلیارد دلار افزایش یافت. حجم صادرات مصر به امارات در ۱۱ ماهه اول سال ۲۰۲۲ با افزایش ۱۴/۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۱، از ۱/۴ میلیارد دلار به ۱/۸ میلیارد دلار رسید. از سوی دیگر، ارزش واردات مصر از امارات در ۱۱ ماهه اول سال ۲۰۲۲ نیز با افزایش ۱۸ درصدی مواجه شد و از ۲/۷ میلیارد دلار در مدت مشابه در سال ۲۰۲۱، به حدود ۲/۸ میلیارد دلار رسید.

مجموع ذخایر کشورهای حوزه خلیج فارس در مصر، بالغ بر ۲۸ میلیارد دلار بوده است که از این میان، ۱۳

میلیارد دلار را در سه ماهه اول سال ۲۰۲۲ از امارات، عربستان سعودی و قطر دریافت کرده است و ۱۵ میلیارد دلار نیز سپرده ریاض و ابوظبی است.

رشد ۸۰ درصدی مازاد تجاری عربستان در سال ۲۰۲۲

بر اساس داده‌های جدید، صادرات نفت خام عربستان در اکتبر سال گذشته به بالاترین میزان در ۳۰ ماه اخیر رسید؛ از سوی دیگر در سال گذشته، به مدد افزایش بهای نفت در پی جنگ روسیه با اوکراین، قیمت نفت رکورد جدیدی را ثبت کرد. عربستان در سال ۲۰۲۲ به واسطه افزایش بهای نفت و نیز افزایش صادرات این محصول، توانست به مازاد تجاری ۲۲۲ میلیاردی برسد که حاکی از افزایش ۸۰ درصدی نسبت به سال پیش از آن بود. ارزش صادرات نفت عربستان در سال ۲۰۲۲ معادل ۳۳۰ میلیارد دلار بود؛ رقمی که از سال ۲۰۱۲ بی سابقه به شمار می‌رود. علاوه بر این، صادرات غیرنفتی این کشور نیز به حدود ۸۴ میلیارد دلار افزایش یافته است که طی ۱۲ سال اخیر، بی سابقه بوده است. رویکرد عربستان به سمت تنوع بخشی به اقتصاد خود با هدف ارتقای سهم محصولات غیرنفتی در صادرات این کشور است که در قالب تحقق چشم انداز ۲۰۳۰ صورت می‌گیرد. از جمله این اقدامات، می‌توان به اجرای طرح‌های اقتصادی جدیدی چون توسعه توان ملی در ۱۰ زمینه در بخش‌های مختلف



عربستان سعودی و امارات متحده عربی در آوریل سال گذشته متعهد به پرداخت کمک ۳ میلیارد دلاری به یمن شدند. هر چند که مشخص نیست که آیا واگذاری یک میلیارد دلاری عربستان سعودی بخشی از این تعهد است یا خیر!

بر اساس گزارش برنامه جهانی غذا، در یمن ۱۷ میلیون نفر با ناامنی غذایی مواجه‌اند. اخیراً اتحادیه اروپا ۱۹۳ میلیون یورو (۲۰۵ میلیون دلار) بودجه برای افراد آسیب‌پذیر در یمن اختصاص داده است و قرار است که بخشی از این بودجه صرف بخش امنیت غذایی در یمن شود.

جهت اطلاعات بیشتر اسکن کنید :



سپرده‌گذاری یک میلیارد دلاری عربستان در بانک مرکزی یمن

عربستان سعودی قصد دارد به‌زودی یک میلیارد دلار به دولت در تبعید یمن کمک کند. این اقدام در پی پایین آمدن شدید ارزش پول ملی یمن و قیمت بالای سوخت و کالاهای در این کشور انجام می‌شود. جنگ داخلی یمن در سال ۲۰۱۴ آغاز شده است و منجر به ایجاد دو دولت رقیب در این کشور شد؛ دولت تحت حمایت عربستان، در عدن و دولت حوثی، که در صنعا مستقر است.

یمن سال‌هاست با کمبود ارزهای خارجی از جمله دلار آمریکا و همچنین کاهش ارزش پول ملی خود مواجه بوده است. از یک سو این کشور به شدت به واردات مواد غذایی وابسته است و از سوی دیگر، بسیاری از یمنی‌ها ترجیح می‌دهند تا پس‌انداز خود را به صورت ارزهای خارجی حفظ کنند؛ عواملی که منجر به تشدید کمبود ارز شده است. در بحبوحه این مشکلات، دو کشور

صنعت و معدن از جمله خودروسازی، کشتی‌سازی و داروسازی با ارزش بیش از ۱۹ میلیارد دلار اشاره نمود.

رشد ۶۸ درصدی حجم مبادلات تجاری میان روسیه و امارات

اخیراً مقامات روسیه اعلام کرده‌اند که تعاملات میان روسیه و امارات در حال افزایش است و این رویکرد مثبت در آمارهای تجارت روسیه و امارات بازتاب داشته است؛ در همین راستا، حجم تجارت بین روسیه و امارات در سال ۲۰۲۲ به میزان ۶۸ درصد افزایش یافته و به رقم ۹ میلیارد دلار رسیده است؛ این رقم، رکوردی تاریخی در روابط بین دو کشور محسوب می‌شود. نکته جالب توجه آنکه حجم صادرات از روسیه به امارات به میزان ۷۱ درصد افزایش یافته و به ۸٫۵ میلیارد دلار رسیده و واردات از امارات به میزان ۶ درصد افزایش یافته و به ۵۰۰ میلیون دلار رسیده است. در واقع امارات، بزرگ‌ترین شریک تجاری روسیه در میان کشورهای عربی است.



حمایت‌های دانش بنیانی

در شماره‌های گذشته کوشیدیم تا به معرفی ۱۱۰ حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان بپردازیم؛ در پایان این معرفی، عناوین کلی حمایت‌های دانش بنیانی را از نظر می‌گذرانیم.

قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری و اختراعات که توسط معاونت علمی و فناوری رییس جمهور تدوین و در سال ۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید، سرآغاز گسترده‌ترین برنامه دولت برای حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان در سال‌های اخیر بوده است. در این قانون موضوعات مهمی نظیر تشکیل صندوق نوآوری و شکوفایی و ارائه معافیت‌های مالیاتی و گمرکی به شرکت‌های دانش بنیان مورد تاکید قرار گرفته است و «کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش بنیان» به ریاست معاون علمی و فناوری رییس جمهور و عضویت وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های مرتبط و نمایندگان بخش خصوصی، شرکت‌های مشمول استفاده از مزایای این قانون را تایید می‌کند. علاوه بر حمایت‌های مورد نظر قانون، ارزیابی و شناسایی شرکت‌های دانش بنیان، فرصت مناسبی را برای ارائه حمایت‌های متنوع از این شرکت‌ها فراهم آورده است که توسط معاونت علمی و فناوری و دبیرخانه کارگروه و در برخی موارد با همکاری سایر دستگاه‌ها در حال اجرا است و در مجموع بالغ بر ۱۱۰ عنوان حمایت را شامل می‌شود. این برنامه از طریق توانمند نمودن شرکت‌ها، توسعه بازار محصولات دانش بنیان، ارائه خدمات تخصصی و ... می‌تواند زمینه دستیابی به اهداف اقتصادی مبتنی بر دانش و اقتصاد مقاومتی را محقق سازد.

۱- معافیت مالیاتی شرکت‌های دانش بنیان

۲- معافیت مالیاتی شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری

۳- معافیت مالیات بر حقوق کارکنان پارک‌های علم و فناوری

۴- خدمات مالی و حسابداری

۵- مشاوره مالیاتی و حسابداری گمرک



حمایت‌های مالیاتی

۶- معافیت از حقوق گمرکی، عوارض و سود بازرگانی

۷- ورود موقت

۸- فعالان مجاز اقتصادی «AEO»

۹- تسهیل گمرکی

۱۰- معافیت مالیات ۴ درصد علی الحساب بر واردات

۱۱- مشاوره گمرکی بیمه



حمایت‌های گمرکی



حمایت‌های بیمه‌ای

- ۱۲- معافیت از پرداخت حق بیمه قراردادها
- ۱۳- بخشودگی جرایم بیمه تأمین اجتماعی
- ۱۴- مشاوره بیمه تأمین اجتماعی
- ۱۵- تسهیل عضویت شرکت‌های دانش‌بنیان در صندوق بازنشستگی آینده ساز
- ۱۶- بسته بیمه‌های مسئولیت
- ۱۷- بسته بیمه‌های مهندسی
- ۱۸- بسته بیمه‌های آتش سوزی
- ۱۹- بسته بیمه‌های اشخاص نظام وظیفه



حمایت‌های نظام وظیفه

- ۲۰- امریه نظام وظیفه در شرکت‌های دانش‌بنیان
- ۲۱- پروژه جایگزین خدمت در شرکت‌های دانش‌بنیان
- ۲۲- پروژه جایگزین خدمت در دستگاه‌های دفاعی و دولتی
- ۲۳- پروژه جایگزین خدمت در شرکت‌های همکار دفاعی



حمایت‌های استقرار

- ۲۴- دریافت جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری
- ۲۵- استقرار در کاربری مسکونی ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان در شهر تهران
- ۲۶- کاهش پرداخت نقدی واگذاری اراضی شهرک‌های صنعتی ساخت داخل



ساخت داخل

- ۲۷- حمایت از توسعه بازار تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته صنعتی
- ۲۸- اصلاح تعرفه گمرکی
- ۲۹- نمایشگاه ساخت ایران «تجهیزات و مواد آزمایشگاهی»
- ۳۰- ممنوعیت خرید کالاهای خارجی دارای ساخت داخل
- ۳۱- حمایت از ساخت بار اول



توسعه بازار

- ۳۲- رفع نیازهای فناورانه صنایع بزرگ
- ۳۳- فروش اقساطی مواد و کالاهای مصرفی دانش‌بنیان
- ۳۴- معرفی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان
- ۳۵- نشست‌های بهره‌برداری از توان داخل
- ۳۶- تدوین گزارش تحقیقات بازار
- ۳۷- حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی
- ۳۸- مشاوره توسعه بازار و فروش



