

اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
• ۲۱ آبان ۱۴۰۱
• ۱۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۴
• ۱۲ نوامبر ۲۰۲۲

• سال سی‌ودوم شماره پیاپی ۳۵۱۳ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۱۹۵ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۵۰۰۰ تومان

www.smtnews.ir - http://Telegram.me/smtnews

سرمقاله



در کجای «کیفیت زندگی» ایستاده‌ایم؟ ۲

گفت‌وگو



اندازه‌گیری با کولیس بریدن با تبر! ۶



آرزوی دست‌نیافتنی ۴

یادداشت‌های امروز



فرهنگ کیفیت‌گرایی در صنعتگران ۹



کیفیت شرط اول ساخت‌وساز ۱۰



تولید فولاد کیفی از سیاست تا تولید ۱۲

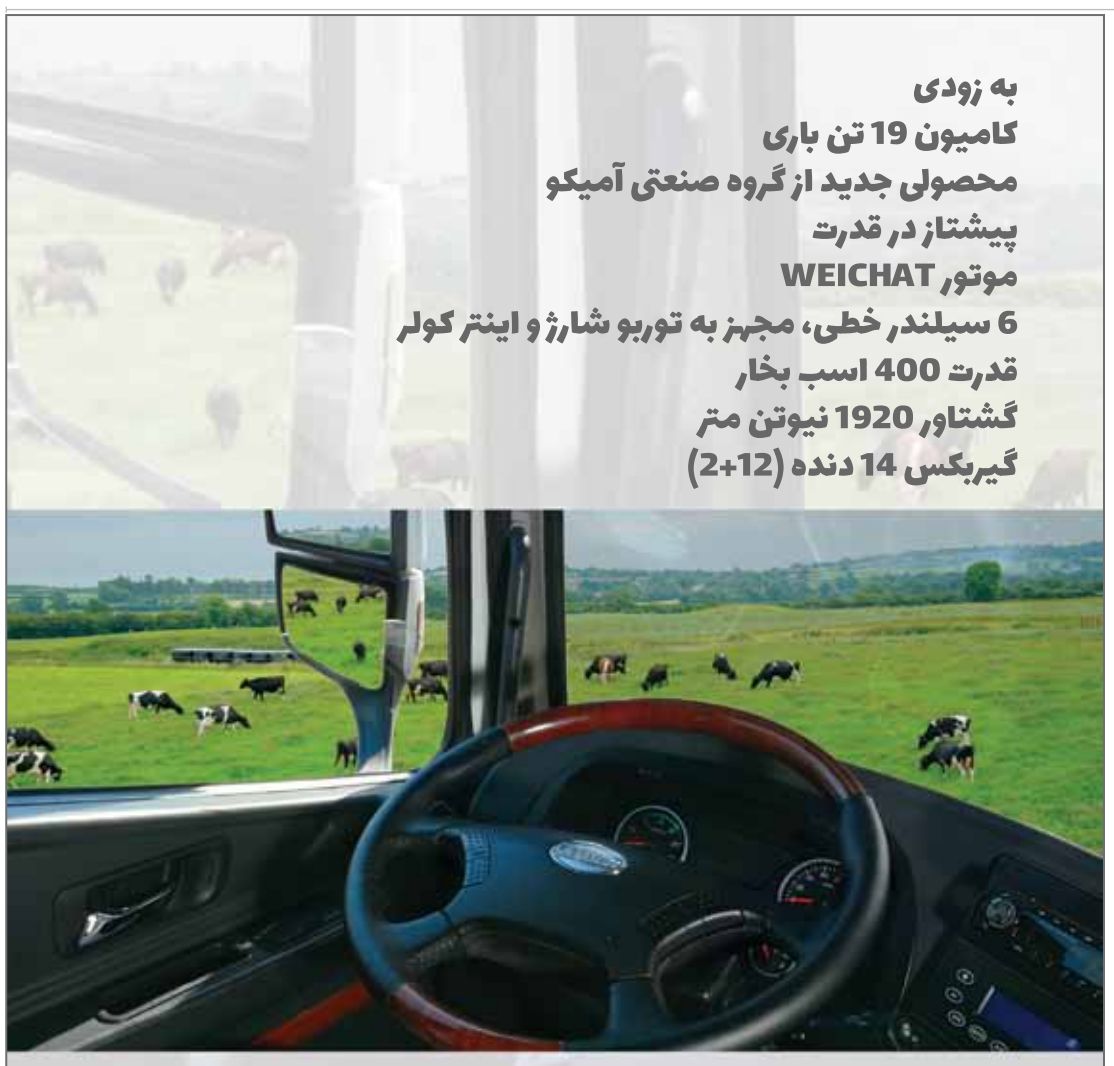
کیفیت در مسلخ انحصار

پرونده
۱۸ آبان
روز ملی کیفیت



ایران در میانه راه پیشرفت اجتماعی ۳
تولید و خدمات، وامانده از کیفیت ۴
صادرات، کلید ارتقای کیفیت تولیدات ۵
کیفیت، رکن اصلی تولید صادرات‌محور ۸
داخلی‌ها برنده بازی بی‌حریف ۹
کیفیت، قربانی کمیت در ساخت‌وساز ۱۰
تولید با کیفیت، پیش‌شرط توسعه ۱۲
مثل همیشه، مرغ همسایه غاز است ۱۳
شاخص «کیفیت زندگی» بر مدار تورم ۱۴
تولید و دردسرهای انحصار ۱۵

طرح: مهدی





سرمقاله

در کجای «کیفیت زندگی» ایستاده‌ایم؟



عاطفه خسروی
سردبیر

کیفیت و رقابت‌پذیری رابطه مستقیم و معناداری با هم دارند و به گفته بسیاری از کارشناسان گاهی نبود فضای رقابتی نه‌تنها قدرت انتخاب را از شهروندان گرفته، بلکه بازار را برای برخی از تولیدات انحصاری می‌کند؛ تولیدی که در این شرایط می‌تواند با در اختیار گرفتن بازار انحصاری، اجحاف در حق مصرف‌کننده باشد. این نگاه قابل تسری در سایر ابعاد زندگی نیز هست. آنجا که حق انتخابی از گزاره‌های مختلف در نقشه راه زندگی وجود ندارد، رقابت شکل نمی‌گیرد و در نهایت ارتقای «کیفیت زندگی» منوط به بالا رفتن بسیاری از گزاره‌هایی می‌شود که هر یک پیش‌شرط دیگری است.

آنجا که کیفیت «زندگی» در ابعاد اقتصادی و اجتماعی پایین می‌آید و آنجا که شاخص‌های کیفیت زندگی زیر سایه مشکلات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کمر خم می‌کنند، گذران زندگی هر روز سخت‌تر از روز قبل می‌شود.

در کل کیفیت زندگی طی نیم قرن اخیر، به مفهومی کلیدی و مهم در مباحث جهانی و مسائل انسانی تبدیل شده، به‌طوری که امروزه در کنار مفاهیم توسعه پایدار، مفهوم کیفیت زندگی نیز مطرح شده است. برای سنجش کیفیت زندگی عمدتاً از شاخص‌های عینی و ذهنی یا ترکیبی از هر دوی آنها استفاده می‌شود.

برای نخستین بار، در سال ۲۰۰۵ میلادی، واحد اطلاعاتی اکونومیست (EIU)، شاخص اقتصادی و اجتماعی جدیدی را به‌منظور رتبه‌بندی کشورهای جهان ارائه کرد. این معیار رتبه‌بندی کشورها را شاخص کیفیت زندگی (QLI) نام‌گذاری کرده‌اند. از همان سال ۹ عامل برای سنجش «کیفیت زندگی» مطرح و مورد بررسی قرار گرفت که عبارتند از:

- تعالی مادی: سرانه تولید ناخالص ملی
- سلامتی: امید به زندگی
- ثبات سیاسی و امنیت: نرخ ثبات سیاسی و امنیت
- زندگی خانوادگی: نرخ طلاق (در هر هزار نفر)
- زندگی اجتماعی: نرخ حضور در اماکن مذهبی یا عضویت در سندیکاها
- اقلیم و جغرافیا: عرض جغرافیایی؛ شرایط اقلیمی بین گرم‌تر و سردتر
- امنیت شغلی: نرخ بیکاری
- آزادی سیاسی: متوسط شاخص‌های آزادی‌های مدنی و سیاسی
- برابری جنسیتی: نسبت متوسط درآمد مرد و زن، براساس آخرین داده‌های در دسترس.

وضعیت شاخص کیفیت زندگی که به‌صورت سالانه توسط نشریه زندگی بین‌الملل بین ۱۹۴ کشور جهان ارزیابی و منتشر می‌شود، نشان می‌دهد رتبه کشور ما در این شاخص از ۱۳۱ در سال ۲۰۰۱ به ۱۵۰ در سال ۲۰۱۰ میلادی کاهش پیدا کرده است.

در تعریف دیگری شاخص کیفیت زندگی با محاسبه ۹ شاخص «فراغت و فرهنگ»، «هزینه زندگی»، «ریسک و امنیت»، «زیرساخت»، «سلامت»، «آزادی»، «محیط زیست»، «اقتصاد» و «آب و هوا» به‌دست می‌آید. سال ۱۳۹۸ روبا طباطبایی، کارشناس مرکز مطالعات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام در گزارشی تحت عنوان «اقتصاد بازارهای اخلاقی و چشم‌انداز آن» در تشریح شاخص کیفیت زندگی و مقایسه این شاخص در ۷ کشور مصر، ایران، قزاقستان، عربستان، ترکیه، پاکستان و امارات نوشت: «شاخص کیفیت زندگی در تمام ۷ کشور منتخب سند چشم‌انداز از وضعیت نامناسبی برخوردار است و ارقام شاخص، فاصله زیادی تا حداکثر آن یعنی رقم ۱۰۰ دارند. ایران نیز از نظر شاخص کیفیت زندگی، در سال‌های مورد بررسی از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و نیازمند توجه جدی در برنامه‌ریزی‌های کشور است. شاخص کیفیت زندگی در ایران طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۰ میلادی در رتبه ۴۵ تا ۴۹ قرار داشته است.» این کارشناس مرکز مطالعات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت با اشاره به گزارش منتشر شده تاکید کرد: «پایین‌ترین تغییرات در شاخص‌های تعیین‌کننده سطح کیفیت زندگی از ۹ شاخص فوق مربوط به شاخص فراغت و فرهنگ، محیط زیست و آزادی بوده که نشان می‌دهد در دوره ده‌ساله وضعیت سایر شاخص‌ها تقریبا ثابت بوده است. همچنین باتوجه به اینکه دیگر کشورهای جهان در این دوره توانسته‌اند معدل بهتری برای شاخص‌های فوق به‌دست بیاورند در عمل شاهد عقب ماندن کشورمان در این عرصه رقابتی بوده‌ایم.»

این آمار در حالی عنوان شد که در سال ۲۰۰۵ ایران از بین ۱۱۱ کشور مورد مطالعه جایگاه ۸۸ را به خود اختصاص داده بود. همچنین در سال ۲۰۱۹ از میان ۷۱ کشور و پس از سریلانکا و ویتنام و قزاقستان ایران جایگاه ۷۰ را یافته و در قعر جدول پس از ایران، مصر قرار گرفت.

باتوجه به آمار و ارقام یادشده و بررسی شاخص کیفیت زندگی در کشورهای خاورمیانه، می‌توان گفت وضعیت ایران، در حد متوسط قرار دارد و در این سال‌ها از نظر شاخص کیفیت زندگی، مانند بسیاری دیگر از کشورهای خاورمیانه، تحول چندانی به‌دست نیامده است؛ هرچند در میان همین کشورهای خاورمیانه و از قضا کشوری در همسایگی ایران، با مدیریت و برنامه‌ریزی بهتر، سطح کیفی زندگی بهتری برای شهروندان فراهم شده است؛ شاخصی که به گواه آمار، ایران در ارتقای آنها درجا زده است.

بسیاری از کارشناسان معتقدند گرچه اقتصاد در بهبود سطح زندگی نقش موثری دارد، اما شرط کافی برای ارتقای کیفی زندگی محسوب نمی‌شود و شروط دیگری نیز برای ارتقای این شاخص لازم است.

در نظریات اولیه مربوط به کیفیت زندگی، بیشتر بر نگرانی‌ها و اولویت‌های فردی تاکید می‌شد، اما در سال‌های اخیر، مباحث نظری در سنجش کیفیت زندگی از فردمحوری به سمت نگرانی‌های اجتماعی نظیر امنیت، آزادی، گستردگی کیفیت زندگی و ساختار و کیفیت روابط اجتماعی افراد در جامعه تغییر یافته‌اند.

البته باید بر این نکته نیز تاکید داشت که «شاخص کیفیت زندگی» نباید با مفهوم «استاندارد زندگی» که عمدتا بر درآمد استوار است، اشتباه گرفته شود. در اصل شاخص‌های استاندارد کیفیت زندگی نه‌تنها شامل ثروت و استخدام هستند، بلکه شامل محیط زیست، سلامت جسمی و روانی، تحصیلات، تفریح و اوقات فراغت و تعلق اجتماعی نیز می‌شوند؛ به‌عبارت دیگر «کیفیت زندگی» به احساس رضایت کلی از زندگی اشاره دارد و از طریق ارزیابی زندگی فردی تعیین می‌شود. این ارزیابی ذهنی است و تمام حوزه‌های زندگی را شامل می‌شود. شاید به لحاظ اهمیت این شاخص است که در شعار امسال سازمان ملی استاندارد نیز با جمله «استاندارد مردمی، ارتقای کیفیت زندگی» مواجه می‌شویم. این جمله نمایانگر حساسیت و ضرورت توجه به ارتقای کیفیت زندگی شهروندان است.

کیفیت در مسلخ انحصار

امروزه کیفیت صرفا به مفهوم تطبیق ساخت محصول با استانداردهای بین‌المللی و ملی نیست، بلکه مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و توانمندی‌هاست که برای تامین و رفع نیازهای آشکار و نهان شهروندان به کار گرفته می‌شوند؛ به‌بیان دیگر، کیفیت به‌معنای تطبیق نهایی کالا و خدمات با خواست مشتری یا مصرف‌کننده است و مهم‌ترین عامل حفظ سازمان به‌شمار می‌آید؛ به‌طوری که اگر به این اصل بی‌توجهی شود در اندک زمانی، موجودیت سازمان در معرض خطر جدی قرار می‌گیرد و برعکس، توجه به آن، انگیزه لازم را برای خرید به مشتری خواهد داد. مفهوم رایج و قدیمی کیفیت (Quality) از دیدگاه اقتصادی صرفا به نتایج فرآیند تهیه محصول تکیه می‌کند که براساس آن درجه مرغوبیت محصولات و خدمات، تعیین می‌شود. این رویکرد که کیفیت مهم‌ترین عامل موفقیت در بازارهای جهانی مطرح است، باعث تغییر تفکر نسبت به تعریف محدود از مفهوم کیفیت شد. کیفیت به‌معنای دستیابی به استانداردهای از پیش تعیین شده است.

باتوجه به این تعریف ابتدا استانداردهای تولید محصول یا ارائه خدمت مشخص و سپس فعالیت‌ها در جهت دستیابی به این استانداردها انجام می‌شود و استانداردها را برای داده‌ها (مواد، نیروی انسانی، تجهیزات، فضا، پول و...) و فرآیندها در نظر می‌گیرند.

کیفیت یک محصول یا خدمت همان چیزی است که مشتری طلب می‌کند. اگر محصول یا خدمت ارائه‌شده در جنبه‌هایی خاص، کیفیت بسیار بالایی داشته باشد، اما مشتری بدان نیاز نداشته باشد تنها هزینه‌ای است که پرداخت شده، اما ارزش افزوده‌ای ایجاد نکرده است. در نگاه نوین به کیفیت می‌توان گفت کیفیت ضرورتی است که از لحظه ورود محصول به بازار به‌وجود می‌آید. این تعریف در نگاه اول نامفهوم به‌نظر می‌آید اما یک محصول زمانی می‌تواند ارزش افزوده ایجاد کند که خواسته‌های مشتریان را برآورده سازد. در فرآیندهای تولیدی، کیفیت در مقابل پراکندگی قرار می‌گیرد؛ به طوری که برای دستیابی به یک فرآیند باکیفیت باید پراکندگی فرآیند را تا حد امکان کاهش داد. توجه به این نکته ضروری است که کاهش پراکندگی گام دوم بهبود یک فرآیند است. در گام اول باید میانگین فرآیند را تحت کنترل خود درآورد و از تولید محصولات حول میانگین، اطمینان حاصل کرد. به‌طور کلی کیفیت را می‌توان با مفاهیم زیر تعریف کرد: کیفیت یعنی مطابقت با مشخصات و نیازمندی‌ها؛ کیفیت یعنی رضایت مشتری؛ کیفیت یعنی به وجد آوردن مشتری؛ کیفیت یعنی مناسب بودن؛ کیفیت یعنی مشتری برگردد اما محصول برنگردد؛ کیفیت یعنی قابلیت اعتماد و دوام محصول؛ کیفیت یعنی تحویل به‌موقع؛ کیفیت یعنی بی‌نقص بودن.

به‌عنوان یک اصل پذیرفته‌شده، کیفیت فراگیر محصول، زمینه‌ساز جلب رضایت مشتریان و عامل پایه در حصول رضایت سایر ذی‌نفعان یک سازمان برای رقابت‌پذیری و دستیابی به موفقیت پایدار و اساسا در زمره مسائل زیربنایی کشور است؛ بنابراین در دنیای رقابتی امروز باید خود را به سازکارهای رقابت‌پذیری در حال و آینده تجهیز کنیم و اصول نوین مدیریت و قواعد حضور در بازارهای جهانی را بیاموزیم و به اجرا در آوریم.

مهم‌ترین این اصول رعایت کیفیت در تمامی ابعاد آن، اجرا و استقرار ابزارها و سیستم‌های مدیریت کیفیت، الگوبرداری و استفاده از روش‌های سنجش و اندازه‌گیری معیارهای موفقیت است. در کنار تمام موارد یادشده آنچه به گفته بسیاری از کارشناسان مانع از ارتقای کیفیت تولید می‌شود، نبود فضای رقابتی در تولید است.

مدافعان این نظر با اشاره به تولید و بازار خودرو و لوازم خانگی بر این نکته تاکید دارند و معتقدند نبود فضای رقابتی عملا بازار تولیدات داخلی را با انحصار مواجه کرده که می‌تواند در نهایت کیفیت را قربانی کند.

صمت در پرونده این هفته به مناسبت روز جهانی و ملی کیفیت به جایگاه این مفهوم در اقتصاد ایران و بخش‌های مختلف صنعت، معدن و تجارت پرداخته است.

نظرگاه

مردم کیفیت را درک می‌کنند



فرشید شکرخدایی- کارشناس مدیریت کیفیت: مهم‌ترین تفاوت یک کشور توسعه‌یافته با یک کشور در حال توسعه یا حتی بدتر از آن کشور توسعه‌نیافته چیست؟ این سوال بسیار مهم سال‌ها موضوع بحث اقتصاددانان بوده و همواره خواهد بود. از منظر یک متخصص کیفیت، جواب یک نکته بیشتر نیست، کیفیت! مهم‌ترین چیزی که از یک کشور در نگاه اول توسط مردم درک می‌شود، کیفیت است که شامل بسیاری از موارد مانند خدمات عمومی (نظافت، پلیس، عوارض، مالیات، فرودگاه، کیفیت حمل‌ونقل شهری و مسائل بسیار دیگر که جنبه عمومی دارند)، سطح خدمات (رستوران‌ها، ورزشگاه‌ها، هتل‌ها، مکان‌های گردشگری، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و...) و در نهایت محصولات آن کشور است و در نگاه بعدی کیفیت حکمرانی، کیفیت دادگاه‌ها و کیفیت اقتصاد و سلامت اداری و کیفیت محیط کسب‌وکار، توجه به کیفیت حفاظت از محیط‌زیست و کیفیت قوانین مصوب در آن کشور مهم جلوه می‌کند. حال سوال مهم این است که اینها عوامل توسعه هستند یا ناشی از توسعه؟ خلاف نظر عمومی رایج در کشورمان که این امور را ناشی از توسعه می‌داند، با اطمینان می‌توان گفت که اینها موجب خلق ثروت می‌شوند نه برعکس!

سال‌هاست فکر می‌کنیم مثلا تامین اجتماعی موجب رفاه می‌شود، اما باید گفت تامین اجتماعی با کیفیت موجب این امر می‌شود. سال‌هاست فکر می‌کنیم تعداد خودرو تولیدی موجب توسعه می‌شود، در حالی که تولید خودرو با کیفیت این امر را تضمین می‌کند؛ نه فقط خودروسازی. ما به‌شدت دچار بی‌کیفیتی شده‌ایم و این موضوع شگفت‌آور است! از هنگام ورود به کشور به کیفیت فرودگاه و بعد هم گیت بازرسی و در پایان به نحوه گرفتن تاکسی توجه کنید؛ مملو از بی‌کیفیتی است. حتی برخی معتقدند گاهی برخی سازمان‌ها بی‌توجه به رضایت ذی‌نفعان‌شان که مردم هستند، محصولات و خدمات‌شان را تحمیل می‌کنند. در چنین وضعیتی سرمایه‌های ملی هزینه می‌شود، اما بی‌کیفیتی را برای شهروندان به ارمغان می‌آورد؛ خودرو بی‌کیفیت، راه بی‌کیفیت و کشته‌های بیشمار!

سال‌هاست ارزیابی کیفیت در سطح ملی، با عنوان جایزه ملی کیفیت در حال انجام است و من به‌عنوان یکی از صدها ارزیاب کیفیت در سطح ملی، سازمان و شرکت‌های خصوصی و عمومی و دولتی را ارزیابی کرده‌ام. نتیجه این ارزیابی‌ها چند موضوع اساسی است که در ادامه به چند مورد آنها اشاره می‌شود.

- دانش مدیریت کیفیت در کشور در سطح بازرسی و کنترل کیفیت غیرحرفه‌ای باقی مانده است.
- جز چند ستاره پرفروغ، صنایع و خدمات ما کیفیت را یک امر تزئینی و شعاری می‌دانند.
- بسیاری از مسئولان باور ندارند بی‌کیفیتی هزینه دارد و کیفیت را گران می‌دانند.
- فرهنگ عمومی کشور به بی‌کیفیتی عادت کرده است.
- متولی ارتقای کیفیت در کشور مشخص نیست.

باتوجه به محدودیت نوشتار فقط به موضوع آخری نگاهی عمیق‌تر خواهیم داشت.

متولی کیفیت در کشور کیست؟

به‌راستی متولی کیفیت در کشور ما کیست؟ شاید در وهله اول سازمان ملی استاندارد به‌عنوان متولی اصلی این مسئله دیده شود، اما باید گفت حوزه اختیار و عمل سازمان استاندارد و رویکرد آن ایمنی و سلامت محصولات و خدمات است؛ نه کیفیت به‌معنای وسیع و عام آن که منجر به کیفیت زندگی مردم می‌شود. بر همین اساس نبود مسئول برای اندازه‌گیری، هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری کیفیت در سطح ملی به‌شدت احساس می‌شود.

یادمان باشد وقتی از کیفیت صحبت می‌کنیم منظورمان فقط کیفیت محصولات و خدمات تولیدی نیست، برای مثال کیفیت تدوین برنامه‌های توسعه کشور، کیفیت قوانین، کیفیت خدمات مالی و پولی، کیفیت آموزش و پرورش و آموزش عالی، کیفیت قوه قضاییه و قهریه، کیفیت امور فرهنگی، کیفیت انتخابات، کیفیت شهرداری‌ها و شوراها، کیفیت اتاق‌های بازرگانی و اصناف و تعاون، کیفیت خدمات درمان و سلامت و... همه جزو عواملی هستند که کیفیت زندگی را در جامعه رقم می‌زنند. نبود یک نهاد سیاست‌گذار و پایشگر موجب شده نتوانیم درک درستی از نقاط قوت و ضعف خویش داشته باشیم و این موضوع واقعیت‌های جامعه را مستتر و پنهان می‌کند. جامعیت و فراگیری مفهوم کیفیت تعیین نهادی مشخص را برای سیاست‌گذاری در این امر غیرممکن می‌کند و این موضوع چالش اصلی تدوین برنامه‌های ارتقای کیفیت در کشور است. جامعه ما به دانش و رویکردی که کیفیت داشته باشد نیاز دارد. موضوع بعدی ایجاد فرصت یادگیری از تجربیات موفق در سایر ممالک دنیاست که سال‌هاست به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته است. کشور ما به لمس و حس و درک سیستم‌های مدیریت کیفیت حرفه‌ای نیاز دارد. برای مثال تاسیس فروشگاه هایپراستار موجب ارتقای کیفیت در فرآیند ارائه خدمات فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور شد و سیستم مدیریت کیفیت شرکت‌های بزرگ نفتی تغییر نگرش شرکت‌های داخلی به مقوله تضمین کیفیت را به‌دنبال داشت.

همه متخصصان کیفیت می‌دانند که افزایش بازرسی و نظارت، موجب افزایش کیفیت نمی‌شود و فقط به صرف هزینه بسیار کشف خطاها را تسریع خواهد کرد. به‌نظر می‌رسد باید کیفیت ورودی‌ها و فرآیندها را اصلاح کرد؛ برای مثال باید مجوزهای زائد را حذف کرد تا رشوه از بین برود.

با افزایش بازرسی‌ها و کنترل‌ها رشوه فقط کشف می‌شود؛ از بین نمی‌رود. فرآیندها باید طوری طراحی شوند که خطاناپذیر باشند، این در حالی است که در کشور ما سیستم‌های بازرسی و نظارت به‌شدت در حال توسعه هستند و هر سال مکانیسم‌های کنترلی بیشتری طراحی و اجرا می‌کنیم که هیچ کدام موجب افزایش کیفیت نخواهند شد. در پایان باید گفت کیفیت قوانین یک کشور، کیفیت زندگی در آن کشور را می‌سازد. طراحی روند ارزیابی کیفی قوانین در کشور باید مستقل از نهادهای حاکمیتی انجام شود و نظر جامعه در زمینه قوانین به‌عنوان مشتری اصلی قوانین اخذ و پایش شود. تصویب مجوزهایی که فقط حاکمیت از آن راضی است به‌معنای کاهش شدید کیفیت قوانین است. مردم قوانین بی‌کیفیت را اجرا نمی‌کنند و حتی دولت و حاکمان هم برای اجرای آن تلاشی نخواهند کرد. ما مردم با کیفیت و با فرهنگی داریم که در دنیای قوانین با کیفیت، به سرعت رشد می‌کنند و فرهیختگی خویش را به رخ می‌کشند. پیشنهاد می‌شود با تاسیس «شورای عالی کیفیت» طرحی نو در اندازیم.

نظرگاه

کیفیت، فراتر از ساخت محصول خوب است



نسرین وفایی- عضو انجمن مدیریت کیفیت ایران: امروزه کیفیت به‌عنوان مهم‌ترین عامل موفقیت در بازارهای جهانی مطرح است. برای داشتن کیفیتی در سطح بین‌المللی نه‌تنها باید مشخصه‌های فنی محصول را به‌صورت کامل تامین کرد، بلکه باید نقش مشخصه‌های دیگری مانند قیمت، حمل مناسب، برخورد مطلوب در فروش، خدمات مناسب در تعمیر و نگهداری، دوام و... را نیز به‌صورت رضایت‌بخش در نظر گرفت تا بتوان مدعی شد محصول نهایی، محصولی با کیفیت است. از طرفی باوجود تمام نظری که درباره محصول خود داریم، فقط زمانی می‌توانیم مدعی ارائه محصولی با کیفیت باشیم که مصرف‌کننده نهایی، محصول را با کیفیت بداند. مشکل بسیاری از کسب‌وکارها و صنایع تولیدی و خدماتی ما از اینجا آغاز می‌شود. در واقع شکافی بین دیدگاه شرکت‌های تولیدکننده محصول یا خدمت و مصرف‌کنندگان، درباره کیفیت و مفهوم آن وجود دارد. اگر از مدیران این سازمان‌ها درباره وضعیت کیفیت سوال کنید، می‌گویند کیفیت در حال بهبود است و در اثبات ادعای خود برنامه‌ها و روند بهبود سالانه شاخص‌های کیفی خود را به شما ارائه خواهند کرد، اما نظرسنجی از مشتریان و نظرات مصرف‌کنندگان، اغلب نتیجه‌ای متفاوت را بیان می‌کند. شاید علت این شکاف را بتوان تمرکز بیش از حد مدیران ارشد سازمان‌ها بر مفهوم رایج و قدیمی کیفیت دانست که به نتایج فرآیند تولید محصول تکیه دارند؛ تفسیر محدودی از مفهوم کیفیت که صرفا با کنترل آن نمی‌توان انتظار جلب رضایت مشتریان را داشت. شرکت‌ها معمولا در تدوین برنامه‌های بهبود کیفیت محصول، دو مجموعه اساسی از سوالات را در فرآیند تولید تا تحویل محصول خود در نظر نمی‌گیرند؛ اول، مشتریان کیفیت را چگونه تعریف می‌کنند و چرا ناگهان خواستار کیفیت بالاتری نسبت به گذشته هستند؟ دوم، کیفیت بالا در خدمات به مشتری چقدر مهم است و چگونه می‌توان پس از فروش آن را تضمین کرد؟ تاکید بر اینکه کیفیت باید بر نیازهای مشتریان متمرکز باشد، کاملا درست است، اما باید از حالت شعارگونه خارج شود. در واقع کیفیت میزان و درجه برآورده شدن خواسته‌های مشتری است (خواسته مشتری از خود محصول، از فرآیند تحویل محصول، از روش فروش و رفتار متصدیان فروش، از فرآیند خدمات و تعمیرات، از دوام محصول، برند محصول و...)؛ خواسته‌هایی که می‌تواند برای هر مشتری متفاوت باشد. کیفیت نیز برای هر فردی متفاوت است، به همین خاطر ممکن است محصولی برای یک مشتری محصول باکیفیتی باشد و برای مشتری دیگر کاملا بی‌کیفیت؛ نکته‌ای که باید به‌صورت خاص در برنامه کیفی سازمان‌ها سنجش و گنجانده شود. بنا بر آنچه گفته شد کیفیت باید به‌معنای واقعی مشتری‌محور باشد، نه مبتنی بر فناوری، تولیدمحور یا مبتنی بر رقیب.

منبع: نشریه کیفیت و مدیریت

عکس روز



دورهمی وزرای خارجه سال‌های گذشته با امیر عبداللهیان

منبع: سایت وزارت امور خارجه

دریچه

جایزه‌ای برای کیفیت

کیفیت زمانی قابل‌دستیابی است که فرآیندها و فعالیت‌های سازمان براساس نیازها و انتظارات مشتری‌های سازمان طراحی شود و به اجرا درآید. هر سال به‌مناسبت روز ملی کیفیت، مراسم اهدای جایزه مدیریت کیفیت از سوی موسسه استاندارد برگزار می‌شود. در این روز، به برترین و سرآمدترین سازمان‌های ایرانی حائز شرایط در بخش‌های مختلف کشور شامل سازمان‌ها، بنگاه‌های اقتصادی بزرگ، واحدهای عملیاتی، موسسات بخش عمومی، بنگاه‌های کوچک و متوسط مستقل و بنگاه‌های کوچک و متوسط وابسته که در زمینه ارتقای کیفیت و سرآمدی کسب‌وکار، فعالیت‌های چشمگیری انجام داده‌اند جوایزی اعطا می‌شود. عالی‌ترین مرجع تصمیم‌گیری در جایزه ملی کیفیت ایران، شورای سیاست‌گذاری این جایزه است و مطابق نظام‌نامه جایزه، دبیرخانه جایزه ملی کیفیت ایران مستقر در موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مجری جایزه و کلیه عملیات اجرایی مرتبط با جایزه را عهده‌دار است.

کیفیت به‌معنای دستیابی به استانداردهای از پیش تعیین‌شده است. باتوجه به این تعریف ابتدا استانداردهای تولید محصول یا ارائه خدمت مشخص و سپس فعالیت‌ها در جهت دستیابی به این استانداردها انجام می‌شود و استانداردها را برای داده‌ها (مواد، نیروی انسانی، تجهیزات، فضا، پول و...) و فرآیندها در نظر می‌گیرند. استانداردها باتوجه به نیازها و انتظارات مشتری‌ها مشخص می‌شوند. باتوجه به ظرفیت و توانایی فرآیندها و متغیرهای موثر بر محیط ارائه خدمت، استانداردها را به‌طور عام نمی‌توان تعمیم داد و برای هر خدمت باتوجه به شرایط محیطی و مشتری‌های آن شاید لازم باشد استانداردهای مخصوص تعیین شود و فعالیت‌ها در جهت دستیابی به آن استانداردها (حداقل‌های قابل قبول) صورت پذیرد. کیفیت به‌معنای کار درست را بار اول صحیح انجام‌دادن و بارهای بعد بهتر از بار اول انجام دادن است. تعریف فوق متضمن تصمیم‌گیری کیفی است، زیرا بسیاری از کارها هستند که انجام می‌شوند، اما در راستای رسالت سازمان و دستیابی به هدف یا آرمان مشترک ترسیم شده برای سازمان نیستند. این تعریف دارای عملکرد کیفی نیز هست، زیرا کارهای درست به‌طور صحیح انجام داده می‌شوند.



تولید و خدمات وامانده از کیفیت



مثل همیشه مرغ همسایه غاز است

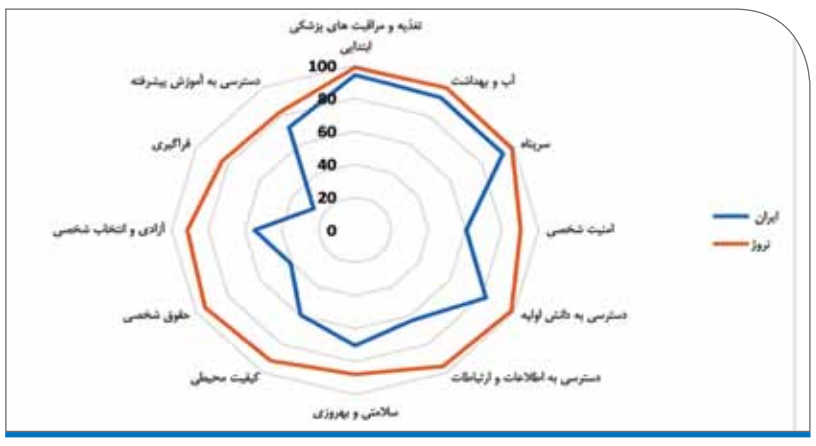


شاخص «کیفیت زندگی» بر مدار تورم

ایران در میانه راه پیشرفت اجتماعی

براساس پژوهش‌های انجام‌شده از سوی یک موسسه بین‌المللی که درباره شاخص پیشرفت اجتماعی کشورها در سال ۲۰۱۷ منتشر شده، ایران در سال ۲۰۱۷ با اختصاص نمره ۶۲ از ۱۰۰ در رتبه ۸۸ جهان جای گرفته و جزو کشورهای با پیشرفت اجتماعی متوسط به پایین طبقه‌بندی شده است.

سایت تحلیلی رصدخانه توسعه که روند توسعه در ایران را بررسی می‌کند؛ در گزارش‌هایی به بررسی شاخص‌های توسعه‌ای کشورهای جهان پرداخته است. به گزارش این مرکز، براساس رتبه‌بندی موسسه «سوشال پراگرس ایمپرتیو» امریکا از نظر شاخص‌هایی مانند بهداشت، حمایت‌های زیست‌محیطی و مبارزه با تبعیض در رده ۱۸ جهان قرار گرفته و فاصله زیادی با دیگر کشورهای توسعه‌یافته‌ای که در صدر این جدول جای گرفته‌اند، دارد. نتایج بررسی‌های سالانه این گروه که هر کشور را از نظر ۵۰ شاخص موردارزیابی قرار می‌دهد، نشان می‌دهد کشورهای نروژ، دانمارک و ایسلند در رتبه‌های اول تا سوم شاخص پیشرفت اجتماعی ۲۰۱۷ قرار دارند.



۳ عامل موثر در یک شاخص مهم کیفیت زندگی



الهه شعبانی-جامعه‌شناس: شاخص‌های جهانی توسعه تلاش می‌کنند عملکرد دولتمردان و سیاست‌گذاران کشورهای گوناگون را در قالب اعداد و ارقام اندازه‌گیری کنند. این شاخص‌ها بدون تردید از جهات گوناگون موردنقد قرار گرفته‌اند، با این حال، یکی از معتبرترین آنها شاخص پیشرفت اجتماعی است که گزارش سال ۲۰۲۰ آن اخیرا منتشر شده است.

در تعریف شاخص پیشرفت اجتماعی آمده: «ظرفیت یک جامعه برای رفع نیازهای اولیه شهروندانش و فراهم آوردن شرایطی که همه افراد و گروه‌های اجتماعی بتوانند کیفیت زندگی‌شان را بهبود ببخشند و ظرفیت‌های خود را شکوفا کنند.» در رتبه‌بندی اخیر این شاخص در میان ۱۶۳ کشور ایران درست پس از ترکیه قرار گرفته و رتبه ۹۳ را به خود اختصاص داده است. اگرچه رتبه ایران آن را در نیمه پایینی رتبه‌بندی شاخص قرار می‌دهد، اما نمره ایران چیزی معادل میانگین عملکرد جهانی است. حال سوال این است که چه چیزی ایران را به سطح میانگین جهانی رسانده و چه چیزی مانع از صعود ایران در رتبه‌بندی این شاخص شده است؟

عملکرد میانی ایران در شاخص پیشرفت اجتماعی حاصل تجمیع نمرات ایران در ۳ بُعد پیشرفت اجتماعی یعنی نیازهای اولیه، بنیادهای به‌زیستی و فرصت‌هاست.

یافته‌های این شاخص نشان می‌دهد بین درآمد کشورها و عملکرد آنها در شاخص پیشرفت اجتماعی لزوما رابطه مستقیم وجود ندارد. به‌عنوان مثال، درآمد سرانه کشورهای ثروتمندی مانند عربستان سعودی، کویت، آلمان و فنلاند شبیه به هم است، اما آنها به ترتیب در شاخص پیشرفت اجتماعی رتبه‌های ۱۰۱، ۴۶، ۱۱ و ۳ را به خود اختصاص داده‌اند. از سوی دیگر، کشورهایی مانند مکزیک، موریس، اروگوئه و کاستاریکا با درآمد سرانه کمتر از نصف درآمد کشورهای بالا رتبه‌های ۶۲، ۴۴، ۳۸ و ۳۷ را به خود اختصاص داده‌اند.

در این میان، ایران در مقایسه با برخی کشورهای همتراز به لحاظ درآمد سرانه مانند کلمبیا، برزیل، سریلانکا و لبنان پیشرفت اجتماعی کمتری تجربه کرده و البته هستند کشورهایی مانند چین و ترکمنستان که از ایران هم ضعیف‌تر عمل کرده‌اند. این داده‌ها هشداری به دولت‌هاست مبنی بر اینکه با پول نمی‌توان پیشرفت اجتماعی خرید و ثروت دولت‌ها لزوما زمینه بهبود زندگی شهروندان را فراهم نمی‌کند.

اما کارنامه ۱۰ ساله ایران در این شاخص چه می‌گوید؟ روند عملکرد ایران در شاخص پیشرفت اجتماعی از سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهد ایران روندی رو به بهبود با شیب بسیار ملایم را تجربه کرده و توانسته در طول ۱۰ سال به اندازه ۵ نمره عملکرد خود را بهبود ببخشد. با این حساب، کیفیت زندگی ایرانیان در ۱۰ سال اخیر با روندی آهسته، سالانه نیم نمره بهبود یافته است. این ارتقای نمره به ترتیب ماحصل بهبود عملکرد ایران در بنیادهای به‌زیستی، فرصت‌ها و نیازهای اولیه بوده است.

شاخص پیشرفت اجتماعی ایران نشان می‌دهد ایران درست در میانه راه پیشرفت اجتماعی قرار گرفته و عملکردش در ابعاد این شاخص تقریبا دو شقه شده است. از یک‌سو در برخی زیرشاخص‌های رفع نیازهای زیستی و رفاهی نزدیک به برترین‌های جهان قرار گرفته و از سوی دیگر در زیرشاخص‌هایی مانند آزادی‌ها و حقوق فردی و فراگیری ضعیف‌تر از میانگین جهانی عمل کرده است؛ بنابراین بدیهی‌ترین پیام این شاخص برای سیاست‌گذاران ایرانی می‌تواند این باشد که سرمایه‌گذاری‌های آنها برای بهبود زیرساخت‌های رفاهی به ثمر نشسته (فارغ از هزینه پرداخت‌شده) و حال وقت آن است که برای پیشرفت اجتماعی ایران بر قانون‌گذاری در راستای تقویت و محافظت از حقوق و آزادی‌های فردی و ارتقای برابری گروه‌های اجتماعی تمرکز کنند.

سازمان محاسبه کننده شاخص پیشرفت اجتماعی

شاخص پیشرفت اجتماعی در تلاش است پیشرفت اجتماعی را به‌طور مستقیم و بدون در نظرگرفتن متغیرهای اقتصادی اندازه‌گیری کند. «ضرورت پیشرفت اجتماعی» یک سازمان جهانی غیرانتفاعی در واشنگتن است که شاخص پیشرفت اجتماعی را برای بهبود سیاست‌گذاری در حوزه‌های سلامت زیست‌محیطی و سلامت اجتماعی محاسبه می‌کند. این شاخص، مدیرانی از کشورهای گوناگون از هند گرفته تا برزیل و انگلیس را با خود همراه کرده است. در جدیدترین گزارش شاخص پیشرفت اجتماعی برای سال ۲۰۲۰، ایران نمره ۶۷.۴۹ را کسب کرده و در رتبه ۹۳ قرار دارد که در نمودار فوق قابل مشاهده است.

۵ کشور دارای بدترین عملکرد از نظر شاخص پیشرفت اجتماعی و زیرشاخص‌های اصلی آن در سال ۲۰۲۰ نیز درجدول روبه‌رو فهرست شده‌اند:

بهترین و بدترین کشورها در شاخص پیشرفت اجتماعی:

پیشرفت اجتماعی	نیازهای اساسی بشر	زیرساخت رفاهی	فرصت‌ها
سودان جنوبی	جمهوری افریقای مرکزی	سودان جنوبی	سودان جنوبی
جمهوری افریقای مرکزی	سودان جنوبی	چاد	اریتره
چاد	اریتره	جمهوری افریقای مرکزی	چاد
اریتره	چاد	پاپوا گینه نو	سودان
سومالی	افغانستان	سومالی	افغانستان

ماخذ: داده‌های موسسه اقتصاد و پیشرفت اجتماعی

۵ کشور برتر از نظر شاخص پیشرفت اجتماعی و همچنین زیرشاخص‌های اصلی در سال ۲۰۲۰ درجدول روبه‌رو آمده است:

رتبه	پیشرفت اجتماعی	نیازهای اساسی بشر	زیرساخت رفاهی	فرصت‌ها
۱	نروژ	ایسلند	نروژ	دانمارک
۲	دانمارک	ژاپن	ایسلند	فنلاند
۳	فنلاند	سنگاپور	نیوزلند	نروژ
۴	نیوزلند	استرالیا	ژاپن	سوئد
۵	سوئد	نیوزلند	سوئیس	آلمان

ماخذ: داده‌های موسسه اقتصاد و پیشرفت اجتماعی

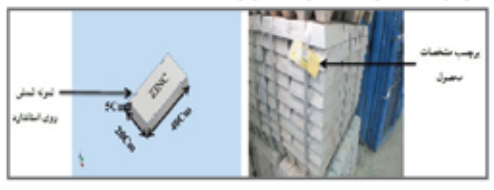
آگهی خرید روی با درجه خلوص ۹۹/۹۹۹ خط تولید

شرکت فولاد تاراز چهارمحال سهامی خاص

۱- **موضوع آگهی:** خرید ۴۰۰تن روی مورد نیاز در خط تولید کارخانه با مشخصات به شرح جداول ذیل:

Color	Cd(ppm)	Fe (ppm)	Pb (ppm)	Designation
white	<=20	<=20	<=55	ZN-1

ب: وزن هر بندیل برابر با ۱۰۰۰±۵۰kg و کالا دارای روکش نایلونی و عاری از هر گونه کثیفی، زنگ‌زدگی، گرد و غبار روی بندیل‌ها نباشد. ج: بندیل‌های شمش خیس نباشند و رنگ ظاهری شمش‌ها شفاف باشد (خاکستری نباشد/ اکسید نشده باشد). چ: وزن هر شمش روی ۴۰cm *۲۰cm (۲۵kg) با درج واژه ZINK بر روی هر شمش. د: بر روی هر بندیل برچسب مشخصات شامل شماره سری ساخت (Batch number)، وزن واقعی، نام سازنده و کد متریال نصب گردد. مطابق با تصویر.



۲- **آدرس شرکت:**
شهرکرد -فاز سه توسعه- شرکت فولاد تاراز چهارمحال

۳- **نحوه شرکت در فراخوان:**

پاکت	محتوا
الف	تهیه‌وتحویل یک‌فقره ضمانت‌نامه بانکی به مبلغ ۷،۴۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال در وجه شرکت فولاد تاراز چهارمحال به مدت ۳ ماه
ب	دفترچه اسناد مناقصه پیوست شامل شرایط مناقصه که می‌بایست کلیه صفحات آن ممهور به مهر و امضا صاحبان امضاء مجاز متقاضی برسد.
ج	پاکت پیشنهاد قیمت که می‌بایستی بصورت مهروموم شده تحویل شود
پاکت اصلی	حاوی سه پاکت (الف.ب.ج) که به شرکت فولاد تاراز چهارمحال به نشانی استان چهارمحال و بختیاری، شهرکرد، شهرک صنعتی چهارمحال، فاز ۳ ارسال گردد. واحد خرید. تلفن تماس: ۰۳۸۳۱۰۰ داخلی ۱۳۰۲-۱۳۰۷ -۰۹۹۱۲۷۰۳۰۸۷

شرایط پرداخت مطابق با نظر تامین‌کننده به صورت: **الف:** پرداخت بصورت ۴۰٪ مبلغ به‌عنوان پیش‌پرداخت در قبال ارائه ضمانت‌نامه بانکی معتبر و مابقی پس از ارسال کامل و تایید کالای درخواستی **ب:** پرداخت به صورت ال‌سی دیداری **ج:** پرداخت به صورت ال‌سی سه ماهه- در صورت موجودی مواد با ظرفیت کمتر از تناژ درخواستی امکان بررسی پیشنهاد ارسالی وجود دارد- امکان کاهش مقدار درخواستی پس از بازگشایی پاکات وجود دارد.

۴- **مهلت تحویل مدارک:** مهلت تحویل پیشنهاد حداکثر تا صبح روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۱/۰۸/۲۲

شرکت فولاد تاراز چهارمحال

آگهی فروش سرباره‌های خط تولید

شرکت فولاد تاراز چهارمحال سهامی خاص

۱- **موضوع آگهی:** فروش ۲۰٪ ±۹۰ تن از سرباره‌های روی موجود در شرکت با مشخصات مواد اولیه تزریقی در پاتیل خط تولید به شرح جداول ذیل:

Color	Cd(ppm)	Fe (ppm)	Pb (ppm)	Designation
white	<=20	<=20	<=55	ZN-1
Al(درصد)	Cd(ppm)	Fe(ppm)	Pb (ppm)	Designation
2/3-8/2	<= 15	<= 45	<= 60	زاماک۳

۲- **آدرس شرکت:** شهرکرد – فاز سه توسعه- شرکت فولاد تاراز چهارمحال

۳- **نحوه شرکت در فراخوان:**

پاکت	محتوا
الف	تهیه و تحویل یک فقره ضمانت‌نامه بانکی به مبلغ ۱،۷۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال در وجه شرکت فولاد تاراز چهارمحال به مدت ۳ ماه
ب	دفترچه اسناد مزایده پیوست شامل شرایط مزایده (عمومی و خصوصی) مشخصات فنی که می‌بایست کلیه صفحات آن ممهور به مهر و امضا صاحبان امضاء مجاز متقاضی برسد.
ج	پاکت پیشنهاد قیمت که شامل پیشنهاد قیمت و تجزیه بهای تمام شده و جزئیات آن می‌باشد که می‌بایستی بصورت مهر و موم شده تحویل شود
پاکت اصلی	حاوی سه پاکت (الف.ب.ج) که به شرکت فولاد تاراز چهارمحال به نشانی استان چهارمحال و بختیاری، شهرکرد، شهرک صنعتی شهرکرد، فاز۳ ارسال گردد. واحد خرید. تلفن تماس: ۰۳۸۳۱۰۰ داخلی ۱۳۰۲-۱۳۰۷ -۰۹۹۱۲۷۰۳۰۸۷

شرایط فروش مطابق با نظر تامین‌کننده به صورت ال‌سی نیز امکان‌پذیر می‌باشد.

۴- **مهلت تحویل مدارک:** مهلت تحویل پیشنهاد حداکثر تا صبح روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۱/۰۸/۲۲

شرکت فولاد تاراز چهارمحال

اخطار افراز

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
حوزه ثبتی ناحیه دو کرج

خوانده: آقای حسن امیری به آدرس ماهدشت - خیابان شهیدبهشتی، حافظ ۶، پلاک ۴۰ واحد ۱۰

خواهان‌ها:

۱- رمضان هاشم‌خوانی به وکالت سجاد عروجی به آدرس محمدشهر ابتدای بلوار دشت بهشت، ساختمان سینا، طبقه ۲ واحد۴

۲- رضا هاشم‌خوانی به وکالت سجاد عروجی به آدرس محمدشهر ابتدای بلوار دشت بهشت، ساختمان سینا، طبقه ۲ واحد ۴

چون سجاد عروجی به وکالت از رمضان، رضا و طیبه همگی هاشم‌خوانی در پلاک ۲۱۶۰ فرعی از ۹ اصلی جزء حوزه ثبتی ناحیه ۲ کرج به موجب درخواست شماره ۸۰۷۵ مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۰۹ تقاضای افراز سهمی خود را نموده‌اند و مورخه ۱۴۰۱/۰۸/۲۲ ساعت ۹ صبح برای بازدید از محل و تشخیص تصرفات تعیین گردیده لذا مراتب طبق ماده ۱۸ قانون و مفاد اسناد رسمی در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار آگهی می‌شود تا برای بازدید از محل در روز و ساعت تعیین شده در این اداره یا در محل وقوع ملک حضور بهم رسانید، بدیهی است عدم حضور شما مانع انجام کار نخواهد شد.

مهران رشیدی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو کرج

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی قائم‌شهر

نوبت دوم
شناسه ۱۴۰۰۴۰۲

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی قائم‌شهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

املاک متقاضیان واقع در قریه جمنان پلاک ۳۶ اصلی بخش ۱۶

۸۰۳۱ فرعی به نام خانم **فاطمه حسن‌زاده سارو کلائی** نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است به مساحت ۱۸۸.۹۵ مترمربع خریداری مع‌الواسطه از آقای محمدرضا فرجی قوتمی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از ربق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات العاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ العاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۸/۰۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۸/۲۱

یونس قصابی، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قائم‌شهر

یادداشت

آرزوی دست نیافتنی



امیرحسن کاکایی
عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت

یک روز پاییزی صبح اول وقت سوار خودرو ایرانی‌ام می‌شوم. نم باران شیشه را کثیف کرده است. برف‌پاک‌کن را می‌زنم، ولی طبق معمول شیشه تمیز نمی‌شود. راه می‌افتم. طبق معمول سرعت به یک حدی که می‌رسد، صدای گیربکس آزاردهنده است. البته در بزرگراه صدای لرزش در بیخ گوشم به آن اضافه می‌شود. هوا سرد است. بخاری را روشن می‌کنم. گرم نمی‌شود. دما را روی ۳۲ تنظیم می‌کنم. به‌سرعت گرم می‌شود؛ آن‌قدر که ساعت دستم که نزدیک خروجی بخاری است، داغ می‌شود. دما را فقط دو درجه کم می‌کنم. اما بعد از مدتی متوجه می‌شوم که انگار بخاری از کار افتاده است. در تابستان هم چنین وضعیتی است. متوجه نمی‌شوم چرا سیستم کنترل اتوماتیک آن درست کار نمی‌کند. اینها بخشی از مسائل کیفی یکی از بهترین خودروهای طراحی و تولید ایران است که من تقریبا هر روز با آن زندگی می‌کنم و البته با آن کنار آمده‌ام. این خودرو دارای موتور قوی و ظاهری زیباست، در آن احساس ایمنی می‌کنم و با آن راحت رانندگی می‌کنم و هروقت اراده می‌کنم سبقت می‌گیرم. در مجموع در میان خودروهای ایرانی از آن راضی هستم.

اما واقعا چرا؟ چرا عملکرد خودروهای ما خوب است، ولی کیفیت آن بد؟ به‌عنوان یک مهندس مکانیک باید عرض کنم که عملکرد خوب را می‌توان با یکسری عملیات طراحی به‌دست آورد. اما برای رسیدن به کیفیت خوب، ضمن نیازمندی به تکنیک‌های بهتر و عمیق‌تر طراحی، نیاز به تجهیزات بهتر، فرآیندهای دقیق‌تر و انسان‌های متعهدتر در خطوط تولید داریم. به‌عنوان مثال، مشکل گیربکس تولید ایران، کمبود ۲، ۳ دستگاه مخصوص دنده‌زنی دقیق است که سال‌هاست به علت هزینه بالای آن تدارک دیده نمی‌شود. مشکل مصرف سوخت بالای خودروهای ایرانی ناشی از استفاده از قطعات با کیفیت پایین در تولید موتور، مشکلات کیفی در سیستم انتقال قدرت و کیفیت پایین تایرهای تولیدی است. برف‌پاک‌کن هم که اظهرمن‌الشمس است: مشکل عدم‌دستیابی تولیدکنندگان ایرانی به دانش تولید لاستیک مربوطه و البته متعاقبا خرید از منابع رده سوم چینی است. لرزش در هم استفاده از لولای قدیمی برای دری سنگین است. البته در مقالات زیادی درباره نقش دولت و سیاست‌گذاران در این مسیر و علل عدم‌دستیابی به اهداف تعیین‌شده توضیح داده‌ام و در این نوشتار می‌خواهم به جزئیاتی درباره داخل صنعت بپردازم که البته در همین ابتدا عرض می‌کنم که همچنان نقش سیاست‌گذاران در آن پررنگ است. نخستین مشکل تحریم‌هاست. این امر باعث شده نتوانیم از منابع تامین مواد و بعضا قطعات باکیفیت جهان ارتباط درست و مستقیم برقرار کنیم. پس مسیر خرید خارجی، معیوب است. این مسیر معیوب، دو نتیجه کلی در بردارد: کاهش کیفیت و افزایش قیمت. برخی مواد در ایران تولید می‌شوند، اما ظرفیت‌های آن، کم و البته خروجی آنها نیازمندی‌های کیفی صنعت خودرو با کیفیت را تامین نمی‌کند. در این میان، احتمالا به‌عنوان مثال، فولادمبارکه به این حرف من اعتراض می‌کند. برای توضیح باید عرض کنم که فولادمبارکه ورق با کیفیت هم تولید می‌کند، اما محدوده کنترل‌پذیری تولید آن به اندازه کافی تحت‌کنترل نیست. همین شرکت طی سال‌های گذشته کمترین کار را برای رسیدن به فولادهای نوین به‌اصطلاح سبک و فوق‌سبک برای صنعت خودرو انجام داده و در نتیجه صنعت خودرویی که می‌خواهد در تحریم به بقا ادامه دهد، نمی‌تواند در طراحی خودروهای جدید از فولادهای پیشرفته‌تر استفاده کند. همین وضعیت درباره انواع آلومینیوم‌ها، پلیمر و کامپوزیت هم صادق است. البته یک مشکل ساختاری هم وجود دارد؛ کمبود مصرف خودروساز نسبت به مقیاس صنعتی برای سرمایه‌گذاری فولادسازان و پتروشیمی‌ها برای این صنعت. و اما زنجیره تولید قطعات داخلی؛ نخستین مشکل در این بخش از صنعت، اجرای راهبردهای غلط در سال‌های اخیر است. استفاده از چند منبع، یکی از بدترین راهبردهایی است که خودروسازان برای مدیریت زنجیره تامین به‌کار می‌برند و به خیال خود برنده می‌شوند. در حالی که این وسط کیفیت و البته خواسته مردم است که فدا می‌شود. خودروسازان به‌جای اینکه پیوندهای راهبردی اصولی و بلندمدت با قطعه‌سازان قدر برقرار کنند، دائم در حال ایجاد قطعه‌سازان کوچک برای مدیریت قطعه‌سازان بزرگ هستند. البته طبیعی است که هزینه توسعه این قطعه‌سازان که دائم بالا و پایین می‌شوند و هزینه توسعه یک قطعه توسط ۳ تامین‌کننده به‌جای یک تامین‌کننده را مردم می‌دهند. و اما داخل خودروسازی؛ آنجا هم داستان عجیبی دارد. تقریبا در کل زنجیره تولید به این عریض و طویلی، شما یک خط تولید کاملا جدید نمی‌بینید. چرا؟ چون اصولا نه مقیاس تولید، اقتصادی است و نه سیاست‌های دولت اجازه داده سرمایه به اندازه کافی انباشت شده و به‌طور اقتصادی در مسیر تولید قرار گیرد. همان‌طور که قبلا بارها توضیح داده‌ام، دلالی در ایران بسیار بیشتر از تولید جواب می‌دهد. اما به تازگی، دو مشکل دیگر هم به مشکلات کیفی اضافه شده است. مسئولان هر روز قول بهبود کیفی می‌دهند و منتظر رونمایی از خودرویی جدید هستند. از آنجا که مشکلات ساختاری کیفیت به این راحتی و در زمان کوتاه رفع نمی‌شود، مسئولان اجرایی مجبور به پنهان‌کاری می‌شوند. وقتی هم مشکلات پنهان شود، هزینه‌ها و پیامدهای آن به مصرف‌کننده منتقل می‌شود. کاهش شدید کیفیت در زمانی کوتاه هنگام استفاده از خودرو نتیجه این روش مدیریت است؛ یعنی حتی وقتی یک خودرو نو و باکیفیت تحویل می‌گیریم هم خیلی زود کیفیت آن افت می‌کند. رونمایی‌های زودهنگام هم نتیجه بدی دارد. در چنین حالتی، حلقه‌های توسعه و بهبود کیفیت طراحی درست و به‌موقع انجام نمی‌شود؛ بنابراین متخصصان همزمان با عرضه خودرو جدید به بازار، با برخی از عیوب آن آشنا می‌شوند و در یکی دو سال اول سعی می‌کنند آن عیوب را رفع کنند. البته در این مدت مشتری‌ها باید حسابی تاوان پس بدهند. بماند که برخی از عیوب هم دیگر بعد از به تولید انبوه رسیدن قابل رفع نیست. مانند آن مشکل لولای در که سال‌هاست بروزرسانی آن به تعویق افتاده است. به هر حال، کیفیت نیازمند راهبردهای بزرگ، اراده‌های قوی و البته نظم و ترتیب و پیوستگی در مسیری بی‌پایان است.

در گفت‌وگوی صمت با کارشناسان حوزه خودرو مطرح شد

تولید و خدمات، وامانده از کیفیت

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir

مقوله کیفیت، یکی از شاخص‌های مهم در تولید بوده و در کنار قیمت، در جلب رضایت مشتریان نقش زیادی دارد. کیفیت، نه‌تنها در تولید، که در خدمات پس از تولید هم بسیار مهم است. در تعریف کیفیت، نیازمندی‌های مشتری، یکی از شاخص‌ها به‌شمار می‌رود. کیفیت یعنی قابلیت اعتماد و دوام محصول که تضمینی برای حیات صنعت خواهد بود.

صنعت خودرو، مرکز توجه مردم و مسئولان بوده و در این میان، بارها از سوی هر گروه از کیفیت خودروها روی پلتفرم‌های قدیمی گلایه شده است. هنگامی که نسبت به کیفیت خودروها اعتراضی مطرح می‌شود، خودروسازان عنوان می‌کند ۷۰ درصد یک خودرو، قطعات آن بوده و قطعات باکیفیت منجر به محصول نهایی باکیفیت می‌شود. قطعه‌ساز هم استدلال می‌کند بخش اعظم تولید قطعات، مواد اولیه بوده و فناوری و کیفیت آنها تاثیر زیادی در قطعات تولیدی دارد. امسال شرکت‌های خودروساز مدعی هستند کیفیت خودروها افزایش یافته، آیا این‌گونه است؟ چه تغییرات محسوسی در تولید خودرو رخ داده است؟



عکس: صمت

صنعت با حجم زیادی از ماشین‌آلات فرسوده و از رده خارج فعالیت دارد؛ بنابراین در بهترین شرایط هم نمی‌توان منکر تاثیر منفی ماشین‌کاری روی کیفیت محصولات نهایی شد

داخلی‌سازی قطعات



امید رضایی- کارشناس صنعت خودرو: حوزه کیفیت خودروها در کشور را می‌توان در دو بعد زمانی قبل از فسخ برجام و پس از آن، موردبررسی قرار داد. زمانی که محدودیت‌های بین‌المللی وجود نداشت، نمایندگی شرکت‌های خودروساز مادر در کشور حضور داشتند، نظارت دقیقی بر تولید وجود داشت، اطلاعات به‌اشتراک گذاشته می‌شد و قطعات «های‌تک» که اجازه داخلی‌سازی نداشتند، وارد می‌شدند. قطعه‌ساز داخلی واسطه بود تا این قطعات را تامین کند. طبیعی است به‌لحاظ کیفی، خودروهای این دوره از کیفیت بالاتری برخوردار بودند. در این دوره، شرکت‌هایی که با خودروساز داخلی همکاری می‌کردند، سابقه طولانی در طراحی و تولید داشتند. در این زمان، اگر تولید داخل پاسخگو کیفیت موردخواست این شرکت‌های بین‌المللی نبود، اجازه ساخت داده نمی‌شد. البته بخشی از این ممنوعیت‌ها عامدانه بود تا تکنولوژی و دانش فنی انتقال پیدا نکند؛ بنابراین در این دوره، عمق ساخت داخل کم بود و قطعاتی در داخل تولید می‌شدند که به تکنولوژی بالایی نیاز نداشتند. ضمن اینکه واردات آنها هم به‌لحاظ حجمی و وزنی توجیه‌اقتصادی نداشت. در این دوره می‌توان گفت خودروها در بهترین شرایط کیفی قرار داشتند.

پس از خروج امریکا از برجام و تعلیق همکاری شرکت‌های بین‌المللی، ناخواسته چالش بزرگی برای صنعت خودرو کشور به‌وجود آمد. در سال‌های نخست خودروسازی براساس داشته‌ها جلو رفت و کار در بخش‌هایی که خلأ دانشی وجود داشت، با آزمون‌وخطا انجام می‌شد. در ادامه این ساخت به لحاظ استانداردها هم نیاز به تدوین برخی مقوله‌ها بود که در این دوره گذار شرایط سختی را به‌وجود آورد.

سطح نارضایتی مشتری در این دوره بالا رفت، زیرا بخش زیادی از قطعات وارداتی، بومی‌شده بودند. در حال‌حاضر به‌دلیل عدم‌ورود کالاهای خارجی و توانمندسازی صنعتگران کیفیت در حال ارتقاست، اما همچنان تا نقطه مطلوب فاصله زیاد است. باید پذیرفت خودروهای فعلی در کیفیت با محصولاتی که در دوره برجام تولید می‌شدند، تفاوت زیادی دارند.

▣ کیفیت و ماشین‌آلات فرسوده

موضوع دوم، مسئله ماشین‌آلات و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مورداستفاده در زنجیره تامین و خودروسازی است. این صنعت با حجم زیادی از ماشین‌آلات فرسوده و از رده خارج فعالیت دارد. هنوز تولیدکنندگان نتوانسته‌اند نوسازی ماشین‌آلات را آغاز کنند. صنعتگر به‌دلیل تحریم نمی‌تواند تجهیزات روزآمد وارد کند و تولید آنها در داخل هم توجیه‌اقتصادی ندارد؛ بنابراین در بهترین شرایط هم نمی‌توان منکر تاثیر منفی ماشین‌کاری روی کیفیت محصولات بود. تولیدکننده تمام تلاش خود را به‌کار گیرد، باز هم با وجود ماشین‌آلات فرسوده به کیفیت ایده‌آل نخواهد رسید. دولت باید برای بروزآوری ماشین‌آلات و اتوماسیون از تولیدکنندگان حمایت کند.

امید رضایی: خودروهای داخلی پیش از محدودیت‌های بین‌المللی از کیفیت بهتری برخوردار بودند



▣ تاثیر مواد اولیه

مسئله سوم در ارتقای کیفی محصولات، نوع مواد اولیه مورداستفاده است. در تامین برخی مواد اولیه وابستگی وجود دارد، زیرا بعضی از این مواد از سوی شرکت‌های خاص تولید می‌شوند. این شرکت‌ها با توجه به دانش فنی که در اختیار دارند و حجم بالای سرمایه‌گذاری، برای تمام خودروسازان جهانی تامین مواد اولیه می‌کنند؛ بنابراین کیفیت مواد اولیه هم در محصول نهایی تاثیر زیادی دارد.

محدودیت‌های بین‌المللی سبب شده تولیدکنندگان در تامین این مواد با مشکلاتی روبه‌رو باشند و استفاده از مواد جایگزین تاثیر منفی در کیفیت محصولات داشته است. در پایان گفتنی است در حوزه ارتقای کیفی و نمره قبولی خودروهای جدید، این مردم هستند که باید نظر نهایی را اعلام کنند.

تحلیل شاخص‌های کیفی در ارائه خدمات

محمدجواد شریفی- کارشناس حوزه خودرو: در نحوه ارزیابی کیفی خدمات، شناخت نقاط قوت و ضعف هر شبکه از مهم‌ترین عوامل پیشبرد اهداف بوده تا بتوان با این ابزار و داده‌ها به تجزیه‌وتحلیل آن در راستای ارتقای سایر عوامل شاخص‌ها گام برداشت. از آنجا که مراکز معاینه فنی، جزو سازمان‌های خدمات‌محور بوده و با بررسی انجام‌شده درباره شاخص‌ها و عوامل موثر در این حوزه به‌ویژه کیفیت ارائه خدمات معاینه فنی، پیش از هر چیز واژه کیفیت در خدمات مهم بوده که به تعریف آن می‌پردازیم:

کیفیت خدمات: مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و مشخصات است که قادر به برآوردن نیازهای صریح یا ضمنی مشتریان است، زیرا جلب رضایت مشتریان و برآورد خواسته‌های آنها، مهم‌ترین مسئله هر سازمان خدمات‌محور به‌شمار می‌رود. براساس نظریه‌های مطرح‌شده، کیفیت، اندازه و جهت تفاوت بین ادراک و انتظارات مشتریان، از خدماتی است که سنجش رضایت مشتریان کلیدواژه شاخص کیفیت شمرده می‌شود. به‌منظور این هدف، مقوله کیفیت در خدمات معاینه فنی را از دو بعد موردبحث و بررسی قرار می‌دهیم: الف- بعد کارکردی ب- بعد تکنیکی و فنی

الف - بعد کارکردی (بیانگر عملکرد و نحوه ارائه خدمات معاینه فنی به خودروهاست.)

شیوه‌ای که مشتریان خدمات دریافت می‌کنند و معیار سنجش این عملکرد و اثربخشی آن در اندیشه مشتری‌مداری می‌توان به‌دست آورد که به آن بازگشت مشتری به سازمان خدماتی می‌گویند و شاخص سنجش عملکرد آن سازمان است.

۱-منابع انسانی

منابع انسانی متخصص و ماهر یکی از شاخص‌های ارزیابی مدیران بوده و مدیران مراکز معاینه فنی باید نسبت‌به جذب و بکارگیری افراد متخصص و باتجربه در جایگاه‌ها و ایستگاه‌های کاری نهایت دقت را به‌کار گیرند، زیرا این عمل در صورت نداشتن دقت در جذب افراد با قابلیت مناسب، موجب کارآیی نداشتن و ایجاد ضرر و زیان و دوباره‌کاری به مراجعه‌کنندگان و تست مجدد خودرو خواهد شد. زمانی‌که عیوب به‌خوبی تشخیص داده نشود و راهنمایی نادرست به مراجعه‌کنندگان به‌وسیله آزمون‌گر یا کارشناس فنی مرکز داده شود، باعث اتلاف وقت و هزینه‌های مشتریان خواهد بود. علاوه‌بر این، در صورت نداشتن مهارت کافی آزمون‌گر موجب آسیب رساندن به دستگاه‌های آزمون و اعمال هزینه‌های تعمیرات و نگهداری غیرضروری به مراکز معاینه فنی خواهد شد؛ بنابراین در این بخش، تخصص‌ها و مهارت‌های هر یک از کارکنان مراکز معاینه فنی به این شرح عنوان می‌شود:

الف –کارمند پذیرش: فوق‌دیپلم کامپیوتر و دارای مدرک ICDL

ب – آزمون‌گر خودرو: فوق‌دیپلم مکانیک و دارای حداقل ۲ سال تجربه فنی‌وحرفه‌ای

ج – کارشناس فنی: کارشناس مکانیک خودرو یا رشته‌های مرتبط با ۲ سال تجربه کاری

د – مدیر مرکز معاینه فنی: کارشناس مدیریت خدمات یا MBA با حداقل ۲ سال تجربه کاری

برای بررسی این شاخص لازم است ضریبی از خودروهای مردودی مراجعه‌کننده به مرحله دوم به‌دست آورد که یک مرحله مردود شده و عامل آن خطای اپراتور و آزمون‌گر خودرو در تشخیص و تایید آن از سوی کارشناس فنی بوده است. با توجه به ارزیابی انجام‌شده از مراکز معاینه فنی و برآورد هزار خودرو مراجعه‌کننده جامعه آماری، ۲ درصد مراجعات مرحله دوم ناشی از خطای انسانی و اپراتوری در تشخیص عیوب فنی خودروها بوده است.

۳-زمان

براساس آیین‌نامه ماده ۳ مصوب هیات‌وزیران، برای انجام تمامی فرآیندهای معاینه فنی، زمان استاندارد ۱۸ دقیقه درنظر گرفته شده که این زمان از هنگام ورود خودرو به مرکز معاینه فنی و از آغاز پذیرش خودرو شروع شده و سپس مرحله به مرحله تا انجام آزمون‌های گوناگون شامل آلایندگی موتور و سیستم تعلیق، ترمز، روشنایی، برق و وضعیت ظاهری خودرو است. این زمان در صورت سالم بودن وضعیت فنی و ظاهری خودرو، بدون در نظر گرفتن مدت زمان انتظار خودرو در صف ورود به مراکز معاینه فنی برای انجام تمامی فرآیندهای تست خودرو زمان‌سنجی شده کفایت می‌کند. البته در حالت بروز خرابی و عیوب فنی در خودروها براساس نوع خرابی (فنی- ظاهری) زمان انجام تعمیرات به زمان انجام معاینه فنی اضافه خواهد شد که زمان تعمیرات خودرو براساس دفترچه استاندارد تعمیرات خودروها که از سوی شرکت سازنده و واحد خدمات پس از فروش آن شرکت تهیه شده، در اختیار و نمایندگی‌های مجاز تعمیراتی و مشتریان قرار می‌گیرد.