صادرات

۳۹- تهیه گزارش تحقیقات بازارهای بین‌المللی

۴۰- منتورینگ و مشاوره صادراتی

۴۱- حمایت از تبلیغات در بازارهای صادراتی

۴۲- اخذ گواهینامه‌ها و مجوزهای بین‌المللی

۴۳- ثبت بین‌المللی محصولات، داروها و علائم تجاری

۴۴- ارزیابی آمادگی صادراتی

۴۵- حمایت از حضور در نمایشگاه‌های خارجی

۴۶- حمایت از پذیرش و اعزام هیأت‌های تجاری

۴۷- حمایت از حضور در مناقصات بین‌المللی

۴۸- یارانه سود تسهیلات صادراتی

۴۹- حمایت از واسطه‌های صادراتی

۵۰- حمایت از آموزش بازرگانی و صادرات



بورس و فرابورس

۵۱- حمایت از ورود شرکت‌ها به بورس

۵۲- مشاوره ورود بورس و فرابورس



برنامه توسعه کسب و کار

۵۳- نشست‌های پرسش و پاسخ

۵۴- مشاوره‌های عمومی و مدیریت

۵۵- مشاوره‌های توسعه بازار و فروش

۵۶- مشاوره‌های حقوق و مالکیت فکری

۵۷- مشاوره‌های واردات و صادرات

۵۸- مشاوره‌های بیمه و مالیات

۵۹- مشاوره‌های تأمین منابع مالی

۶۰- مشاوره‌های توسعه فنی محصولات

۶۱- تهیه تکنیکال فایل تجهیزات پزشکی

۶۲- تدوین قراردادهای حقوقی

۶۳- طراحی صنعتی و بسته‌بندی محصولات

۶۴- نیازسنجی مجوزها و گواهینامه‌ها

۶۵- حمایت از ثبت طرح صنعتی

۶۶- حمایت از خرید بیمه نامه مسئولیت کالا

۶۷- صدور گواهی انطباق و گواهی محصول «COC & Cop»

۶۸- قیمت‌گذاری سهام و ارزش‌گذاری دانش فنی

۶۹- خدمات شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی

۷۰- خدمات مرکز صنعتی سازی نانو فناوری کاربردی



دانشگاه و پژوهش

۷۱- امتیاز ارتقای مرتبه اعضای هیأت علمی

۷۲- مشارکت در تأسیس و اداره شرکت‌های دانش‌بنیان توسط دانشگاه‌ها

۷۳- مجوز فعالیت اعضای هیأت علمی در شرکت‌های دانش‌بنیان

۷۴- استفاده از بودجه پژوهشی دستگاه‌های اجرایی



منابع انسانی

- ۷۵- آسیب شناسی و ارتقاء منابع انسانی
- ۷۶- مشاوره منابع انسانی و آسیب شناسی
- ۷۷- تسهیلات اشتغال دانش آموختگان برتر «طرح شهید تهرانی مقدم»
- ۷۸- کارآموزی استعدادهای برتر در شرکت‌های دانش بنیان



ترویج

- ۷۹- امتیاز اضافه پخش تشویقی در آگهی‌های سازمان صدا و سیما
- ۸۰- حمایت از ترویج فعالیت‌های شرکت‌های دانش بنیان در رسانه



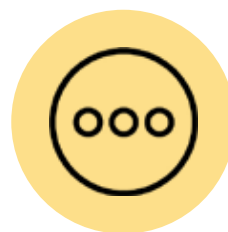
تسهیلات مالی

- ۸۱- تسهیلات صندوق توسعه ملی صندوق نوآوری و شکوفایی
- ۸۲- تسهیلات قبل از تولید صنعتی
- ۸۳- تسهیلات تولید صنعتی
- ۸۴- تسهیلات سرمایه در گردش «ارائه توسط صندوق نوآوری و شکوفایی»
- ۸۵- تسهیلات سرمایه در گردش و ارائه توسط شبکه بانکی همکار
- ۸۶- تسهیلات استقرار موقت
- ۸۷- تسهیلات تأمین محل کار
- ۸۸- تسهیلات قرض الحسنه نمونه سازی
- ۸۹- تسهیلات اشتغال پایدار
- ۹۰- تسهیلات لیزینگ و استصناع
- ۹۱- ضمانت نامه‌ها
- ۹۲- تسهیلات اوراق خزانه
- ۹۳- تأسیس صندوق‌های سرمایه گذاری
- ۹۴- ممیزی و ارزش گذاری دارایی فکری
- ۹۵- مشاوره و ثبت طرح صنعتی
- ۹۶- مشاوره و ثبت نشان تجاری
- ۹۷- مشاوره و ثبت اختراع داخلی
- ۹۸- مشاوره و ثبت اختراع خارجی
- ۹۹- هم سرمایه گذاری
- ۱۰۰- خدمات مشاوره
- ۱۰۱- رتبه بندی جوایز
- ۱۰۲- ارزیابی توانمندی صادراتی
- ۱۰۳- حمایت از دریافت کارت بازرگانی
- ۱۰۴- حمایت از حضور در نمایشگاه‌های داخلی
- ۱۰۵- حمایت از حضور در نمایشگاه‌های خارجی
- ۱۰۶- دریافت استانداردها و مجوزها
- ۱۰۷- رویدادها و شبکه سازی
- ۱۰۸- دوره‌های آموزشی



اطلاعات تکمیلی خدمات
دانش بنیان‌ها را از
طریق اسکن QR code
دریافت نمایید.

- ۱۰۹- بسته حمایت از شرکت‌های دانش بنیان حوزه سلامت
- ۱۱۰- بسته حمایت از شرکت‌های دانش بنیان حوزه کشاورزی



سایر

هوشمندسازی خانه‌ها و تأثیر آن بر کاهش مصرف انرژی

در هر نقطه از دنیا که هستید تنها با یک اپلیکیشن می‌توانند تمام لوازم خانه‌تان را مدیریت کنید. این جمله‌ای است که تا چندسال پیش جزء محالات بود و به هرکس این جمله را می‌گفتید احتمالاً آن را باور نمی‌کرد. حالا دیگر به‌لطف شرکت‌های هوشمندساز و نسل جدید ارتباطات اینترنتی، هوشمندسازی نیز چندان بزرگ به واقعیت نزدیک شده است. در این مقاله به معرفی امکانات و ویژگی‌های لوازم خانگی هوشمند و نحوه مدیریت این لوازم خواهیم پرداخت.



نیمه شب‌های تابستان را در نظر بگیرید که کولر هوای اتاق را بیش از اندازه سرد کرده است ولی کسی حال و حوصله این را ندارد که از خواب خوش بیدار شده و کولر را خاموش کند، پس پتو را بر روی خود می‌کشید و تا صبح می‌خوابید؛ این کار جدا از سرما خوردن افراد باعث می‌شود کولر چندین ساعت بیهوده روشن مانده و آب و برق زیادی را مصرف کند.

اما در سیستم‌های هوشمند علاوه بر اینکه می‌توان دما را جهت روشن یا خاموش کردن کولر و فن کوئل‌ها تنظیم کرد، این امکان هم وجود دارد که از تایمر خاموش شدن کولر در زمان دلخواه استفاده کنید تا سیستم سرمایشی در نیمه شب بصورت خودکار خاموش شود. همچنین به عنوان گزینه آخر نیز می‌توانید نیمه شب توسط ریموت یا موبایل خود کولر را خاموش کنید تا علاوه بر کاهش مصرف برق از سرما به خود نلرزد! البته منظور کولر آبی است زیرا کولرهای گازی همین الآن هم ریموت دار هستند. این‌ها مواردی از هوشمندسازی در عرصه لوازم خانگی است؛ با این حال شاید این سؤال برایتان ایجاد شده باشد که تفاوت هوشمندسازی لوازم خانگی و لوازم خانگی هوشمند چیست؟ در ادامه سعی کرده‌ایم پاسخی برای این پرسش پیدا کنیم.

لوازم خانگی هوشمند یا هوشمندسازی لوازم خانگی؟

اولین سؤالی که احتمالاً با دیدن یک وسیله خانگی هوشمند به ذهن‌تان برسد این است که برای داشتن یک وسیله هوشمند خانگی باید آن وسیله را به‌طور کامل تعویض کنیم یا بدون تعویض کردن هم می‌توان وسایل خانه را هوشمند کرد؟

نیازی نیست برای هوشمندسازی تمام لوازم خانه تعویض شود و فقط در موارد محدودی نیاز به تعویض وسیله است. بسیاری از لوازم خانگی بدون نیاز به تعویض قابلیت هوشمند شدن دارند. از این رو هزینه‌های مربوط به هوشمندسازی آن‌چنان که شما تصور می‌کنید بالا نیست، بلکه این هزینه‌ها معمولاً منطقی بوده و به‌نوعی سرمایه‌گذاری برای آسایش و راحتی و کاهش هزینه‌ها در آینده است. این نکته را هم در نظر بگیرید که لوازم خانگی هوشمند مختص یک شرکت و برند خاص نیست و شما بین تولیدکنندگان، رنگ‌ها و مدل‌های مختلف حق انتخاب دارید.

هوشمندسازی لوازم خانگی

با پیشرفت تکنولوژی و گسترش ابزارهای کنترل‌کننده و متصل به شبکه جهانی وب، داشتن یک ساختمان تمام هوشمند می‌تواند بخش اعظمی از نیازهای روزمره ما را مرتفع کند. یک ساختمان هوشمند در هر نقطه‌ای

از جهان تحت کنترل شما خواهد بود. شما می‌توانید از طریق اپلیکیشن خانه هوشمند که بر روی انواع تلفن‌ها و تبلت‌های هوشمند قابل نصب هستند، تمامی اجزای ساختمان خود را کنترل کنید؛ از جمله نور و روشنایی، سیستم‌های تهویه، امنیت و ایمنی، قفل درب‌های هوشمند، آبیاری و حتی لوازم خانگی.

بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده لوازم خانگی، سیستم‌های نوینی را بر اساس تکنولوژی اینترنت اشیا پایه‌گذاری کرده و محصولات جدید خود را به صورت هوشمند عرضه می‌کنند. اما آیا راهی برای هوشمندسازی لوازم خانگی عادی و قدیمی نیز وجود دارد؟ چگونه می‌توان یخچال، ماشین لباسشویی، قهوه و چای‌ساز و حتی سیستم‌های تهویه قدیمی مانند کولر آبی را به سیستم هوشمند خانگی متصل کرد؟

هوشمند شدن لوازم خانگی قدیمی به معنی اختیار داشتن کنترل آن‌ها به وسیله تلفن‌های همراه و دستیارهای صوتی، تاج پل و کلیدهای سناریو خانه هوشمند است. شما در خانه‌های هوشمند قابلیت اتصال تمام اجزاء و لوازم خانگی را به این سیستم دارا هستید و می‌توانید از هر جایی و در هر زمانی می‌توانید لوازم برقی خود را کنترل کنید.

مدیریت هوشمند لوازم خانگی

لوازم خانگی هوشمند به وسیله اپلیکیشن خانه هوشمند قابل کنترل هستند. همچنین سیستم‌های خانه هوشمند که توانایی تفکر و تصمیم‌گیری دارند نیز در مدیریت لوازم خانگی نقش دارند. برای مثال هنگامی که سیستم‌های هوشمند پیغام آتش سوزی دریافت می‌کنند کنترل لوازم خانگی را به دست می‌گیرند و جریان انرژی را در آن وسایل کامل قطع می‌کنند.

کاربرد اپلیکیشن نیز این‌گونه است که دیگر نیازی نیست هنگامی که در خانه حضور ندارید، برای کارهای کوچک مثل خاموش کردن گاز و تلویزیون و... به خانه برگردید بلکه از راه دور می‌توانید تمام لوازم خانه را مدیریت و کنترل کنید.

آیا هوشمندسازی لوازم خانگی می‌تواند تأثیری در کاهش مصرف انرژی در خانه‌های ما داشته باشد؟

سؤال رایجی که اکثراً پرسیده می‌شود این است که آیا بهینه‌سازی انرژی با هوشمندسازی ممکن است؟ ممکن است برای شما پیش آمده باشد که در زمانی که فن‌کوئل‌ها یا کولر روشن است، درب یا پنجره‌ای باز بماند و باعث سرد شدن اتاق شود. در سیستم‌های سنتی، فن‌کوئل‌ها سعی در گرم کردن اتاق کرده و از پنجره سرما وارد می‌شود و همین‌طور انرژی به هدر می‌رود در صورتی که در سیستم هوشمند منزل، باز بودن درب یا پنجره تشخیص داده شده، سپس به ساکنین هشدارهای صوتی و نوری داده



می‌شود و در صورت عدم توجه طی زمان مشخص شده فن کوئل‌ها به صورت خودکار خاموش می‌شوند تا از اتلاف انرژی جلوگیری شود.

اکثر سیستم‌های هوشمند دارای حالت صرفه‌جویی در مصرف انرژی هستند؛ با فعال کردن این حالت سیستم به صورت خودکار ترک کردن افراد از اتاق‌ها را تشخیص داده و برای مثال اگر فرد اتاق خود را ترک کند، حدود ۳۰ ثانیه بعد چراغ‌های اتاق را خاموش می‌کند و در صورتی که فرد تا بیش از ۱۰ دقیقه بازنگردد سیستم سرمایش و گرمایش اتاق نیز خاموش می‌شود. این سیستم همچنین در طول روز اگر نور به صورت کافی موجود باشد، از روشن ماندن چراغ‌ها جلوگیری می‌کند.

چه لوازمی در خانه‌ها قابل هوشمندسازی هستند؟

اکثر لوازمی که در خانه استفاده می‌کنیم قابلیت هوشمندسازی دارند. با هوشمندسازی لوازم خانگی تمام اجزای خانه می‌توانند با هم ارتباط برقرار کنند، هوشمندانه تفکر کنند و بهترین تصمیمات را در جهت کاهش مصرف انرژی و تأمین امنیت و راحتی ساکنین خانه بگیرند که این را می‌توان مهم‌ترین دستاورد خانه‌های هوشمند بیان کرد. مهم‌ترین اجزای خانه که قابلیت هوشمندسازی آن‌ها وجود دارد عبارت‌اند از: تلویزیون، یخچال، اجاق گاز، لباس‌شویی، ماشین ظرف‌شویی، وسایل سرمایشی و بسیاری از موارد دیگر. در ادامه مقاله به بررسی پیش‌نیازهای قابلیت‌ها و امکانات این لوازم و مقایسه آن‌ها با لوازم خانگی معمولی می‌پردازیم.

۲- برنامه ریزی از راه دور

فناوری خانه هوشمند مبتنی بر اینترنت اشیا (IoT) از فضای ابری یا Cloud برای برقراری ارتباط با شبکه اینترنت خانگی استفاده می‌کند. این روش جدید و پیشرفته به دلیل عدم نیاز به سیم کشی و تخریب، بسیاری از ساکنین منازل را به هوشمندسازی ترغیب کرده است، اما مزایای خانه هوشمند بسیار بیشتر از این موارد بوده و تنها به دسترسی سریع و نصب و راه‌اندازی بی دردسر خلاصه نمی‌شود. هنگامی که در خانه نیستید، تلفن همراه همیشه همراه شماست؛ بنابراین کنترل و برنامه‌ریزی لوازم خانگی با از طریق نرم افزار تلفن همراه امکان‌پذیر می‌شود. اکثریت تجهیزات لوازم خانگی هوشمند قابلیت کنترل از راه دور توسط گوشی موبایل را دارند و می‌توانید لوازم خانگی متصل به آن‌ها را در اپلیکیشن‌های موبایل مدیریت کنید.

۳- کنترل از طریق ریموت

فرکانس رادیویی ۴۳۳ مگاهرتز یک باند رادیویی بی‌سیم است که دستگاه‌های خانگی مجاز به ارسال این سیگنال هستند. فرکانس ۴۳۳ مگاهرتز برای کنترل کلیدها، کرکره‌های برقی، درب پارکینگ، پنکه‌های سقفی یا لامپ و... استفاده

پیش‌نیازهایی برای هوشمندسازی لوازم خانگی

برای هوشمندسازی لوازم خانگی به مواردی نیاز است که در ادامه مورد اشاره قرار خواهد گرفت:

۱- کنترل توسط رله سوئیچ‌های هوشمند

قبل از هوشمندسازی خانه، اغلب همه ساکنین منازل از کلیدهای فیزیکی برای روشن و خاموش کردن چراغ استفاده می‌کردند. پس بهترین حالت برای هوشمند کردن منازل این است که با حفظ کلیدهای فعلی، امکان کنترل از راه دور هم فراهم شود. برای ساکنین خانه کمی سخت و غیرعادی است که تغییرات زیادی در زیرساخت خانه اعمال کنند و به سبک زندگی هوشمند رو بیاورند. اما رله سوئیچ هوشمند یکی از گجت‌های هوشمند است که به شما اجازه می‌دهد با نگه داشتن کلیدهای فعلی در منازل، آن‌ها را هوشمند و از راه دور کنترل کنید. همچنین اگر ویژگی کنترل LAN را در نرم افزار فعال کنید حتی در صورت قطع شدن شبکه اینترنت، چراغ از طریق کلیدهای معمولی متصل به رله سوئیچ روشن و خاموش می‌شود.

۶- کنترل از طریق صدا

یکی از جذاب‌ترین و پرتعدادترین روش‌های کنترل تجهیزات هوشمندسازی، کنترل وسایل با صدای افراد است. فرض کنید دستتان بند باشد؛ جای نگرانی نیست! دستیار صوتی در این زمینه به کار شما خواهد آمد و می‌توانید فرامین را به صورت صوتی به دستگاه بدهید.

۷- کنترل از طریق تجهیزات دیگر

آیا تجربه هوشمندسازی و کنترل وسایل برقی منزل را توسط وسایل دیگر دارید؟ فکر می‌کنید این کار چقدر جذاب و هیجان انگیز است؟ آیا فایده دیگری هم دارد؟ آیا تجربه شما در هنگام کنترل لوازم خانگی از طریق موبایل یا از طریق یک دستگاه پوشیدنی هوشمند مثل ساعت هوشمند یکسان است؟ کدام یک را برای کنترل وسایل ترجیح می‌دهید؟ تلفن همراه یا ساعت هوشمند؟

وقتی صحبت از کنترل توسط دستگاهی دیگر به میان می‌آید، به نظر می‌رسد دسترسی کاربران به خانه هوشمندشان آسان‌تر باشد. تصور کنید که می‌توانید لوازم خانگی خود را بر روی ساعت خود کنترل کنید، به این معنی که نه تنها می‌توانید سلامت و تناسب‌اندام را ردیابی کنید، پیام ارسال کنید و تماس بگیرید، بلکه خانه هوشمند خود را بر روی آن اجرا کنید. کنترل بین دستگاهی به فناوری اطلاق می‌شود که امکان کنترل کاربران را در چندین دستگاه مانند تلفن‌های هوشمند، رایانه‌های شخصی، رایانه‌های رومیزی، تبلت‌ها، دستگاه‌های هوشمند مانند Chromecast و Apple TV، ابزارهای پوشیدنی و غیره فراهم می‌کند. بنا بر این می‌توانید چندین دستگاه را از طریق دستگاه‌های مختلف مدیریت کنید.

۸- کنترل از طریق سنسورهای هوشمند

استفاده از کنترل وسایل برقی توسط سنسورها یا حسگرها در سیستم خانه هوشمند، این امکان را به شما می‌دهد که چندین تنظیمات را با دستورات مختلف از قبل مشخص کنید و تنها با یک دکمه فعال یا غیر فعال کنید و به این طریق روال کار شما بسیار ساده‌تر می‌شود. این روش معمولاً در سیستم‌های اتوماسیون برنامه‌ریزی شده سفارشی استفاده می‌شود و حتی شما می‌توانید سیستم خانه هوشمند را به سلیقه خود انجام دهید.

۹- کنترل مبتنی بر صفحات WEB

علاوه بر کنترل از راه دور توسط نرم افزارهای تلفن همراه، بسیاری از دستگاه‌ها را می‌توان از راه دور از طریق یک مرورگر وب کنترل کرد. به طور کلی، فناوری مبتنی بر وب برای دستگاه‌های کنترل از راه دور نیازی به دانلود و نصب چیزی ندارد، فقط کافی است به وب سایت دسترسی پیدا کرده و وارد حساب کاربری شوید.



می‌شود. فرکانس‌های رادیویی در مقایسه با فرکانس مادون قرمز (IR) یک مزیت مهم دارد و آن هم قابلیت عبور از دیوار است. به طور کلی فرکانس ۴۳۳ مگاهرتز در مقایسه با Zigbee (2.4 GHz) یا Z-Wave (868-928MHz) یا Wi-Fi (2.4) فرکانس بسیار پایینی است، به این معنی که حجم اطلاعات کمتری را در خود نگه می‌دارد اما بهتر می‌تواند از طریق دیوار حرکت کند.

۴- کنترل از طریق مادون قرمز (IR)

همانطور که در قسمت قبل مطرح شد، برخی وسایل برقی دارای ریموت‌های مادون قرمز یا IR هستند. از این قبیل وسایل می‌توان به تلویزیون‌ها، کولرهای گازی‌ها و برخی فن‌ها یا وسایل دیگر اشاره کرد. تمامی این تجهیزات توسط گجت‌های هوشمند مجهز به IR قابل کنترل از راه دور هستند.

۵- کنترل پل قابلیت لمسی

یکی از رایج‌ترین راه‌های ارتباط مردم با سیستم‌های خانه هوشمند، کنترل پل مرکزی هوشمند است. کاربر می‌تواند از طریق یک کنترل پل لمسی هوشمند با خانه خود تعامل داشته باشد. کنترل پل مرکزی هوشمند معمولاً یک تاج پل بزرگ با خروجی‌های مختلف مانند خروجی اسپیکر است.