ب- بعد تکنیکی (فنی)

۱-تجهیزات معاینه فنی: در این مقوله نوع و کیفیت ماشین‌آلات و تجهیزات مستقر در مرکز معاینه فنی موردبررسی قرار می‌گیرد که در عملکرد فنی موثر بوده و باید با آخرین فناوری و ماشین‌آلات مورداستفاده در کشورهای پیشرفته استفاده شود، به‌گونه‌ای که براساس برنامه‌ریزی‌ها، اگر برنامه‌ها به‌موقع انجام‌شده باشد و به‌ویژه کالیبراسیون دستگاه‌ها، در عملکرد و صحت پارامترهای خروجی دستگاه بسیار موثر هستند. این موضوع در زمینه دستگاه اندازه‌گیری آلایندگی و همچنین تست سه‌گانه (کمک‌فنر، ترمز و سیستم تعلیق) باید به‌موقع در فاصله زمان‌بندی ۶ ماه و یک سال انجام شود.

۲-استاندارد خدمات: استاندارد معاینه فنی خودرو و آزمون‌های مرتبط برای صلاحیت تردد وسایل نقلیه موتوری برای نخستین‌بار در سال ۱۳۸۶ تدوین و پس از بازنگری و بررسی‌های انجام‌شده از سوی کارشناسان و مشاوران مرتبط با این صنعت و تایید کمیسیون‌های مرتبط در جلسه ۵۳۰ کارگروه استاندارد خودرو و نیرومحرکه ۱۳۹۰/۹/۲۰ باعنوان استاندارد شماره ۹۱۸۱ تصویب شد. استاندارد تدوین شده در این‌باره که ملاک و معیار سنجش هستند، ارزیابی خدمات معاینه فنی در کشور به‌شمار می‌رود که از مهم‌ترین پارامترها تدوین‌شده در این استاندارد می‌توان به میزان آلایندگی، ذرات معلق در گازهای خروجی، شتاب ترمز و... اشاره کرد. هدف از تدوین این استاندارد تعیین اصول کلی برای معاینه فنی و همچنین اجزای سیستم‌هایی از وسایل نقلیه که باید مورد آزمون قرار گیرد به همراه روش معیار پذیرش آزمون‌ها که باید وسیله نقلیه با آن قبول یا مردود شود، است.

۳- کیفیت خودرو: این شاخص یکی از عوامل در انجام معاینه فنی خودروها بوده که در این مقاله موردبحث و ارزیابی قرار گرفته است. کیفیت خودرو یکی از پارامترهای موثر در خرابی و عیوب حادث در خودرو است که بستگی به شرکت خودروساز و نحوه ارائه محصولات آن در بازار دارد. به‌عنوان مثال در کشور ژاپن، فرآیند معاینه فنی خودروها براساس عمر خودرو متغیر است و بسته به عمر خودرو و شاخص کیفی آن، چگونگی و مدت زمان انجام معاینه فنی تغییر خواهد کرد. مهم‌ترین مسئله در تعیین کیفیت خدمات سازمان‌های خدماتی، سنجش ساختار کیفیت است که با بهره‌گیری از مدل آرمانی (بهترین روش محاسبه کیفیت در طراحی یک سیستم خدماتی است.) این فرآیند مبتنی‌بر پرداختن به موقعیت‌های چندمنظوره درون یک چارچوب کلی برنامه‌ریزی خطی است که هر هدف به‌عنوان یک آرمان موردنظر قرار می‌گیرد. خودروهای موجود در ایران براساس نوع کاربری به این‌گونه تقسیم‌بندی شده‌اند:

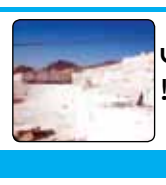
- خودروهای سبک
- خودروهای نیمه‌سنگین
- خودروهای سنگین

براساس ارزیابی انجام‌شده درباره این خودروها از سوی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، سطح کیفی خودروها در بخش سبک و سنگین به ۴ سطح خیلی خوب، خوب، قابل‌قبول و حداقل قابل‌قبول ارزیابی می‌شود؛ بنابراین در موضوع کیفیت، نخست کیفیت محصول و در ادامه کیفیت خدمات‌دهی، از مسائل مهم در حوزه خودرو است. برای به حداقل رساندن آلایندگی خودرو علاوه‌بر کیفیت ساخت باید در خدمات‌دهی پس از استفاده از این محصول، سرویس‌ها از حداکثر کیفیت برخوردار باشند.

محمدجواد شریفی: سنجش رضایت مشتریان کلیدواژه شاخص کیفیت به‌شمار می‌رود

سخن پایانی

بنابر این گزارش، خودروهای تولید داخل پس از فسخ برجام نسبت‌به دوره‌ای که شرکت‌های بین‌المللی در ایران همکاری داشتند، به‌لحاظ کیفیت دچار افت شده‌اند. داخلی‌سازی قطعات اگرچه به صنعت خودرو کمک کرد تا تعطیل نشود، اما هنوز نتوانسته رضایت مشتریان را تامین کند. در حوزه کیفیت خدمات هم خلأهایی وجود دارد که این چالش‌ها از مهارت نیروی انسانی آغاز و به روزآمدی تجهیزات ختم می‌شود.



اندازه‌گیری با کولیس بریدن با تبر!



سنگ فرسودگی پیش‌پای معدن



تولید با کیفیت پیش‌شرط توسعه

صادرات، کلید ارتقای کیفیت تولیدات

ظرفیت‌های بخش معدن آنقدر متنوع و غنی است که می‌تواند این حوزه را به یکی از بازیگران مهم و تاثیرگذار در زمین اقتصادی کشور تبدیل کند؛ به همین دلیل باید فرصتی فراهم شود تا معدن بتواند توانمندی‌های کم‌نظیر خود در زمینه ارزآوری و بی‌اثر کردن تحریم‌ها را نشان دهد.
کارشناسان حوزه معدن معتقدند برای حصول این هدف باید تولیدات معدنی کشور راه خود را به بازارهای جهانی باز کنند، اما آنچه گاهی موجب موفق نشدن در میدان رقابت می‌شود و سرخوردگی به‌دنبال می‌آورد، سطح نازل کیفیت و مطابقت نداشت با استانداردهای بین‌المللی است.
در گزارش زیرسه تن از کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه معدن از راهکارهای عمده حل مشکل و افزایش کیفیت تولیدات معدنی می‌گویند.



عکس: ایمنا

سرمایه‌گذاری، کلید افزایش کیفیت



به‌باور علی رضایی، نماینده مجلس شورای اسلامی، سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند افزایش تولید باکیفیت محصولات معدنی را محقق کند.
به گزارش کانی‌مگ، رضایی درباره لزوم جذب سرمایه‌گذار خارجی در بخش معدن کشور گفت: تحقق رشد اقتصادی در افق ۱۴۰۴ به‌ویژه در بخش معدن نیازمند توسعه در بخش‌های همراستا با معدن است و اگر روند توسعه‌ای و هم‌افزایی در این بخش‌ها رخ ندهد، صنعت معدنکاری نیز توسعه نخواهد یافت. این نماینده مجلس توضیح داد: جذب سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند این صنعت را به اهداف و چشم‌اندازهای پیش‌بینی‌شده برساند، زیرا زمینه را برای حل مشکلات اقتصادی، با استفاده از منابع ارزی خارجی فراهم می‌کند. باید از این امر حمایت کرد؛ با این حال، اولویت باید با سرمایه‌گذار داخلی باشد. این عضو کمیسیون اقتصادی افزود: برای توسعه معادن کشور در نخستین گام باید دقت بیشتری در زمینه واگذاری‌ها داشته باشیم و برای این هدف اهلیت‌سنجی مناسبی صورت گیرد.
نماینده مردم کنگاور در مجلس شورای اسلامی با انتقاد از روالی که پیش از این در واگذاری‌های معادن رایج بود، گفت: معادن به افرادی واگذار می‌شد که نمی‌توانستند آن را وارد چرخه اقتصادی کنند و نداشتن صرفه اقتصادی باعث بروز مشکلات متعددی از جمله اعتراضات کارگری می‌شد.

محرک اقتصاد کشور

رضایی با تاکید بر اینکه معادن باید به افراد اهل به لحاظ فنی و مالی واگذار شود، اظهار کرد: پس از مرحله واگذاری، از دولت انتظار می‌رود صاحبان مجوزها، پروانه‌های بهره‌برداری و کسانی که موافقت اصولی را دریافت کرده‌اند را مورد حمایت قرار دهد، زیرا با فعال‌سازی معادن بخشی از اقتصاد کشور به تحرک در می‌آید و به‌دنبال آن اشتغالزایی صورت می‌گیرد. وی عنوان کرد: با حمایت دولت از متقاضیان فعالیت معدنی، معادن تعطیل، نیمه‌تعطیل و غیرفعال، فعال می‌شوند و می‌توان برای عبور از شرایط تحریمی به درآمدی جز درآمد فروش نفت امیدوار بود. به‌باور این نماینده، تنوع مواد معدنی ایران فرصتی برای کشور ما فراهم آورده تا با فروش و صادرات محصولات معدنی بتوانیم بخشی از مشکلات اقتصادی کشور را برطرف کنیم.

نقش صادرات در ارتقای کیفیت



اردشیر سعدمحمدی، مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات فعالیت در حوزه صادرات را یکی از عوامل کمک‌کننده به ارتقای کیفیت محصولات معدنی اعلام کرد و گفت: باتوجه به نیاز کشور در صنایع مختلف و نیز عرضه و تقاضا در بازار داخلی، باید تولید را به‌گونه‌ای مدیریت کرد که بازارهای خارجی حفظ شوند، زیرا صادرات علاوه بر ارزآوری برای کشور در افزایش کیفیت تولیدات نیز تاثیر مثبت دارد و منجر به ارتقای تولید و افزایش اشتغال می‌شود. به گزارش شاتا، سعدمحمدی توجه و ارزیابی دقیق بخش‌های مختلف بازار را در تدوین دستورالعمل‌ها ضروری دانست و خواستار رفع مغایرت‌ها در شیوه‌نامه‌های مختلف در راستای حمایت از حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده شد و لازمه این کار را برگزاری جلسات هم‌اندیشی با همه بخش‌های ذی‌نفع و ذی‌مدخل عنوان کرد. مدیرعامل شرکت ومعادن به محدودیت ظرفیت‌های معدنی کشف‌شده فعلی در کشور اشاره کرد و افزود: حوزه معدن نیازمند تغییر نگرش و استفاده از روش‌ها و تجهیزات روزآمد دنیا باتوجه به شرایط معدنی کشور است و اگر تصمیمات براساس ارزیابی‌های دقیق و کارشناسی باشد، کاملا عملیاتی و اجرایی خواهد بود.

تغییر الگوها در رفتار معدنی

سعدمحمدی با تاکید بر ضرورت ارتقای نقش معدن در اقتصاد کشور، دستیابی به اهداف تعیین‌شده در این حوزه را منوط به تغییر الگوها در رفتار نهادهای مسئول در بخش معدن دانست و گفت: برای استفاده بهینه از ظرفیت معدنی کشور علاوه بر بروزرسانی تجهیزات در دو بخش سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، همراه بودن با دانش روز ضروری است و این امر نیازمند آموزش مستمر برای مجموعه‌های تخصصی فعال در حوزه معدن است. وی با بیان اینکه نیمی از تولیدات معدنی کشور در بخش مصالح ساختمانی است، ارتقای نقش بخش معدن در اقتصاد کشور را منوط به افزایش تولیدات معدنی فلزی دانست و گفت: لازم است در بخش طراحی برنامه‌ریزی جدی صورت گیرد.

نقش پژوهش و فناوری در اعتلای کیفیت



به‌گفته مجید وفایی‌فرد، مدیر مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران، تحقیق و توسعه در معدنکاری، هم از جایگاه مصرف‌کننده و هم از جایگاه تولیدکننده موضوع بااهمیتی است. وی در این باره به ایرنا گفت: این فعالیت‌ها روی فناوری‌های جدید در زمینه اکتشاف، معدنکاری و فرآوری، هم برای تولیدکننده و هم برای مصرف‌کننده اهمیت دارد. وفایی‌فرد ادامه داد: تحقیق و توسعه موفق، فناوری جدیدی خلق می‌کند که هزینه تولید را کاهش می‌دهد، موجب ارتقای کیفیت کالاهای معدنی می‌شود، اثرات مخرب محیط‌زیستی را کم می‌کند و ایمنی و سلامتی را بهبود می‌بخشد؛ بنابراین بیشترین منفعت را شامل حال مصرف‌کننده خواهد کرد.

چالش تحقیق و توسعه

وی افزود: اکنون برخی شرکت‌های معدنکاری سرمایه‌گذاری خوبی در زمینه تحقیق و توسعه دارند، اما این مقدار کافی نیست و در آینده نزدیک، این صنعت با چالش‌های زیادی مانند افزایش تقاضا ازسوی کشورهای در حال توسعه، رویکرد عمومی برای استفاده از کانی‌های عیار پایین، تاکید روزافزون بر کاهش مصرف انرژی و کاهش انتشار دی‌اکسیدکربن روبه‌رو است. وفایی‌فرد معتقد است برای غلبه بر چالش‌ها، صنایع باید تحقیق و توسعه را به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش دهند. به محض اینکه جهان وارد دوره عدم قطعیت اقتصادی شود، این بخش نیاز پیدا خواهد کرد که رویکردش به تحقیق و توسعه را تصحیح کند، درباره همکاری با دانشگاه‌ها و همکاری‌های تحقیقاتی با شرکت‌ها و موسسه‌های دیگر تجدیدنظر کند و در سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه خلاق‌تر باشد. مدیر مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران گفت: تحقیق و توسعه بخش اصلی اقتصاد و تابع موج‌ها، روندها و وضعیت عمومی آن است. وی ادامه داد: تعداد کمی از شرکت‌های بزرگ معدنی هستند که حدود یک درصد درآمدشان را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند و تعداد به‌مراتب کمتری می‌توان یافت که سهم تحقیق و توسعه را ۵ درصد در نظر گرفته باشند. این میزان بودجه برای تحقیق و توسعه در مقایسه با بخش‌های دیگر بسیار ناچیز است.

سخن پایانی

معدن و صنایع وابسته می‌توانند نقش موثری در افزایش درآمد کشور داشته باشند و گره‌ای از مشکلات پیچیده اقتصادی امروز کشور بگشایند، اما ورود به میدان رقابت، همان‌طور که در بالا گفته شد، نیازمند مقدماتی است که هنوز چنانکه باید و شاید محقق نشده است؛ بنابراین به‌نظر می‌رسد برای تامین این مقدمات و تسهیل جریانات باید از یک طرف مسئولان و مدیران معدنی کشور و از طرف دیگر بخش خصوصی پای کار بیایند.

سپهرنت ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

شرکت سپهرنت ایرانیان در نظر دارد **جهت بهینه‌سازی زیرساخت مجازی و شبکه ذخیره‌ساز، دو دستگاه EMC Unity XT** مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای مطابق با قانون برگزاری مناقصات عمومی به یک شرکت مجرب و واجد صلاحیت واگذار نماید. شرکت‌هایی که دارای سوابق تجربی فنی مفید و کافی در زمینه موضوع استعلام مذکور را دارند، می‌توانند بمنظور دریافت اسناد مناقصه طی مدت ۳ روز کاری از تاریخ انتشار این آگهی در روزنامه، طی ساعات اداری (۱۶-۸) با در دست داشتن معرفی‌نامه به آدرس تهران، خیابان ملاصدرا، ضلع جنوب‌غربی زیر پل کردستان، نبش بن‌بست توفیق، پلاک ۱/۱ مراجعه نمایند (قبل ازمراجعه حضوری باشماره تلفن ۴۲۹۳۱۵۱۶ هماهنگی قبلی بعمل آید).
مدت تکمیل و تحویل اسناد ارزیابی حداکثر ۵ روز کاری پس از دریافت اسناد مناقصه و زمان بررسی و اعلام اسامی واجدین شرایط حداکثر یک هفته از آخرین مهلت وصول اسناد ارزیابی می‌باشد. هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
شرکت سپهرنت ایرانیان

سپهرنت ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی دومرحله‌ای

شرکت سپهرنت ایرانیان در نظر دارد **جایگزینی سیستم خنک‌کننده مرکز داده (دیتا سنتر)** خود را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای مطابق با قانون برگزاری مناقصات عمومی به یک شرکت مجرب و واجد صلاحیت واگذار نماید.
شرکت‌هایی که دارای سوابق تجربی، فنی مفید و کافی در زمینه موضوع استعلام مذکور را دارند، می‌توانند بمنظور دریافت اسناد مناقصه طی مدت ۳ روز کاری از تاریخ انتشار این آگهی در روزنامه، طی ساعات اداری (۱۶-۸) با در دست داشتن معرفی‌نامه به آدرس تهران، خیابان ملاصدرا، ضلع جنوب غربی زیر پل کردستان، نبش بن‌بست توفیق، پلاک ۱/۱ مراجعه نمایند (قبل ازمراجعه حضوری باشماره تلفن ۴۲۹۳۱۵۱۶ هماهنگی قبلی بعمل آید).
مدت‌زمان بازدید ازمحل‌اجرا، ارائه پیشنهادفنی، تکمیل‌و تحویل اسناد ارزیابی حداکثر ۵ روزکاری پس از دریافت اسناد مناقصه می‌باشد.
زمان مرحله اول: بازگشایی و بررسی پاکات حاوی سوابق و طرح پیشنهادی حداکثر یک هفته از آخرین مهلت وصول اسناد ارزیابی
زمان مرحله دوم: بازگشایی پاکات پیشنهاد قیمت و اعلام نتیجه حداکثر ۱۰ روز کاری پس از مرحله اول.
هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
شرکت سپهرنت ایرانیان

سپهرنت ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

شرکت سپهرنت ایرانیان در نظر دارد **خرید تجهیزات شبکه شامل دو دستگاه سوئیچ ۳۸۵۰** مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای مطابق با قانون برگزاری مناقصات عمومی به یک شرکت مجرب و واجد صلاحیت واگذار نماید.
شرکت‌هایی که دارای سوابق تجربی فنی مفید و کافی در زمینه موضوع استعلام مذکور را دارند، می‌توانند بمنظور دریافت اسناد مناقصه طی مدت ۳ روز کاری از تاریخ انتشار این آگهی در روزنامه، طی ساعات اداری (۱۶-۸) با در دست داشتن معرفی‌نامه به آدرس تهران، خیابان ملاصدرا، ضلع جنوب غربی زیر پل کردستان، نبش بن‌بست توفیق، پلاک ۱/۱ مراجعه نمایند (قبل ازمراجعه حضوری باشماره تلفن ۴۲۹۳۱۵۱۶ هماهنگی قبلی بعمل آید).
مدت تکمیل و تحویل اسناد ارزیابی حداکثر ۵ روز کاری پس از دریافت اسناد مناقصه و زمان بررسی و اعلام اسامی واجدین شرایط حداکثر یک هفته از آخرین مهلت وصول اسناد ارزیابی می‌باشد. هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
شرکت سپهرنت ایرانیان

سپهرنت ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

شرکت سپهرنت ایرانیان در نظر دارد **خرید دستگاه‌های Cash Less رومیزی مدل k۹** مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای مطابق با قانون برگزاری مناقصات عمومی به یک شرکت مجرب و واجد صلاحیت واگذار نماید.
شرکت‌هایی که دارای سوابق تجربی فنی مفید و کافی در زمینه موضوع استعلام مذکور را دارند، می‌توانند بمنظور دریافت اسناد مناقصه طی مدت ۳ روز کاری از تاریخ انتشار این آگهی در روزنامه، طی ساعات اداری (۱۶-۸) با در دست داشتن معرفی‌نامه به آدرس تهران، خیابان ملاصدرا، ضلع جنوب غربی زیر پل کردستان، نبش بن‌بست توفیق، پلاک ۱/۱ مراجعه نمایند (قبل ازمراجعه حضوری باشماره تلفن ۴۲۹۳۱۵۱۶ هماهنگی قبلی بعمل آید).
مدت تکمیل و تحویل اسناد ارزیابی حداکثر ۵ روز کاری پس از دریافت اسناد مناقصه و زمان بررسی و اعلام اسامی واجدین شرایط حداکثر یک هفته از آخرین مهلت وصول اسناد ارزیابی می‌باشد.
هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
شرکت سپهرنت ایرانیان

یادداشت

لقمه‌خوری و اتلاف منابع ملی



شهرام شریعتی ـ عضو کمیسیون معادن خانه صنعت، معدن و تجارت ایران

به‌طورکلی همه تولیدات صنعتی دنیا استاندارد و حد کیفیت مشخصی دارند که باید به چارچوب‌های آن پایبند باشند. به‌عبارت دیگر، هر آنچه نام محصول را بر آن می‌گذاریم، باید استانداردهای خاص خود را داشته باشد.

اما درباره تولیدات معدنی به‌علت اینکه مواد خام به‌شمار می‌روند، بازرگانی آنها با هم متفاوت است. یعنی بازار مشخص می‌کند که اگر محصولی با کیفیت الف باشد، نرخ آن حداکثر فلان عدد است و اگر کیفیت آن ب باشد، عدد پرداختی به فلان عدد می‌رسد.

به‌عبارت ساده‌تر، ارزش‌گذاری روی تولیدات این حوزه مشابه با سایر کالاهای صادراتی برای مثال محصولات کشاورزی نیست. اگر یکی از محصولات باغی صادر شود، شاید کشوری خریدار آرسنیک موجود در محصول را بیش از استانداردهای خود تشخیص دهد و محصول را مرجوع کند، اما کیفیت‌سنجی درباره مواد معدنی به این ترتیب نیست.

برای مثال اگر سنگ‌آهن را در نظر بگیریم، اگر درصد عناصر مزاحم موجود در بار بیشتر باشد، نرخ آن کاهش پیدا می‌کند و بالعکس اگر درصد عناصر اصلی آن بالاتر باشد، قیمتش افزایش پیدا می‌کند.

برای مواد معدنی استاندارد مطلقی وجود دارد. هر از صنایع بالادستی به طرف پایین‌دستی‌ها حرکت کنیم، کم‌کم به‌عنوان محصول فرآوری‌شده، استانداردهای مشخص‌تری پیدا می‌کند.

ولی آنچه به‌عنوان بار معدنی عرضه می‌شود، مثل سنگ، کنسانتره، گندله و مواردی شبیه این، استانداردهای کمتری دارد و از آنجایی که هیچ‌کدام از آنها محصول نهایی نیستند، فقط روی تجارت و نرخ بازرگانی آنها تاثیر می‌گذارد یا به‌عبارت دیگر، تولیدات معدنی با هر کیفیتی که ارائه شوند، بازار خاص خود را خواهند داشت.

اما درباره مراحل تولید و استانداردهای خاصی که در زمینه آن مطرح است، ماجرا به‌شکل دیگری است.

متاسفانه بسیاری از معدنداران کشور ما دید علمی و تخصصی به مقوله تولید ندارد. باتوجه به این ضعف که استانداردهای حرفه‌ای تولید به‌ندرت رعایت می‌شود. از مرحله پی‌جویی و اکتشاف تا مرحله استخراج و تولید محصول فاقد استانداردهای مدون و قطعی هستیم.

اگر وارد موضوع استانداردسازی شویم؛ شرایط و ضوابط سختگیرانه خواهد شد، اما کیفیت، کمیت و راندمان تولید را بالا می‌برد. این کار حوصله و تخصص می‌خواهد که بسیاری از معدنداران ما فاقد هر دو این شرایط هستند و بنابراین به‌کرات شاهد این موضوع هستیم که معدنداران برای استخراج، به معادن، چه روباز و چه زیرزمینی آسیب وارد می‌کنند و اسم این کار خود را «لقمه‌خوری» گذاشته‌اند که نوعی اتلاف منابع ملی به‌شمار می‌رود.

در مواجهه با چنین مواردی، دولت باید باتوجه به ماده ۲۰ و ۲۱ قانون معادن مداخله و صلاحیت معدندار را سلب کند.

براساس پروتکل‌های موجود، باز کردن معدن، اصول استانداردی دارد که از سالیان سال پیش وجود داشته است. در قانون هم آمده که دولت باید پروانه بهره‌برداری معدنکاری را که به معدن آسیب می‌رساند، باطل کند. یعنی تخریب معدن یا استخراج به‌شیوه‌ای نادرست و بدون در نظر گرفتن استانداردهای حرفه‌ای، یکی از ۴ موردی است که براساس آن، پروانه معدن ابطال خواهد شد.

اما سوالی که باید از وزارت صمت پرسید، این است که از سال ۷۷، که قانون جدید معادن به‌تصویب رسید، تا امروز چند پروانه معدن به‌علت استخراج ناصحیح ابطال شده است؟

پرونده‌های زیادی در شورای‌عالی معادن وجود دارد که به‌علت فعال نشدن معدن، پروانه بهره‌برداری معدنکار ابطال شده است. همین‌طور برای بی‌توجهی به اصول محیط‌زیست، اما به‌شخصه به‌یاد نمی‌آورم که پروانه‌ای به‌دلیل رعایت نشدن اصول مهندسی ابطال شده باشد. مگر اینکه بی‌توجهی به اصول مهندسی آنقدر جدی باشد که تلفات انسانی به‌بار آورد.

گفت‌وگو

در گفت‌وگوی صمت با کارشناس و فعال حوزه سنگ مطرح شد

اندازه‌گیری با کولیس، بریدن با تبر!

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

عضو هیات‌مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران می‌گوید: چند دهه پیش، کیفیت به انطباق کالا یا خدمات با مجموعه‌ای از استانداردها و خطوط قابل‌قبول گفته می‌شد، اما گذشت زمان و فضای رقابتی، مفهوم کیفیت را ارتقا داده و امروز به‌جای اینکه مفهوم کیفیت از سوی تولیدکننده مطرح باشد، موکول به برداشت مشتری شده است.

به‌گفته حسن فروزان‌فرد، اگر تولیدکنندگان ایرانی بتوانند ترکیب مناسبی از صادرات و تولید و عرضه داخلی را سامان دهند، آن وقت می‌توانند با اتکا به ارزش‌افزوده حاصل از صادرات، کیفیت تولید داخلی را هم در سطح مناسبی حفظ کنند؛ به‌علاوه با این وجود، می‌توانند فرصت حضور در یک رقابت معنادارتر را در کنار کالاها و خدمات سایر کشورها تجربه کنند.

سیامک حاج سیدجوادی، کارشناس و فعال حوزه صادرات سنگ تزئینی در گفت‌وگو با صمت باتوجه به تعاریف یادشده از این عضو انجمن مدیریت کیفیت ایران به آسیب‌شناسی صادرات سنگ‌های تزئینی پرداخته است.



عکس: صمت

اگر تولیدکننده‌ای بخواهد به کیفیت استاندارد سنگ فرآوری‌شده (تایل) دست پیدا کند، باید ۳ دستگاه به خط تولید خود اضافه کند که عبارتند از کالیبر، طولی‌بر و عرضی‌بر. جمع هزینه این دستگاه‌ها بالغ بر ۴ تا ۵ میلیارد تومان است



جایگاه کیفی تولیدات صنعت سنگ کشور در بازار جهانی چگونه است؟

صادرات صنعت سنگ در ۲ فاز انجام می‌شود؛ یکی صادرات بلوک سنگ است و دیگری صادرات سنگ فرآوری‌شده.

در فاز نخست، درصد کوپ‌دهی معادن ما براساس استانداردهای بین‌المللی بسیار پایین است. به‌عبارت دیگر، اگر در یک معدن ۲ هزار بلوک تولید می‌شود، به‌دلیل استفاده از تکنیک‌های غلط شاید بتوان ۵۰۰ تن از آن را صادر کرد. به‌عبارت دیگر، ۵ درصد تولید بلوک در معادن کشور قابلیت ارائه در بازار جهانی را دارد. بنابراین، اگر در سال گذشته ۸ میلیون تن تولید داشتیم، تنها ۲ میلیون تن آن قابلیت صادرات داشته و مابقی به مصرف بازار داخلی رسیده است.

پس اگر بخواهیم با همین تکنولوژی موجود، صادرات سنگ خود را افزایش دهیم، باید ظرفیت تولید معادن‌مان را بالا ببریم، در غیر این صورت، به‌ناچار باید روش‌های استخراج جدیدی به‌کار ببریم که برمبنای آن تکنولوژی استخراج را تغییر پیدا کند و درصد کوپ‌دهی سنگ بالاتر برود.

در کل، دنیا ۳۵۰ میلیون تن سنگ درجا از معدن استخراج می‌شود، که در حدود ۱۵۴ میلیون تن آن به‌صورت کوپ در می‌آید، یعنی نسبت کوپ‌دهی معادن ۵۰ درصد است و نیمی از کوپ استخراج‌شده از کوه ، به بلوک تبدیل می‌شود. این رقم در ایران به‌صورت میانگین یک به ۴ یا ۵ است، پس اگر یکی از معادن کشور بخواهد در ماه ۲هزار تن سنگ به‌صورت بلوک تولید کند، باید حدود ۱۰ هزار تن سنگ از کوه پایین بریزد و به این ترتیب روشن است که ما از استانداردهای بین‌المللی فاصله زیادی داریم.

درباره سنگ‌های فرآوری‌شده، وضعیت چگونه است؟

درباره سنگ فرآوری‌شده، صادرات به ۲ صورت انجام می‌شود، یکی به‌شکل اسلب و دیگری به‌شکل تایل.

خوشبختانه در تولید اسلب صادراتی فرآوری‌شده، اگر کوپ خوب و باکیفیت داشته باشیم، مشکلی در زمینه فرآوری با کیفیت استاندارد بازار نداریم،اما نکته اینجا است که تعداد واحدهایی که در زمینه تولید اسلب فعال هستند، در مقایسه با تعداد واحدهای فرآوری بسیار کم است.

آخرین آمارهای وزارت صمت می‌گوید که ما چیزی حدود ۶ هزار واحد فرآوری داریم، که از این تعداد، حدود ۶۰۰ واحد مجهز به اره هستند و می‌توانند اسلب تولید کنند.

اگر فرض کنیم، این تعداد امروز به ۱۰۰۰ واحد رسیده باشد، نزدیک ۱۵ درصد واحدهای فرآوری ما توانایی تولید اسلب با کیفیت بالا دارند و مابقی (حدود ۳۵ هزار واحد کارخانه) واحدهایی هستند که تایل تولید می‌کنند؛ نقطه ضعف اصلی سنگ فرآوری‌شده همین‌جا است. در واقع، باید اعتراف کرد که محصول تولیدی این کارخانه‌های فرآوری در زمینه کیفیت پولیش، صیقل سنگ، تولرانس ضخامت سنگ و ابعاد دقیق سنگ مشکلات عدیده‌ای دارند.

این مشکلات ناشی از کمبود امکانات است؟

تا حدودی بله، البته درباره صیقل سطح سنگ، تا حدی این ضعف جبران شده است و امروزه ادعا می‌شود که کمابیش تعداد زیادی از واحدها می‌توانند استاندارد پولیش را رعایت کنند، اما متاسفانه هنوز واحدهای زیادی هستند که به این استانداردها نرسیده‌اند.

به‌نظر من، برای پولیش خط تایل، نیازی به ورود ماشین‌آلات خارجی نیست. خوشبختانه ماشین‌سازان داخلی به تکنولوژی کاربردی دست یافته‌اند و می‌توانند ماشین‌آلات موردنیاز را تولید کنند. اینجا کارگاه‌های تولیدی باید دست به اقدام بزنند و به جابه‌جایی، تغییر ماشین‌آلات مستهلک و خرید ماشین‌آلات جدیدتر تن بدهند.

درباره تولرانس ضخامت، این عدد در ایران در حدود مثبت ـ منفی ۱.۵ میلیمتر است. یعنی اگر ضخامت ۲۰ میلیمتر مدنظر باشد، باید تولرانسی از ۱۸.۵ تا ۲۱.۵ را در نظر بگیریم؛ استاندارد جهانی به‌هیچ وجه این اندازه از تولرانس ضخامت (چیزی حدود ۳ میلیمتر) را نمی‌پذیرد. براساس استاندارد بین‌المللی، این اختلاف نباید بیش از مثبت و منفی ۰/۵ میلیمتر باشد. مثل این است که شما بخواهید با کولیس اندازه بگیرید، اما با تبر ببرید.

چرا اقدامی برای رفع مشکل نمی‌شود؟

مشکل از آنجا ناشی می‌شود که در کارخانجات ما دستگاه کالیبر در عمل مورداستفاده قرار نمی‌گیرد، زیرا این تولرانس برای بازار مصرف داخلی، که مشتری ۸۰ درصد سنگ تولیدی کشور است، اهمیت چندانی ندارد و با همین میزان اختلاف سنگ تولیدی را مصرف می‌کند. به این ترتیب، انگیزه‌ای برای کارخانه‌دار ایجاد نمی‌شود که کیفیت تولید خود را ارتقا دهد.

استدلال کارخانه‌دار این است که بنا یا معماری که سنگ آنها را خریداری می‌کند، مشکلی با این میزان تولرانس ندارد، بنابراین نیازی نیست، روش تولید خود را تغییر دهد.

در صورتی که حداکثر هزینه خرید دستگاه کالیبر کردن سنگ، (اگر روی تولید سرشکن شود) یک دلار در مترمکعب هم نخواهد شد. علاوه بر این، تولیدکنندگان داخلی هم می‌توانند این دستگاه را بسازند.

حال چرا اقدامی برای نصب این دستگاه انجام نمی‌شود؟ دقیقا به‌همان دلیلی که در بالا ذکر شد، تولیدکننده به‌سبب بی‌توجهی بازار داخلی به موضوع ضخامت استاندارد، تلاشی برای بهبود تولیدات خود در این زمینه نمی‌کند، اما اگر بخواهد وارد بازار بین‌المللی شود، اوضاع به این راحتی نخواهد بود و باید استاندارد جهانی ضخامت سنگ را رعایت کند.

موضوع بعدی، تولرانس ابعاد است. تولیدات ما در زمینه تولرانس طول و عرض سنگ هم دچار همان نقصی است که در تولرانس ضخامت دارد.

در این مورد هم، تولیدات سنگ داخلی حدود ۲ میلیمتر اضافه تولرانس دارد و بازار بین‌المللی این میزان اختلاف را قبول ندارد. حداکثر تغییرات ابعادی که موردقبول خریدار بین‌المللی است، مثبت ـ منفی ۰/۵ یا در مجموع یک میلیمتر است. برای جبران این نقص به ۲ دستگاه طولی‌بر و عرضی‌بر نیاز است، اما این ۲ دستگاه را هم می‌توان در داخل کشور ساخت.

موضوعی که در این زمینه باید به آن توجه داشت، استاندارد بندکشی است. وقتی قرار باشد، استانداردهای بین‌المللی رعایت شود، حداکثر ضخامت بندکشی بین یک تا ۲ میلیمتر است. بنابراین، وقتی سنگی با ۰/۵ میلیمتر تولرانس نصب شود، بین ۱ تا ۱.۵ میلیمتر فضا برای بندکشی باقی می‌ماند، اما بندکشی‌ها در ایران حدود ۴ تا ۵ میلیمتر است. پس، در اینجا هم بازار داخلی نیازی به دقت اندازه‌گیری ندارد.

بنابراین اگر تولیدکننده بخواهد به بازار بین‌المللی ورود کند، باید سرمایه‌گذاری کند و این ۲ دستگاه را هم بخرد.

پس در مجموع با خرید ۳ دستگاه، می‌توان کیفیت تولیدات داخلی را به استانداردهای جهانی نزدیک کرد.