۱۰- کنترل از طریق ویجت

ویجت‌ها یک راهکار در سفارشی سازی صفحه اصلی گوشی موبایل هستند. با استفاده از کنترل ویجت می‌توانید نمای یک دستگاه هوشمند را در صفحه گوشی موبایل داشته باشید، شما می‌توانید ویجت‌ها را در صفحه اصلی خود جابجا یا حذف کنید. برای اینکه به سرعت به کنترل دستگاه‌های هوشمند دسترسی داشته باشید، کافی است در نرم افزارهای هوشمندسازی تنظیمات لازم را انجام دهید تا کنترل وسایل برقی از طریق صفحه اول گوشی موبایل امکان پذیر شود و با لمس آیکون وسایل از روی صفحه گوشی آنها را کنترل کنید یا با دیدن صفحه گوشی از مقدار مصرف برق یا مقدار دما و رطوبت محیط تحت کنترل باخبر شوید.

برخی از لوازم خانگی هوشمند

در پایان بد نیست نگاهی داشته باشیم به لوازم خانگی‌ای که قابلیت هوشمند شدن دارند. لوازمی همچون تلویزیون، یخچال و فریزر، اجاق‌گاز، وسایل گرمایشی و تقریباً هرآنچه با خانه سر و کار دارد. این موارد و هوشمندسازی آن را در ادامه مورد بررسی کرده‌ایم.

تلویزیون هوشمند

تلویزیون‌های هوشمند قابلیت برقراری ارتباط با سایر اجزای خانه هوشمند را دارند. به‌طور مثال هنگامی که سناریو خروج فعال می‌شود، تلویزیون هوشمند در صورت روشن بودن به حالت خاموش در می‌آید. همچنین سنسور حضور نیز در تلویزیون‌های هوشمند تعبیه شده است تا در صورتی که بیش از مدت زمان تعیین شده کسی در محدوده تلویزیون حضور نداشته باشد و تلویزیون خاموش شود و به‌طور خودکار به حالت آماده‌باش در می‌آید.

اجاق گاز هوشمند

اجاق گاز هوشمند نیز همچون تلویزیون هوشمند به‌طور کامل با محصولات دیگر خانه‌های هوشمند هماهنگ است. با استفاده از اپلیکیشن و از راه دور می‌توانید خاموش یا روشن بودن شعله‌ها را بررسی کنید. همچنین می‌توانید در مواقع نیاز درجه شعله گاز را کم و زیاد و همچنین آن‌ها را خاموش و روشن کنید. هنگامی که در خانه هوشمند آتش‌سوزی رخ می‌دهد، سیستم اعلان حریق پیغام را به اجاق گاز می‌رساند. اجاق‌گاز هوشمند بعد از دریافت پیغام تمام شعله‌ها را خاموش می‌کند و ارتباط خودش را با فلکه گاز قطع می‌کند.

مثال دیگر برای وقتی است که شما در خانه حضور ندارید و کودک شما در خانه بوده و غذایش در یخچال است؛ کافی است که کودک غذا را روی یکی از شعله‌های اجاق گاز قرار دهد. با استفاده از اپلیکیشن می‌توانید سناریوهای دلخواهی



را برای پخت و پز و گرم کردن غذا تعیین کنید که با فعال کردن سناریو گرم کردن غذا، در تایم و دمای مدنظر شما اجاق گاز به‌طور خودکار شروع به کار می‌کند و بعد از اتمام زمان تعیین شده توسط شما شعله‌های آن خاموش می‌شوند.

یخچال هوشمند

در صورتی که فراموش کنید درب یخچال را ببندید و آشپزخانه را ترک کنید، یخچال هوشمند پیغامی را به سیستم‌های خانه هوشمند ارسال می‌کند، سپس سیستم‌های هوشمند اقدامات لازم را در جهت آگاه سازی شما انجام می‌دهند. این تنها نمونه‌ای از امکانات گسترده یخچال‌های هوشمند است.

از دیگر مزایای یخچال‌های هوشمند قابلیت اطلاع رسانی است. احتمالاً برای شما هم پیش آمده است که بیرون از خانه باشید و ندانید که چه مواد غذایی در خانه تمام شده یا رو به اتمام است. یخچال هوشمند با قابلیت تشخیص مواد غذایی موجود می‌تواند از طریق تلفن همراه شما موجودی مواد غذایی را اطلاع رسانی کند. برای مثال می‌توانید تعداد تخم مرغ‌های موجود در یخچال را با استفاده از اپلیکیشن مشاهده کنید.

است. همچنین می‌توانید از راه دور لباسشویی را خاموش و روشن کرده و این امکان نیز وجود دارد که دما، سرعت خشک کن و تمام قابلیت‌های دیگر لباسشویی را کنترل کنید.

ماشین ظرفشویی هوشمند

ماشین‌های ظرفشویی هوشمند نیز امکاناتی مشابه با لباسشویی‌های هوشمند دارند. قابلیت خاموش و روشن کردن از راه دور و تنظیم دمای شستشو و... از جمله قابلیت‌های اصلی ماشین‌های ظرفشویی هوشمند به شمار می‌روند.

لوازم سرمایشی و گرمایشی هوشمند

بخش عمده‌ای از مصرف انرژی در خانه‌ها مربوط به وسایل سرمایشی و گرمایشی است. مزیت اصلی هوشمندسازی این وسیله‌ها کاهش مصرف انرژی در خانه است. لوازم سرمایشی و گرمایشی با سایر اجزای خانه هوشمند در ارتباط هستند. برای مثال هنگامی که سناریو خروج در خانه هوشمند فعال می‌شود، فعالیت لوازم سرمایشی و گرمایشی بسته به شرایط می‌تواند تغییر کند. همچنین قابلیت تنظیم دمای محیط خانه از راه دور وجود دارد که بسته به دمای انتخابی شما و دمای بیرون خانه و... شوفاژ یا کولر فعالیت می‌کند تا دما را به میزان درخواستی شما برساند.

تهویه هوشمند چیست و چه کاربردهایی دارد؟

شاید با شنیدن نام سیستم‌های هوشمند تهویه هوا، تنها استفاده از ترموستات‌های دمایی در نظر ما پدیدار شود. اما یک تهویه هوشمند ویژگی‌های بسیار مهم‌تری از حضور یک ترموستات عادی برای افزایش شرایط آسایش در یک ساختمان فراهم می‌آورد. ترموستات‌ها تنها وظیفه کنترل دما در یک سیستم تهویه هوا را دارا هستند و در مدل‌های پیشرفته‌تر، این ترموستات‌ها قابلیت تنظیم دارند. اما در خانه‌های هوشمند مبتنی بر اینترنت اشیاء (IoT)، تهویه هوشمند از تنظیم دما و رطوبت فراتر رفته و با سبک زندگی هر خانواده مطابقت پیدا می‌کند.

هوشمندسازی تهویه با اتوماسیون ساختمان

فرض کنید شما در حال برگشت از محل کار خود به سمت خانه هستید. سیستم هوشمند تهویه هوای شما از طریق سیستم GPS موبایل شما محل حضورتان را رصد می‌کند و می‌داند دمای مناسب برای مهمانی عصرانه شما ۲۵ درجه است. به محض اینکه به فاصله مشخصی از خانه رسیدید سیستم گرمایش و سرمایش را به صورت خودکار روشن کرده و خانه هوشمند شما را برای حضورتان گرم و دلچسب می‌کند.



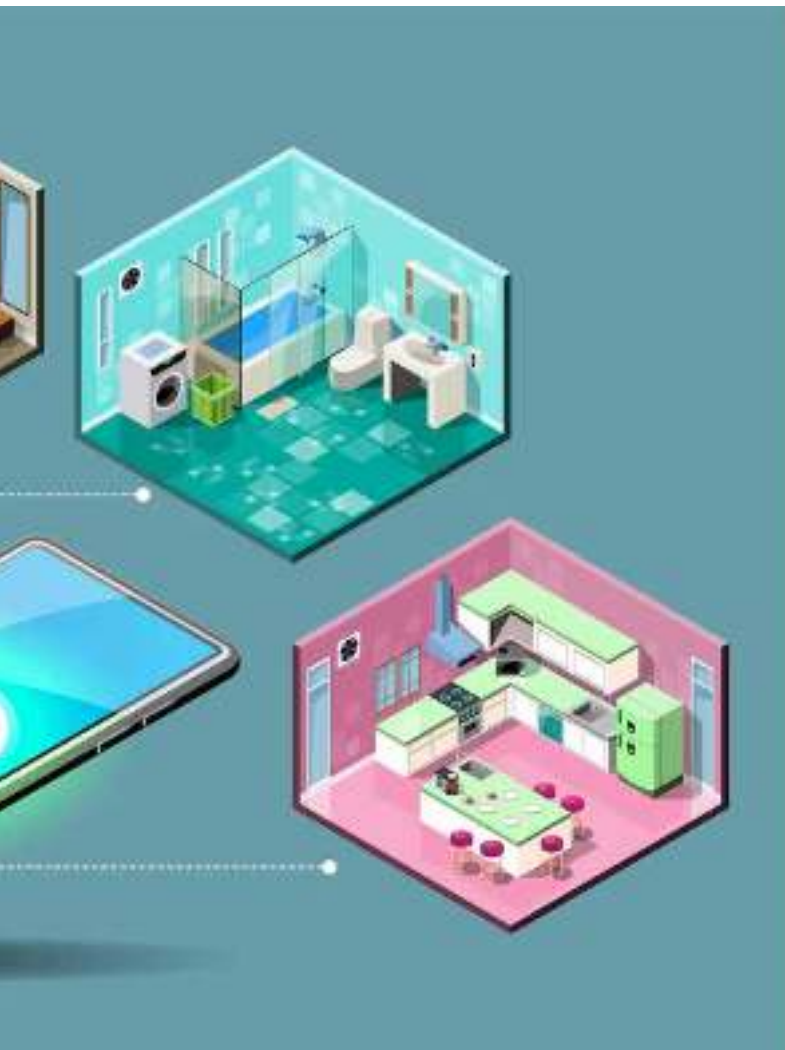
با پیشرفت تکنولوژی، یخچال‌های هوشمند قادر خواهند بود به فروشگاه‌های اینترنتی نیز متصل شوند. هنگامی که موجودی تخم مرغ در یخچال پایین باشد یخچال هوشمند می‌تواند به‌طور خودکار از طریق فروشگاه اینترنتی تخم مرغ برای خانه سفارش دهد. میزان سفارش و تایم سفارش و... به وسیله اپلیکیشن هوشمند قابل تنظیم و کنترل است. درست است این امکان فعلاً در ایران وجود ندارد و فروشگاه‌های ما فاقد زیرساخت‌های لازم هستند اما این کار در آینده نزدیک قطع قابل اجرا خواهد بود.

نمایشگر یخچال‌های هوشمند

به شما این امکان را می‌دهد تا از هر نقطه‌ای و با استفاده از اپلیکیشن خانه هوشمند متن دلخواه خود را روی نمایشگر بنویسید تا پیغام شما توسط افراد خانه مشاهده شود.

لباسشویی هوشمند

لباسشویی‌های هوشمند می‌توانند با استفاده از اپلیکیشن خانه هوشمند اتمام شستشوی لباس را اطلاع رسانی کنند. همچنین قابلیت کنترل از راه دور ماشین لباسشویی نیز توسط اپلیکیشن امکان پذیر



این سناریو یکی از صدها سیستم اتوماسیون و خودکارسازی است که می‌توان برای یک سیستم تهویه هوشمند طراحی و اجرا کرد. تهویه هوشمند می‌تواند با اتصال به سنسورهای در و پنجره، سنسورهای رطوبتی سنسورهای حرکتی و... وظایف و عملکردهای بیشماری را انجام دهد.

چرا باید سیستم گرمایش و سرمایش هوای خود را هوشمند کنیم؟

اولین مزیت از مجموعه فواید داشتن یک خانه و سیستم دمایی هوشمند برای یک ساختمان، افزایش میزان آسایش محیطی است. خانه، محل کار یا آموزش باید به لحاظ دمایی متناسب باشد تا عملکردها در آن بهتر انجام شده و میزان رضایت فردی بالاتر برود. سیستم‌های تهویه هوای هوشمند می‌توانند با شکل زندگی شما وفق پیدا کرده و عادات دمایی شما را شناسایی کنند. شما در هنگام ورزش صبحگاهی، در هنگام خواب یا موقع تماشای تلویزیون به دماهای متفاوتی برای رسیدن به سطح حداکثری آسایش نیاز دارید.

دومین مزیت سیستم هوشمند گرمایش و سرمایش کاهش مصرف انرژی است. اهمیت این موضوع آنجاست که می‌توان با بهینه کردن مصرف انرژی توسط هوشمندسازی سیستم‌های تهویه، هم هزینه‌های جاری ساختمان کم شده و هم به محیط زیست کمک می‌کنیم. عملکرد راحت، زیبایی محصولات، کنترل و نظارت نیز از دیگر مزایای این سیستم هستند.

سیستم‌های هوشمند تهویه هوا

بسیاری از کمپانی‌های بزرگ دنیا پس از گسترش تکنولوژی اینترنت اشیا، سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی در زمینه اتصال این سیستم به محصولات خود انجام داده‌اند. شرکت‌های تولید کننده سیستم‌های تهویه نیز از این قافله عقب نمانده و به تولید محصولات هوشمند پرداخته‌اند. امروزه بسیاری از سیستم‌های تهویه مرکزی و محلی به صورت تمام هوشمند تولید می‌شوند و قابلیت‌های فراوانی را برای مصرف کنندگان به ارمغان می‌آورند.

این سیستم‌ها بسیار پیشرفته، کاربردی و متناسب هستند اما قیمت‌های بالایی دارند. در ضمن شاید جایگزینی آن‌ها برای یک ساختمان که سیستم تهویه عادی دارد، صرفه اقتصادی نداشته باشند. راه حل در این زمینه هوشمندسازی سیستم‌های تهویه عادی است.

هوشمندسازی کولر آبی و پنکه‌های قدیمی

کولر آبی و انواع پنکه یکی از قدیمی‌ترین سیستم‌های سرمایشی هستند که خصوصاً در مناطق کویری و با رطوبت کم (مانند اکثر نقاط ایران) مورد استفاده قرار می‌گیرند.

هوشمندسازی این سیستم‌ها به صورت افزودن قطعات الکترونیکی به آن‌ها صورت می‌گیرد و شما می‌توانید کنترل آن‌ها را از روش‌های خانه هوشمند در دست داشته باشید. ما در خانه‌های هوشمند توانایی هوشمندسازی دریچه‌های کولر آبی را نیز دارا هستیم، به این نحو که کنترل جهت باد که از طریق این دریچه‌ها به شما می‌خورد نیز در تلفن همراه شما خواهد بود. شما می‌توانید کولر آبی خود را با دستیار صوتی روشن و خاموش کنید.

هوشمندسازی کولر گازی

کولرهای گازی یکی از پر مصرف‌ترین سیستم‌های تأمین سرما در فصول گرم هستند. این تجهیزات خصوصاً برای مناطق مرطوبی که کولرهای عادی جوابگو نیست بسیار مناسب هستند. مردم نواحی ساحلی دریای خزر در شمال ایران و مناطق ساحلی جنوب کشورمان اصلی‌ترین استفاده کنندگان کولر گازی هستند. هوشمندسازی کولرهای گازی به راحتی و با هزینه بسیار اندک انجام می‌پذیرد. سیستم کنترل کننده خانه هوشمند معمولاً توانایی کنترل این سیستم را نیز دارا هستند. یکی از مزیت‌های کولر گازی توانایی تأمین گرمایش

هوشمندسازی فن کوئل‌ها

همانطور که از نام این دستگاه پیدا است، این سیستم تهویه از دو بخش اصلی فن (Fan) و کوئل (Coil) تشکیل شده است و می‌تواند سرما و گرمای محیط را تأمین کند. این دستگاه در چرخه سرمایش و گرمایش ساختمان‌ها وظیفه حیاتی داشته و در واقع نقش تمام‌کننده عمل انتقال حرارت و تهویه هوا (خنکی هوا در تابستان و گرما در فصل زمستان) را ایفا می‌کند.

هوشمندسازی فن کوئل‌ها نیز از طریق استفاده از ترموستات‌های هوشمند انجام می‌پذیرد. این ترموستات‌ها توانایی ایجاد ارتباط میان اینترنت اشیا با سیستم‌های مختلف هوشمند ساختمانی نظیر BMS و خانه هوشمند را دارا هستند. ارتباط فن کوئل‌ها با سیستم خانه هوشمند نسل دوم به صورت بی‌سیم و با استفاده از نسل دوم سیستم‌های ارتباطی خانه هوشمند و بدون نیاز به تغییر یا تخریب فراهم است.

هوشمندسازی گرمایش از کف

گرمایش از کف یکی از تجهیزات گرمایشی است که در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ شمسی در ساختمان‌های ایران با استقبال خوبی روبرو شد. در این سیستم آب گرم تولید شده در موتورخانه ساختمان از طریق لوله‌هایی که با الگوی مشخص در کف خانه‌ها قرار می‌گیرند، گرما را به محیط منتقل می‌کنند.

هوشمندسازی سیستم گرمایش از کف وابسته به نوع اتصالات لوله‌ها، با دو مدل انجام می‌پذیرد. اگر شیرهای اتصالی موتورخانه قابلیت هوشمند شدن را داشته باشند، شما می‌توانید کنترل تمامی سیستم را از طریق سیستم هوشمند ساختمانی در دست داشته باشید و در غیر این صورت، باز و بسته کردن شیر کنترلی باید به صورت دستی و در ابتدای فصل سرد انجام پذیرد ولی کنترل دمای محیط از طریق ساختمان هوشمند ممکن است.

هوشمندسازی موتورخانه و رادیاتورهای قدیمی

برای هوشمندسازی کلی موتورخانه نیاز به تجهیز آن با شیرهای مخصوص برقی است؛ همچنین می‌توانید هر یک از رادیاتورها را با اتصال به یک شیر هوشمند به سیستم مرکزی هوشمند خانه متصل کرده، آن‌ها را روشن یا خاموش کنید و به آن‌ها زمان بندی و سناریو اضافه نمایید.

جهت اطلاعات بیشتر QR code زیر را اسکن کنید :



در فصول سرد است؛ همین ویژگی باعث شده بسیاری از مردم در سال‌های اخیر به تجهیز خانه خود با این سیستم روی بیاورند.

هوشمندسازی داکت اسپلیت‌ها

داکت اسپلیت‌ها نوعی از سیستم سرمایش و گرمایش هستند. این سیستم‌ها متناسب با دمای محیط، در فصل سرد زمستان محیط را گرم و در فصل تابستان محیط را خنک می‌کند.

داکت اسپلیت‌ها به صورت کلی از دو قسمت اصلی کندانسور و هواساز تشکیل شده‌اند. کندانسور شامل چند قطعه پروانه، کمپرسور، دینام، فین و... است و هواساز نیز شامل فیلتر، سینی، کویل، دینام، اوپراتور، پروانه و... می‌شود. داکت اسپلیت‌ها برای ایجاد سرمایش در محیط، عملکردی شبیه به اسپلیت و کولر گازی دارند ولی برای گرم کردن، با ایجاد گردش آب گرم دمای محیط را افزایش می‌دهند.

عملکرد داکت اسپلیت‌ها از طریق یک صفحه کنترلی که در انواع مختلف موجود است کنترل می‌شود. این پنل می‌تواند به سیستم‌های هوشمند خانه هوشمند متصل شده و تهویه هوشمند شما را فراهم کند.

رهبری قدرتمند از طریق کوچینگ اصول، تمرین‌ها و ابزارها برای تمامی سطوح مدیریت رهبری

نویسنده: مایکل ک. سیمپسون

مترجم: اکبر صمدی، اکبر غریب نواز

انتشارات: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

اصطلاح کوچینگ (Coaching) را در فارسی مربی‌گری ترجمه کرده‌اند، اما این کلمه معنایی فراتر از مربی‌گری دارد. در واقع، یک کوچ واقعی با ترغیب انگیزه و پرورش افکار کارآمد در افراد، آن‌ها را به سمت رشد بیشتر هدایت می‌کند. مربی‌گر با افزایش خودآگاهی، احساس مسئولیت و خلاقیت ذهن شخص را شکوفا می‌کند و کارایی او را بالا می‌برد.

مایکل سیمپسون پس از سال‌ها تجربه در عرصه کوچینگ و اشراف بر مهارت‌های مدیریتی، کتابی را تحت عنوان رهبری قدرتمند از طریق کوچینگ (Powerful Leadership Through Coaching) تألیف کرده است که اصول و قواعد این علم را به شما می‌آموزد. رهبران قدرتمند با استفاده از تکنیک‌های کوچینگ توانایی‌های رهبری خود را ارتقا می‌دهند و هدایت تیم‌شان را با روشی متفاوت و کارآمد به دست می‌گیرند.