بله، اگر تولیدکننده‌ای بخواهد به کیفیت استاندارد سنگ فرآوری‌شده (تایل) دست پیدا کند، باید ۳ دستگاه به خط تولید خود اضافه کند که عبارتند از: دستگاه کالیبر، طولی‌بر و عرضی‌بر. جمع هزینه این دستگاه‌ها چیزی بالغ بر ۴ تا ۵ میلیارد تومان است. یعنی هر واحد تولیدی باید چنین مبلغی را سرمایه‌گذاری کند تا به استاندارد مطلوب در بازار جهانی برسد.

بدیهی است تولیدکننده داخلی با خود بگوید بخش بزرگی از تولیدات من در بازار داخلی به‌فروش می‌رسد و آنها با این اختلاف مشکل ندارند، پس نیازی نیست که این هزینه اضافی را متقبل شوم و چون دلیلی برای این کار ندارد، انگیزه‌ای هم برای انجام آن نخواهد داشت.

آیا بازار سنگ داخلی هم انحصاری است؟

بله، مشکل اصلی همین جا است که واردات سنگ با ممنوعیت و محدودیت روبه‌رو است و به این ترتیب بازار کامل در دست تولیدکنندگان داخلی قرار گرفته است. اگر این‌طور نبود، تولیدات ترکیه، بازار ایران را می‌بلعید.

در شرایط انحصاری کنونی قیمت‌های بازار داخلی، برای تولیدکنندگان بسیار شیرین و در مواردی حتی بالاتر از نرخ جهانی است، پس انگیزه‌ای برای صادرات وجود ندارد.

برای حل مشکل صادرات، علاوه بر اینکه کیفیت تولید را بالاتر می‌بریم، باید انگیزه هم برای صادرات ایجاد کنیم.

در صورت تصحیح استاندارد تولیدات، امکان رقابت با کشورهای دیگر ایجاد می‌شود؟

خیر، یکی دیگر از ضعف‌های بزرگ ما در زمینه صادرات، جدا از موضوع کیفیت، نداشتن تیم‌های خبره بازاریابی است. به‌عبارت دیگر، تولیدکنندگان ایرانی، هنوز فرهنگ حضور در بازار صادراتی را ندارند و از اصول کسب و کار، بازاریابی، فروش و تجارت بی‌اطلاع هستند.

تولیدکننده‌های ما در دفتر خود در کارخانه نشسته‌اند تا واسطه‌های بیشتر ایرانی کشورهای همسایه، سنگ‌ها را از داخل کارخانه‌ها بخرند و ببرند.

باید صادرکننده وارد بازار کشور هدف شود، در نمایشگاه‌ها حضور یابد، نمونه‌کارهای خود را به‌نمایش گذارد و خود را معرفی کند، بازاریابی و برندینگ انجام دهد و خلاصه آنقدر تلاش کند تا خود را در بازار جا بیندازد و این همان جایی است که ما در آن ضعیف هستیم.

راهکار حل این مشکل هم چندان دشوار نیست. می‌توان به بازرگانان آموزش داد و راه و رسم فعالیت در عرصه بین‌المللی را به آنها آموخت.

به‌عنوان مثال، ۴ ماه است که چیزی در حدود ۱۲۰ متقاضی در اتاق بازرگانی اصفهان، در حال فراگیری دوره‌های بازاریابی هستند. خوشبختانه لازم است، اعلام کنم که در این مدت ۵ نفر از کارآموزان، بدون آنکه از کوچک‌ترین توان صادراتی و سرمایه‌ای برخوردار باشند، وارد بازار صادرات شده‌اند و به بازارهای هدف مثل ایتالیا، روسیه، اتریش، بلژیک و مانند آن دست پیدا کرده‌اند.

بزرگ‌ترین مشتری سنگ صادراتی ما چه کشوری است؟

متاسفانه بازار صادراتی سنگ‌بریده ما (تایل) در حال حاضر محدود به کشورهای همسایه است و بالای ۶۰ تا ۷۰ درصد آن روانه عراق می‌شود، زیرا آنها هم با تولرانس بالای ابعاد و ضخامت مشکلی ندارند، اما سنگی که قیمتش ۳۰ دلار است، به نرخ ۸ دلار می‌خرند.

چطور با این اختلاف فاحش، می‌توان سنگ را صادر کرد؟

علت این است که ما در فرآیند تولید بالای ۵.۵ دلار سوبسید انرژی داریم. به‌عبارت دیگر، اگر سنگ فرآوری‌شده ما ۸.۵ دلار تمام می‌شود، بابت آن ۵.۵ دلار از جیب مردم ایران هزینه شده است. در واقع، ما داریم این سوبسید را به کشورهایی مثل عراق، ترکیه، ترکمنستان، آذربایجان، امارات و مانند آن هدیه می‌دهیم.

استدلال صادرکنندگان این است که تولید کالا چیزی حدود ۲۰۰ هزار تومان هزینه برمی‌دارد و می‌توان به نرخ ۳۰۰ هزار تومان آن را صادر کرد و ۵۰ درصد سود برد، اما اگر قرار باشد، سوبسید انرژی پرداخت شود، نرخ تمام‌شده ۵۰۰ هزار تومان خواهد شد.

نام این کار، صادرات نیست، هبه کردن انرژی به کشورهای همسایه است. مثل زمانی که منابع پروتئین در ایران بسیار ارزان بود و از کشورهای همسایه به ایران سرازیر شدند و بی‌حساب خرید کردند، زیرا در مقایسه با کشور خودشان چیزی نزدیک به رایگان بود.

میانگین نرخ صادراتی سنگ‌بریده در بازار جهانی ۳۰ دلار است. کشور چین، که به ارزان‌فروشی معروف است، تولیدات خود را ۳۳ دلار عرضه می‌کند و میانگین نرخ تولیدات ترکیه ۲۰ دلار است، اما سنگ‌های ما حداکثر به نرخ ۸ دلار عرضه می‌شود.

این ضربه‌ای است که از بی‌توجهی به کیفیت، نداشتن تیم بازرگانی، بی‌انگیزگی و استفاده از منابع انرژی ارزان به اقتصاد کشور وارد می‌شود.

کشور ترکیه حدود ۸۵ درصد تولید خود را صادر می‌کند، زیرا مصرفی در بازار داخلی ندارد. ما درست برعکس ۸۵ درصد سهم بازار داخلی داریم که به کیفیت موجود قانع است.

وقت ورود به بازارهایی با مارجین بالا که میانگین فروش آن ۵۰ دلار است (مثل بازار فرانسه که ۴۰ درصد نیاز آن را ترکیه تامین می‌کند)، نمی‌توان از دفتر کارخانه در ایران سنگ صادر کرد.

چطور می‌توان جلوی حراج دارایی‌های ملی را گرفت؟

سوخت‌های فسیلی در ایران، ۱۲۰ برابر، برق ۸۰ برابر و گاز ۲۰۰ برابر ارزان‌تر از ترکیه است. نیروی انسانی هم هزینه چندانی ندارد و میانگین دستمزد نیروی انسانی ما چیزی در حدود ۲۵۰ تا ۳۰۰ دلار است، در صورتی که اگر پا از مرزهای این کشور بیرون بگذاریم، باید حداقل ۱۵۰۰ دلار بپردازیم.

البته بنگاه‌های اقتصادی با حذف این سوبسیدها موافق هستند، اما می‌گویند در مقابل باید اجازه داشته باشیم تا ابزار و ماشین‌آلات موردنیاز خود را به نرخ آن سوی مرز تهیه کنیم، نه اینکه یک ماشین سنگین ۶ میلیاردی، به‌علت مافیای ورود به نرخ ۱۵ میلیارد تومان به‌دست ما برسد یا برای خرید ماشین‌آلات موردنیاز، تسهیلاتی با بهره ۳ یا ۴ درصد در اختیار ما قرار گیرد، نه بهره ۵۰ درصد.

پس از هر ۲ منظر، مشکلات متعددی وجود دارد و نیازمند یک تغییر بنیادی است. نظر من به‌عنوان یک کارشناس این است که باید سوبسیدها به‌طورکامل برداشته شود. دلیلی ندارد که یک کارخانه‌دار سنگ را به نرخ نازل به کشورهای دیگر صادر کند تا سود آن به جیب مصرف‌کننده‌ها برود. این مابه‌التفاوت قیمتی از جیب دولت می‌رود و بار آن بر دوش مردم ایران است که روز به روز فقیرتر می‌شوند.

به‌عقیده من، باید سوبسیدها را برداشت، اما در مقابل، امکانات و تسهیلات کافی در اختیار تولیدکننده قرار داد تا کیفیت کار خود را ارتقا دهند و امکان رقابت در بازارهای بین‌المللی را پیدا کنند.

> دلیلی ندارد که یک کارخانه‌دار سنگ را به نرخ نازل به کشورهای دیگر صادر کند تا سود آن به جیب مصرف‌کننده‌ها برود. این مابه‌التفاوت قیمتی از جیب دولت می‌رود و بار آن بر دوش مردم ایران است که روز به روز فقیرتر می‌شوند

گسترش
تجارت
صبا صدا
شنبه
۲۱ آبان ۱۴۰۱
۱۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۴
۱۲ نوامبر ۲۰۲۲
شماره ۲۱۹۵
پیاپی ۳۵۱۳
www.Tejaratdaily.com



کیفیت، رکن اصلی تولید صادرات‌محور



داخلی‌ها برنده بازی بی‌حریف



کیفیت، قربانی کمیت در ساخت‌وساز

صبا معیارهای کنترل کیفیت محصولات در اروپا را بررسی کرد

دیوار محکم استاندارد اروپا



عکس: صبا

ترجمه و تدوین - ملیکا انصاری: کشورهای اروپایی برای پذیرفتن کالاهای وارداتی، مقید به چارچوب‌های استانداردی مشخصی هستند. کشورهای این حوزه بیشترین معیارها را برای تعیین کیفیت و استاندارد محصولات و تولیدات داشته و سایر کشورها حتی ایالات متحده نیز باید برای انجام واردات به اتحادیه اروپا، قواعد محکمی را رعایت کنند. چارچوب‌های استاندارد و کیفیت کشورهای اروپایی تا حدی مناسب و تنظیم‌شده است که سایر کشورهای جهان از آن الگوبرداری کرده‌اند. حتی در بسیاری از مواقع، کشورهای مختلف دارابودن استانداردهای مربوط به قوانین اروپا را شرط پذیرفتن کالاهای وارداتی عنوان می‌کنند. نه تنها تجارت خارجی، بلکه تجارت داخلی نیز همواره تحت تاثیر استانداردهای اروپا قرار دارد. در بازارهای داخلی بسیاری از کشورها، کالاهایی که از استانداردهای بین‌المللی و اروپایی تبعیت کنند، از جایگاه و ارزش بیشتری برخوردارند و مصرف‌کنندگان با خیالی آسوده می‌توانند از آنها استفاده کنند؛ بنابراین لحاظ استاندارد تعیین‌شده از سوی کشورهای اروپایی برای تعیین کیفیت محصولات و کالاها، از مهم‌ترین مسائل روز بازرگانی داخلی و خارجی تمامی کشورهای جهان محسوب می‌شود. صبا در این گزارش ضمن بررسی میزان رعایت شدن قواعد و استانداردهای تعیین‌شده از سوی اتحادیه اروپا، به اهمیت این چارچوب‌ها در تعیین کیفیت محصولات تجاری پرداخته است.

روز آمدی معیارها مهم است

ابتدا به رعایت شدن استانداردهای کیفیت محصولات صادراتی در حوزه اروپا اشاره می‌کنیم. به گزارش trade.gov به‌طور کلی، قوانین اتحادیه اروپا الزامات را در سراسر ۲۷ کشور عضو هماهنگ می‌کند؛ بنابراین یک تولیدکننده برای صادرات محصول خود به کل منطقه اروپا، تنها باید یک بار فرآیند تعیین استانداردهای اروپا را طی کند. با این حال، قوانین و الزامات محصول ممکن است در طول زمان تغییر کند؛ به این معنی که شرایط برای عرضه یک محصول در بازار می‌تواند تغییر کند. تولیدکننده باید محصولات خود را براساس قوانین و چارچوب‌های استانداردی زمان حاضر به بازارها عرضه کند؛ به این ترتیب، تولیدکنندگان باید بر چشم‌انداز مقررات اتحادیه اروپا نظارت و اسناد فنی یا اعلامیه انطباق را در صورت لزوم بروزرسانی کنند. حتی اگر همان محصول قبل‌تر در بازارهای جهانی تجاری شده باشد.

▣ معیارهای متفاوت کیفیت

در اتحادیه اروپا، ۳ سازمان استانداردسازی اروپایی (ESO) به رسمیت شناخته شده، وجود دارد. این سازمان‌ها «استانداردهای هماهنگ EN (هنجار اروپایی)» را تولید می‌کنند. زیرمجموعه استانداردهای هماهنگ که در مجله رسمی اتحادیه اروپا (OJEU) ذکر شده، توسط کمیسیون اروپا برای استفاده سازندگان در برآوردن الزامات اتحادیه اروپا به رسمیت شناخته شده است. این استانداردهای هماهنگ شده می‌توانند به تولیدکنندگان در طراحی محصولات‌شان کمک کنند، زیرا به‌طور کلی نشان‌دهنده آخرین تغییر و تحولات روزانه از نظر کیفیت، چارچوب‌های استانداردی و حتی سلیقه و نیاز مصرف‌کنندگان هستند. فرض بر این است که محصولاتی که استانداردهای هماهنگ ذکر شده را برآورده می‌کنند، الزامات اتحادیه اروپا را برآورده کرده و اطمینان حقوقی بیشتری را برای تولیدکنندگان فراهم می‌کنند؛ به‌بیانی دیگر اگر محصولی استانداردهای درج شده در مجله رسمی اتحادیه اروپا را داشته باشد، به‌طور پیش‌فرض از سایر استانداردهای مهم در جامعه اروپا نیز بهره‌مند است. هرچند استانداردهای مجله رسمی اتحادیه اروپا، به‌عنوان یکی از جامع‌ترین معیارهای کیفیت محصولات شمرده می‌شود اما استفاده از آنها در تولید و توزیع کالاها الزامی نیست.

تولیدکنندگان می‌توانند از استانداردهای دیگر استفاده کنند، اما هیچ فرضی برای انطباق وجود ندارد. به این ترتیب تاجران برای صادرات محصولات خود باید براساس استانداردهای جهانی عمل کرده و نمی‌توانند استانداردهای کالاهای خود را با دیگر چارچوب‌ها منطبق کنند.

▣ نقش سازمان‌های آگاه در انطباق استانداردها

در اروپا ماده قانونی به‌نام قانون محصول وجود دارد. براساس این ماده قانونی، تولیدکنندگان می‌توانند تحت شرایطی ویژه، از شخص ثالثی به‌نام «سازمان آگاه» برای انطباق استانداردهای تولیدات خود با سایر معیارهای استانداردی استفاده کنند. نهادهای آگاه در زمینه الزامات قانون قابل‌اجرا تخصص دارند و سازمان‌هایی مورد اطمینان برای اطلاعات مربوط به انطباق استانداردها هستند. بسته به شاخص‌های ارزیابی که برای چارچوب‌های کیفی محصولات تعیین می‌شود، این اشخاص ثالث می‌توانند به ارزیابی بی‌طرف کالا پرداخته و به‌لحاظ قانون معتبر شناخته می‌شوند. کالاها پس از تایید سازمان‌های آگاه، می‌توانند مدارکی دال بر دارا بودن استانداردهای جهانی را اخذ کنند.

به‌عنوان مثال یک سازمان آگاه می‌تواند برای بررسی مستندات فنی تولیدکننده، از جمله گزارش‌های آزمایش محصول و صدور گواهینامه آزمون اتحادیه اروپا، به خدمت گرفته شود. پس از تایید سازمان آگاه مبنی بر اصالت و کیفیت کالا براساس استانداردهای اروپایی، این گواهی در مستندات فنی شناسنامه محصول گنجانده می‌شود؛ به‌عبارت دیگر سازمان آگاه منطبق بودن استانداردهای محصول تولید شده با معیارهای استاندارد بین‌المللی را تایید کرده که این اقدام ارزش محصول را بالا می‌برد. در بیشتر قوانین، به اهمیت آزمایش محصول به‌عنوان بخشی از فرآیند ارزیابی انطباق نگاه شده است. این قانون مشخص می‌کند که آیا سازنده می‌تواند از هر آزمایشگاهی به انتخاب خود استفاده کند یا اینکه باید از آزمایشگاه شخص ثالث استفاده شود.

خط قرمزهای صادرات ایالات متحده

شاید در ابتدا به‌نظر برسد کشورهای توسعه‌یافته مانند ایالات متحده، نیازی به رعایت کردن قوانین استانداردهای اروپایی ندارند، در حالی که چنین نیست. محصولاتی که در ایالات متحده به‌واسطه مقررات ایالات متحده و مطابق استانداردهای این کشور آزمایش و تایید شده‌اند، احتمالا باید دوباره آزمایش شوند و مطابق با الزامات اتحادیه اروپا تایید شوند، زیرا رویکرد اتحادیه اروپا برای حفاظت از سلامت و ایمنی مصرف‌کنندگان و محیط‌زیست متفاوت از امریکا است. در مواردی که محصولات توسط قوانین فنی خاص اتحادیه اروپا تنظیم نمی‌شوند، همیشه مشمول دستورالعمل ایمنی محصول عمومی و همچنین الزامات ملی اضافی احتمالی هستند.

در حالی که هماهنگ‌سازی قوانین اتحادیه اروپا می‌تواند دسترسی به بازار واحد اتحادیه اروپا را تسهیل کند، تولیدکنندگان باید بدانند مقررات اجباری و استانداردهای فنی (گاه غیراجباری) می‌توانند به‌عنوان مانع تجارت عمل کنند، زیرا در برخی از شرایط، استانداردهای اتحادیه اروپا با ایالات متحده متفاوت است و این امر باعث می‌شود تولیدکنندگان امریکایی نتوانند وارد بازارهای اروپا شوند؛ از این رو قبل از صادرات، تولیدکنندگان ایالات متحده باید اطمینان حاصل کنند که محصولات آنها الزامات اتحادیه اروپا مشخص شده در قوانین (مقررات و دستورالعمل‌ها) را برآورده می‌کنند یا خیر.

پس از انجام اقدامات لازم، سازندگان ایالات متحده معمولا می‌توانند با صدور یک اعلامیه انطباق و قرار دادن علامت CE روی محصول، مطابقت خود را اعلام کنند. برای بازاریابی داخلی یک محصول ممکن است فعالیت‌های ارزیابی مربوط به انطباق برای صادرات، به اتحادیه اروپا منتقل نشود؛ بنابراین تولیدکنندگان باید آنچه را که برای مطابقت با الزامات اتحادیه اروپا لازم است به دقت بررسی کنند.

سخن پایانی

همان‌طور که در گزارش ذکر شد، اروپا حتی برای تولیدکنندگان خود نیز قواعد و چارچوب‌های سختگیرانه‌ای را تنظیم و تدوین کرده است. کیفیت بالای کالاها و رعایت چارچوب‌های استاندارد، از خط قرمزهای فعالیت تجاری و اقتصادی در منطقه اروپا است و به‌نظر می‌رسد دولت‌های اروپایی تا امروز به‌خوبی توانسته‌اند کیفیت تجارت خود را حفظ کنند.

تجدید آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
نوبت دوم
شماره ۱۴۰۷۱۶۷
(تجدید فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه‌گران) شماره ۲۲۰۱/۱۴۰۱/۱۹
شرکت گاز استان آذربایجان غربی

شرکت گاز استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه با مشخصات زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه (دریافت استعلام ارزیابی کیفی، ارائه اسناد ارزیابی کیفی، دریافت مابقی اسناد مناقصه، ارائه پیشنهاد قیمت، مهر و امضای اسناد مناقصه، بازگشایی پاکت‌ها) به صورت الکترونیکی و از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام خواهد گرفت.

۱- **مناقصه‌گزار:** شرکت گاز استان آذربایجان غربی
۲- **موضوع مناقصه:** پروژه تهیه تجهیزات و احداث خط تغذیه و سیستم حفاظت کاتدیک محور بورالان شهرستان پلدشت (قسمت اول) به شرح ذیل:
احداث خط تغذیه (۲۵۰PSIG) با لوله‌های فولادی به اقطار ۴ و ۱۰ اینچ به طول تقریبی ۱۱۰۲۸ متر
۳- **محل اجرای پروژه:** شهرستان پلدشت
۴- **استاندارد اجرای کار:** مطابق مشخصات فنی و استانداردهای پذیرفته شده شرکت ملی گاز ایران
۵- **شرایط متقاضیان:**
- داشتن شخصیت حقوقی
- داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه پنج یا بالاتر در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
- داشتن ظرفیت خالی ارجاع کار
- توانایی تهیه و تسلیم انواع ضمانت‌نامه‌های مورد نیاز
۶- **نحوه دریافت کاربرگ‌های استعلام ارزیابی:** از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir
۷- **مهلت زمانی دریافت کاربرگ‌های استعلام ارزیابی:** ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۶
۸- **مهلت زمانی ارائه و بارگذاری کاربرگ‌ها و اسناد استعلام ارزیابی:** ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۰
۹- **شماره مناقصه ثبت شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد):** ۲۰۰۱۰۹۱۹۳۱۰۰۰۱۹۹
۱۰- **نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:** مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ه مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران و اصلاحیه‌های بعدی آن خواهد بود.
۱۱- **اطلاعات تماس مناقصه‌گزار:** مناقصه‌گران می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر یا در صورت داشتن هرگونه ابهام در خصوص اسناد مناقصه، با تلفن شماره ۳۳۴۷۷۱۷۰-۰۴۴ تماس یا از طریق نمابر شماره ۳۳۴۴۴۴۷۵-۰۴۴ مکاتبه نمایند.
آدرس: دفتر امور قراردادها واقع در ارومیه، خیابان مولوی، شرکت گاز استان آذربایجان غربی، طبقه اول، اتاق ۱۰۲
مسئولیت اطلاع از روند برگزاری الکترونیکی مناقصه و کنترل‌های لازم برعهده مناقصه‌گران می‌باشد. برای آگاهی از اخبار، آگهی‌های مناقصه، مزایده و عملکرد شرکت گاز استان آذربایجان غربی می‌توانید به کانال پیام‌رسان سروش به آدرس WAZARGAS@ مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۸/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۸/۲۱ روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان غربی

«فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای»
نوبت اول
شماره ۱۴۰۲۴۸۸
همزمان با ارزیابی کیفی فشرده

مناقصه‌گزار: شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران/ منطقه زاهدان
موضوع تجدید مناقصه: احداث دیوار پیرامونی انبار نفت شهید حاج قاسم میرحسینی زابل با شماره مجوز ۲۰۰۱۰۹۱۵۸۳۰۰۰۰۱۷ سامانه ستاد
تاریخ، مهلت و نشانی محل دریافت و تحویل اسناد مناقصه: از کلیه شرکت‌های واجد شرایط دعوت بعمل می‌آید بعد از انتشار نوبت دوم این آگهی نسبت به دریافت اسناد ارزیابی کیفی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام نمایند. لازم بذکر است کلیه مراحل این مناقصه از دریافت اسناد تا بارگذاری اسناد و ارائه پیشنهادات مناقصه‌گران و بازگشایی پاکات از طریق سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
اطلاعات مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر و ارائه پاکات الف: زاهدان خیابان دانشگاه، سه‌راه دانش، جنب پل رو گذر شهدای وحدت، شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه زاهدان تلفن ۳۳۴۲۸۳۰۱-۳ و همچنین جهت دریافت اطلاعات بیشتر با تلفن ۳۳۲۸۷۹۳۲ واحد مهندسی منطقه تماس حاصل نمایید.
حضور مناقصه‌گران در جلسه بازگشایی پاکات با ارائه معرفی‌نامه دارای مهر و امضاء مجاز تعهدآور بلامانع است.
برآورد معامله ۱۴/۹۸۳/۲۷۶/۶۵۹ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: تضمین قابل قبول یکی از تضامین معتبر در آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی مصوب ۱۳۹۴/۹/۲۲ و بمبلغ ۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هفتصد و پنجاه میلیون ریال) می‌باشد. (در صورت واریز سپرده نقدی، حساب سپرده بانکی مجاز شرکت، حساب شماره ۹۲۰۰۰۵۵۳۱۹با شناسه پرداخت ۱۴۷۱۵۵۳۶ نزد بانک ملت می‌باشد.)

▣ شرایط متقاضیان:
کلیه شرکت‌های توانمند
۱. دارای شخصیت حقیقی و حقوقی
۲. دارای امکانات و تجهیزات و توانایی تخصصی
۳. دارای رتبه حداقل ۵ ابنیه از معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست‌جمهوری
٤. احراز امتیاز حداقل ۶۰ براساس معیارهای ارزیابی توانمندی بهداشتی، ایمنی و زیست‌محیطی
۵. احراز امتیاز حداقل ۶۰ در ارزیابی کیفی
۶. ارائه گواهی تایید صلاحیت و ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان
۷. ارائه خلاصه سوابق کاری مرتبط با موضوع مناقصه
۸. ارائه تصویر اساسنامه شرکت، تصویر آگهی ثبت شرکت با آخرین تغییرات در روزنامه رسمی و تصویر کد اقتصادی
۹. تمامی مستندات ارائه شده می‌بایستی ممهور به مهر و امضاء پیمانکار و برابر با اصل باشد
۱۰. با توجه به تجدید مناقصه بازگشایی با هر تعداد پیشنهاد نرخ انجام می‌گیرد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۸/۲۲ روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه زاهدان

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
نوبت اول
شماره ۱۴۰۲۹۹۵

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عمومی به شرح ذیل آگهی می گردد:

▣ املاک متقاضیان واقع در بخش نه ثبت آمل- دهستان لینکوه

۱۴- اصلی (قریه انصاری محله)

۱۱۵۴ فرعی آقای سیدکاظم دده‌دست در ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احداثی که سه‌دانگ مشاع از ششدانگ عرصه موقوفه است به مساحت ۱۹۹ مترمربع خریداری شده بلاواسطه از وارثین سیدیوسف دهدشت و مع‌الواسطه از علی‌اصغر باقی‌پور و احسان باقی‌پور.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ – آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الحاق

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۰۵

تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت انتشار منتشر می‌نماید.

حسن صالحی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل

«مناقصه عمومی»

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد عملیات ساخت و ساز ابنیه واحد شهرک خود را در استان کردستان شهرستان بیجار جاده زنجان به بیجار سه‌راهی قجور به طرف حسن‌آباد یاسوکند معدن سنگ‌آهن شهرک از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید. از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از دریافت اسناد مناقصه از سایت madankarbakhtar.ir جهت بازدید از محل نسبت به هماهنگی با آقای مهندس شیخی (۰۹۱۸۳۷۲۹۱۲۵) اقدام و حداکثر ۷ روز کاری پس از تاریخ درج آگهی نسبت به تکمیل و تحویل اسناد به آقای بابایی به آدرس همدان خیابان مهدیه جنب بانک صادرات کوچه توحید بن‌بست کیانیان درب دوم از راست اقدام فرمایند.

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)

یادداشت



صادرات به‌شرط حفظ کیفیت محصولات کشاورزی

هادی حنایی جهرمی
عضو اتاق بازرگانی استان فارس

توجه به کیفیت و معیارهای استاندارد جهانی در روند تجارت به‌ویژه صادرات از اهمیت زیادی برخوردار است. یکی از بسترهای مهم توسعه صادرات غیرنفتی به‌ویژه در حوزه کشاورزی، تولید کالای استاندارد و باکیفیت است و بدون این ابزار نمی‌توان به توسعه تجارت امیدوار بود. رعایت کردن اصول و چارچوب‌های استاندارد، نه‌تنها در تولید محصولات بلکه در تمامی فرآیندهای تجارت کالاها حائزاهمیت است. علاوه بر آنکه تولیدات لازم است از مولفه‌های جهانی استاندارد برخوردار باشند، باید روند بازاریابی، انتقال و سایر موارد این‌چنینی آنها نیز از قواعد مناسبی پیروی کند. ازاین‌رو شناسایی چارچوب‌ها و اعمال استانداردهای جهانی در تجارت کالاها، امری اساسی تلقی می‌شود. عبور کشورهای جهان از تجارت سنتی به شیوه‌های نوین بازرگانی، از اصول مهم فعالیت‌های بازرگانی در دنیای امروز است. این تغییر شیوه باید در تمامی ابعاد و حلقه‌های تجارت رخ داده و تولید کالاها بر اساس استانداردهای بین‌المللی یکی از اصلاحات و اقدامات جدی محسوب می‌شود. اهمیت رعایت چارچوب‌های استانداردی برای حفظ کیفیت تولیدات صادراتی، در کالاهایی با فسادپذیری بالا مانند مواد غذایی و محصولات کشاورزی بیشتر است و تولیدکنندگان و تجار باید توجه بیشتری به آن داشته باشند. ابتدا اگر بخواهیم به مشکلات و چالش‌های صادرات محصولات کشاورزی اشاره کنیم، باید به سنتی بودن روش تجارت این تولیدات در ایران اشاره کنیم. هنوز آن‌طور که باید و شاید نتوانستیم روش‌های تجارت خود در بحث محصولات کشاورزی را نوین و به‌روز کنیم. به‌همین دلیل، بازارهای بالقوه بسیاری از کشورهای همسایه را در این زمینه از دست داده‌ایم. مهم‌ترین تاثیر این قدیمی و سنتی بودن شیوه تجارت، از بین رفتن کیفیت محصولات کشاورزی هنگام صادرات است که در نهایت باعث از بین رفتن جایگاه ایران در بازارهای جهانی می‌شود. یکی از مصادیق سنتی بودن شیوه تجارت، اهمیت ندادن به زیرساخت‌ها و ابزارهای مناسب ترانزیت و حمل کالاها به کشور مقصد است.

زیرساخت‌های باربری، از لوازم مهم توسعه صادرات و در کالاهایی مانند تولیدات کشاورزی و میوه و تره‌بار وجود این تجهیزات فنی از ارکان‌های ضروری است. کانترهای یخچال‌دار، مهم‌ترین زیرساخت فنی برای صادرات محصولات کشاورزی به‌شمار می‌روند، چرا که بسیاری از مسافت‌های انتقال بار طولانی هستند و این کانتینرها بارها را از گرما و فاسد شدن حفظ می‌کنند. بیشتر هدف‌های صادراتی ایران در حوزه میوه‌وتره‌بار، کشورهای همسایه مانند عراق یا کشورهای حوزه خلیج‌فارس است. این کشورها بنا بر اقتضای موقعیت جغرافیایی، دارای آب‌وهوای گرم هستند و باید روش‌های صادرات به این کشورها به‌گونه‌ای باشند که بار، بدون هیچ ایرادی منتقل شود. وجود کانتینرهای یخچال‌دار یک ضرورت برای فعالیت‌های صادراتی ایران محسوب می‌شود و از این‌رو طی سال‌های اخیر، صادرکنندگان و تولیدکنندگان تلاش کردند تا کمبودهای مربوط به این مسئله را رفع کنند. در حال حاضر شرایط نسبت به سال‌های گذشته بهبود یافته و امید آن می‌رود در ادامه نیز، تمام زیرساخت‌های مربوط به حمل‌ونقل و صادرات بار، تامین شوند.

علاوه بر حفظ کیفیت محصولات کشاورزی هنگام صادرات، در نظر داشته باشیم که هر کشوری براساس چارچوب‌های خود قواعد استاندارد متفاوتی دارد که در زمان صادرات باید به آن توجه داشت. به‌طورکلی استانداردسازی ابعاد مختلفی دارد و یکی از مولفه‌های آن، بررسی کردن ذائقه کشور مقصد است. باید بازارهای صادراتی برای محصولات و تولیدات مختلف را شناسایی و براساس نیاز آن کشور، اهداف صادرات محصولات را تدوین کنیم. تنها پس از انجام این مرحله، می‌توان به سایر اقدامات از جمله افزایش کیفیت محصولات صادراتی و تولید براساس استانداردهای جهانی توجه کرد. یکی از دلایلی که باعث شده در صادرات غیرنفتی به‌ویژه محصولات کشاورزی و دامی مشکلات مختلفی داشته باشیم، نبود متولی اصلی برای رسیدگی به این اقدامات است. بارها دیده شده اقدامات سازمان‌های دولتی موازی کاری بوده یا برخلاف نظر یکدیگر به قانون‌گذاری پرداخته‌اند. از این‌رو، تنش‌های مدیریتی را می‌توان یکی از عوامل اصلی توسعه نیافتن تجارت معرفی کرد.

صمت اهمیت کیفیت در توسعه صادرات غیرنفتی ایران را بررسی کرد

کیفیت، رکن اصلی تولید صادرات‌محور

توسعه صادرات غیرنفتی تنها با ایجاد تنوع در کالاها، تکمیل زنجیره ارزش‌افزوده، توسعه صنایع پایین‌دستی و تولید محصولات رقابت‌پذیر در بازار جهانی امکان‌پذیر است. برای تحقق این امور باید بیش از گذشته به کیفیت اهمیت دهیم؛ توجه به کیفیت در تولید محصولات صادرات‌محور، مسئله‌ای نیست که تنها متوجه تولیدکننده باشد. دولت به‌عنوان نهاد تسهیل‌کننده تولید و مسئول ساماندهی اقتصاد باید تولید محصولات صادرات‌محور را به‌مثابه نکته‌ای حائزاهمیت ببیند. در چنین شرایطی می‌تواند با شناسایی ضعف‌ها و فرصت‌های موجود، برنامه‌ریزی خود را برای توسعه صادرات و درآمدهای غیرنفتی انجام دهد. کارشناسان تجاری معتقدند ایران در بحث عرضه محصولات، انطباق استانداردهای تولید داخلی با استانداردهای بین‌المللی، کمبود آزمایشگاه، بازاریابی و ترویج صادرات، ضعف جدی دارد. آنها معتقدند باتوجه به این ۴ مولفه می‌توان ضمن افزایش کیفیت محصولات صادراتی تولیدشده، تنگناهای تجارت غیرنفتی کشور را تا حد زیادی از میان برد. صمت در این گزارش، ضمن بررسی وضعیت رعایت کیفیت در محصولات صادراتی، به چالش‌ها و ارزش توجه به این مسئله در تجارت پرداخته و در این‌باره با کارشناسان و فعالان اقتصادی گفت‌وگو کرده است.

ملیکا انصاری
editor@smtnews.ir



عکس: صمت

کیفیت، اصل اساسی رقابت‌پذیری



خسروفروغان گران‌سایه، رئیس کمیسیون بازرگانی داخلی اتاق بازرگانی تهران در گفت‌وگو با صمت به تاثیر گذاری شرایط تولید در روند صادرات تاکید کرد و در این‌باره توضیح داد: رکن اصلی انجام فعالیت صادراتی، دارا بودن کالای صادرات‌محور است و در این راستا باید بخش تولید در کشور شرایط مناسب و روبه‌رشدی داشته باشد. متاسفانه وضعیت فعلی کارگاه‌های تولیدی نامناسب و مشکلات آنها روزافزون است. زمانی که تولیدکننده با چالش‌های متعدد درگیر باشد، کیفیت محصولات تولیدشده نیز متناسب با آن کاهش می‌یابد. این مسئله حقیقتی است که برخی مدیران نسبت به آن بی‌توجه هستند. وی ادامه داد: وجود تورم فزاینده و شدید، مشکل در روند تامین مواد اولیه که بیشتر آنها وارداتی هستند، دشوار بودن واردات دستگاه‌ها و تجهیزات صنعتی از جمله مهم‌ترین ایرادات فعلی بخش تولید در ایران هستند. خطوط تولید با ضعف تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی مواجه است و دشوار بودن واردات مواد اولیه، به‌طور مستقیم بر روند و هزینه محصول نهایی، اثر مخرب دارند. گران‌سایه تصریح کرد: تا زمانی که تولیدات مهمی برای صادرات نداشته باشیم، کسب سهم از بازارهای بین‌المللی امری ناممکن است، چرا که رقابت در عرصه‌های جهانی تنگاتنگ است و تنها کشورهایی موفق خواهند شد که کالاهایی با مزیت‌های رقابتی بالا داشته باشند. بنابراین، هر عاملی را که باعث کاهش کیفیت تولیدات می‌شود، می‌توان از موانع توسعه صادرات دانست.