از ویژگی‌های ممتاز کتاب رهبری قدرتمند از طریق کوچینگ، برخورداری از مثال‌های عینی و کاربردی است؛ مثال‌هایی که پس از شرح مطالب اصلی، در جهت تفهیم بهتر آن‌ها ذکر شده‌اند. علاوه بر این، کتاب حاضر با طرح پرسش‌های گوناگون درباره کوچینگ و تبدیل شدن به یک کوچ موفق، تلاش می‌کند تا سؤالات ذهنی خوانندگان را پاسخ دهد و به فراگیری بهتر موضوعات کمک نماید.



اصل گرایی

نویسنده: گرگ مک کیون

مترجم: بهنام شاهنکیان، هدی مصلحی

انتشارات: نشر آموخته

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸

یکی از مهمترین ویژگی‌های یک مدیر موفق، استفاده بهینه از زمان است. اما کیست که منکر هدر رفتن زمانش در طول روز شود؟ تقریباً هیچکس! همه ما در طول روز زمان‌های زیادی را صرف انجام دادن کارهایی می‌کنیم که اهمیت زیادی ندارند؛ برای همین هم اگر دوست داریم به یک مدیر موفق یا یک رهبر تبدیل شویم، باید اول نحوه استفاده صحیح از زمان را یاد بگیریم.

کتاب اصل‌گرایی به ما یاد می‌دهد که کدام دسته از کارهای روزانه ما اهمیت بیشتری دارند. به این ترتیب و با افزایش تمرکز بر روی این کارها، ما بازدهی و دستاوردهای بیشتری خواهیم داشت. البته اصل‌گرایی به معنای کم کار کردن یا از زیر کار در رفتن نیست. یک فرد اصل‌گرا به جای آن که زمانش را صرف انجام کارهای بیهوده کند، مستقیم به سراغ موارد مهم و ضروری می‌رود.



Leaders Eat Last: Why Some Teams Pull Together and Others Don't

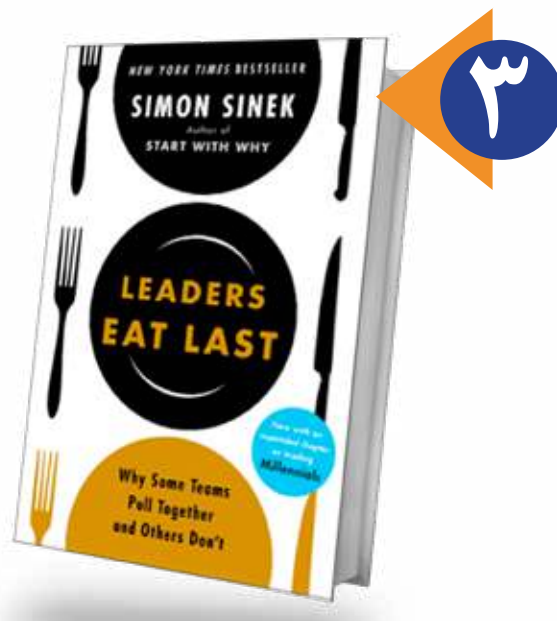
Author: Simon Sinek

Publisher: Penguin Books

Year: 2014

چرا برخی از تیم‌ها برای انجام کار دور هم جمع می‌شوند، در حالی که برخی دیگر با نزاع، دعوا و خنجر از پشت، متلاشی می‌شوند؟ سایمون سینک در جریان گفتگویی با یک ژنرال تفنگداران دریایی در صدد پاسخ به این سؤال برآمده است. این نویسنده و مشاور سازمانی بریتانیایی-آمریکایی می‌یابد که همه تفنگداران دریایی جوان اول غذا می‌خورند، در حالی که ارشدترین تفنگداران دریایی همه در پشت خط هستند. ژنرال در این باره توضیح می‌داد که: «رهبران آخرین غذا را می‌خورند، زیرا آنچه در سالن غذا نمادین بود در جنگ بسیار جدی است.»

به باور سایمون سینک در کتاب Leaders Eat Last رهبران سازمانی باید آسایش خود را فدای خیر تیمی تحت مدیریت‌شان می‌کنند. او همچنین ایده‌های سازمانی خود را از طریق نمونه‌هایی واقعی از تجارت و ارتش نشان می‌دهد.



The New One Minute Manager

Author: Kenneth Blanchard, Spencer Johnson

Publisher: HarperCollins Publishers

Year: 2015

کتاب مدیر یک دقیقه‌ای نخستین بار حدود ۴ دهه قبل منتشر شد، نسخه اولیه کتاب اگرچه هنوز یکی از مهمترین کتاب‌ها در حوزه مدیریت به شمار می‌رود اما ویرایش به روز شده آن در ماه می سال ۲۰۱۵ با نام The New One Minute Manager راهی کتابفروشی‌ها شد.

داستان کتاب از آنجا شروع می‌شود که مردی جوان به جستجوی یک رهبر و مدیر خوب می‌پردازد. او در این مسیر با سبک‌های مدیریتی متفاوت مواجه می‌شود؛ برخی از این سبک‌ها مستبدانه هستند، فقط به نتایج توجه می‌کنند و در نتیجه آن کارگران متضرر می‌شوند. برخی دیگر از روش‌ها رویکردی دموکراتیک داشته، فقط به فکر کارگران هستند و در نتیجه آن سازمان آسیب می‌بیند.

در نهایت شخصیت اصلی کتاب آنچه را که به دنبالش بوده در مدیریت می‌یابد که از «روش یک دقیقه‌ای» استفاده می‌کند. نویسنده کتاب در توضیح این روش مدیریتی چنین آن را روشی بیان می‌کند که وقت را هدر ندهد بلکه اهداف و انتظاراتش از افراد را واضح و آنی بیان کند.

به عنوان مثال، اگر به شما گفته شود اتاق را تمیز کنید، ممکن است بپرسید آیا این به معنای جارو کردن زمین، گردگیری قفسه‌ها یا سازماندهی قفسه‌های کتاب است؟ اما اگر به شما گفته شود که زمین را جارو بکشید و قفسه‌های کتاب را مرتب کنید، تکلیف خودتان را واضح‌تر می‌دانید؛ چنین سبکی نظام تشویق و تنبیه سازمان را نیز در وضعیتی بهینه قرار خواهد داد.



نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی و پیشرفت آن

نقش نیروی انسانی یکی از عوامل مهم در پیشرفت تولید لوازم خانگی است. با توجه به پیشرفت تکنولوژی و توسعه روزافزون صنعت، نقش نیروی انسانی باعث بهبود فرآیندهای تولید و کیفیت محصولات شده است. در این مقاله به بررسی برخی از این پیشرفت‌ها پرداخته می‌شود.

انسانی می‌تواند به عنوان یک عامل اصلی در بهبود تولید و پیشرفت آن در نظر گرفته شود.

نیاز به کارگران ماهر حتی با وجود پیشرفت تکنولوژی

به عنوان مثال، با استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته، ماشین‌آلات تولید لوازم خانگی با دقت بالا و سرعت بیشتری عمل می‌کنند. با این حال، نیاز به کارگران با توانایی و مهارت در کارکرد با این تکنولوژی‌ها نیز احساس می‌شود. با استفاده از آموزش‌های مناسب و سیستم‌های مدیریت کاری بهینه، افراد می‌توانند به بهبود کارایی و کاهش خطاهای تولید کمک کنند. در واقع، نقش نیروی انسانی باعث می‌شود تا تلاش بیشتری در جهت بهبود تولید و کیفیت محصولات انجام شود. این تلاش بیشتر به کاهش هزینه‌های تولید و افزایش راندمان کار می‌انجامد.

پیچیدگی صنعت و نقش نیروی انسانی

تولید لوازم خانگی بسیار پیچیده است و نیاز به تخصص و مهارت‌های خاص دارد در نتیجه استفاده از نیروی انسانی با تخصص و مهارت بسیار حائز اهمیت است. در اینجا، توجه به آموزش مداوم نیروی انسانی بسیار حائز اهمیت است. با این حال، با افزایش روش‌های تولید صنعتی و استفاده از روبات‌ها و ماشین‌آلات پیشرفته، اهمیت نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی کاهش یافته است.

یکی از مزایای استفاده از نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی، قابلیت تعامل بیشتر با محصولات و فرآیندهای تولید است. به عنوان مثال، یک کارگر می‌تواند به طور مستقیم با محصولات و تجهیزات در تولید لوازم خانگی تعامل کند و به طور فعال در تولید و بهبود فرآیندهای تولید شرکت شود. در این حالت، کارگران می‌توانند به مشکلات و موانع تولیدی برخورد کنند و برای رفع این موانع راه‌حلهایی پیشنهاد دهند که ممکن است به کاهش هزینه‌های تولید و افزایش کیفیت محصولات منجر شود.

طراحی صحیح محیط کار

یکی از روش‌های بهبود نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی، طراحی صحیح فضای کار است. فضای کار باید طوری طراحی شود که کارگران بتوانند به راحتی و بدون دغدغه از دستگاه‌های تولیدی استفاده کنند. همچنین، باید توجه شود که کارگران در فضای کار خود حس خوبی داشته باشند و در طول روز خسته نشوند.

روش دیگری که می‌تواند بهبود نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی را به همراه داشته باشد، آموزش و آماده‌سازی کارگران است. این آموزش‌ها باید به گونه‌ای باشند که کارگران بتوانند بدون مشکل از دستگاه‌های

این نقش به معنای استفاده بهینه از قابلیت‌ها، توانایی‌ها و دانش کارکنان است. در صنعت تولید لوازم خانگی، این نقش بسیار مهم است؛ زیرا این صنعت، بازاری رقابتی دارد و تنها شرکت‌هایی که قادر به ارائه محصولات با کیفیت و قیمت مناسب هستند، موفق خواهند شد.

صنایع لوازم خانگی، یکی از صنایع پرسود و پرمصرف و توسعه یافته در سراسر جهان است. در این صنعت، انسان‌ها نقش بسیار مهمی در تولید و بهبود کیفیت محصولات دارند. به عنوان یکی از عوامل مهم موفقیت در این صنعت، نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی مطرح است.

با پیشرفت فناوری در صنعت تولید لوازم خانگی، امکاناتی برای بهینه‌سازی فرآیند تولید وجود دارد. با این حال، نیاز به نقش نیروی انسانی هنوز هم بسیار مهم است. در واقع، با توجه به تنوع محصولات و مواد مورد استفاده در تولید لوازم خانگی، انسان‌ها باید همچنان نقش مهمی در فرآیند تولید داشته باشند.

یکی از روش‌های بهینه‌سازی نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی، استفاده از آموزش مداوم و ارتقاء دانش و توانایی‌های کارکنان است. با آموزش کارکنان به مهارت‌های جدید و به روز، آنها قادر خواهند بود تا بهبودهای لازم در فرآیند تولید ایجاد کنند و باعث افزایش بهره‌وری شوند.

به مدد بهبود ماشین آلات تولید، فرآیندهای تولید لوازم خانگی نیز بهبود یافته است. در گذشته، تولید لوازم خانگی بیشتر به صورت دستی انجام می‌شد و این باعث محدودیت در تعداد تولید و کیفیت محصولات شده بود. اما با بهره‌گیری از ماشین‌آلات هوشمند، فرآیند تولید به طور خودکار صورت می‌گیرد و این باعث بهبود کیفیت محصولات و افزایش تعداد تولید شده است.

در ضمن، استفاده از ربات‌های هوشمند در خطوط تولید لوازم خانگی نیز بهبود مهمی در فرآیندهای تولید ایجاد کرده است. ربات‌های هوشمند می‌توانند به صورت پیوسته و بدون نیاز به استراحت یا توقف در خطوط تولید کار کنند و باعث کاهش زمان تولید و افزایش بهره‌وری شده‌اند. همچنین، بهبود فرآیندهای طراحی و مدل‌سازی نیز می‌تواند باعث بهبود کیفیت محصولات شود. با استفاده از نرم‌افزارهای مدل‌سازی سه بعدی، می‌توان طرح‌های دقیق‌تری را ایجاد کرد و با استفاده از این طرح‌ها، ماشین‌آلات بهتر و هوشمندتر ساخته می‌شوند.

از سال‌های گذشته، با پیشرفت تکنولوژی‌های تولید و نوآوری‌های مهم در زمینه تولید لوازم خانگی، نیاز به تلاش بیشتر در زمینه بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌های تولید احساس شده است. در این راستا، نقش نیروی



افزایش تعداد و کیفیت نیروی انسانی در این صنعت است. با توجه به رقابت شدید در بازار لوازم خانگی، شرکت‌های تولید کننده به دنبال بهبود کیفیت محصولات و کاهش هزینه‌های تولید هستند. برای این منظور، از نقش نیروی انسانی به عنوان یکی از راهکارهای افزایش بهره‌وری و بهبود کیفیت استفاده می‌شود.

نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی می‌تواند بهبود کیفیت محصولات را به همراه داشته باشد. با افزایش تعداد نیروی انسانی، سرعت واکنش در فرآیند تولید افزایش می‌یابد و توانایی تولید محصولات بیشتر می‌شود. همچنین، با داشتن نیروی کافی، می‌توان بهبود کیفیت محصولات را در نظر گرفت.

در زمینه‌های مختلفی مانند طراحی، توسعه، مهندسی، فناوری و کنترل کیفیت، نقش نیروی انسانی می‌تواند باعث افزایش بهره‌وری و کیفیت محصولات شود. مهندسان و تکنسین‌های با تجربه می‌توانند با توجه به نیازهای بازار و فناوری‌های جدید، محصولات را طراحی و توسعه دهند که باعث افزایش فروش و بهره‌وری شود.

همچنین، افزایش تعداد کارگران می‌تواند بهبود شرایط کار و افزایش سطح حقوق کارگران را به همراه داشته باشد. این امر می‌تواند باعث ایجاد انگیزه بیشتر در کارگران و بهبود فرآیند تولید شود.

نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی در شرکت ال جی
شرکت ال جی یکی از شرکت‌های پیشرو در تولید لوازم

تولیدی استفاده کنند و همچنین باید نکاتی در مورد حفاظت از سلامتی آن‌ها نیز به آن‌ها آموزش داده شود. نکته دیگری که می‌تواند بهبود نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی را به همراه داشته باشد، استفاده از روش‌های نوین تولید است. با استفاده از روش‌هایی مانند تولید انبوه، تولید کم‌مصرف، تولید با کیفیت بالا و استفاده از روش‌های جدیدتر، می‌توان نقش نیروی انسانی را بهبود بخشید.

دسته بندی نیروی انسانی در صنعت لوازم خانگی

نیروی انسانی به عنوان یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار در تولید لوازم خانگی، در همه مراحل این فرآیند از جمله طراحی، تولید، کنترل کیفیت و فروش نقش مهمی را ایفا می‌کند. با توجه به پیچیدگی و تنوع محصولات لوازم خانگی، نیروی انسانی باید دارای تخصص و تجربه کافی در زمینه‌های مختلفی مانند مهندسی، طراحی، مواد و فناوری باشد.

به طور کلی، نیروی انسانی در صنعت لوازم خانگی می‌تواند به دو دسته کارگران و مهندسان تقسیم شود. کارگران در فرآیند تولید لوازم خانگی، به تولید و تکمیل اجزای مختلف محصول می‌پردازند. این شامل کارهایی مانند برش، خم کردن، جوش دادن و تراش کردن می‌شود. از طرفی، مهندسان در زمینه‌های مختلفی مانند طراحی، توسعه، مواد، کنترل کیفیت و ارتقاء فناوری کار می‌کنند. نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی به معنای



تیم نیروی انسانی در شرکت سامسونگ، مسئول ایجاد رویکردهای جدید و نوآوری در تولید لوازم خانگی است. تلاش‌های شرکت برای طراحی و تولید محصولات با کیفیت بالا و قابلیت‌های خاص، به واسطه تلاش برای جذب و انتخاب استعدادهای برتر، ممکن شده است. تیم‌های نیروی انسانی در سامسونگ، از جمله مهندسان، طراحان، تحقیقاتی و اپراتورهای تولید، همگی با هدف رسیدن به یک محصول با کیفیت بالا و خلاقانه در کار مشغول هستند.

علاوه بر این، شرکت سامسونگ به شدت در تکنولوژی پیشرفته سرمایه‌گذاری کرده و نیروی انسانی در این شرکت در حوزه تکنولوژی، نقش مهمی در تولید لوازم خانگی با کیفیت بالا ایفا می‌کند. تیم‌های نیروی انسانی در سامسونگ، از جمله مهندسان نرم‌افزار، مهندسان سخت‌افزار و تحقیقاتی، به صورت مداوم در تحقیق و توسعه فن‌آوری‌های جدید و بهبود فرآیندهای تولید مشغول هستند. این نیروهای انسانی با ارتقای فناوری و بهبود کیفیت محصولات سامسونگ، به شرکت کمک کرده است.

جهت اطلاعات بیشتر اسکن کنید :



خانگی است و موفقیت این شرکت به طور قابل توجهی به رویکرد نوآورانه در توسعه محصول و تمرکز آن بر سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی برمی‌گردد. نیروی انسانی در شرکت ال جی نقش حیاتی در راندمان، بهبود کارایی و دستیابی به هدف‌های استراتژیک شرکت داشته است.

یکی از حوزه‌های کلیدی که نیروی انسانی در شرکت ال جی در تولید لوازم خانگی نقش مهمی ایفا می‌کند، طراحی محصول و مهندسی است. ال جی تمرکز قوی بر توسعه محصولات دارد که نیازهای مصرف‌کنندگان را برطرف کند و تیم نیروی انسانی این شرکت مسئول جذب و توسعه استعدادهای برتر در زمینه مهندسی و طراحی است. این تیم از تکنولوژی پیشرفته مانند چاپ سه‌بعدی و نرم‌افزار طراحی کمک می‌گیرد تا طرح‌های محصولات دقیق‌تر توسعه یابند. حوزه دیگری که نیروی انسانی در شرکت ال جی در تولید لوازم خانگی نقش اساسی داشته است، توسعه فرآیندهای تولید و تکنیک‌ها است. ال جی به طور قابل توجهی در حوزه اتوماسیون و رباتیک سرمایه‌گذاری کرده است.

نقش نیروی انسانی در تولید لوازم خانگی در شرکت سامسونگ

شرکت سامسونگ یکی از شرکت‌های پیشرو در تولید لوازم خانگی است و نیروی انسانی در این شرکت نقش بسیار مهمی در تولید لوازم خانگی دارد. تمرکز سامسونگ بر روی ارتقای کیفیت و عملکرد محصولاتش، به دلیل تلاش و تمرکز زیاد نیروی انسانی، به یکی از موفق‌ترین شرکت‌های تولید لوازم خانگی در جهان تبدیل شده است.



The role of human resources in home appliance production in Bosch company

Bosch is a leading manufacturer of home appliances and has a strong commitment to innovation and sustainability. The company's success is largely due to its investment in its human resources and their role in driving product development, manufacturing, and marketing. One key area where human resources have played a crucial role in Bosch's home appliance division is in product design and engineering. Bosch has a strong focus on creating products that are innovative, sustainable, and meet the needs of consumers. The company's human resources team is responsible for recruiting and developing talented engineers and designers who are responsible for creating cutting-edge product designs. The team uses advanced technology, such as computer-aided design (CAD) and simulation software, to develop highly accurate product designs that can be quickly prototyped and tested. This has led to the development of highly efficient and durable products that have set Bosch apart in the competitive home appliance market.

Another area where human resources have been instrumental in Bosch's home appliance division is in the development of manufacturing processes and techniques. The company's human resources team is responsible for recruiting and training skilled technicians and operators who are responsible for operating and maintaining the company's advanced manufacturing equipment. Bosch has invested heavily in automation and robotics, and the company's human

resources team has played a key role in developing and implementing these technologies. This has led to significant improvements in efficiency and quality, allowing Bosch to produce high-quality products at a lower cost.

In addition to these technical roles, human resources also play a critical role in the marketing and sales of Bosch's home appliances. The company's human resources team is responsible for conducting market research, analyzing consumer trends, and developing effective marketing strategies to promote the company's products. They are also responsible for providing customer support and service, which is critical in ensuring customer satisfaction and building brand loyalty.

Overall, the role of human resources in Bosch's home appliance division has been central to the company's success. Through its investment in advanced technology and training programs, as well as its focus on sustainability and consumer needs, Bosch has been able to create a strong brand and establish itself as a leader in the global home appliance market. As the industry continues to evolve, it is likely that the role of human resources will continue to be critical to the success of Bosch and other leading manufacturers in the industry.



providing advanced technology and training programs, Samsung has been able to drive innovation, improve efficiency, and achieve its strategic objectives. As the industry continues to evolve, it is likely that the role of human resources will continue to be central to the success of Samsung and other leading manufacturers in the home appliance market.



invested heavily in automation and robotics, and the company's human resources team is responsible for recruiting and training skilled technicians and operators who are responsible for programming, operating, and maintaining the company's advanced manufacturing equipment. This has led to significant improvements in efficiency and quality, allowing

Samsung to produce high-quality products at a lower cost. In addition to these technical roles, human resources also play a crucial role in the marketing and sales of Samsung's home appliances. The company's human resources team is responsible for conducting market research, analyzing consumer trends, and developing effective marketing

strategies to promote the company's products. They are also responsible for providing customer support and service, which is critical in ensuring customer satisfaction and building brand loyalty. Overall, the role of human resources in Samsung's home appliance division has been critical to the company's success. By investing in its workforce and



The role of human resources in home appliance production in Samsung company

Samsung Electronics is a global leader in the production of home appliances and the company's success is largely due to its innovative approach to product development and its commitment to investing in its human resources. The role of human resources in Samsung's home appliance division has been crucial in driving innovation, improving efficiency, and achieving the company's strategic objectives.