▣ برندسازی برای محصولات ایرانی ضعیف است

گران‌سایه در ادامه صحبت‌های خود رعایت نشدن قواعد مهم بین‌المللی در زمینه عرضه کالا را از ضعف‌های مهم تجارت کشور معرفی کرد و در این‌باره گفت: پیش‌تر گفته شد که مشکلات اقتصادی داخلی مانند تورم و مصائب خارجی مانند تحریم‌ها، منجر به افزایش هزینه تولید شده و در این روند کیفیت کالاها به‌طورمستقیم موردهدف قرار گرفته‌اند، اما این افزایش هزینه‌ها و کمبودهای خط تولید، تنها مشکل تجارت نبوده و باید به سایر ضعف‌های مربوط به تجارت نیز توجه داشت. یکی دیگر از ایرادات فعالیت‌های صادراتی در ایران، بی‌توجهی به مسائلی مانند برندسازی است. این فعال بازرگانی تصریح کرد: مسائل مختلفی مانند بسته‌بندی و نحوه ارائه محصول، زیرمجموعه برندسازی در فرآیند تجارت است، حتی مسئله افزایش کیفیت محصولات نیز وجهه کشور را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد و از این نظر می‌توان آن را یکی از فعالیت‌های جدی در حوزه برندسازی تولیدات ایرانی معرفی کرد. علاوه بر تمام موارد عنوان‌شده، به‌دلیل تغییرات قیمتی جدی در بازارهای داخلی، صادرکنندگان نمی‌توانند به خریداران اطمینان‌های لازم تجاری را بدهند. تمامی این ضعف‌ها در کنار یکدیگر سبب شده تا برند محصولات ایرانی در جهان جایگاه مناسبی نداشته باشند. گران‌سایه خاطرنشان کرد: بازار کشورهای منطقه مانند عمان، قطر، افغانستان و تا حدی کشورهای همسایه شمالی، از طرف‌های تجاری اصلی با ایران هستند. بخش زیادی از صادرات محصولات و کالاهای ایرانی به این کشورها است، اما به‌دلیل رقابت‌پذیر نبودن تولیدات ما، امکان صادرات به کشورهای اروپایی و بخش بیشتری از جامعه بین‌المللی را نداریم. برند ایرانی در بسیاری از محصولات، جایگاه جهانی ندارد و همین مسئله صادرات را با چالش‌های بیشتری مواجه کرده است.

▣ کمرنگ‌شدن بسته‌بندی در تولید

رئیس کمیسیون بازرگانی داخلی اتاق بازرگانی تهران، افزایش هزینه‌های تولید و تجارت را یکی از دلایل اصلی نبود اعتبار مناسب برای برند محصولات ایرانی عنوان کرد و در این‌باره توضیح داد: طی سال‌های گذشته، بخش تولید، وابستگی بیشتری به سیستم‌های بانکی پیدا کرد. در ابتدا این کار به‌منظور بهبود روند فعالیت‌ها بود، اما در ادامه تولیدکنندگان مشکلات زیادی با بانک‌ها در امور مختلف اقتصادی پیدا کردند. با افزایش تورم نیز تولیدکنندگان با مشکل بیشتری برای تامین مالی خود مواجه شدند و همین موضوع باعث شد تا تولیدکنندگان تمایل داشته باشند، هزینه فعالیت‌های خود را کاهش دهند، از همین‌رو، به حوزه‌هایی مانند بسته‌بندی کمتر توجه شد. وی ادامه داد: تغییرات مکرر قوانین را نمی‌توان بی‌تاثیر در روند صادرات دانست. با تحولات مداوم چارچوب‌های قانونی، هزینه بیشتری به تجارت وارد می‌شود. حتی در برخی موارد، صادرکنندگان به‌دلیل تغییرات قانونی، مجبور به پرداخت هزینه و زیان به طرف مقابل معامله می‌شوند. در شرایطی که تولید نمی‌تواند تسهیلات مالی مناسبی از بانک‌ها دریافت کند و تمامی حلقه‌های زنجیره تجارت با هزینه بالا همراه است، مواردی مانند بسته‌بندی مناسب از اهمیت کمتری برخوردار می‌شوند.

> مشکلات اقتصادی داخلی مانند تورم و مصائب خارجی مانند تحریم‌ها، منجر به افزایش هزینه تولید شده و در این روند کیفیت کالاها به‌طور مستقیم موردهدف قرار گرفته‌اند

ظرفیت ارزآوری محصولات کشاورزی



یکی از تولیداتی که صادرات آن می‌تواند برای کشور ارزش‌افزوده و درآمدهای ارزی بالایی داشته باشد، محصولات کشاورزی است. به‌دلیل وجود بازارهای مستعد این محصولات در کشورهای همسایه، تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی معتقدند ایران می‌تواند سهم مهمی در تجارت محصولات کشاورزی منطقه داشته باشد، اما برخی ایرادات مانند کیفیت تولیدات به‌ویژه زمانی که به مقصد می‌رسند، سبب شده تا در حال حاضر از تمامی ظرفیت‌های صادرات محصولات کشاورزی بهره‌مند نباشیم. عنایت‌الله بیابانی، قائم‌مقام خانه کشاورز ایران در گفت‌وگو با صمت، ابتدا به بالا بودن کیفیت تولیدات محصولات کشاورزی تولید ایران تاکید کرد و در این‌باره توضیح داد: امروزه محصولات کشاورزی تولید داخل بنا به دلایلی مانند اعمال آموزش‌های لازم و تخصصی به کشاورزان، وجود فناوری و تکنولوژی‌های به‌روزتر برای انجام فعالیت‌های کشاورزی و سایر موارد این‌چنینی، از کیفیت بالایی برخوردار است. تا جایی که کشورهایی مانند اتریش، سوئیس و دیگر کشورهای اروپایی همواره خواهان و خریدار محصولات کشاورزی ایرانی هستند، اما مسئله‌ای که سبب شده امروز شاهد صادرات گسترده محصولات کشاورزی ایرانی نباشیم، وجود خلأها و نقایصی در روند انتقال و مدیریت تجارت این نوع کالاها است. بیابانی تصریح کرد: تولیدکننده به‌عنوان آغازکننده یک فعالیت اقتصادی، وظایفی را برعهده دارد، اما بر دوش سایر بازیگران فعالیت‌های تجاری نیز تکالیفی وجود دارد. در این راستا، می‌توان به مسئولیتی که دولت برعهده دارد، اشاره کرد. دولت باید بسترها و زیرساخت‌های انتقال را به‌گونه‌ای فراهم کند که محصولات کشاورزی هنگام انتقال، کمترین آسیب را متحمل شوند.

▣ دولت با تولیدکنندگان همکاری کند

بیابانی ضمن تاکید بر ظرفیت‌های ایران برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی به کشورهای جهان گفت: همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، تنها بخشی از وظایف صادرات محصولات باکیفیت بر دوش تولیدکننده است. دولت باید با ایجاد امکانات مناسب، تدوین راهکارها و اصلاح قوانین صادراتی، شرایطی را برای تسهیل صادرات فراهم کند. به‌عنوان مثال، اگر در مسیر ترانزیت ترافیک وجود دارد، باید دولت بستری را فراهم کند که انتقال با سرعت بیشتری انجام شود و یا در این روند محصولات آسیب جدی نبینند. وی ادامه داد: در حال حاضر بسیاری از کشورها خواهان محصولات کشاورزی ایرانی هستند. باوجود تمام چالش‌هایی که در مسیر تولید و حتی تجارت این محصولات وجود دارد، ایران می‌تواند تبدیل به یکی از کشورهای مهم صادرکننده محصولات کشاورزی در عرصه بین‌المللی شود. اگر وظایف مسئولان در رابطه با تسهیل صادرات و همچنین اهمیت حفظ کیفیت تولیدات به‌خوبی روشن شود، در ادامه عملکردهای تجاری می‌توانند بازدهی مناسب‌تری داشته باشند. بیابانی خاطرنشان کرد: در سال‌های اخیر کشاورزان تلاش بسیار زیادی برای تولید محصولات باکیفیت کشاورزی و رقابت‌پذیر با تولیدات سایر کشورهای جهان کرده و به پیشرفت‌های مناسبی دست یافته‌اند، اما همچنان موانع قانونی و خلأهای مربوط به امکاناتی مانند ترانزیت صحیح و اصولی، سدراه توسعه صادرات محصولات کشاورزی ایران هستند.

▣ دیپلماسی، ضامن برگشت نخوردن کالاها

قائم‌مقام خانه کشاورز ایران در ادامه صحبت‌های خود به مسئله بازگشت داده شدن برخی محصولات کشاورزی ایرانی طی چند مدت گذشته از کشورهای مقصد اشاره کرد و توضیح داد: در سال‌های گذشته دیده می‌شد که در برخی موارد، محصولات کشاورزی ایرانی از مقاصد صادراتی برگشت داده می‌شوند. این اتفاق دلایل عمده‌ای داشت که استفاده از سموم نامناسب از سوی تعداد محدودی از کشاورزان به‌دلیل کمبود سموم و آفت‌کش‌های مناسب در بازار از عوامل اصلی این موضوع بود. امروزه این مسئله به‌طور کامل برطرف شده و با ارائه آموزش‌های لازم به کشاورزان، کیفیت محصولات ارتقا یافته است. بیابانی ادامه داد: نامناسب بودن کیفیت محصولات کشاورزی همیشه تنها دلیل برگشت داده شدن محصولات صادراتی نیست و ایرادات مربوط به دیپلماسی و روابط سیاسی ایران با سایر کشورها نیز در این مسئله حائزاهمیت است. منطبق کردن لیست‌های مربوط به فعالیت‌های تجاری، امری است که باید مسئولان حوزه دیپلماسی کشور به آن توجه داشته باشند. روند تجارت تنها یک بازیگر ندارد و همکاری مجموعه‌های مختلف دولتی و خصوصی را در این‌باره می‌طلبد.

وی افزود: در حال حاضر محصولات کشاورزی ایران از کشورهای مختلف اروپایی مانند سوئد و اتریش خواهان و حتی علاقه دارند تا در این زمینه با ایران همکاری‌های بلندمدت داشته باشند، اما ضعف‌های داخلی کشور ما باعث شده تا نتوانیم از این فرصت‌ها به‌نحو احسن استفاده کنیم.

سخن پایانی

کیفیت، اصلی‌ترین عامل توسعه صادرات است که این موضوع باید نه‌تنها در میان تولیدکنندگان و صادرکنندگان، بلکه مقامات مسئول دولتی نیز جایگاهی ویژه پیدا کند. برخی کارشناسان اقتصادی معتقدند امروزه بسیاری از مدیران سطوح مختلف کشور به مقوله کیفیت و مقررات صادرات، آشنایی لازم را ندارند. همین موضوع باعث ایجاد مشکلات و چالش‌های جدی می‌شود؛ زمانی که مدیران از اهمیت کیفیت کالاهای صادراتی آگاهی لازم و کافی را نداشته باشند، در تدوین چارچوب‌ها و مقررات تولیدی و تجاری به آن بی‌توجه خواهند بود و همین مسئله ایران را از بازارهای جهانی دور می‌کند. از سویی دیگر، تنها ایراد را نمی‌توان به بخش مدیریت تجاری کشور وارد دانست؛ بعضی صادرکنندگان با صادرات کالای کم‌کیفیت باعث از دست رفتن بازارهای صادراتی می‌شوند. دلیل اصلی این موضوع را می‌توان نبود آموزش‌های لازم برای تجار، به‌ویژه صادرکنندگان تازه‌کار در زمینه مقررات کیفی، ارزیابی انطباق و استانداردهای بین‌المللی دانست.

نظرگاه

مدیریت کیفیت در دنیای کسب‌وکار



مجتبی پیرزاد ـ کارشناس بازاریابی: کیفیت و مدیریت کیفیت، بیش از ۲ دهه از واژه‌های کلیدی در دنیای کسب‌وکار بودند. مشاوران بسیاری در این زمینه مشغول به کار شدند و سازمان‌ها و حتی صنایع جدیدی مانند «جامعه کیفیت و شش سیگمای امریکا»، در این زمینه ایجاد شدند. مفهوم کیفیت در کسب‌وکار بیشتر بر صرفه‌جویی و درآمد مضاعفی که سازمان‌ها می‌توانند با حذف خطاها در عملیات و در نتیجه تولید کالا و ارائه خدمات در بهینه‌ترین سطح مطلوب مشتری کسب کنند، متمرکز است.

کیفیت بیش از یک ویژگی محصول و ارائه خدمات به مشتریان بیش از پاسخ دادن به شکایت‌های آنها است. تمرکز بر نیازهای مصرف‌کنندگان، عامل اصلی گرایش بازاریابی است. تمرکز بر نیازهای مشتریان به‌معنی توجه به کیفیت محصول و ارائه خدمات به مشتریان است. بحث کیفیت بر خدمات یا محصولات تولیدشده به‌وسیله یک شرکت متمرکز است، در حالی که ارائه خدمات به مشتریان شامل تمام فعالیت‌هایی است که شرکت برای افزودن ارزش به محصولات خود انجام می‌دهد.

در نگرش سنتی، کیفیت محصولات در پرتو ویژگی‌ها و صفات فیزیکی آن از قبیل استحکام و قابل‌اعتماد بودن ارزیابی می‌شود. در نگرش جدید، بازاریابان باید ترکیبات، عملکرد، دوام و نرخ مناسب را در مورد هر محصول در نظر بگیرند. مشتریان به ما کمک می‌کنند مناسب بودن را شناسایی کنیم و تنها کاری که ما لازم است، انجام دهیم، نظرخواهی از آنها است.

کیفیت کالا، توانایی و قابلیت‌های کالا در انجام وظایف محوله را نشان می‌دهد. کیفیت، ویژگی‌هایی نظیر دوام یا استحکام، قابلیت اعتماد، دقت، سهولت استفاده، تعمیرپذیری آسان، کیفیت عملکرد و انطباق و سایر صفات ارزشمند کالا را در بر می‌گیرد. اندازه‌گیری بعضی از این صفات، در عمل امکان‌پذیر است. از نظر بازاریابی، کیفیت برمبنای برداشت‌های ذهنی خریداران، اندازه‌گیری می‌شود.

- دوام، معیار عملیاتی موردانتظار از کالا تحت شرایط طبیعی و سخت است.
- کیفیت عملکرد، به سطحی اطلاق می‌شود که در آن مشخصات اولیه کالا، ایفای نقش می‌کند.
- کیفیت انطباق، درجه‌ای است که برحسب آن تمام واحدهای تولیدشده، مشابه هم هستند و هدف موردنظر را تامین می‌کنند.
- اعتمادپذیری، معیاری از احتمال است که بیان می‌کند کالا طی یک دوره زمانی از کار نمی‌افتد و خراب نمی‌شود.
- تعمیرپذیری، بیانگر سهولت تعمیر کالایی است که درست کار نمی‌کند یا خراب است.

گاروین، ۸ جنبه برای کیفیت ارائه می‌دهد که شامل: عملکرد (خصوصیات اجرایی اولیه محصول)، ویژگی‌ها (جنبه‌های ثانویه عملکرد)، تطابق، دوام، زیبایی‌شناسی (جنبه سلیقه‌ای کیفیت)، کیفیت قابل‌درک، قابل‌اعتماد و تعمیر بودن است.

کیفیت، نقشی مهم را به‌عنوان عاملی موثر در الگوهای جهانی تجارت دوطرفه بازی می‌کند. تاثیر کیفیت روی تقاضا از طریق روابط بین درآمد و تقاضای کلی کیفیت، قابل‌بررسی است.

کیفیت کلی محصول، مستلزم ۳ نظر مرتبط کیفیت است که این ۳ نظر شامل کیفیت عملکرد، انطباق و خدمات است. بررسی کیفیت کلی محصول، نیازمند چارچوبی است که فعالیت‌های تولیدکننده و خرده‌فروش و تاثیر آنها روی ابعاد متفاوت کیفیت کلی محصول را تلفیق کند.

با توجه به ممنوعیت واردات، کیفیت لوازم‌خانگی باید حفظ شود

داخلی‌ها برنده بازی بی‌حریف

امروزه بازار لوازم‌خانگی تبدیل به گذری خلوت شده که تک‌وتوک افرادی در آن دیده می‌شود. دلیل این خلوتی بازار نیز واضح است، گرانی! گرانی این روزها کمر خانواده‌ها را شکسته و اولویت، گذران معیشت و اجاره‌خانه است و دیگر جایی برای خرید لوازم‌خانگی از سر دلخوشی نیست. جیب خالی برخی از اقشار جامعه، دیگر کفاف چشم‌وهم‌چشمی را نمی‌دهد که بخواهند وسایل منزل خود را تغییر دهند. این در حالی است که به‌دنبال صدور دستور رئیس‌جمهوری در نامه‌ای به وزرای اقتصاد و صنعت، معدن و تجارت از واردات کالای نهایی لوازم‌خانگی به ایران جلوگیری می‌شود؛ در نتیجه لوازم‌خانگی خارجی موجود در بازار، کالاهای قاچاقی هستند که با نرخ نجومی عرضه می‌شوند. از سوی دیگر، برخی نیز معتقدند گاهی مصرف‌کنندگان اطمینان کافی به کیفیت لوازم‌خانگی داخلی ندارند و خرید لوازم‌خانگی خارجی را به داخلی ترجیح می‌دهند و معتقدند این کالاها از کیفیت مطلوب‌تری برخوردارند. صمت در این گزارش به بررسی کیفیت لوازم‌خانگی موجود در بازار از نگاه فعالان این حوزه پرداخته است.



عکس: صمت

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

حفظ منافع شرکت‌های داخلی

بازار لوازم‌خانگی سال جدید را در رکودی عمیق آغاز کرد. این در حالی است که با ممنوعیت واردات و ترک خاک ایران توسط شرکت‌های خارجی، قرار بود تولیدکنندگان داخلی تمام نیاز بازار را از لحاظ نرخ و کیفیت تامین کنند. هنوز مدت زیادی از ترک خاک ایران از سوی برندهای خارجی نمی‌گذرد که قدرت خرید لوازم‌خانگی به یکی دیگر از چالش‌های بازار تبدیل شده است. در این بین، مخالفان جلوگیری از واردات لوازم‌خانگی معتقدند اگر واردات این کالاها آزاد باشد، بازار رقابتی منجر به تولید رقابتی خواهد شد و در این صورت، بازار تا حدی به ثبات و آرامش می‌رسد. منتقدان با طرح این سؤال که وقتی رقابتی بین کالاهای داخلی و خارجی نیست و واردات حذف شده، تولیدکنندگان داخلی چقدر به کیفیت لوازم‌خانگی تولیدی خود بها می‌دهند، می‌گویند که مدت‌هاست در کشور را به روی لوازم‌خانگی خارجی بسته‌ایم و «خود با خود» رقابت می‌کنیم و در این بازی برنده تنها تولیدکننده‌ای خواهد بود که انحصار بازار را در اختیار دارد. به عقیده برخی از کارشناسان، محدودیت واردات لوازم‌خانگی می‌تواند راهی برای حفظ منافع شرکت‌های داخلی باشد و بس!

کالای بدون استاندارد وارد بازار نمی‌شود



اکبر پازوکی، رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم‌خانگی تهران درباره صحبت‌های اخیر مهدی اسلام‌پناه، رئیس سازمان ملی استاندارد مبنی بر اینکه بسیاری از لوازم‌خانگی که تعدادشان به حدود ۷۰ قلم می‌رسد، پروانه و نشان استاندارد ندارند به صمت گفت: ۹۹ درصد ۷۰ قلم لوازم‌خانگی نامبرده شده از سوی سازمان ملی استاندارد، به‌صورت قاچاق وارد بازار شده‌اند. این فعال بازار با تاکید بر اینکه کالای داخلی بدون استاندارد وارد بازار نمی‌شود، اظهار کرد: تمام تولیدات لوازم‌خانگی باید استاندارد داشته باشند، زیرا با نبود استاندارد خط تولید اجازه خروج محصولات از کارخانه را نمی‌دهد. روش‌های گوناگونی برای نظارت بر تایید استاندارد کالاهای لوازم‌خانگی اجرا و این موضوع کاملا رصد می‌شود. همچنین دو نوع نظارت بر روند تولید کالا صورت می‌گیرد؛ نظارت بر تولید و نظارت بر عرضه. وی با انتقاد از سخنان برخی مسئولان درباره پایین بودن استاندارد لوازم‌خانگی تولید داخل، افزود: اگر کیفیت تولیدات داخلی پایین است، چرا اجازه تولید به آنها داده می‌شود؟ این در حالی است که استانداردهای تولیدات ایرانی متناسب با تکنولوژی روز تغییر می‌کند و باید کالاهای استاندارد ما به‌روز شوند. اگر کالاهای تولیدی بی‌کیفیت باشد، خریدار و فروشنده آن کالاها را پس می‌زنند و این به معنی ورشکستگی تولیدکننده است. همچنین، کارخانه‌ها ماشین‌آلات و استانداردهای خود را به روز می‌کنند تا بازار خود را از دست ندهند.

▣ کالای قاچاق، حساب‌وکتابی ندارد

پازوکی با اشاره به ورود لوازم‌خانگی قاچاق به کشور اظهار کرد: کالای قاچاق، هیچ حساب‌وکتابی ندارد و ممکن است کالای درجه ۲ یا ۳ در بسته‌بندی کالای درجه یک از طریق قاچاق وارد کشور شود و به فروش برسد. برخی موارد هم شاهد فروش لوازم‌خانگی قاچاق در فضای مجازی هستیم. برای حل این مشکل، عرضه‌کنندگان لوازم‌خانگی در فضای مجازی باید مکلف به اخذ مجوز از اتحادیه شوند تا بر نحوه عرضه آنها نظارت شود.

▣ اعتماد به کیفیت تولیدات داخلی

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم‌خانگی تهران با بیان اینکه مردم از کیفیت تولیدات داخلی اطلاع کافی ندارند، افزود: امروزه با شناسنامه‌دار شدن کالاها، تمام شرکت‌ها موظف به تولید و عرضه کالایی هستند که حداقل استاندارد ملی ایران را داشته باشند. این در حالی است که متاسفانه مردم نسبت به کیفیت تولیدات داخل اطلاع کافی ندارند و در نتیجه به آنها اعتماد نمی‌کنند. اگر این اعتماد به‌صورت زنجیره‌وار ایجاد شود، موفقیت حاصل خواهد شد و نیاز به تبلیغ ندارد. وی با اشاره به هزینه‌های سنگین تولید محصولات و تاثیر کالای بی‌کیفیت بر تولیدکننده، اظهار کرد: در حال حاضر با هزینه‌های سنگین تولید، اگر تولیدکننده کالایی را خارج از شبکه استاندارد تولید کند، به خود ضرر رسانده است. رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم‌خانگی تهران با اشاره به اینکه کالای غیراستاندارد در ابتدا به کارخانه بازگشت داده می‌شود و سپس خدمات پس از فروش به‌صورت مضاعف توسط شرکت تولیدکننده انجام می‌شود، گفت: تاثیر مخرب بعدی، نگاه‌های منفی به تولیدات این شرکت است. نارضایتی مردم موجب می‌شود دیگر فروشندگان به سراغ کالاهای این کارخانه نروند و در نتیجه ورشکستگی برای این واحد رخ می‌دهد.

▣ در کشورهای همسایه بازار خوبی داریم

پازوکی صادرات را یکی از اهداف اصلی تولیدکنندگان دانست و گفت: تولیدکنندگان ایرانی امروزه به‌دنبال صادرات محصولات خود هستند. یکی از شروط اصلی صادرات محصولات تولیدی، رعایت استانداردهای کشور هدف است. از سوی دیگر، بازار داخل نیز برای تولیدکننده بسیار مهم است و می‌داند کالای بی‌کیفیت، مشتری ندارد. تولید کالای بی‌کیفیت به‌نوعی خودزنی به‌شمار می‌رود و پرداخت هزینه اضافی تولید برای کالای بی‌کیفیتی که خریدار ندارد، بی‌منطق است.

وی درباره بازار لوازم‌خانگی ایران در کشورهای همسایه بیان کرد: در کشورهای همسایه بازار خوبی داریم، اما نرخ کالاهای تولیدی در کشور باید قابل‌رقابت باشد. کشورهای همسایه خواهان کالاهای ایرانی هستند، اما در گام نخست باید نرخ کالاها قابل‌رقابت شوند، چراکه با وفور لوازم‌خانگی در بازار کشورهای همسایه، متقاضیان ترجیح می‌دهند کالاهای اروپایی را انتخاب کنند.

پازوکی با توجه به نقش نظارت بر بازار لوازم‌خانگی اظهار کرد: این مواد اولیه هم باید خدمات پس از فروش داشته باشد. رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم‌خانگی تهران پیشنهادی را برای بهبود روند خدمات پس از فروش، مطرح و بیان کرد: در همین راستا به سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان پیشنهاد دادیم برنامه‌نویسی جامعی برای تولید و خدمات محصولات تولیدی تنظیم کند که به‌واسطه آن، دیگر شاهد اعمال سلیقه شخصی تولیدکنندگان در خدمات‌دهی به مشتری نباشیم. پازوکی با بیان اینکه پس از سال ۹۶ تغییرات بسیار زیادی در خدمات پس از فروش ایجاد شده، افزود: بخش زیادی از تغییرات ایجادشده به‌دلیل هزینه بالای تولید است. حتی تولیدکننده مواد اولیه نیز باید خدمات پس از فروش داشته باشد. امروزه سازندگان ایرانی دریافته‌اند اگر خدمات پس از فروش مناسب عرضه نکنند، مشتری خود را از دست خواهند داد. در این راستا باید دانست که سودجویان نیز در همه اصناف هستند.

▣ تاثیر چیست؟

وی با اشاره به تاثیرات مثبت بهبود خدمات پس از فروش در کشور اظهار کرد: مهم‌ترین تاثیر مثبت بهبود خدمات پس از فروش، اعتمادسازی است. اگر مشتری، کالای ایرانی با خدمات پس از فروش خوب خریداری کند، از یک سو اعتماد او جلب می‌شود و از سوی دیگر، هزینه خدمات کالاهای ایرانی نیز کمتر است.

▣ بازار در رکود

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم‌خانگی تهران درباره وضعیت بازار لوازم‌خانگی اظهار کرد: در حال‌حاضر میزان فروش لوازم‌خانگی کاهش یافته و رکود بر بازار حکمفرماست.

بازار در آرامش است



محمدحسین رحیمی، دبیر اتحادیه لوازم‌خانگی درباره صحبت‌های اخیر مهدی اسلام‌پناه، رئیس سازمان ملی استاندارد مبنی بر اینکه بسیاری از لوازم‌خانگی پروانه و نشان استاندارد ندارند، به صمت گفت: همه تولیدات داخلی از استاندارد کافی برخوردارند و باکیفیت هستند. بهتر است برخی مسئولان که به این موضوع معتقدند، اقلام بدون استاندارد را اعلام کنند.

وی درباره کیفیت لوازم‌خانگی تولید داخل در مقایسه با تولیدات کشورهای همسایه اظهار کرد: مقایسه زمانی اتفاق می‌افتد که کالایی از کشورهای همسایه به ایران وارد شود، در صورتی که چنین اتفاقی رخ نداده است. تولیدات ما در مقایسه با کشورهای همسایه بی‌نظیر هستند و در شرایط مطلوبی قرار دارد.

رحیمی با اشاره به گرانی لوازم‌خانگی بیان کرد: نرخ لوازم‌خانگی در کشور قدری گران است و وزارت صنعت، معدن و تجارت باید به بررسی قیمت‌های بازار و هزینه‌های تولید بپردازد. در حال حاضر، بازار در آرامش است و کمی شاهد رکود هستیم، اما کمبودی نداریم.

▣ خدمات پس از فروش چقدر حقیقت دارد؟

دبیر رئیس اتحادیه لوازم‌خانگی درباره خدمات پس از فروش، به‌عنوان یکی از اصول جذب مشتری و ارتقای کیفیت، گفت: خدمات پس از فروش عبارت است از تعهدی که شرکت‌ها برای جواب به نیاز مشتریان برای پشتیبانی در یک دوره زمانی معین ارائه می‌کنند. امروزه خدمات پس از فروش در کسب‌وکارها به‌قدری حیاتی و مهم است که می‌تواند سود یا زیان شرکت را مشخص کند و از سوی دیگر، به‌طور کلی فروشگاه‌های لوازم‌خانگی تحت نظارت اتحادیه هستند و ما دائم در حال رصد آنها هستیم. در نتیجه تمام کالاهای فروخته‌شده از خدمات پس از فروش برخوردار هستند. همچنین با توجه به شرایط اقتصادی، تامین لوازم‌خانگی برای اقشار متوسط و ضعیف جامعه به یک موضوع جدی تبدیل شده و تعمیر و خرابی لوازم‌خانگی، چالشی اساسی برای شهروندان است. داشتن خدمات پس از فروش کالاها، طبق قانون وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، یک الزام است. امروزه خدمات پس از فروش، جایگاه خود را در بین تولیدات داخلی پیدا کرده و کارخانجات خدمات پس از فروش خوبی را ارائه می‌دهند.

ترجیح تولیدکنندگان، ثبات نرخ است



فریدون نصیری، فعال صنعت لوازم‌خانگی در گفت‌وگو با صمت به تشریح دلایل افزایش نرخ لوازم‌خانگی پرداخت. او مهم‌ترین عامل را افزایش هزینه‌های تمام‌شده تولید عنوان کرد و در این‌باره توضیح داد: ابتدای هر سال تولیدکننده و صنعتگر با مسائلی از جمله افزایش حقوق رسمی کارگران که از سوی دولت اعلام می‌شود، روبه‌رو شده و بدیهی است که این موضوع تاثیر مستقیمی بر هزینه تمام‌شده تولید داشته باشد. از سویی دیگر، افزایش نرخ دلار برای صنایعی که از مواد اولیه وارداتی استفاده می‌کردند، چالشی دیگر برای تولیدکنندگان ایجاد کرده است. بنابر مسائل عنوان‌شده، دولت اعلام کرد لوازم‌خانگی می‌توانند تا ۱۵ درصد افزایش نرخ داشته باشند، اما بعضی تولیدکنندگان تغییری در قیمت‌های خود اعمال نکردند. نصیری درباره بی‌رغبتی تولیدکنندگان مبنی بر افزایش نرخ لوازم‌خانگی توضیح داد: صنفی که من در آن مشغول به فعالیت هستم، بیشتر مربوط به لوازم‌خانگی آشپزخانه است. در این صنعت بیشتر تولیدکنندگان ترجیح داده‌اند، افزایش قیمتی نداشته باشند، هرچند هزینه تولید بسیار افزایش پیدا کرده، اما بنا به‌دلایل متعددی، بازار کشش و توانایی رشد نرخ را ندارد.

▣ مصرف‌کننده، تحمل گرانی را ندارد

نصیری در ادامه صحبت‌های خود، دلیل اصلی تغییر نکردن نرخ برخی لوازم‌خانگی را نامناسب بودن شرایط جامعه مصرف‌کننده عنوان کرد و در این‌باره توضیح داد: همان‌طور که در ابتدا عنوان شد، برخی تولیدکنندگان لوازم‌خانگی تمایلی به افزایش نرخ ندارند. دلیل این مسئله نیز رکود بازار است؛ بازار در چند سال گذشته به‌ویژه در چند ماه گذشته به‌هیچ‌وجه شرایط مناسبی نداشته و با افزایش قیمت‌ها، شرایط بدتر خواهد شد، چراکه مردم در اوضاع نابسامان اقتصادی قرار داشته و توانایی پرداخت هزینه‌های اضافی را ندارند. با افزایش نرخ لوازم‌خانگی نیز تقاضای افراد بیش از پیش کاهش خواهد یافت. این فعال صنعت لوازم‌خانگی تصریح کرد: صنعت لوازم‌خانگی یک صنعت رقابتی است؛ به این صورت که تولیدکنندگان همواره سعی دارند برای کسب بازار، از استراتژی‌های متفاوتی استفاده کنند. کاهش نرخ، یکی از استراتژی‌های حفظ بازار است که تولیدکنندگان آن را به‌کار گرفته و برای حفظ فعالیت‌های خود همواره در تلاش هستند. همین مسئله سبب شده برخی تولیدکنندگان، افزایش نرخ مصرف‌کننده را اقدامی مناسب و درست ندانسته و با سودهایی بسیار کم کالاهای خود را به بازار عرضه کنند.

▣ سرپیچی بازار از دستور دولت

نصیری همچنین سازکار بازار را دستورپذیر ندانست. او عقیده دارد مولفه‌های متعددی بر تولید و بازار اثر داشته و تنها طرح و نظر دولت نمی‌تواند روند عرضه و تقاضا را مدیریت کند. این فعال صنعت، لوازم‌خانگی در این‌باره تصریح کرد: باید توجه داشت هیچ‌گاه شرایط تولید و بازار، با دستور بهبود نخواهد یافت. تا پیش از این، در زمانی که تولیدکنندگان شرایط بسیار نامناسبی داشته و چاره‌ای جز افزایش نرخ نداشتند، دولت تاکید داشت نرخ لوازم‌خانگی در بازار افزایش پیدا نکند. این اتفاق نشدنی بود و در نهایت شاهد گران شدن نرخ برخی از لوازم‌خانگی بودیم. وی ادامه داد: در حال حاضر نیز شرایط به‌هیچ‌وجه آماده افزایش مجدد قیمت‌ها نیست. دولت در این وضعیت عنوان کرده درصدی افزایش بها برای لوازم‌خانگی می‌تواند رخ دهد. باید توجه داشت بازار در حالت فعلی اجازه رشد قیمت‌ها را نداده و با وجود بازار تا حدی از دولت دستور نپذیرفت. حفظ بازار در شرایطی که فشارهای اقتصادی، معیشت مردم را دچار چالش کرده، امری دشوار است و نیاز به بررسی‌های گسترده دارد.

این فعال صنعت لوازم‌خانگی در ادامه به عوامل تاثیرگذار بر نرخ لوازم‌خانگی اشاره کرد و گفت: به‌طور کلی، قیمت‌گذاری کالا را می‌توان وابسته به بسیاری از مولفه‌ها در بازار دانشت. بهبود توان اقتصادی مردم به‌عنوان بخش مهمی از مصرف‌کننده‌ها می‌تواند تاثیری مهم در رونق بازار لوازم‌خانگی داشته باشد. از سویی دیگر با از سرگیری مذاکرات، جو روانی مثبتی در جامعه حاکم می‌شود که تا حدودی قیمت‌ها را می‌تواند کاهش دهد؛ بنابراین مسئله سیاست‌خارجه نیز بر بازار لوازم‌خانگی اثرگذار است. همچنین باید تاکید کرد بهبود روابط بین‌المللی و مهار ارزش دلار، نرخ تمام‌شده تولید را کاهش می‌دهد.

سخن پایانی

در شرایط فعلی با دستور برخی مسئولان، مردم انتخابی جز خرید لوازم‌خانگی داخلی ندارند و باید با هر کیفیتی آن را بپذیرند. اینکه تولیدکنندگان داخلی چقدر به کیفیت محصولات خود اهمیت می‌دهند، مشخص نیست، اما برخی از فعالان بازار معتقدند با وجود اینکه رقابتی در میان نیست، اما تولیدکنندگان به کیفیت محصولات خود توجه دارند. از سوی دیگر، ممنوعیت واردات لوازم‌خانگی و شرایط اقتصادی، تاثیرات خود را بر بازار گذاشته و بازار روزهای خوشی را سپری نمی‌کند. شاید پشت‌پرده ممنوعیت واردات و تحمیل تولید داخل لوازم‌خانگی وجود مافیایی باشد که در پس آن پنهان شدند تا برخی شرکت‌ها پول روی پول بگذارند!

اگر کیفیت تولیدات داخلی پایین است چرا اجازه تولید به آنها داده می‌شود؟

یادداشت

فرهنگ کیفیت‌گرایی در صنعتگران



حبیب‌الله انصاری
کارشناس صنعت لوازم‌خانگی

در حال حاضر، ۴ نوع استاندارد در صنعت کشور وجود دارد که شامل استاندارد ملی اجباری، کارخانه‌ای، ملی تشویقی و بین‌المللی می‌شود.

برخی کالاهای صنعتی در ایران مشمول استاندارد ملی اجباری هستند. تولید این کالاها باید با رعایت ضوابط اصول استاندارد که از سوی سازمان استاندارد تدوین می‌شود، باشد. سازمان استاندارد بعد از انجام آزمایشات گوناگون درباره ماهیت و تطبیق محصول با استانداردها، بررسی‌های لازم را انجام می‌دهد و در نهایت نمره قبولی به کالای تولیدی داده می‌شود. گفتنی است استاندارد ملی اجباری عمدتا برای حفظ ایمنی، سلامت و بهداشت محصولات است. به‌عنوان مثال، یک ماشین لباسشویی تا استاندارد اجباری نگرفته باشد نمی‌تواند به بازار عرضه شود.

به‌عنوان مثال، در زمینه استاندارد اجباری یک محصول می‌تواند نمره ۱۰ بگیرد و قبول شود و یک محصول دیگر نمره بالاتر بگیرد، اما بحثی که همیشه موردتاکید بوده مربوط به استاندارد کارخانه‌ای است. امروز تولیدکننده نباید فقط به استاندارد ملی اجباری بسنده کند، چراکه این استاندارد همان‌گونه که از نامش پیداست، اجباری و به‌نوعی یک قانون است. اگر کالایی استاندارد اجباری نداشته باشد نمی‌تواند وارد بازار شود. امروزه کیفیت، سرآمد تولید است و کیفیت باید بخش مهمی از تولیدات باشد. در این زمینه می‌توان گفت برای ارتقای سطح کیفیت محصولات یک‌سری استانداردها را نیز کارخانه‌ها برای خود در نظر می‌گیرند. به‌عنوان نمونه می‌توان به سهولت استفاده و نحوه بکارگیری محصول اشاره کرد. استانداردهای کارخانه‌ای زمینه‌ای برای تدوین دوباره استانداردهای ملی اجباری می‌شوند. در حقیقت کالاهای مشمول استاندارد اجباری ملی به‌دلیل کسب نمره‌قبولی توجیهی برای مصرف‌کننده به‌شمار می‌روند، اما داشتن مهر استاندارد به مفهوم برخورداری کالا از نهایت کیفیت نیست و این مهر در حقیقت حداقل استانداردی است که یک کالا باید داشته باشد. اما تولیدکننده علاوه بر این، استاندارد ملی اجباری باید نگاه ویژه‌ای به کیفیت محصولات خود داشته باشد و پا را فراتر از این استاندارد بگذارد.

اگر اصول فرهنگ کیفیت‌گرایی در بین صنعتگران به یک باور اساسی تبدیل شود، تولیدکنندگان در برخورداری کالاها از نشان استاندارد هیچ‌گاه به حداقل راضی نخواهند بود. در حقیقت، اگر این روند ادامه پیدا کند، تولیدکنندگان به مرور به سراغ دریافت استانداردهای تشویقی و بین‌المللی می‌روند. در نتیجه زمینه برای اطمینان بیشتر مصرف‌کننده ایجاد می‌شود. مدیر یک کارخانه نباید فقط به استاندارد ملی اجباری بسنده کند و استاندارد کارخانه‌ای از اهمیت بسیار ویژه‌ای برخوردار است. استاندارد کارخانه‌ای باعث تفاوت بین محصولات تولیدکنندگان مختلف می‌شود و به‌نوعی یک وجه تمایز است. در کنار بحث استاندارد، آموزش سرویس‌کاران مورد دیگری است که باید به آن توجه کرد. نصب، راه‌اندازی و خدمات پس از گذر از دوره زمان گارانتی بسیار مهم است. لوازم‌خانگی برای مدتی گارانتی دارد، اما تولیدکننده باید طرز کار محصول را به مصرف‌کننده توضیح دهد. اگر اشکال در زمان گارانتی یا حتی بعد از آن باشد، فردی که نصاب است باید اطلاعات کامل را در این زمینه داشته باشد. سرویس‌کار دقیقا باید مانند یک پزشک که ابتدا بیماری و محل آن را پیدا می‌کند، لازم است عیب‌یابی را به‌درستی انجام دهد. بعد از عیب‌یابی نکته مهم‌تر مربوط به رفع ایراد است که این کار نیز باید با دقت انجام شود. این نکته را باید گفت که راه‌اندازی محصول و سرویس دوره‌ای باید در قالب دوره‌های آموزش موردتوجه قرار گیرد. آموزش، رکن مهمی است که در راستای افزایش کیفیت محصول به‌وجود می‌آید. تطبیق عمر لوازم‌خانگی یک بعد بحث خدمات پس از فروش است، اما ایجاد رضایت مشتری نیز مسئله‌ای است که باید به آن توجه ویژه شود. به‌طورکلی باید ذهنیت کیفیت‌گرا در تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایجاد کنیم.

یادداشت



کیفیت شرط اول ساخت‌وساز

حامد خانجانی
کارشناس مسکن

ساخت‌وسازهای شهری به‌لحاظ مسائل اقتصادی همچون نرخ مجوزهای قانونی، نرخ مصالح ساختمانی، هزینه تمام‌شده ساخت و میزان سودآوری همواره موردتوجه مسئولان، رسانه‌ها و مردم است. کیفیت فنی و اجرایی ساختمان همچون استفاده از کالاها و مصالح استاندارد و فناوری‌های نوین هم موضوعی است که موردتوجه بخش متخصص صنعت ساختمان و از اهمیت قابل‌توجهی برخوردار است.

کیفیت، یکی از بخش‌های مهم در ساخت‌وساز است که متاسفانه مسئولان به‌صورت اجرایی و عملی در این عرصه آن‌طور که باید ورود پیدا نکرده‌اند، همچنین با افزایش کیفیت در ساخت‌وساز می‌توان بسیاری از حوادث به‌وجودآمده در کارگاه‌ها را پیش‌بینی کرد و از شدت خسارت آنها جلوگیری به‌عمل آورد. اگر کارفرما یا سازنده با کمی هزینه بیشتر به مراقبت از کارگاه خود و افزایش ایمنی و بالا بردن کیفیت کار از طریق استقرار نیروهای متخصص در کارگاه بپردازد، به‌هیچ‌عنوان حوادث سنگینی پروژه را تهدید نخواهد کرد.

ایران یکی از پرحادثه‌ترین کشورهای جهان در راستای بلایای طبیعی است، این شرایط طبیعی ایجاب می‌کند که تولید مصالح ساختمانی با استانداردهای بین‌المللی و ملی را در اولویت بخش ساختمان قرار دهیم. وزارت راه و شهرسازی و سازمان ملی استاندارد و دیگر متولیان بخش ساخت‌وساز کشور باید برای این مسئله مهم اهمیت زیادی قائل شوند و اجازه ندهند، مصالح غیراستاندارد و نامرغوب در کشور تولید شوند.

تفاوت‌هایی میان ساختمان‌های تهران و شهرهای دیگر وجود دارد. به‌عنوان مثال، نرخ ساختمان در تهران به‌نحوی است که سوددهی مناسبی برای سازندگان دارد و باتوجه به این موضوع، آنها می‌توانند از مصالح ساختمانی باکیفیت‌تری استفاده کنند، اما ممکن است، چنین شرایطی در سایر شهرها وجود نداشته باشد. به‌گفته برخی کارشناسان، ممکن است در ساخت‌وسازهای مرتبط با طرح مسکن مهر در تعدادی از شهرها به‌دلیل تلاش برای کاستن از هزینه نهایی ساخت‌وساز، از مصالح ساختمانی با درجات کیفی پایین‌تر استفاده شده باشد. این اتفاق می‌تواند در زلزله‌های احتمالی آینده، مشکلاتی برای ساکنان این نوع واحدهای مسکونی به‌دنبال داشته باشد.

از جمله روش‌های ارتقای کیفیت ساخت‌وساز، ورود افراد باصلاحیت به حوزه ساختمان، استفاده از مصالح درجه یک، افزایش نظارت‌ها از سوی دستگاه‌های ناظر شامل شهرداری‌ها و سازمان‌های نظام مهندسی ساختمان، اجرای ضوابط و مقررات در طراحی و ساختمان‌های کشور و همچنین عملیاتی کردن پروژه‌های ساختمانی براساس مباحث ملی مقررات ساختمان است. بهتر است به‌طور منظم افزایش کیفیت در تمامی زمینه‌های مسکن‌سازی ارتقا یابد. در این راستا، برگزاری دوره‌های آموزشی می‌تواند در این مسیر به افزایش بهره‌وری کمک شایانی کند.

برای رسیدن به ساخت‌وساز بهینه در کشور، باید تمام افرادی که در اجرایی شدن پروژه‌های ساختمانی نقشی ایفا می‌کنند، به‌صورت تخصصی آموزش‌های لازم را ببینند تا زمان و هزینه ساخت‌وسازها کاهش یابد و از منابع و سرمایه‌های موجود به‌نحو احسن استفاده شود. مطمئنا در چنین شرایطی شاهد ساخت ساختمان‌های باکیفیت می‌شویم.

همان‌طور که مشهود است، با پیشرفت صنعت در ایران و جهان، نیاز به ساخت اماکن و پروژه‌های عمرانی، روزبه‌روز افزایش می‌یابد. به‌همین دلیل، بازار کار این حوزه همواره آماده جذب نیروی کار جدید است. علاوه بر این، مشاغل این حوزه، یک حرفه مهارت‌محور را می‌طلبد. از این‌رو باید در راستای ترویج ارتقای کیفیت گام‌های موثری برداشت. متخصصان اگر تمام تلاش خود را به‌کار ببرند و دانش و مهارت‌های خود را به‌صورت مداوم تقویت کنند، می‌توانند در پروژه‌های بهتری مشارکت داشته باشند.

ضرورت بکارگیری مصالح باکیفیت در ساختمان بررسی شد

کیفیت، قربانی کمیت در ساخت‌وساز

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir

گستردگی چشمگیر صنعت ساختمانی و همچنین مشاغل فراوان دست‌اندرکار در آن سبب شده تا سودجویی عده‌ای موجب بکارگیری مصالح بی‌کیفیت در ساخت‌وساز شود. باتوجه به اینکه، کیفیت سازه‌ها مستقیم بر سلامت یا حفظ دارایی افراد جامعه تاثیرگذار است. بنابراین، رعایت استانداردهای این بخش و بکارگیری مصالح باکیفیت بسیار بااهمیت است.

استفاده از مصالح ساختمانی بی‌کیفیت که مناسب برای مصرف در صنعت ساخت‌وساز نیستند، در بین برخی فعالان این بخش رواج پیدا کرده است که این امر می‌تواند عمر مفید ساختمان‌ها را کاهش داده و کیفیت ساخت آنها را پایین آورد. بالا بودن کیفیت مصالح مصرفی و نحوه بکارگیری آنها از جمله بااهمیت‌ترین دلایل بهبود کیفیت ساخت‌وساز محسوب می‌شوند. متاسفانه بسیاری از مصالح ساختمانی مورداستفاده در صنعت ساختمان، دارای استانداردهای مناسب و از کیفیت مناسبی برای ساخت‌وساز برخوردار نیستند که این امر منجر به کاهش عمر مفید ساختمان‌ها به کمتر از ۳۰ سال شده است.



عکس: صمت

سیستم نظارتی که اکنون وجود دارد، به این شکل است که در طول ساخت‌وساز، نظارت چند بار بیشتر انجام نمی‌شود در حالی که چنین رویه‌ای درست نیست و در تمامی مراحل ساخت به‌صورت مستمر باید نظارت کافی وجود داشته باشد

عوامل موثر در بهبود کیفیت ساخت

امروزه کنترل کیفی مصالح ساختمانی فرآیند بسیار مهمی محسوب می‌شود. در حقیقت، اطمینان از بالا بودن کیفیت مصالح ساختمانی یکی از مهم‌ترین مواردی است که بر بهبود کیفیت ساخت‌وساز تاثیرگذار است. همان‌طور که می‌دانید، متاسفانه امروزه بسیاری از مصالح ساختمانی که مورداستفاده قرار می‌گیرند، کیفیت پایینی دارند و حداقل استانداردهای کیفی مصالح را نیز ندارند.

کنترل کیفی مصالح ساختمانی باعث می‌شود تا با بهبود سطح کیفی مصالح، کیفیت پروژه‌های حوزه صنعت ساختمان نیز افزایش یابد. از طرفی، مصالح ساختمانی بی‌کیفیت سبب کاهش عمر ساختمان خواهند شد و این موضوع وقتی نمایان می‌شود که ۲ پروژه با استفاده از یک میزان مصالح ساختمانی تفاوت بزرگی در میزان عمر دارند. این موضوع نه‌تنها هدررفت سرمایه ملی را دربردارد، بلکه موجب خواهد شد تا پروژه‌های ساختمانی در مواجهه با اتفاقات ناخواسته و به‌ویژه بلایای طبیعی، جان انسان‌ها را به‌خطر بیندازد.

کارشناسان بر این باور هستند که به‌دلیل رشد روزافزون جمعیت، تورم و سرعت بالای ساخت‌وساز دیگر توجه چندانی به عمر مفید یک ساختمان نداشته و در پی راهی هستند که بتوانند نرخ تمام‌شده ساختمان را کاهش دهند و سود خود را بیشتر کنند، رعایت نکردن نکات فنی، استفاده از مصالح نامرغوب کاهش عمر مفید خانه و ساختمان را در پی دارد، ازاین‌رو لازم است که افراد در هنگام خرید ساختمان علاوه بر زیبایی، محله، امکانات به عمر مفید آن و مصالح به‌کار رفته در داخل ساختمان توجه کنند.

صمت در این گزارش، ضرورت توجه به بهبود کیفیت در ساخت را مورد بررسی قرار داده است.

برنامه‌ریزی برای تحقق تضمین کیفیت در ساختمان



فریدون گایینی، کارشناس مسکن به صمت گفت: برای ارتقای کیفیت ساخت‌وساز از مرحله تامین سرمایه تا مرحله طراحی و انتخاب و تامین مصالح و همچنین اجرا و نظارت در ساختمان نیازمند یک برنامه بلندمدت هستیم. بدین‌معنی که اگر در حال حاضر اقدام به برنامه‌ریزی برای تحقق تضمین کیفیت در ساختمان کنیم، حداقل نیازمند یک دوره ۵۰ ساله برای تسریع استانداردها و الزامات در کلیه بافت‌های معیوب و غیراستاندارد در سراسر کشور هستیم.

وی در واکاوی ریشه‌های رعایت نکردن فاکتورهای کیفیت در ساختمان‌ها اظهار کرد: اشکال این است که سرمایه‌گذاران بدون آگاهی برای بهره‌مندی از بازار افسارگسیخته ساخت‌وساز به‌منظور جهش اقتصادی حداقل یک یا چند تجربه در ساخت‌وساز را امتحان می‌کنند و این چالش نخست در تحقق نیافتن تضمین کیفیت در ساخت‌وساز است و این مسئله در هیچ جای دنیا مانند ایران متعارف نیست که سرمایه‌داران خرد وارد صنعت ساخت شوند. گایینی ادامه داد: سرمایه‌گذاران در حوزه ساخت‌وساز به‌طورمعمول به‌دنبال منفعت مالی بدون تجربه تخصصی در رعایت ملاحظات فنی و قانونی در پروژه هستند، اما سازنده باید حافظ منافع بهره‌داران در راستای رعایت مولفه‌های کیفی ساخت باشد، اما در این سازکار به این دلیل که سازنده در تابعیت سرمایه‌گذار قرار می‌گیرد، کیفیت فدای منافع بیشتر مالی می‌شود و اگر سازنده مخالفتی کند، از گردونه اجرای حذف و کار با سازنده دیگری ادامه می‌یابد.

سازندگان غیرحرفه‌ای متقاضی محصول بی‌کیفیت گایینی با ابراز تاسف از اینکه در بخش تولیدکنندگان مصالح ساختمانی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی موثر در تضمین کیفیت ساختمان‌ها معضلات غیرقابل‌تصوری داریم، افزود: برای مثال برخی تولیدکنندگان کاشی و سرامیک یا اتصالات یا بعضی تولیدکنندگان مصالح مدعی هستند، سازندگان غیرحرفه‌ای، متقاضی محصول بی‌کیفیت درجه ۳ و ناقص آنها هستند و محصولات نامرغوب سریع‌تر از محصول درجه یک به‌فروش می‌روند. در نتیجه، این روند معیوب، در بسیاری از موارد در ساختمان‌های لاکچری، از مصالح نامرغوب و بسیار بی‌کیفیت استفاده می‌شود، در حالی که بهره‌بردار، ساختمان را به‌عنوان یک ساختمان باکیفیت و گران‌نرخ خریداری می‌کند.

وی تاکید کرد: یکی دیگر از دلایل اصلی، افت مولفه‌های کیفی در پروژه‌های ساختمانی، عدم‌تامین اعتبار کافی در مراحل پیشرفت پروژه است. به‌طورمتعارف، کمتر پروژه ساختمانی را پیدا می‌کنید که در میانه راه در راستای تامین نقدینگی متوقف نشود.

در نتیجه، این چرخه سرمایه‌گذار با کاستن از کیفیت و یا سر باز زدن از تعهدات موردنظر در بخش طراحی، کار پروژه را تمام‌شده تلقی و سال‌ها مشتری را معطل پایان کار رها می‌کند.

گایینی خاطرنشان کرد: به‌طورکلی یک منطق رایج در حوزه ساخت‌وسازهای بخش دولتی و خصوصی وجود دارد، به‌نحوی که بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران فعال در این بخش به‌دنبال کسب سود بیشتر و در بخش دولتی نیز به‌دنبال کمیت در ساخت هستند و در این مفهوم، نقطه مشترک قربانی شدن کیفیت ساختمان است.

گایینی در پایان اضافه کرد: تحلیل تمام مولفه‌های موثر بر کیفیت و تاثیرات هر مولفه بر مولفه دیگر آنچنان معادله پیچیده‌ای را در صنعت ساختمان حادث کرده که سال‌های متمادی است که هیچ‌یک از ذی‌نفعان در قبال مردم به‌عنوان مصرف‌کننده نهایی قبول مسئولیت نمی‌کنند و قربانی عدم‌تضمین کیفیت، مردم هستند و مسبب فقدان کیفیت، پنهان در بین مولفه‌های موردبحث قرار دارد.

> سرمایه‌گذاران بدون آگاهی برای بهره‌مندی از بازار افسارگسیخته ساخت‌وساز به‌منظور جهش اقتصادی حداقل یک یا چند بار ساخت‌وساز را امتحان می‌کنند و این عامل نخست در تحقق نیافتن تضمین کیفیت در ساخت‌وساز است

سیستم نظارت بر ساخت‌وساز تقویت شود



ایرج رهبر، رئیس هیات‌مدیره کانون سراسری انبوه‌سازان مسکن در رابطه با این موضوع به صمت گفت: باید تنها به افرادی که دارای صلاحیت هستند، اجازه ساخت‌وساز داده شود تا شاهد کاهش کیفیت ساختمان‌ها در کشور نباشیم. همواره بحث خانه‌های امن و ناامن برای هر مستاجر و خریداری چالش‌برانگیز بوده است، چرا که خریداران می‌خواهند پول‌شان را به سرمایه تبدیل کنند و پس از مدتی در آن واحد ساکن شوند.

ساختمانهایی ایمن هستند که طبق قوانین و ضوابط ساخته شوند. مسئله و مشکل ما در اجرا است، اما از نظر فنی و محاسباتی به‌اندازه کافی قوی هستیم، زیرا یک‌سری از تکنسین‌های فعال در این عرصه، آموزش‌های لازم برای فعالیت خود ندیده‌اند.

رهبر بیان کرد: به‌دلیل اینکه، سیستم نظارتی کارآمدی وجود ندارد و از طرف دیگر، هر فردی با هر شغلی وارد کار ساختمان شده است، با چنین مشکلاتی مواجه شده‌ایم. اگر سیستم نظارتی قوی و کارآمد وجود داشت، تنها به افراد دارای صلاحیت اجازه فعالیت داده می‌شد؛ چرا که مجری این کار باید متخصص باشد و صرف داشتن سرمایه به این حوزه ورود پیدا نکرده باشد. فعایت همه اصناف ارزشمند است، اما این مسئله به‌معنای آن نیست که در کار ساخت‌وساز نیز ورود پیدا کنند. اکنون بازار ساخت‌وساز به‌دست مشاغلی نظیر طلافروشان، بازاریان، پزشکان و... که صاحبان سرمایه هستند، افتاده است؛ در صورتی که تخصصی در این زمینه ندارند. وی در ادامه توضیح داد: سیستم نظارتی که اکنون وجود دارد، به این شکل است که در طول ساخت‌وساز، چندین‌بار نظارت بیشتر وجود ندارد. در حالی که چنین رویه‌ای درست نیست و در تمامی مراحل به‌صورت مستمر باید نظارت کافی وجود داشته باشد. رئیس هیات‌مدیره کانون سراسری انبوه‌سازان مسکن در رابطه با مقاوم نبودن ساختمان‌ها می‌گوید: دلیل مقاوم نبودن ساختمان‌ها باز هم مربوط به مرحله اجرا می‌شود، زیرا مصالحی که تولید می‌شوند، باید از استانداردهای خاصی عبور کنند. ساخت‌وساز زیرساخت‌ها امری دشوار است و می‌تواند خطرات جانی را به‌دنبال داشته باشد، در صورتی که افراد متخصص در آن راستا فعالیت کنند، جای نگرانی وجود ندارد، در نتیجه نه‌تنها کیفیت بالا می‌رود، بلکه هزینه‌ها هم تا حد زیادی کاهش پیدا می‌کند.

رهبر در خاتمه اضافه کرد: به‌طورکلی عمر یک ساختمان باید بیش از ۱۰۰ سال باشد، اما شاید این سوال پیش بیاید که چرا عمر ساختمان‌ها در حال کاهش است و چرا به ساختمان‌های بالای ۲۰ سال لقب فرسوده می‌دهند که این موضوع هم بی‌دلیل نیست. زمانی که زمین ارزشش بالا می‌رود، فروش آن برای سرمایه‌گذار نفع دارد، در صورتی که ساختمان‌های فرسوده آجری در برخی نقاط وجود دارد که با مصالح نامرغوب و به‌صورت غیرکارشناسی‌شده ساخته می‌شود که پس از ۱۰ و ۲۰ سال نیاز به بازسازی دارد یا ارزش زمین به‌قدری بالا رفته که تنها برای زمین آن قیمت‌گذاری می‌کنند که برای سرمایه‌گذار هم مقرون به صرفه است.

سخن پایانی

یکی از مواردی که بخش مسکن سال‌ها است، تلاش دارد آن را به نقطه مطلوب برساند، بالا بردن کیفیت ساخت‌وساز است. افزایش نرخ مصالح ساختمانی دلیلی بر کاهش کیفیت ساخت‌وساز است. افزایش نرخ مصالح ساختمانی باعث شده تا میزان استفاده از مصالح غیراستاندارد در صنعت ساختمان‌سازی افزایش یابد و ساخت‌وساز مسکن برای قشر متوسط به تهدید بدل شود، اما بیشتر دولتی‌ها و حتی کارشناسان و فعالان بازار مسکن بر این باور هستند که تولید انبوه هر کالایی به‌ویژه مسکن همراه با کاهش هزینه‌ها و ارتقای کیفیت ساخت‌وساز خواهد بود. همچنین یکی از معضلات کنونی کشور، ورود اشخاص فاقد صلاحیت در چرخه تولید مسکن و ساختمان است که بیشترین خسارت‌های مادی و معنوی را به جامعه تحمیل می‌کند. بیشتر ساخت‌وسازهای بی‌کیفیت، کلاهبرداری‌ها، رعایت نکردن مقررات ملی ساختمان، سودجویی‌ها، پرداخت رشوه برای پنهان داشتن ایرادها و ... از سوی این گروه فاقد هویت و صلاحیت، انجام می‌گیرد، بنابراین ضروری است برای جلوگیری از افت کیفیت ساخت‌وساز از ورود افراد فاقدصلاحیت و تنها به‌صرف داشتن سرمایه به بخش مسکن و ساخت‌وساز جلوگیری شود.

رفع تعرض فوری هزار و ۴۳۸ هکتار از زمین‌های دولتی

در پانزدهمین جلسه شورای‌عالی شهرسازی و معماری، مدیرعامل سازمان ملی زمین و مسکن، از رفع فوری ۲هزار و ۱۶۲ مورد تعرض به اراضی دولتی معادل هزار و ۴۳۸ هکتار زمین در ۷ ماه نخست امسال، توسط این یگان در سراسر کشور خبر داد.

به‌گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، علیرضا فخاری اظهار کرد: از مجموع ۲ هزار و ۱۶۴ مورد تعرض انجام‌گرفته به اراضی دولتی در ۷ ماه نخست امسال، ۲ هزار و ۱۶۲ مورد آن معادل هزار و ۴۳۸ هکتار زمین رفع تعرض فوری شده و ۲ پرونده باقی مانده که برای رسیدگی به مراجع قضایی ارسال شده است.

معاون وزیر راه و شهرسازی افزود: درباره اجرای احکام قطعی نیز در این ۷ ماه، ۳۲۰ مورد اجرای احکام به مساحت ۴۳۹ هکتار به ارزش تقریبی ۶ هزار و ۸۵۸ میلیارد تومان در کل کشور انجام گرفته است. فخاری بااشاره به راه‌اندازی سامانه تلفنی ۱۶۵۶ برای دریافت گزارش‌های مردمی درباره تعرض به اراضی دولتی در بهمن ۹۸ اضافه کرد: این سامانه نقش چشمگیری در کاهش زمین‌خواری و تعرض به زمین‌های دولتی در کشور داشته است. به‌گزارش سازمان ملی زمین و مسکن، وی همچنین بیشترین میزان رفع تعرض به اراضی دولتی را از لحاظ تعداد، متعلق به ایرانشهر و از نظر مساحت مربوط به استان خراسان‌رضوی برشمرد و بیشترین میزان اجرای احکام از نظر تعداد را استان کردستان و از نظر مساحت، استان خوزستان دانست.

در بررسی عوامل موثر بر کیفیت تولیدات معدنی نمایان شد

سنگ فرسودگی پیش‌پای معدن

گروه معدن
editor@smtnews.ir

فرسودگی تجهیزات و نداشتن فناوری‌های نو یکی از مهم‌ترین عواملی است که به‌گفته فعالان معدنی مانع از توسعه این صنعت می‌شود. امروز بسیاری از صنایع کشور با مشکل قدیمی بودن ماشین‌آلات و خطوط تولید مواجهند و به‌دلیلی مشکلاتی از قبیل کمبود نقدینگی و تحریم توان نوسازی و بروزرسانی تجهیزات تولید را از دست داده‌اند. به‌گفته فعالان صنایع معدنی، این مسئله توان تولید انبوه، ارزان‌نرخ و باکیفیت را از تولیدکننده گرفته و به‌تبع آن، تولیدکننده نمی‌تواند به بازارهای جهانی نفوذ کند. صمت در این گزارش به بررسی عوامل موثر بر ارتقای کیفیت تولیدات معدنی پرداخته است.



عکس: آیدا فریدی

کاهش سودآوری در حوزه معدن

عمده ماشین‌آلات و تجهیزات موجود در معادن به‌ویژه معادن کوچک‌مقیاس و متوسط و از سوی دیگر بالا رفتن نرخ ارز سبب شده تا ایجاد ارزش‌افزوده و سودآوری در حوزه معادن با کاهش روبه‌رو شود و تولید مواد معدنی نیز به‌تبع آن کاهش یابد. کاهش تولید مواد معدنی از یک‌سو و نیاز واحدهای مصرف‌کننده یا همان صنایع معدنی از طرف دیگر موجب شده تا کل زنجیره ارزش در حوزه معدن و صنایع معدنی با چالش جدی روبه‌رو شود.

ازاین‌رو است که می‌بینیم برخی واحدهای تولیدی مجبور به واردات مواد اولیه شده‌اند که این امر نیز همچون خرید ماشین‌آلات که با مشکل افزایش نرخ ارز مواجه بود؛ رفته‌رفته سخت‌تر شده و در نتیجه این خط تولیدی واحدها است که کم‌کم رو به خاموشی می‌رود. به‌گفته بسیاری از فعالان معدن و صنایع معدنی، عدم‌ساخت تجهیزات و ماشین‌آلات با کیفیت و نرخ مناسب برای معادن در کنار تحریم‌ها که امکان ورود ماشین‌آلات را سخت کرده، همگی از چالش‌های مهم برای صنعت معدنکاری و در ادامه مسیر، مشکلی بزرگ برای تامین مواد اولیه واحدهای صنعتی است. این موضوع در حالی مطرح می‌شود که اگر امکان حضور سرمایه‌گذار خارجی در ایران و معادن کشورمان وجود داشت، می‌توانستیم به پشتوانه ورود خارجی‌ها به معادن و آوردن تجهیزات و فناوری‌های روز به کشورمان، هم معادن را بیش از پیش توسعه دهیم و هم اینکه تکنولوژی روز به حوزه معدن کشور وارد شود.

تاثیر مستقیم ماشین‌آلات قدیمی بر کیفیت کالاها



سید عبدالوهاب سهل‌آبادی، عضو خانه صنعت و معدن ایران با بیان اینکه موانع زیادی بر سر راه تولید وجود دارد، اظهار کرد: در بخش ماشین‌آلات مربوط به صنایع معدنی و معادن، ظرفیت کشور زیر صفر است؛ این بخش در کشور با ماشین‌آلات فرسوده کار می‌کند و وضعیت فرسودگی و گرانی به‌شکلی است که نمی‌توان تجهیزات را اورهال نیز کرد؛ از همین‌رو بیشتر معادن ما دچار مشکل هستند.

سهل‌آبادی در گفت‌وگو با مهر افزود: در بخش صنعت نیز مشکلات عمده‌ای در حوزه ماشین‌آلات داریم، زیرا هم نرخ ماشین‌آلات بالا رفته و هم به‌دلیل تحریم‌ها، تولیدکننده توان خرید ماشین‌آلات جدید و به‌روز را از دست داده است. این در حالی است که دستگاه‌های صنعتی به‌طورمعمول یک عمر مفید دارند و پس از طی شدن این دوره، باید نوسازی یا بروزرسانی انجام گیرد. عضو خانه صنعت و معدن ایران ضمن بیان این مطلب گفت: نکته قابل‌توجه آن است که بسیاری از صنایع همچون نساجی به تجهیزات و ماشین‌آلات باکیفیت وابسته هستند و کیفیت برخی کالاها کامل به کیفیت دستگاه‌ها و تجهیزات بستگی دارد. بنابراین، وقتی تجهیزات قدیمی باشند، به‌همان نسبت نیز، کالای با کیفیت پایین‌تری تولید می‌شود. این در حالی است که تجهیزات قدیمی علاوه بر اینکه کیفیت کالاها را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند، مصرف انرژی را نیز بالا می‌برند. بنابراین، نوسازی تجهیزات برای کاهش مصرف انرژی و هزینه‌های مازاد الزامی به‌نظر می‌رسد.

▣ تولیدکننده، توان نفوذ به بازارهای خارجی را ندارد

وی با بیان اینکه تجهیزات قدیمی باید از چرخه تولید خارج شوند، گفت: نخستین چیزی که تولید نیاز دارد، آرامش است؛ آرامش یعنی اینکه تولیدکننده بداند مواد اولیه را چند می‌خرد، چگونه می‌تواند ارز موردنیاز را تهیه کند و به این ترتیب، بازار هدف را چگونه پیش ببرد. با این حال، تولیدکنندگان ما برای تامین ابتدایی‌ترین نیاز خود، یعنی نوسازی ماشین‌آلات با مشکل مواجهند. سهل‌آبادی تاکید کرد: وقتی تولیدکننده نمی‌تواند تعهدات خود را به‌درستی انجام دهد. بنابراین، در بخش صادرات نیز با مشکل مواجه می‌شود، زیرا خریدار خارجی نمی‌تواند درباره زمان دریافت محصول و کیفیت کالا اطمینان لازم را داشته باشد. وی اظهار کرد: نکته مهم آن است که دولت باید به‌دنبال تقویت روابط بین‌المللی باشد، زیرا وقتی نمی‌توانیم پول بفرستیم و خرید بین‌المللی سخت است، از دست یک تولیدکننده هم کاری برنمی‌آید.

توسعه بدون تجهیزات غیرممکن است



نایب‌رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران معتقد است: در حالی که ۷۰ درصد هزینه‌های عملیات معدنکاری مرتبط با بخش ماشین‌آلات است، معدنکاران ایرانی برای تامین ماشین‌آلات خود با مشکلات فراوانی مواجهند.

سجاد غرقی ضمن بیان این مطلب افزود: انواع کامیون و دامپتراک، بیل‌های مکانیکی و شاول، لودر، بولدوزر، دستگاه‌های حفاری پودری و مغزه‌گیری، بخشی از ماشین‌آلات عملیاتی معدنی هستند که عمده عملیات استخراج بدون این دستگاه‌ها متصور نیست.

نایب‌رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران در گفت‌وگو با دنیای معدن گفت: براساس استعلام انجام‌شده از شرکت‌های معدنی داخلی، حدود ۴۹ درصد هزینه‌های عملیات معدنکاری مربوط به بخش حمل، ۱۶ درصد بخش بارگیری و ۶ درصد بخش حفاری است و در مجموع ۷۱ درصد هزینه‌های عملیات معدنکاری مربوط به ۳ بخشی است که به‌طور مستقیم با ماشین‌آلات سنگین معدنی انجام می‌گیرد.

وی با بیان اینکه بدون تامین، تجهیز و جایگزینی ماشین‌آلات، تولید معادن با مشکل مواجه و توسعه غیرممکن می‌شود، گفت: به‌دلیل محدودیت در واردات ماشین‌آلات و تولید ناچیز در داخل، تقاضای بسیار زیادی برای ماشین‌آلات معدنی در کشور انباشته شده است. از سوی دیگر، عملیات معدنکاری در کشور نیز باوجود کمبود شدید ماشین‌آلات، با چالش‌های زیادی در حال انجام است.

نایب‌رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: براساس اطلاعات منتشرشده از سوی خانه معدن، تنها معادن کوچک‌مقیاس سنگ ساختمانی، شن، ماسه، سرب و روی به بیش از ۱۱ هزار دستگاه از انواع ماشین‌آلات معدنی نیاز دارند. این در حالی است که آمار ماشین‌آلات موردنیاز، بیش از نیمی از معادن کشور از جمله معادن سنگ‌آهن، مس، زغال‌سنگ و معادن بزرگ‌مقیاس در دسترس نیست.

غرقی تاکید کرد: حمایت از تولید داخلی ماشین‌آلات، موردحمایت همه معدنکاران کشور است، اما نباید با این استدلال، واردات برای تجهیز معادن متوقف شود

رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران درباره وضعیت تامین ماشین‌آلات در بخش معادن گفت: در حال حاضر ۱۸هزار دستگاه در معادن ما بالای ۲۰ سال عمر دارند که باید نوسازی شوند.