One key area where human resources have played a critical role in Samsung's home appliance division is in product design and engineering. Samsung has a strong focus on developing products that meet the needs of consumers, and the company's human resources team is responsible for recruiting and developing top engineering and design talent. The team uses cutting-edge technology, such as 3D printing and computer-aided design (CAD), to create highly detailed and accurate product designs that can be quickly prototyped and tested. This has led to the development of highly functional and visually appealing products that have set Samsung apart in the highly competitive home appliance market. Another area where human resources have been instrumental in Samsung's home appliance division is in the development of manufacturing processes and techniques. Samsung has

consumer needs and preferences, and the company's human resources team is responsible for conducting market research, analyzing data, and developing marketing strategies that can effectively communicate the value and benefits of the company's products to potential customers. They also play a key role in providing customer support and service, which is critical in ensuring customer satisfaction and building brand loyalty. Overall, the role of human resources in LG's home appliance

division has been central to the company's success. Through its commitment to innovation, investment in advanced technology and training programs, and focus on customer needs and preferences, LG has been able to create a strong brand and establish itself as a leading manufacturer of home appliances in the global market. As the industry continues to evolve, it is likely that the role of human resources will continue to be critical to the success of LG and other leading manufacturers in the industry.

providing customer support and service, which is critical in ensuring customer satisfaction and building brand loyalty. Overall, the role of human resources in the production of home appliances has evolved significantly over the years, reflecting the changing nature of the industry and the increasing importance of technology and innovation. As the industry continues to evolve, it is likely that the role of human resources will continue to be central to its success, driving innovation and helping to create products that meet the needs and expectations of consumers.

The role of human resources in home appliance production in LG company and its progress

LG Electronics is a leading manufacturer of home appliances and has a global presence in the market. Human resources play a key role in the success of LG's home appliance division, driving innovation, improving efficiency and quality, and supporting the company's overall strategy and objectives.

One area where human resources have played a key role in LG's home appliance division is in the development of new products. LG has a strong commitment to innovation, and the company's human resources department is responsible for recruiting and developing the talented engineers and designers who are responsible for creating the company's cutting-edge products. With the support of advanced

technology and training programs, LG's human resources team has been able to attract and retain the top talent in the industry, helping to drive innovation and create products that meet the needs of consumers.

Another area where human resources have been instrumental in LG's home appliance division is in the development of new manufacturing processes and techniques. LG has invested heavily in automation and robotics, and the company's human resources team has played

a key role in developing and implementing these technologies. The company's human resources team is responsible for training and developing the skilled technicians and operators who are responsible for programming, operating, and maintaining the company's advanced manufacturing equipment. In addition to these technical roles, human resources also play a crucial role in the marketing and sales of LG's home appliances. LG has a strong focus on understanding



One of the most significant advancements in this field is the use of automation and robotics in the manufacturing process. While these technologies have undoubtedly made the production process more efficient and less labor-intensive, they have also created new opportunities for human resources. Skilled technicians and engineers are needed to design, program, and maintain these machines. The use of automation has also opened up new career paths in areas such as robotics programming and machine maintenance.

Another area where human resources play a critical role in home appliance production is in research and development. Innovation is essential to stay ahead of the competition, and human resources are instrumental in creating new and improved products. Engineers and designers work together to develop new technologies that make home appliances more efficient, more user-friendly, and more appealing to consumers.

Human resources also play an essential role in marketing and sales. As competition in the home appliance industry grows, companies must be creative in their marketing strategies to attract customers. Human resources professionals can help develop marketing campaigns that resonate with consumers and promote the benefits of their products. They can also help develop customer service programs that improve customer

satisfaction and loyalty.

Finally, the role of human resources in home appliance production has evolved to include sustainability and environmental responsibility. Consumers are becoming increasingly aware of the environmental impact of the products they use, and home appliance manufacturers are responding by creating more sustainable products. Human resources professionals are needed to develop and implement sustainability strategies that reduce waste and minimize the environmental impact of the manufacturing process.

In conclusion, the role of human resources in home appliance production is crucial, and advancements in technology have only increased its importance. Skilled professionals are needed at every stage of the production process, from designing and manufacturing to marketing and sustainability. As the industry continues to evolve, human resources will continue to play a vital role in driving innovation and growth.

Human resources play a crucial role in the production of home appliances. It is the human workforce that brings together the technical knowledge and expertise required to design, manufacture and market these products. The advancements in technology and the evolution of the industry have also transformed the role of human resources in this field.

One of the key areas where human resources have been

instrumental in the development of home appliances is in the design and engineering of these products. With the increasing use of computer-aided design (CAD) software and other digital tools, engineers and designers are now able to create highly detailed and accurate designs that can be quickly prototyped and tested. This has led to significant improvements in product quality and functionality, as well as a reduction in the time and cost required to develop new products. Another area where human resources have played a key role is in the development of manufacturing processes and techniques. Advances in robotics, automation, and other technologies have made it possible to produce home appliances more efficiently and with greater consistency than ever before. However, it is the human workforce that is responsible for programming, operating, and maintaining these machines, as well as for developing new manufacturing processes and techniques that can further improve efficiency and quality. In addition to these technical roles, human resources also play a crucial role in the marketing and sales of home appliances. They are responsible for conducting market research, identifying consumer needs and preferences, and developing marketing strategies that can effectively communicate the value and benefits of these products to potential customers. They also play a key role in

The role of human resources in home appliance production and its progress

Human resources play a vital role in the production of home appliances. From designing the products to manufacturing and marketing them, skilled human resources are essential at every stage of the production process. In recent years, there have been significant advancements in the field of home appliance production, which have greatly influenced the role of human resources in this industry.



مخاطب گرامی؛

روابط عمومی انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در نظر دارد، نظر به قدمت ۳۷ ساله انتشار و توزیع نشریه‌ی داخلی انجمن صنایع لوازم خانگی موسوم به پیک شورا و نیز عطف به ارتقاء آن به ماهنامه سراسری تخصصی انجمن با عنوان **آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی** در میان طیف مخاطبان خود شامل: اعضای انجمن و مدیران و مسئولان کلیه‌ی دستگاه‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط صنعت پیشران لوازم خانگی کشور و نیز در راستای ارتقاء کمی و کیفی و ابعاد محتوایی این رسانه‌ی مکتوب دیدگاه‌های ارزشمند شما مخاطبان گرامی را دریافت و بهره‌برداری نماید. در این راستا مزید امتنان است در مسیر ارتقاء جایگاه این نشریه، پیشنهادات و نقطه نظرات سازنده خود را به روابط عمومی انجمن منعکس فرمایید.

لطفاً پیش از پاسخ دادن به سؤالات زیر گزینه مربوط به خود را انتخاب نمایید:

اعضای انجمن: ☐ محصول سازان ☐ قطعه سازان

☐ غیر اعضای انجمن:

۱- ارزیابی شما از انتشار اخبار و گزارشات خبری و تصویری، مصاحبه‌های اختصاصی و اخبار پوشش داده شده صنعت لوازم خانگی در این شماره نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی چگونه است؟
☐ بسیار خوب ☐ خوب ☐ متوسط ☐ ضعیف ☐ بسیار ضعیف

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

۳- تا چه میزان نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی را در انعکاس توانمندیها و معرفی ظرفیتهای اعضای انجمن به دیگر اعضا و مخاطبان این نشریه، مفید و اثربخش می‌دانید؟
☐ بسیار زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ بسیار کم

۴- طراحی هنری و صفحه‌آرایی نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی را جهت ارائه مطلوب محتوای نشریه، چگونه ارزیابی می‌کنید؟
☐ بسیار زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ بسیار کم

۵- ارزیابی کلی شما از سطح کمی و کیفی این شماره از نشریه آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی چیست؟
☐ بسیار خوب ☐ خوب ☐ متوسط ☐ ضعیف ☐ بسیار ضعیف

چنانچه پیشنهادی جهت ارتقاء هر چه بیشتر سطح کمی و کیفی نشریه **آینده‌سازان صنایع لوازم خانگی** دارید مرقوم فرمائید.



۰۹۱۲۹۳۶۵۳۰۱

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





FARA DID AFZAR®
Since 2002



www.faradid.org

info@fda.ir

Social Networks : +98 933 0015600

Tel : +98 21 22 85 0002 - 7

Fax : +98 21 22 85 0008

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

Factory : Yazd Industrial Zone • Yazd • IRAN



FARA DID AFZAR®
Since 2002

Inspire the future ...

۲۰ سال

تجربه و همکاری با
برندهای مطرح صنعت

در عرصه تولید بردهای الکترونیک
قطعا اتفاقی نیست !



www.fda.ir

E Systems
mbedded

SMART
LINK

TOUCH
CONTROL

Silent

ASC
AmenSanat Company

آمن صنعت



آمن صنعت ، کیفیت پنهان محصولات شماست



بزرگترین تولید کننده اواپراتور های بدون برفک یخچال و فریزر های خانگی در ایران ✓
ظرفیت تست روزانه ۵۰۰۰ اواپراتور با دستگاه نشت یاب چمبری به وسیله گاز هلیوم ✓



iei ایران ایستادگی
Iran Engineering Inspection Co



آدرس : تهران - کیلومتر ۲۵ جاده خاوران - پاکدشت - خیابان یادگار امام جنوبی - شماره ۹
تلفن : ۰۲۱ - ۳۶۱۶۱۰۱ - ۶
www.AmenSanat.Com info@amensanat.com

آبسال

اونیورسال سابق (تأسیس ۱۳۳۵)

زمستان امسال با بخاری جدید
بدون نیاز به دودکش آبسال

مدل: ۴۰۵

تنوع رنگ



کارخانه و دفتر مرکزی (تهران): نارمک، خیابان هنگام، خیابان دانشگاه علم و صنعت، شماره ۳
کارخانه ساوه: شهر صنعتی کاوه، خیابان ششم اداره فروش: ۷۷۴۵۵۰۹۵ - ۷۷۴۵۱۰۹۴ (۰۲۱)
خدمات پس از فروش: ۷۷۲۰۹۰۰۷ (۰۲۱) www.Aabsalco.com