وی تاکید کرد: در عمل صنعت معدنکاری کشور در حال زمینگیر شدن و افت تولید است که بخش عمده‌ای از آن به‌دلیل نبود ماشین‌آلات است. نکته مهم آنکه، علاوه بر خود معادن، زنجیره‌های بعدی که مصرف‌کنندگان مواد معدنی هستند، دچار مشکل خواهند شد.

> مستهلک بودن ماشین‌آلات معدنی امروزه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات فعالان و بهره‌برداران معدنی است

لزوم توجه به توانایی مالی و فنی معدنکاران

دانشیار گروه زمین‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان گفت: متاسفانه واردات ماشین‌آلات و تجهیزات معدنی به‌دلیل قوانین موجود، مشکلات بسیاری از جمله افزایش نرخ تجهیزات دارد که این موضوع، منجر به غیراقتصادی شدن عملیات استخراج می‌شود.

علی‌خان نصراصفهانی در گفت‌وگو با ایمنا، با بیان اینکه استخراج معادن در حال حاضر غیراقتصادی خواهد بود، اظهار کرد: هزینه‌های تامین و نگهداری برخی تجهیزات و ابزارآلات استخراجی و ماشین‌آلات بسیار بالا و ساعت فعالیت آنها نیز کمتر از حد استاندارد است.

وی افزود: نگهداری از تجهیزات، نیازمند هزینه‌های زیادی است؛ بیشتر قطعات نیز در بازار وجود ندارد، به‌همین دلیل گروهی از افراد برای تامین این محصولات از خارج کشور اقدام می‌کنند تا قطعات جدید را به دستگاه‌های بسیار قدیمی متصل کنند.

دانشیار گروه زمین‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان ادامه داد: هنگامی که قطعات نامناسب به تجهیزات صنعتی قدیمی متصل می‌شود، به‌طورقطع نمی‌توانیم به اندازه دستگاه‌های مدرن از آن استفاده کنیم و از این نظر در زمینه تجهیزات استخراج با فاجعه روبه‌رو هستیم.

وی بااشاره به تامین ماشین‌آلات دست دوم، گفت: در صنعت معدن نیز مانند بسیاری از فعالیت‌ها برای تامین ماشین‌آلات به‌دلیل تحریم‌ها مشکلاتی ایجاد شد؛ زمانی‌که تنها یک شرکت خاص برای تامین تجهیزات اقدام کرد، به‌دلیل رقابتی نبودن، کیفیت و نرخ نیز مدنظر قرار نگرفت.

نصراصفهانی تاکید کرد: هنگامی که شرایط این‌چنینی ایجاد می‌شود، معدنکاران مجبور هستند براساس تولیدات شرکت فعالیت کنند که معمولا این تولیدات به‌اندازه نیاز این جامعه نیست و منجر به ایجاد فساد و دست‌های پشت‌پرده می‌شود.

وی افزود: برای جلوگیری از این مشکلات، تصمیم بر این شد که ماشین‌آلات و تجهیزات از خارج کشور وارد شود، اما متاسفانه با این کار به‌دلیل قوانین سختگیرانه، مشکلات بسیاری از جمله افزایش نرخ تجهیزات وجود دارد که منجر به غیراقتصادی شدن عملیات استخراج می‌شود.

دانشیار گروه زمین‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان ادامه داد: متاسفانه مشکل بزرگی که در ایران شاهد آن هستیم، فعال شدن بحث «رانت» برای کالاهای دونرخی است.

وی تصریح کرد: بسیاری از تجهیزات وارد کشور می‌شود و پس از گذشت مسیری به‌دست معدنکاران می‌رسد، اما قوانین به‌نحوی است که معدنکاران نمی‌توانند محصولات را به نرخ واقعی خریداری کنند.

نصراصفهانی تاکید کرد: این مسئله باعث می‌شود توانایی مالی و فنی معدنکاران کاهش یابد و مشکلات آنها در زمینه استخراج، مرتفع نشود.

فرسودگی تجهیزات، تولید ضایعات را بالا می‌برد



احمد باقری، کارشناس صنعت نیز درباره وضعیت ماشین‌آلات صنعتی در کشور به مهر، گفت: یکی از اصلی‌ترین عوامل تولید محصول باکیفیت، تجهیزات و ماشین‌آلات نو و با فناوری بالا است، با این حال، این بخش در کشور ما با فرسودگی زیادی مواجه است و بیشتر ماشین‌آلات از سن مفید خود گذشته‌اند.

وی تصریح کرد: بنابراین زمانی که خطوط تولید قدیمی هستند و از فناوری روز دنیا عقب مانده‌اند، چگونه می‌توان انتظار تولید محصول باکیفیت و قابل‌رقابت با سایر کشورها را داشت؛ در حالی که برای حفظ بازار، تولیدکننده باید کالا را باکیفیت تولید و سرموعد تحویل بازار دهد.

این کارشناس صنعت اضافه کرد: علاوه بر تولید محصولات با کیفیت پایین، در برخی صنایع محصولاتی تولید می‌شود که ضایعات زیادی دارند، اما با این حال نرخ تمام‌شده بالا است. عدم‌همخوانی کیفی و نرخ باعث می‌شود که خریداران به‌سمت خرید محصولات خارجی سوق یابند و بازار صادراتی نیز از دست برود.

وی با بیان اینکه بروزرسانی ماشین‌آلات خط تولید در کاهش هزینه تمام‌شده کالا تاثیرگذار است، اظهار کرد: اگر دولت برای نوسازی و بروزرسانی ماشین‌آلات و تجهیزات خط تولید فرسوده واحدهای صنعتی تدبیری نیندیشد، روز به روز به فرسودگی فرآیندهای بخش تولید اضافه و همین امر موجب از بین رفتن بیش از پیش بازارهای داخلی و خارجی می‌شود.

سخن پایانی

ذخایر غنی معدنی با تنوع گسترده، می‌تواند عامل رقابت‌پذیری اقتصادی کشورها در جهان محسوب شود. باوجود اینکه کشورمان در بین ۱۵ کشور مطرح معدنی دنیا جای دارد، اما بخش معدن و صنایع معدنی تنها حدود ۶ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص داده است. این سهم ناچیز معدن در GDP کشور، نشان‌دهنده ضعف در نگاه توسعه‌ای به معادن کشور به‌واسطه سرمایه‌گذاری نکردن کافی و به‌موقع در تمام حلقه‌های زنجیره در این حوزه است.

بسیاری از کارشناسان معتقدند باتوجه به اینکه یکی از اهداف دولت در حوزه اقتصاد، توسعه صادرات غیرنفتی و بهبود فرآیند ارزآوری به کشور است، بنابراین باید با اولویت ویژه‌ای نسبت به نوسازی و بروزرسانی تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی و معدنی اقدام کند، زیرا همان‌گونه که عنوان شد، خطوط تولید فرسوده نه‌تنها موجب تولید کالای بی‌کیفیت و با نرخ بالا می‌شود، بلکه توان نفوذ تولیدکننده به بازارهای صادراتی را هم از بین می‌برد.

زیر ذره‌بین

نقش کیفیت در تولیدات صنعتی

با افزایش جمعیت انسان‌ها و رشد علوم و تکنولوژی، مفهومی عظیم، گسترده، تاثیرگذار و روبه‌رشد به نام صنعت زاده شد. تبلور این زایش، انقلاب صنعتی است. تعریف مختلفی از صنعت، ارائه شده، اما به‌طور کلی می‌توان چنین گفت اگر تمام فعالیت‌های اقتصادی را که با تولید کالا و خدمات با استفاده از ماشین‌آلات و تجهیزات ساخته دست بشر سر و کار دارند، به‌عنوان یک کل تصور کنیم، هر صنعت، زیرمجموعه‌ای از این کل است که تعداد زیادی از فعالیت‌های مشابه را شامل می‌شود. با این مقدمه، به اهمیت صنعت و نقش محصولاتی که در بخش صنعت تولید می‌شوند، بیش از پیش پی می‌بریم. تاثیر کیفیت بر تولیدات صنعتی را بدین شرح می‌توان خلاصه کرد:

۱) کیفیت هزینه‌ها را کاهش و بهره‌وری را افزایش می‌دهد:

هنگامی که در هر مرحله از تولید صنعتی، استانداردهای تعریف‌شده رعایت شود، میزان مرجوعی هر مرحله تا حد زیادی کاهش می‌یابد، بنابراین درصد انجام عملیات تولید مجدد یا عملیات اوراق تقلیل می‌یابد که این امر در ادامه موجب کاهش هزینه و هدررفت سرمایه و وقت می‌شود. این مسئله برای محصولات صنعتی که طی چند مرحله تولید می‌شوند، اهمیت بیشتری می‌یابد، چرا که مراحل تولید همچون حلقه‌های زنجیر به یکدیگر متصل هستند. به‌عبارتی خروجی یک واحد، ورودی واحد دیگری است و هرگونه قصور و عدم رعایت کیفیت، هزینه‌ها را چند برابر هزینه‌های صنایع تک‌واحدی، افزایش خواهد داد.

۲) کیفیت، سهم بازار را افزایش می‌دهد: از آنجایی که وجود نقص و عیب در محصول خریداری‌شده، هزینه‌های مادی و معنوی برای مشتری به بار می‌آورد. بدیهی است از میان محصولات موجود در بازار، رغبت مشتری به‌سمت کالای باکیفیت‌تر است. این موضوع، برای محصولات صنعتی، نقش موثرتری پیدا می‌کند، چرا که بیشتر مشتریان محصولات صنعتی، صاحبان سایر صنایع هستند و وجود عیب یا نقیصه در محصول خریداری‌شده که در حکم مواد اولیه مصرفی و یا قطعات تجهیزات موردکاربرد است، هزینه‌های مادی و معنوی به‌مراتب سنگین‌تری به‌بار می‌آورد. بنابراین، برای پیروز شدن در بازار رقابت محصولات مشابه و تخصیص سهم بیشتری از بازار، تامین کیفیت محصولات تولیدی، امری ضروری است.

۳) کیفیت زمینه صادرات را فراهم می‌آورد: از آنجایی که سیاست‌های دولتمردان همواره بر نوسانات بازار و ارزش پول یک کشور تاثیر می‌گذارد، از این‌رو بسیاری از صاحبان صنایع هم به‌منظور توسعه بازارهای خود و به‌دنبال آن افزایش درآمد و هم با هدف دستیابی به یک بازار پشتیبان، به صادرات به‌عنوان هدفی مهم می‌نگرند و سعی در صادر کردن محصول خویش دارند. از آن‌سو، کشورهای مقصد به‌منظور جلوگیری از هدررفت سرمایه‌های ارزی، اجتناب از تحمیل هزینه، حفظ مناسبات اجتماعی و پا برجا نگه داشتن صنایع و اقتصاد خود، برای واردات کالا به‌ویژه محصولات صنعتی، قوانین و استانداردهای خاصی را مطرح می‌کنند و واردات کالا را منوط به اخذ گواهینامه‌ها و مجوزهای لازم می‌دانند. وقتی محصولی باکیفیت باشد، این الزام کشورهای مقصد را برآورده کرده و راه خود را به بازارهای آنان باز می‌کند.

۴) کیفیت شهرت و اعتبار شرکت را بالا می‌برد: همان‌طور که گفته‌اند، کیفیت، بزرگ‌ترین تبلیغ است. اذعان به باکیفیت بودن یک محصول توسط مشتری، شهرت و اعتباری به‌بار می‌آورد که از عهده بیلبوردها، تیزرها و آگهی‌ها خارج است. بیشتر اوقات، همین شهرت و اعتبار انگیزه‌ای می‌شود برای استمرار تولید کالاهای باکیفیت و تخطی نکردن از خط و مشی‌های تعیین‌شده.

۵) اعتبار یک محصول صنعتی، اعتبار سایر صنایع را به‌همراه دارد: همان‌گونه که گفتیم، بیشتر مشتریان محصولات صنعتی، سایر صنایع هستند و در واقع یک محصول صنعتی، حکم مواد اولیه یک صنعت دیگر را دارد. به‌همین جهت، استفاده از مواد اولیه باکیفیت موجب ارتقای کیفیت محصول نهایی و افزایش اعتبار صنعت دوم می‌شود. برای مثال، وقتی که یک برند خودروسازی از قطعات باکیفیت که توسط تولیدکنندگان معتبر تولید شده، استفاده می‌کند، ضمن اینکه از هدررفت سرمایه خود جلوگیری کرده و بر اعتبار محصول نهایی خود افزوده است.

۶) مشتری تمایل دارد بهای کالا را بپردازد: وقتی انتخاب بین کیفیت و قیمت پیش می‌آید، مشتری کیفیت را به‌عنوان یک عامل مهم‌تر انتخاب خواهد کرد. در گزارش سالانه تحقیقات بهره‌وری که توسط موسسه بهره‌وری ملی سنگاپور (N.P.B) منتشر شد، ۶۶ درصد افراد عنوان کرده بودند که کیفیت بهتر کالا و خدمات، از نرخ آنها مهم‌تر است، در حالی که فقط ۴ درصد ادعا کرده بودند که نرخ از کیفیت کالاها و خدمات، مهم‌تر است.

۷) تامین کیفیت، رضایت‌خاطر و آرامش درونی تولیدکننده را به‌همراه دارد: از نظر اخلاقی، تامین کیفیت محصولات موجب رضایت‌خاطر و آرامش درونی تولیدکننده می‌شود.

این موضوع در حیطه صنعت، شکل جدی‌تری به خود می‌گیرد، چرا که تولیدات صنعتی از حساسیت بالایی برخوردار هستند. وقتی کیفیت یک شیر فشارشکن احتمال انفجار یک واحد پتروشیمی و بروز فاجعه زیست‌محیطی را کاهش می‌دهد، به‌طورقطع تولیدکننده از کار خود رضایت و آرامش خواهد داشت.

یادداشت



تولید فولاد کیفی از سیاست تا تولید

نادر سلیمانی
کارشناس صنعت فولاد

صنعت فولاد در دنیا در طول سال‌های گذشته در مسیر تولید محصولات پیشرفته با کیفیت و ویژگی‌های متمایز، توسعه یافته است. با این وجود، روند توسعه فولادسازی در ایران کمی متفاوت بوده است. بر همین اساس نیز در حال حاضر شاهدیم که بخش عمده‌ای از روند تولید و صادرات در صنعت فولاد ما به شمش و محصولات ساختمانی تعلق دارد. در همین حال، فروش خارجی محصولات فولادی با گریدهای خاص در کشور ما آن‌طور که باید و انتظار می‌رود موردتوجه قرار ندارد.

بی‌توجهی فولادسازان کشور و سرمایه‌گذاران فعال در این زنجیره به توسعه تولید محصولات ویژه و کیفی به‌ویژه در فرآیند توسعه صنعت فولادسازی کشور، با انتقادات گسترده‌ای روبه‌رو است. این بی‌توجهی در چشم‌انداز توسعه فولاد کشور در سال ۱۴۰۴ نیز به چشم می‌خورد. در حال حاضر، واحدهای معدودی در کشور به تولید فولادهای ویژه مشغول هستند؛ همین واحدها نیز در توسعه موفق نبوده‌اند. البته چالش‌هایی در مسیر توسعه این واحدها وجود دارد؛ نخست آنکه این واحدها در بازاریابی محصولات خود آنقدرها هم موفق نبوده‌اند و بدون بازاریابی هم توسعه ممکن نمی‌شود.

احداث و تولید فولادهای پیشرفته به سرمایه قابل‌توجهی نیاز دارد. تامین چنین سرمایه‌ای طی سال‌های گذشته، با توجه به تحریم‌های بین‌المللی و محدودیت‌هایی که در مسیر ارتباطات پولی و بانکی برای صنعتگران وجود داشته، ممکن نبوده است.

البته کیفیت شمش و محصولات فولادی یادشده قابل‌قبول است و قابلیت رقابت در بازارهای جهانی را دارند. این محصولات براساس استانداردهای بین‌المللی تولید می‌شوند و درنتیجه در بازارهای هدف صادراتی از مقبولیت برخوردار هستند.

در ادامه اعمال محدودیت در تعاملات تجاری و مالی ایران با سایر کشورها نیز مانعی دیگر در مسیر توسعه فولادسازی ایران است. در چنین شرایطی، روند ورود فناوری‌های نوین به کشور با دشواری همراه است و در چنین فضایی، امکان توسعه تولید محصولات ویژه با کیفیت متمایز برای صنایع فولادی ما سخت خواهد بود.

گفتنی است در سال‌های اخیر با وجود دشوار و هزینه‌بر شدن صادرات و فروش بین‌المللی محصولات فولادی ایران، همچنان برخی کشورها همچون چین، اقدام به خرید شمش فولادی از سایر کشورهای آسیایی و ایران می‌کنند، اما تولید خود را روی محصولات خاص با ارزش‌افزوده بالا متمرکز کرده‌اند؛ یعنی مزیت نسبی صنعت فولاد این کشور بر تولید محصولات با گرید خاص و فولادهای آلیاژی است و شمش و محصولات ساختمانی فولادی موردنیاز خود را وارد می‌کند.

یا مواردی شاهدیم برخی کشورها محصولات فولادی خود را صادر می‌کنند، اما برای مصرف داخلی‌شان از محصولات فولادی ایرانی استفاده می‌کنند، چراکه فولاد ایران در رده ارزان‌ترین فولادهای دنیا قرار دارد و تولیدکنندگان ناچارند به‌دلیل شرایط تحریم‌ها، محصول خود را زیر قیمت جهانی بفروشند؛ در نتیجه برای این کشورها به‌صرفه است که تولیدات خود را صادر و برای مصرف داخلی از فولادهای وارداتی ایران استفاده کنند. از مجموع موارد یادشده می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که تحت‌تاثیر چنین شرایطی، فولادسازان ایرانی به تولید محصولاتی با گریدهای متوسط محدود شده‌اند.

برخی کشورهای همسایه در سال‌های گذشته اقدام به احداث واحدهای نورد کرده‌اند، اما شمش موردنیاز خود را از ایران تامین می‌کنند؛ یعنی ما به تامین‌کننده مواد اولیه این کشورها بدل شده‌ایم. این کشورهای همسایه، محصول نهایی را به‌راحتی به سایر نقاط دنیا ارسال می‌کنند، چراکه با انواع چالش‌های ناشی از تحریم‌ها همچون دشواری در انتقال پول روبه‌رو نیستند.

حرکت به سمت تولید چنین محصولاتی از سیاست‌گذاری آغاز می‌شود؛ یعنی در چشم‌اندازی که تولید ۵۵ میلیون تن فولاد تعریف شده، باید بخشی از آن به تولید فولادهای با کیفیت ویژه اختصاص یابد و در همین حال، سرمایه‌گذاران به تولید این محصولات پیشرفته تشویق شوند، اما در حال‌حاضر رغبت عمومی به تولید محصولات معمولی است.

در گفت‌وگو با فعالان صنایع معدنی مطرح شد

تولید با کیفیت، پیش‌شرط توسعه

مرضیه احقاقی
editor@smtnews.ir

ایران از ظرفیت‌های ویژه‌ای در بخش معدن برخوردار است. تکیه بر این ظرفیت‌های معدنی و تولید در حوزه‌های گوناگون معدن و صنایع وابسته به آن می‌تواند سهمی بسزا در توسعه صنعتی کشور و همچنین ارتقای تولید ناخالص داخلی ایفا کند. در همین حال با تکیه بر این ظرفیت‌ها می‌توان صادرات را تسهیل و تسریع و هدف کاهش وابستگی اقتصاد ایران به نفت را محقق کرد. تولید در حوزه‌های یادشده منطبق با استانداردهای روز جهان است. محصولات تولیدشده در این بخش عموما کیفیت بالایی دارند و بر همین اساس نیز از فروش خوبی در بازار جهانی برخوردار هستند. بر همین اساس در طول سال‌های گذشته سهم صادرات محصولات صنایع معدنی ایران در بازار جهانی رو به رشد بوده است. روند رو به رشد صادرات در شرایطی ثبت شده که ایران تحریم بوده و بسیاری از مشتریان به محدودیت در تعاملات بین‌المللی از خرید تولیدات ایرانی سر باز می‌زنند. با این وجود، کیفیت و همزمان قیمت محصولات معدنی ایرانی به‌قدری بالاست که بسیاری از خریداران، با وجود تحریم با طرف‌های ایرانی همکاری می‌کنند. البته در مواردی شاهد بی‌توجهی برخی صنایع به کیفیت محصولات هستیم. این بی‌توجهی حتی اگر محدود هم باشد، به برند ایرانی در بازار جهانی آسیب‌های غیرقابل جبرانی را تحمیل می‌کند و اصلاح آن ضروری به‌نظر می‌رسد. در ادامه انتظار می‌رود تولید در حوزه‌های موردبحث به سمت محصولات ویژه که عموما کیفیت متمایزی دارند، پیش برود. این‌گونه اقدامات و تولید محصولات کیفی با گریدهای خاص علاوه بر آنکه ارزش‌افزوده بیشتری ایجاد می‌کنند، رمز دیگری برای حضور ماندگار در بازار جهانی است.



عکس: صمت

تولید محصولات کیفی با گریدهای خاص علاوه بر آنکه ارزش‌افزوده بیشتری ایجاد می‌کند، رمز دیگری برای حضور ماندگار در بازار جهانی است

تجهیزات قدیمی، مانع حفظ کیفیت



حسن حسینقلی، کارشناس صنایع معدنی در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: وجود منابع غنی معدنی و انرژی، زمینه توسعه صنایع معدنی را در کشور ما فراهم کرده، بر همین اساس نیز در حال حاضر، ظرفیت تولید در اغلب حلقه‌های تولید محصولات صنایع معدنی به‌مراتب بالاتر از نیاز کشور برآورد می‌شود. این ظرفیت‌سازی با هدف صادرات و فروش محصولات یادشده در بازارهای جهانی انجام می‌شود.

وی افزود: کیفیت به‌عنوان مهم‌ترین عامل استراتژیک موفقیت در بازارهای جهانی مطرح است؛ در همین حال از آن به‌عنوان پارامتری برای دستیابی به استانداردهای از پیش تعیین‌شده نیز نام برده می‌شود. افزایش کیفیت تولیدات و تطبیق آنها با استانداردهای بین‌المللی را باید یکی از مهم‌ترین الزاماتی دانست که زمینه ورود و پذیرش یک محصول به بازار جهانی را فراهم می‌کند.

حسینقلی گفت: برای ارتقای شاخص‌های کیفیت در روند تولید محصولات گوناگون، فرآیندهای تولید باید به‌طور مستمر و منطبق با نیازها و انتظارات مشتریان طراحی و سپس اجرایی شود. مطابقت با مشخصات و نیازمندی‌ها، کسب رضایت مشتری، قابلیت اعتماد و دوام محصول، تحویل به موقع و بی‌نقص بودن و... همگی جزیی از ارکان کیفیت به‌شمار می‌روند.

این فعال بخش معدن گفت: توجه به شاخصه‌های کیفیت از اهمیت و اثرگذاری ویژه‌ای بر عملکرد صنایع معدنی کشور برخوردار است. این صنایع با اهداف توسعه صادرات و تجارت در سطح بین‌المللی در کشور ما احداث شده و بر همین اساس نیز توجه به ارتقای کیفیت، فروش خارجی این محصولات را تسهیل می‌کند. به بیانی دیگر، افزایش کیفیت تولیدات و تطبیق آنها با استانداردهای بین‌المللی را باید یکی از مهم‌ترین الزاماتی دانست که زمینه ورود و پذیرش یک محصول به بازار جهانی را فراهم می‌کند. از همین‌رو توجه به مباحث کیفیت در حوزه معدن و صنایع وابسته به آن اهمیت ویژه‌ای دارد. حسینقلی اظهار کرد: محصولات تولیدشده در حوزه معدن و صنایع معدنی به سبب کیفیت قابل‌قبولی که دارند حتی در شرایط تحریم نیز به بازارهای جهانی صادر می‌شوند؛ یعنی کیفیت این محصولات تاثیر بسزایی بر فروش صادراتی آنها دارد. البته نباید از ذکر این نکته غافل بود که کیفیت تنها یک پارامتر موثر بر صادرات است و چالش‌های دیگری که در این بخش وجود دارد، عملا آسیب جدی به عملکرد صنایع تحمیل می‌کند.

وی افزود: صنایع معدنی در کشور ما با چالش‌های جدی و روزمره‌ای روبه‌رو هستند که عملا روند فعالیت آنها را تحت‌تاثیر منفی قرار می‌دهد. این مشکلات روزمره عملا مانع ارتقای تولید و همچنین بهبود عملکرد صنایع می‌شود.

در چنین بستری، ارتقای کیفیت یا تولید محصولات ویژه با گریدهای خاص به‌عنوان موضوعی حاشیه‌ای مطرح است و آن‌طور که باید محقق نمی‌شود. این فعال معدنی افزود: در شرایطی که هر روز قوانین و مقررات حاکم بر فرآیند تولید تغییر می‌کند، تولیدکنندگان نمی‌توانند عملا برای آینده خود برنامه‌ریزی کنند. علاوه بر این، میزان سوددهی و بازدهی عملکرد آنها نیز عملا قابلیت پیش‌بینی نخواهد داشت. در چنین شرایطی، صنعتگران نمی‌توانند برای تولید محصولات باکیفیت بالاتر و ویژه برنامه‌ریزی کنند؛ بنابراین اصلاح این شرایط ضروری به‌نظر می‌رسد. حسینقلی در پایان با اشاره به پایین بودن کیفیت تجهیزات تولید به‌ویژه در حوزه معدن و حلقه‌های بالادستی زنجیره صنایع معدنی کشور گفت: متاسفانه در سال‌های گذشته شاهد ایجاد انواع محدودیت‌ها در مسیر ورود ماشین‌آلات و تجهیزات به خطوط تولید در صنایع معدنی کشور بوده‌ایم.

در چنین شرایطی هر روز از کیفیت تولید در این بخش کاسته می‌شود و همین موضوع نیز عملا فرآیند تولید را در صنایع تحت‌تاثیر منفی قرار می‌دهد. چنانچه این چالش برطرف شود می‌توان به اصلاح شرایط موجود و همچنین تولید محصولاتی باکیفیت بهتر امید داشت.

بازنگری در توسعه محصولات کیفی



سعید برزگر، کارشناس صنایع معدنی در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: محصولات تولیدشده در بخش معدن و صنایع معدنی کشور عموما از کیفیت قابل‌توجهی برخوردار هستند؛ یعنی توان تولید محصول باکیفیت در کشور وجود دارد، با این وجود، سرمایه‌گذاری در اغلب حلقه‌های صنعتی به تولید محصولات میانی تمرکز یافته و همزمان از توسعه تولید محصولات پیشرفته یا گریدهای خاص غفلت شده است. وی افزود: نمونه بارز این ضعف در ساختار صنعت فولاد کشور به‌خوبی قابل‌مشاهده و بررسی است. در طول سال‌های گذشته سرمایه قابل‌توجهی به تولید محصولات میانی فولاد جذب‌شده و بر همین اساس شاهدیم ظرفیت تولید در این حلقه‌ها به‌مراتب بالاتر از نیاز داخلی برآورد می‌شود، اما همزمان در تولید برخی محصولات ویژه فولادی کمبود داریم و بخشی از نیاز کشور از طریق واردات تامین می‌شود. برزگر گفت: توسعه نامتوازن یادشده از رقابت‌پذیری محصولات فولادی کشور در بازارهای جهانی می‌کاهد؛ بنابراین تجدیدنظر در سیاست‌های تولید و توسعه این بخش ضروری به‌نظر می‌رسد.

وی افزود: البته توجه به این نکته ضروری به‌نظر می‌رسد که تولید محصولات ویژه باکیفیت خاص در حوزه‌های گوناگون معدنی و صنعتی به الزاماتی از جمله جذب سرمایه بیشتر نیاز دارد. در همین حال، فرآیند تولید این محصولات عموما نیازمند ورود تکنولوژی‌های جدید و نوین است. با این وجود، سال‌ها تحریم و محدودیت در تعاملات بین‌المللی مانع ورود تکنولوژی و تولید محصولات ویژه باکیفیت متمایز است. این تحریم‌ها حتی مانع جذب سرمایه کافی به کشور نیز هستند؛ بنابراین باید این‌طور ادعا کرد که سال‌ها تحریم و محدودیت اعمال‌شده علیه ایران از سوی جوامع جهانی، چالشی جدی برای ارتقای کیفیت محصولات گوناگون کشور است.

> تولید محصولات ویژه باکیفیت خاص در حوزه‌های گوناگون معدنی و صنعتی به الزاماتی از جمله جذب سرمایه بیشتر نیاز دارد. در همین حال، تولید این محصولات عموما نیازمند ورود فناوری‌های نوین است

▣ کیفیت، پیش‌شرط ورود به بازار جهانی

برزگر در ادامه گفت: کیفیت قابل‌قبول و منطبق با استانداردهای جهانی، نخستین پیش‌شرط برای پذیرش یک محصول در بازار جهانی است. هرقدر کیفیت تولید یک محصول افزایش یابد، رقابت‌پذیری آن در بازار جهانی نیز افزایش خواهد یافت. اما بی‌توجهی به تولید محصولات مطابق باکیفیت موردانتظار در بازار جهانی، به اعتبار محصولات تولیدشده در کشورمان در بازارهای رقابت بین‌المللی لطمه وارد می‌کند. وی افزود: بی‌توجهی به تولید محصولات ویژه در ایران در شرایطی است که برخی کشورها در سال‌های اخیر روند تولید خود را بر تولید محصولات پیشرفته باکیفیت بالا و منحصربه‌فرد متمرکز کرده‌اند و درنتیجه ارزش‌افزوده بالاتری در فرآیند تولید نصیب این کشورها می‌شود.

با توجه به شرایط یادشده حرکت به سمت تولید محصولات پیشرفته و باکیفیت متمایز، راهکار اصلی برای ارتقای سودآوری و حضور ماندگار در بازار جهانی است. با این وجود، امکانات و تجهیزات توسعه چنین صنایعی به‌آسانی در اختیار صنعتگران ما قرار نمی‌گیرد.

▣ فولادهای بی‌کیفیت و ناایمنی ساختمان‌ها

برزگر در ادامه گفت: خطوط تولید در صنعت فولاد ما عموما برای تولید محصولات ساختمانی طراحی شده است. تولید محصولات باکیفیت عالی در برخی صنایع از جمله فولادسازی اهمیت بالاتری دارد، چراکه محصولات طویل فولادی در حوزه ساخت‌وساز کاربرد دارند. توجه به این نکته ضروری به‌نظر می‌رسد که ایران کشوری زلزله‌خیز است؛ بنابراین تولید محصول فولادی منطبق با استانداردهای جهانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. البته نظارت قابل‌توجهی بر تولید محصولات باکیفیت در کشور وجود دارد. برزگر افزود: با این وجود در مواردی شاهدیم برخی واحدها از استانداردهای تولید خارج و گاها محصولات فولادی با وزن کمتر از استاندارد تولید می‌شوند. از آنجا که در بازار داخلی فولاد ما، شاخه‌فروشی محصولات برای مصارف خرد جریان دارد، تقاضا برای این محصولات نیز همیشه هست، اما در شاخه‌فروشی محصولات فولادی، توجه کافی به کیفیت آنها نمی‌شود. در مواردی نیز برخی خریداران حاضرند کیفیت را فدای قیمت کنند و محصولاتی باکیفیت پایین‌تر و همچنین قیمت ارزان‌تر را خریداری کنند. این سیاست در نهایت به ضرر مصرف‌کننده نهایی است؛ درنتیجه انتظار می‌رود بر این فرآیند نظارت کافی‌تری وجود داشته باشد.

سخن پایانی

نگاه کلی به روند صادرات محصولات بخش معدن و صنایع معدنی کشور با وجود تحریم و محدودیت در تعاملات جهانی، حکایت از آن دارد که این تولیدات از کیفیت بالایی منطبق با استانداردهای جهانی برخوردار هستند. با این وجود در طول دهه‌های اخیر به تولید محصولات ویژه با گریدهای متمایز بی‌توجهی شده و بنابراین اصلاح این شرایط ضروری به‌نظر می‌رسد.

افزایش بیکاری در امریکا به سود فلزی‌هاست؟

افزایش نرخ بیکاری در امریکا و احتمال کاهش سیاست تهاجمی از سوی فدرال‌رزرو برای دسامبر، احتمال کاهش قرنطینه در چین، صعود بهای انرژی، محدودیت در عرضه معدنی مس و درخواست برخی شرکت‌های بزرگ برای تحریم آلومینیوم و نیکل روسیه از سوی بورس فلزات لندن به رشد قیمتی در بازار فلزات پایه منجر شد.

به گزارش اکوایران، هفته نخست نوامبر با ثبت بازده مثبت از سوی فلزات پایه به پایان رسید، بخش قابل‌توجهی از این رشد قیمتی در روز پایانی هفته یعنی جمعه ۴ نوامبر رقم خورد، به نحوی که در این روز در معاملات آتی کامکس، مس رشدی ۷.۴۶درصدی، روی افزایشی ۵.۶ درصدی، نیکل رشدی ۴.۵ درصدی و آلومینیوم افزایشی ۴ درصدی را به ثبت رساندند. انتشار اخباری مبنی بر کاهش محدودیت کرونایی در چین از سوی یک منبع ناشناس، عزم جدید سیاست‌گذاران چینی برای بازگرداندن اقتصاد این کشور به مسیر رشد، جهش یک‌باره در بازار نفت و تضعیف شاخص دلار امریکا از مهم‌ترین دلایل سبزپوشی بازارهای کالایی در هفته نخست ماه نوامبر بود.

انتشار داده‌های اشتغال و نرخ بیکاری امریکا در روز جمعه ۴ نوامبر، دیگر موضوع اثرگذار بر بازارهای کالایی بود؛ ۲۶۱ هزار شغل جدید در این ماه در ایالات‌متحده ایجاد شد که این رقم بهتر از پیش‌بینی‌ها بود، اما نرخ بیکاری امریکا از ۳.۵ درصد برای ماه سپتامبر به ۳.۷ درصد برای ماه اکتبر رسید. افزایش نرخ بیکاری داده‌ای منفی برای اقتصاد امریکاست و برخی تحلیلگران انتظار دارند انتشار این داده باعث شود فدرال رزرو از میزان رشد نرخ بهره برای نوامبر بکاهد و این موضوع به سود بازارهای کامودیتی تمام شود.

فلز سرخ در روزهای نخست هفته گذشته نوسان نرخ محدود کاهشی داشت، اما این روند در روز پایانی هفته ادامه‌دار نشد به نحوی که مس در روز جمعه ۴ نوامبر رشد ۷.۵ درصدی را در معاملات آتی کامکس به ثبت رساند و به این ترتیب، پس از ۱۰ هفته این فلز در بورس نیویورک به کانال ۸ هزار دلاری صعود کرد. مس در۴ نوامبر با نرخ ۳.۷ دلار به ازای هر پوند معادل ۸ هزار و ۱۵۰ دلار به ازای هر تن در معاملات آتی کامکس موردمعامله قرار گرفت.

انتشار خبر کاهش محدودیت کرونایی در چین از سوی منبعی ناشناس، از مهم‌ترین دلایل بازگشت مثبت قیمتی در بازار فلز سرخ بود؛ البته کسری عرضه نیز از این رشد قیمتی حمایت کرد. تولید مس شیلی در سپتامبر، ۴ درصد کاهش داشت.

با این وجود، برخی تحلیلگران اقتصادی نسبت به خبر کاهش محدودیت کرونایی در چین بدبین بوده و آن را شایعه‌ای غیرموثق می‌دانند؛ کارولین بین، اقتصاددان ارشد کالا در کپیتال اکونومیکس از جمله افرادی است که به سطح پایین آخرین دوز واکسیناسیون در چین اشاره داشت و اعلام کرد بعید است این شایعه به واقعیت تبدیل شود.

آلومینیوم نیز در هفته نخست نوامبر رشدی ۶.۵ درصدی را در معاملات آتی بورس کامکس به ثبت رساند و با نرخ ۲ هزار و ۳۵۵ دلار به ازای هر تن در ۴ نوامبر به فروش رفت که بیشترین بهای فروش آن در ۳ هفته اخیر بود. جهش بهای نفت و گاز طبیعی در روز پایانی هفته با نزدیک شدن به موعد تحریم نفتی روسیه و اعمال سقف قیمتی روی آن، از رشد نرخ آلومینیوم در بازارهای جهانی حمایت کرد. از آلومینیوم به‌عنوان انرژی جامد نیز یاد می‌شود و صعود بهای انرژی با افزایش هزینه تولید از رشد بهای این فلز حمایت می‌کند. در عین حال، شرکت آلکوا در ۲ ماه اخیر طی ۳ نامه جداگانه، خواهان تحریم آلومینیوم تولیدی روسیه از سوی بورس فلزات لندن شد. روسال به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده آلومینیوم روسیه این درخواست را تلاش رقیب خود برای ایجاد جریان افزایش قیمت در بازار آلومینیوم عنوان کرد. روسال اضافه کرد با توجه به ثبت‌سفارش قوی برای محصولات این شرکت از سوی مشتریان، برنامه‌ای برای تحویل محصول خود به انبارهای بورس ندارد. به هر ترتیب، تلاش آلکوا برای تحریم آلومینیوم روسیه از سوی بورس فلزات لندن می‌تواند از رشد نرخ این فلز در بازار حمایت کند. برخی مصرف‌کنندگان آلومینیوم مخالف تحریم رسمی آلومینیوم روسیه بوده و آن را ایجاد جریان رشد قیمت در این بازار به سود سایر تولیدکنندگان شمش آلومینیوم عنوان می‌کنند.

بررسی دلایل باورپذیر نبودن کیفیت بالای محصولات دانش‌بنیان

مثل همیشه، مرغ همسایه غاز است

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

کارشناسان معتقدند تولید دانش‌بنیان، رویکردی برای توسعه تولید و تقویت برند کالاهای باکیفیت داخلی است. به‌همین‌دلیل، شرط توسعه تولید دانش‌بنیان، افزایش کیفیت و بهره‌وری در تولید است و در اصل ارتقای کیفیت از ویژگی‌های تولید دانش‌بنیان است. در واقع ، به همان میزان که محصولات دانش‌بنیان باکیفیت‌تر شوند، قدرت رقابت‌پذیری در بازار، میزان فروش و توان صادرات افزایش پیدا می‌کند. از آنجایی که یکی از عوامل تحقق تولید دانش‌بنیان، توسعه صنعت کشور و بقا و دوام بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی است؛ با این شرایط رقابت‌پذیری در بازار جهانی تضمین می‌شود. مهم‌ترین دلیلی که باعث حضور نیافتن بسیاری از شرکت‌های صنعتی کشور در بازار جهانی شده و رقابت آنها را در این بازارها غیرممکن کرده، فقدان ویژگی‌های کیفی در محصولات تولیدی‌شان بوده است. به‌گفته بسیاری از فعالان در اکوسیستم دانش‌بنیان، عدم‌باورپذیری صاحبان صنایع بزرگ از محصولات دانش‌بنیان در بازار نه‌تنها آنها را مایوس از ادامه فعالیت می‌کند، بلکه سد راه افزایش کیفیت آنها نیز می‌شود. صمت در این گزارش به چالش‌های مهم در باورپذیری کیفیت محصولات دانش‌بنیان پرداخته است.



در بسیاری از مواقع، افراد حاضر هستند هزینه برای خارجی بودن یک کالا پرداخت کنند و توجهی به کیفیت بالای کالاهای تولیدی در داخل ندارند؛ با اینکه می‌دانند کیفیت بسیاری از کالاهای خارجی کمتر است

کیفیت بالا، معرف دقیق دانش‌بنیان‌ها در بازار

برای دستیابی به تولید دانش‌بنیان نباید تنها به افزایش تولید محصول در کارخانه‌ها و سیستم‌های تولیدی متکی باشیم، زیرا در این صورت فقط رونق تولید رخ خواهد داد و ممکن است دستیابی به تولید دانش‌بنیان و باکیفیت کند شود. بنابراین، در شرایط فعلی باید به ظرفیت‌های داخلی کشور توجه بیشتری داشته باشیم و به‌طور همزمان برای ایجاد اقتصاد و تولید دانش‌بنیان برنامه‌ریزی شود تا به‌سمت ارتقای تولید داخلی و باکیفیت حرکت کنیم. اقتصاد دانش‌بنیان استفاده از دانش برای ایجاد کالاها و خدمات و یکی از الزامات اساسی در افزایش تولید دانش‌بنیان است و از آنجا که اقتصاد دانش‌بنیان برپایه تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات تشکیل شده، اصلاح فضای کسب‌وکار برای تحقق اقتصاد دانش‌بنیان اهمیت زیادی دارد. در این راستا و در بحث تولید دانش‌بنیان، باید ۲ موضوع کیفیت و نرخ همواره مدنظر تولیدکنندگان قرار گیرد. برای توسعه تولید و تقویت برند کالاهای داخلی، توجه به کیفیت کالا و نرخ مناسب بسیار حائزاهمیت است. در واقع، تولید کالاهایی باکیفیت و نرخ رقابتی، منجر به تولیدات باکیفیت، اشتغالزایی، ایجاد ارزش‌افزوده، افزایش درآمدهای کشور و تامین رضایت مصرف‌کنندگان کالاهای داخلی می‌شود. در حال حاضر شرکت‌های تولیدی و سازمان‌ها باید برای افزایش اعتبار و تقویت برند و ارتقای جایگاه اجتماعی، خود را به‌درستی به جامعه معرفی کنند و این امر جز در سایه تولید و ارائه کالای مرغوب و خدمات رضایت‌بخش میسر نمی‌شود. نکته اساسی این است که وقتی در فرهنگ یک جامعه، جایگاه، نقش و کارکرد مشتری به‌درستی تعریف و تبیین شود و خدمت به مشتری به‌عنوان یک ارزش مطرح باشد، تولیدکنندگان در جایگاه اصلی خود قرار می‌گیرند، به‌طوری که هر سازمان، خدمات باکیفیت و باارزش به مشتری ارائه و در نتیجه رضایت و وفاداری مشتری را فراهم می‌کند.

اهمیت ناچیز کیفیت برای تولیدکننده



بشری قنبری، مدیر یک شرکت دانش‌بنیان در زمینه تولید نانو مواد در گفت‌وگو با صمت درباره بی‌تفاوتی تولیدکنندگان نسبت به ارتقای کیفیت محصولات با توان دانش‌بنیان‌ها گفت: نانو مواد در اکوسیستم تولید کشور، ظرفیت بالایی برای ارتقای کیفیت محصولات صنعتی در تولید کشور ارائه می‌دهد. به‌همین دلیل استفاده از تولیدات داخلی ارزش‌افزوده بالایی را در محصولات نانویی ایجاد می‌کند.

این فعال در اکوسیستم دانش‌بنیان گفت: چالش اصلی در توسعه کاربرد نانو مواد به‌منظور تولید محصولات صنعتی با کیفیت بالا، به اقناع تولیدکنندگان بزرگ ارتباط دارد، به‌گونه‌ای که باوجود تولید نانو مواد اولیه با کیفیت داخلی، هنوز نتوانستیم نمایندگان صنایع مختلف را متقاعد به همکاری و خرید محصول خود کنیم. ناگفته نماند که شرایط تولید در کشور به‌قدری دشوار و سخت است که اضافه کردن یک مزیت به کالا در راستای افزایش کیفیت از درجه اهمیت پایینی برخوردار است. در اصل شرایط تولید در کشور به‌گونه‌ای است که تولیدکننده به فکر افزایش کیفیت نیست، چرا که بسیاری معتقدند فروش کالاها با همین کیفیت با مشکل روبهرو است، چه برسد آنکه بخواهند کیفیت خود را هم افزایش دهند و در راستای آن، افزایش قیمت هم داشته باشند، حتی تولیدکنندگانی که با هدف صادرات فعالیت می‌کنند هم، به‌سختی به افزایش کیفیت کالاهای خود اقناع می‌شوند.

▣ ارتقای کیفیت از حوصله تولیدکننده خارج است

وی افزود: چالش دیگر اعتماد نداشتن صاحبان صنایع به تولیدکنندگان داخلی است، به‌گونه‌ای که در بسیاری از مواقع، این افراد حاضر هستند هزینه برای خارجی بودن یک کالا پرداخت کنند و توجهی به کیفیت بالای کالاهای تولیدی در داخل ندارند. آنها با اینکه می‌دانند کیفیت بسیاری از کالاهای خارجی کمتر است، باز ترجیح‌شان این است که مواد اولیه ایرانی نخرند، حتی در برخی مواد، در شرایط نرخ برابر هم کالای خارجی را ترجیح می‌دهند. به‌اعتقاد من، تفکر نسبت به تولیدات داخلی به‌شدت در عرصه تولید مخدوش شده است، حتی باوجود اینکه نمونه آزمایشی هم در اختیار شرکت‌های تولیدی می‌گذاریم، اما بحث اینجا است که بیشتر تولیدکنندگان حوصله تحقیق و تولید ندارند. آنها معتقدند بازار داخلی کشش کیفیت بالا را ندارد و مشتری به کیفیت قبلی راضی است.

وی بااشاره به برخی تولیدات خود در زمینه ساخت نانو مواد اولیه ادامه داد: خوشبختانه تاکنون توانستیم مواد مختلف نانو از قبیل اکسید روی، اکسید تیتانیوم، اکسید گرافن و نانو ذرات نقره را تولید کنیم که این نانو موادها را می‌توان در کاربردهای صنعتی مورداستفاده قرار داد. برای مثال، در تولید کاشی و ماسک‌های آنتی‌باکتریال از نانو پودر اکسید روی استفاده می‌شود که کیفیت آن را بسیار بالا می‌برد. در کل، وقتی به محصولات، ویژگی آنتی‌باکتری اضافه شود، افزون بر اینکه مانع رشد باکتری می‌شود، مدت زمان ماندگاری مواد غذایی را هم افزایش می‌دهد که عمر آن مواد غذایی را برای مصرف بیشتر می‌کند.

وی درباره روند تولید نانومواد اولیه داخلی افزود: به‌طورمعمول نانو موادی را تولید می‌کنیم که مواد اولیه آن در داخل کشور موجود باشد و نیازی به تهیه از خارج نباشد؛ چرا که از یک‌سو هزینه تمام‌شده بالا می‌رود و از طرفی هم تامین آن با فرآیند دشواری همراه است، به‌همین دلیل صرفه اقتصادی ندارد.

همان‌گونه که پیش‌تر هم اشاره شد، از آنجایی که بیشتر تولیدکنندگان ترجیح می‌دهند، نانو مواد اولیه خارجی و بیشتر چینی تهیه کنند، ساخت این مواد برپایه مواد اولیه خارجی اصلا به‌صرفه نیست. برای مثال، بیشتر کارخانه‌های رنگ‌سازی و صنایع آرایشی برای تولید رنگ نیاز به نانو مواد اولیه اکسید تیتانیوم دارند؛ مواد اولیه این نانو مواد وارداتی است و چون نرخ تمام‌شده تولید بالا است، تنها در صورت دریافت سفارش از شرکت‌های تولیدی آن را می‌سازیم. گفتنی است، این ماده کاربردهای مختلف و مهمی دارد که موجب ارتقای کیفیت محصولات نانویی می‌شود؛ اما به‌دلیل ارزان بودن نمونه مشابه چینی، توان رقابت نداریم. این در حالی است که کیفیت نانو مواد اولیه چینی بسیار پایین‌تر از همان محصول در داخل است، اما با این شرایط، شرکت‌های تولیدکننده به‌دلیل نرخ ارزان‌تر ترجیح می‌دهند از چین تهیه کنند و چون تهیه همان مواد به‌دلیل دریافت مواد اولیه از خارج برای شرکت‌های داخلی گران تمام می‌شود، شرکت‌ها ترجیح می‌دهند کالایی بی‌کیفیت‌تر اما با نرخ تمام‌شده کمتری تهیه کنند.

وی درباره آن دسته از محصولات نانو مواد اولیه که نیازی به تهیه مواد اولیه از خارج ندارند، گفت: اکسید روی ماده‌ای است که مواد اولیه آن از داخل تهیه می‌شود، به‌همین دلیل فرآیند تولید آن ارزان‌تر از دیگر نانو موادهای اولیه است. در کل، به غیر از اکسیدتیتانیوم که مواد اولیه آن خارجی است، بقیه نانو موادهای تولیدی، نرخ تمام‌شده ارزان‌تری دارند، اما با این وجود، هنوز نتوانستیم نظر تولیدکنندگان را برای خرید این محصولات جلب کنیم.

شرایط تولید در کشور به‌قدری دشوار و سخت است که اضافه کردن یک مزیت در راستای افزایش کیفیت از درجه اهمیت پایینی برخوردار است

ایرانی بودن، دلیلی بر نخریدن



در ادامه، سراغ یکی دیگر از فعالان عرصه دانش‌بنیان رفتیم. محمدرضا خواجه، مدیرعامل یک شرکت دانش‌بنیان در حوزه تولید روغن‌های پیستونی و هیدرولیک هوایی بااشاره به اهمیت اعتماد بیشتر شرکت‌های هواپیمایی نسبت به تمام محصولات ایرانی و تولیدات داخلی به صمت گفت: یکی از معضلات شرکت‌های دانش‌بنیان، نبود اعتماد از سوی شرکت‌های هواپیمایی است. اگر دانش‌بنیان‌ها تمام استانداردهای جهانی را هم رعایت کنند، باز هم این بی‌اعتمادی وجود دارد.

با این حال، شرکت‌های دانش‌بنیان توانستند در این مسیر موفق عمل و تا حد قابل‌قبولی بخشی از نیازهای صنعت هوانوردی را تامین کنند. حال اگر از محصولات دانش‌بنیان هم استفاده نکنند، باز از محصولات خارجی استفاده می‌کنند.

وی افزود: متاسفانه شرکت‌ها وقتی نام ایرانی روی محصولات درج می‌شود، به‌شدت نسبت به آن موضع می‌گیرند. از دیگر چالش‌های دانش‌بنیان‌ها به‌ویژه در صنعت هوایی، اعمال سختگیری‌های اداری در روند تولید است، در حالی که چنین روندی در واردات محصولات مشابه وجود ندارد.

خواجه درباره توان بالای تولیدکننده‌های داخلی در صنایع گوناگون تاکید کرد: این بی‌اعتمادی تنها در صنعت هوانوردی نمود عینی ندارد؛ بلکه در دیگر صنایع هم، شاهد چنین وضعیتی هستیم. در حقیقت، آن اعتمادی که انتظار می‌رود مردم به تولیدات دانش‌بنیان‌ها داشته باشند وجود ندارد.

این کارشناس افزود: باوجود تحریم‌های موجود، بیشتر محصولات خارجی که وارد کشور می‌شوند، از کانال مراجع غیرقانونی است. به‌همین دلیل ضمانت ندارند؛ چرا که شرکت‌های مبنا در اصل ایران را تحریم کرده‌اند، اما از یک سوی دیگر شرکت‌هایی که خریدار این محصولات هستند؛ نسبت به محصولات ایرانی بینش خوبی ندارند و ترجیح می‌دهند همان محصولات بدون ضمانت خارجی را استفاده می‌کنند، در حالی که قطعاتی که ما در ایران تولید می‌کنیم، به‌طورکامل در رقابت با محصولات خارجی است.

▣ توانایی صادرات داریم؟

خواجه درباره معضلات صادرات محصولات باکیفیت ایرانی گفت: امروزه در کشور شرکت‌های دانش‌بنیانی وجود دارند که سیستم‌ها و قطعات بسیار ارزشمندی را تولید می‌کنند و تعداد زیادی از شرکت‌های هوانوردی هم از آن استفاده می‌کنند، اما متاسفانه توانایی صادرات این محصولات وجود ندارد.

نمی‌توانیم محصولات خود را صادر کنیم به‌اعتقاد من، بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان که در این عرصه فعالیت می‌کنند، نه‌تنها می‌توانند بخش زیادی از نیاز کشور را برطرف کنند، بلکه محصولات‌شان را هم به کشورهای اطراف صادر می‌کنند. در کل، ما امروزه توانایی صادرات قطعات هواپیما را در جهان داریم، به‌شرط اینکه تحریم‌ها برداشته شود.

سخن پایانی

تولید هر کشور نقش مهمی در رشد، رفاه، وضعیت اقتصادی و آسایش مردم ایفا می‌کند. بسیاری از کشورها با تلاش زیاد صنعت خود را به سطحی از رشد و شکوفایی رسانده‌اند که بتوانند محصولات خود را به سایر کشورها صادر کنند و درصد بالایی از اشتغال، درآمد و ارزش‌افزوده کشورشان را به آن اختصاص دهند، زیرا رشد و توسعه تولید علاوه بر ایجاد اشتغال و آسایش، سبب تولید محصولات باکیفیت‌تر و مناسب‌تر می‌شود. اگر کشوری دارای سازمان‌ها و صنایع تولیدی قدرتمندی باشد که توان حضوری موفق در بازارهای بین‌المللی را داشته باشند، قدرت اقتصادی آن کشور نیز افزایش خواهد یافت.

اما آنچه در کشور مشاهده می‌شود فضایی سنگین و تا حدی غیرقابل‌نفود در بخش‌های مختلف تولیدی است، به‌گونه‌ای که بیشتر صاحبان دانش‌بنیان را از فعالیت و تولید با کیفیت بالا سرد و مایوس می‌کند. دست آخر، شاید بد نباشد که بااشاره به ضرب‌المثل «مرغ همسایه غاز است» بگوییم هنوز ماهیت تولید دانش‌بنیان در کنار واژه کیفیت برای واحدها و صنوف تولیدی کشور جا نیفتاده و برچسب‌های ساخت خارج، دلیل قانع‌کننده‌تری برای خرید محصولات و کالاها است.

یادداشت

اگر به‌روز نباشید محکوم به نابودی هستید



پرویز ترابی
فعال حوزه دانش‌بنیان

امروزه صنایع کشور بیش از هر چیز نیازمند بروزرسانی است. به‌عبارت دیگر، به‌طورعموم محصولات فناورانه، تاریخ صرف دوسالانه یا شاید هم کمتر دارند و اگر محصولی که ۲ سال پیش تولید شده است، متناسب با نیازهای روز تغییر نکرده باشد، عمر زیادی نخواهد داشت و امروز خواهان قبلی را نخواهد داشت.

دانش‌بنیان‌ها باید روز به روز خود را با آنچه نیاز صنایع است، به‌روز کنند. به‌عبارتی، اگر هر سازمانی توانست خود را به‌روز کند، در جامعه هدف ماندگار خواهند شد. در غیر این صورت، رو به اضمحلال می‌روند. برای مثال یک زمانی کفش ملی به روسیه صادر می‌شد، اما امروز کمتر بازاری مخاطب کفش ملی است یا در مثالی دیگر، روزگاری شرکت علاءالدین زمانی بزرگ‌ترین تولیدکننده چراغ والور بود، اما از آنجا که نتوانست پابه‌پای فناوری روز پیش رود، در نهایت نتوانست جایگاه خود را در بازار حفظ کند. در واقع، یکی از فرآیندهای اعتمادسازی صاحبان صنایع بزرگ به‌روز بودن دانش‌بنیان‌ها است.

خدمات‌دهی تناسب با بازار هدف از سوی دانش‌بنیان‌ها از دیگر فرآیندهای مهم دانش‌بنیان‌ها در راستای باز شدن راه‌شان به صنایع داخلی کشور است. دانش‌بنیان‌ها باید بتوانند خدمات‌دهی مطلوبی داشته باشند و مطابق با استانداردهای روز دنیا مشتری‌مداری کنند، همچنین، پایبند بودن به زمان‌بندی‌های از قبل تعیین‌شده، از دیگر فرآیندهایی است که یک دانش‌بنیان را در مسیر اقناع صاحبان صنایع، پیروز میدان می‌کند.

بسیاری از صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان که سابقه طولانی در تولید محصول دارند، معتقدند باید به آرامی در بازار گام گذاشت و ذره ذره محصولات تولیدی را عرضه کرد. این ویژگی به‌عنوان یک پله دیگر برای جلب رضایت صنایع داخلی در بهره‌گیری از تولیدات شرکت‌های دانش‌بنیان است. شناخت نیاز، بازار برگ برنده هر تولیدکننده است. ذائقه اصلی بازار در حرکت‌های آهسته و گام به گام شناخته می‌شود. بهتر است، پیش از آنکه میلیون‌ها تومان هزینه صرف تولیدات با تیراژ بالا شود؛ چند نمونه اولیه برای شناسایی مخاطب تولید شود. متاسفانه راه برای جا افتادن در چرخه صنعتی کشور هنوز زیاد است و بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان نتوانستند تعاملات تجاری جدی با کارخانه‌دارهای بزرگ و صاحبان صنایع در کشور برقرار کنند و بیشتر تعاملات ما جسته گریخته بوده است. گفتنی است، بیشتر این افراد هم مبالغ جدی برای به‌روزآوری هزینه نمی‌کنند.

یکی دیگر از فرآیندهایی که جنبه دوسویه دارد، استانداردسازی صنایع است این مولفه مهم را دوطرف یعنی هم دانش‌بنیان و هم صنایع باید مدنظر داشته باشند. از یک سو، دانش‌بنیان‌ها باید استانداردسازی کنند تا بتوانند جایگاه خود را در میان مصرف‌کننده و صنعت باز کنند؛ از سوی دیگر، صنایع باید استانداردسازی کنند تا در نهایت مانع از خروج ارز از کشور شوند.

به‌هر حال، توجه به کیفیت تولیدات و ارائه توانمندی واقعی تولیدکنندگان برای حمایت مالی دولت ضروری به‌نظر می‌رسد. حمایت از تولیدات داخلی کشور برای بررسی مسئله نقدینگی و صنعت، علل توقف و رکود واحدهای تولیدی، بحران در صنعت ملی، بررسی نقش سیاست در تقویت تولید ملی، اختصاص تسهیلات مربوط به خوداشتغالی و توجه دادن مسئولان به رفع مشکلات کارگران و واحدهای تولیدی به‌عنوان مهم‌ترین ذی‌نفعان که از مهم‌ترین زیرساخت‌های ارتقای کیفیت و نیل به کیفیت‌مداری و در نهایت مشتری‌مداری هستند، ضروری است. به این لحاظ، برای توسعه تولید دانش‌بنیان و تقویت برند، باید با بهره‌گیری از ظرفیت نخبگان جوان، توسعه تحقیق و پژوهش، ایجاد نوآوری و تمرکز تولیدات نوآورانه و با کیفیت، بر ظرفیت‌ها و توان داخلی و افزایش بهره‌وری در تمامی بخش‌های تولیدی کشور و توجه به ارتقای کیفیت و کمیت تولیدات صادرات‌محور، شرایط و فضای مناسبی برای ارائه محصول تولیدی به بازارهای داخلی و خارجی فراهم شود. در بحث تولید داخلی، موضوع استراتژیک کیفیت و تعیین نرخ منطقی محصول یا خدمت، همواره باید موردتوجه قرار گیرد. در شرایط فعلی، برای توسعه تولید دانش‌بنیان و رونق کسب‌وکار داخلی، کیفیت دارای نقش استراتژیک است که باید موردتوجه تولیدکنندگان داخلی قرار گیرد. استفاده از فناوری‌های نوین، احساس مسئولیت و وجدان‌کاری از پیش‌شرط‌های مهم تولید باکیفیت محصولات داخلی است و به‌اعتقاد کارشناسان حوزه اقتصاد و بازار، کیفیت محصول در کنار قیمت‌گذاری مناسب، ضامن توسعه فروش و افزایش سهم بازارهای منطقه‌ای و جهانی است که اگر به‌صورت جدی موردتوجه تولیدکنندگان کشور قرار گیرد، رشد تولید باکیفیت و رقابتی محقق می‌شود. با این اقدام و در راستای تحول اقتصادی در شرکت‌های تولیدی، بازگشت سرمایه، سود فروش، سهم بازار، کاهش هزینه‌ها و نرخ سهام از رشد قابل‌توجهی برخوردار خواهند شد.

شاخص «کیفیت زندگی» بر مدار تورم



عکس: آیدا فریدی

ایران در میان ۶۰ کشور موردمطالعه از نظر شاخص کیفیت زندگی در جایگاه ۵۸ قرار گرفته و همین امر حاکی از آن است که ایران در این شاخص جایگاه قابل قبولی ندارد. نرخ تورم همچنان رو به صعود است و رشد نقدینگی و نرخ ارز نیز ادامه دارد.

بررسی گزارش‌های جهانی از جایگاه کشورها در زمینه شاخص «کیفیت زندگی» نشان می‌دهد در ارتباط با ایران ارتقای متغیرهای اقتصادی به‌ویژه «تورم» بیشترین تاثیر را در رشد یا نزول این شاخص داشته است.

به‌گونه‌ای که بیشترین تاثیر وارده بر شاخص کیفیت زندگی، از ۳ زیرشاخص «قدرت خرید»، «قیمت مصرف‌کننده» و «نسبت نرخ دارایی به درآمد» است که همگی در زمره شاخص‌های اقتصادی جای می‌گیرند و نشان می‌دهد تغییرات اخیر اقتصادی کشور، بر بهبود کیفیت زندگی موثر بوده است.

صمت در این گزارش به بررسی نقش تورم و معیشت در کیفیت زندگی پرداخته است.

۸ شاخص سنجش کیفیت زندگی

در ۳ دهه اخیر، کیفیت زندگی، به‌عنوان جانشینی برای رفاه مادی به اصلی‌ترین هدف اجتماعی کشورهای مختلف تبدیل شده و در حال حاضر، یکی از چارچوب‌های نظری موردقبول در بررسی شرایط زندگی جوامع مختلف است.

کیفیت زندگی از اساسی‌ترین موضوعات علوم اجتماعی است که در آن مولفه‌های مادی توسعه اقتصادی و تولیدات داخلی در کنار مولفه‌های غیرمادی چون کیفیت کار، سطح باسوادی و فرهنگ، استاندارد پزشکی و بهداشت، کیفیت فراغت و تفریح، شرایط محیط‌زیست، جو سیاسی و حتی آزادی و اتحاد ملی موردبررسی قرار می‌گیرد.

در زمینه محاسبه این شاخص مطالعات متعددی در نقاط مختلف دنیا صورت پذیرفته که هر کدام از این مطالعات بر جنبه‌ای خاص از این مفهوم تاکید کرده‌اند.

یکی از جدیدترین مطالعات انجام شده در این حوزه، متعلق به پایگاه اطلاعاتی «نامبئو» (Numbeo) است که یکی از بزرگ‌ترین پایگاه داده‌های جهان است.

شاخص کیفیت زندگی ارائه‌شده در روش «نامبئو»، براساس ۸ مولفه زیر اندازه‌گیری می‌شود: «شاخص نرخ مصرف‌کننده، شاخص قدرت خرید، نسبت نرخ دارایی به درآمد، شاخص مراقبت بهداشتی، شاخص ایمنی، شاخص زمان ترافیک شهری، شاخص آلودگی و شاخص آب‌وهوا».

شاخص نرخ مصرف‌کننده: این شاخص مربوط به اندازه‌گیری تغییرات متوسط قیمت‌های پرداخت‌شده ازسوی مصرف‌کنندگان برای یک سبد بازاری از کالاها و خدمات مصرفی در طول زمان است.

شاخص قدرت خرید: این شاخص قدرت نسبی خرید کالا و خدمات را در شهری معین و برای دستمزدهای متوسط آن شهر نشان می‌دهد.

نسبت نرخ دارایی به درآمد: نسبت نرخ به درآمدسنج‌های بنیادین برای توانایی خرید آپارتمان است (هر چه پایین‌تر، بهتر) که عموما به‌صورت نسبت قیمت‌های میانه آپارتمان به درآمد قابل تصرف خانوار محاسبه و به‌صورت سال‌های درآمد بیان می‌شود (هرچند در جاهای دیگر، گونه‌های مختلف آن مورداستفاده قرار می‌گیرد).

شاخص مراقبت بهداشتی: این شاخص یک برآورد کلی از سیستم مراقبت بهداشتی، متخصصان مراقبت بهداشتی، تجهیزات، کارکنان، پزشکان، هزینه و... است.

شاخص ایمنی: شاخص ایمنی خلاف شاخص جرم است و هر چه میزان جرایم در یک شهر کمتر باشد، شاخص ایمنی آن بالاتر است.

شاخص زمان ترافیک شهری: این یک شاخص مرکب از زمان سپری‌شده در ترافیک به‌منظور انجام کارها، میزان دی‌اکسید کربن تولیدشده در ترافیک و نارضایتی کلی از سیستم حمل‌ونقل است. شاخص آلودگی: شاخص آلودگی برآورد کلی از میزان آلودگی در شهرها است. بزرگ‌ترین وزن در این شاخص به آلودگی هوا و آب داده شده که دو مولفه مهم در آلودگی هستند.

خط فقر مطلق کجاست؟

بررسی‌های آماری حاکی از آن است که «خط فقر مطلق» برای خانوار چهارنفره تهرانی، در سال ۱۴۰۱ حدود ۱۲ میلیون تومان برآورد می‌شود.

البته این رقم برای نواحی مختلف متفاوت است؛ به‌نحوی‌که خط فقر در استان سیستان و بلوچستان، برای خانوار چهارنفره ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است.

تفاوت این ارقام به‌دلیل تفاوت هزینه‌ها نظیر مسکن و برخی خدمات است و آمار متوسط کشوری در سال ۱۴۰۱ نیز رقم ۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومانی را گزارش کرده است. باید تاکید کرد این آمار برای «خط فقر مطلق» ارائه شده است؛ به این معنی که افراد با درآمد کمتر از این سطح، برای برآورده کردن حداقل نیازهای‌شان با مشکل روبه‌رو می‌شوند. آخرین برآوردها حاکی از آن است که حدود یک‌سوم جمعیت کشور در فقر مطلق قرار دارند.

در سال‌های اخیر، برخی سیاست‌ها نظیر افزایش یارانه نقدی برای کاهش جمعیت فقیر در نظر گرفته شده، اما بالا بودن سطح تورم و کاهش رشد اقتصادی در یک دهه اخیر، باعث افزایش جمعیت فقیر کشور شده است.

آمارها حاکی از آن است که خط فقر مطلق برای یک خانوار چهارنفره در سال ۱۴۰۱ به ۶ میلیون و ۳۵۷ تومان رسیده است.

این رقم برای همه جای کشور یکسان نیست، به‌نحوی که برای شهر تهران خط فقر خانوار چهارنفره ۱۲ میلیون تومان در نظر گرفته شده است. کمترین میزان خط فقر نیز مربوط به بخشی از استان سیستان و بلوچستان است که ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان محاسبه شده است. تفاوت میزان خط فقر، به‌دلیل بالا بودن هزینه‌های مسکن، حمل‌ونقل و سایر هزینه‌ها در کلانشهرها است.

بررسی‌ها حاکی از آن است که در سال‌های اخیر حدود یک‌سوم جمعیت کشور زیر خط فقر قرار گرفته‌اند.

همچنین خط فقر سرانه کشور در سال ۱۴۰۰ یک میلیون و ۶۸۲ هزار تومان محاسبه شده که این رقم برای سال ۱۴۰۱ با رشد بیش از ۴۹ درصدی به ۲ میلیون و ۳۴۵ هزار تومان رسیده است.

علت تفاوت خط فقر کلی کشور با شهر تهران، هزینه‌های بالای بخش مسکن در تهران است.

میزان متفاوت خط فقر در مناطق گوناگون

خط فقر از اصطلاحاتی است که در رسانه به‌وفور وجود دارد، اما ارائه تعریفی دقیق می‌تواند ابهامات آن را برطرف کند.

یکی از دلایل توجه به خط فقر، مسئله تورم بالای کشور است که موجب شده خانوارهای ایرانی سال به سال قدرت خرید کمتری داشته باشند.

خط فقر به‌صورت کلی به سطحی از درآمد گفته می‌شود که حداقل نیازهای یک خانوار برای زندگی را تامین کند.

این میزان با یافتن هزینه کل تمام منابع ضروری که یک انسان بالغ به‌صورت متوسط به آن نیاز داشته و مصرف می‌کند، محاسبه می‌شود و درآمد پایین‌تر از خط فقر، فقر مطلق است؛ وضعیتی که در آن افراد از منابع ضروری برای ادامه زندگی به‌کلی محروم هستند.

این افراد در تداوم زندگی دچار مشکل می‌شوند و در تامین نیازهایی مانند خوراک، پوشاک و مسکن ناتوان‌اند؛ بنابراین خط فقر مطلق، حداقل درآمدی است که هر فرد برای زندگی روزانه نیاز دارد. در کنار این موضوع خط فقر نسبی نیز تعریف می‌شود.

در خط فقر نسبی، میزان درآمد گروه فقیر نسبت به سایر گروه‌ها در نظر گرفته می‌شود و می‌توان از آن به‌عنوان معیاری برای سنجش نابرابری جامعه استفاده کرد؛ به‌عنوان مثال، نشریه اکونومیست در گزارشی عنوان کرده بود در سال ۲۰۰۰ حدود نیمی از جمعیت چین در فقر مطلق قرار داشتند که این رقم در سال‌های اخیر به صفر رسیده است.

سیاست‌های توسعه و افزایش رشد اقتصادی چین باعث شد جمعیت قابل‌توجهی از این کشور از خط فقر مطلق خارج شوند.

▣ خط فقر خانوار تهرانی، ۱۲ میلیون تومان

آخرین گزارش منتشرشده وزارت رفاه در سال ۱۳۹۹ نشان داد خط فقر برای یک خانوار چهارنفره ۳ میلیون و ۳۸۵ هزار تومان و بدیهی است باوجود بالا رفتن تورم در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ خط فقر نیز بالاتر رفته باشد.

مطابق گزارش‌ها، این رقم به‌طور متوسط برای خانوار چهارنفره در سال جاری ۶ میلیون و ۳۶۰ هزار تومان برآورد شده است.

البته این رقم بین استان‌ها و شهرها متفاوت است.

آخرین برآوردها نشان می‌دهد بیشترین خط فقر مطلق در سال جاری برای خانوار چهارنفره در شهر تهران بوده که حدود ۱۲ میلیون تومان است. خط فقر سرانه در شهر تهران نیز ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده است. یکی از دلایل بالا بودن میزان خط فقر در تهران بالا بودن هزینه مسکن در این شهر است و به همین خاطر می‌توان گفت در شهرهای دیگر و در نقاط روستایی خط فقر پایین‌تر از عدد مذکور است.

پایین‌ترین میزان خط فقر برای خانوار چهار نفره نیز مربوط به استان سیستان و بلوچستان و حدود ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان بوده است؛ بنابراین خط فقر در سال ۱۴۰۱ در کل نواحی ایران بین ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تا ۱۲ میلیون تومان است.

برآوردها حاکی از این است که در سال ۱۴۰۱ حدود یک‌سوم جمعیت کشور زیر خط فقر مطلق قرار داشته باشند؛ به‌بیان دیگر این افراد نیاز به سیاست‌های حمایتی دارند که از فقر مطلق رهایی پیدا کنند.

سخن پایانی

مسئله فقر و بحران اشتغال در ایران امروز هم، چون گذشته و باوجود منابع طبیعی و موقعیت راهبردی و استراتژیک این کشور در خاورمیانه، قابل‌توجه است. پژوهش‌های انجام‌شده در دهه ۹۰ نشان می‌دهد خانواده‌های پرجمعیت ایرانی باوجود داشتن شغل، نمی‌توانند امکانات زندگی را در حد لزوم برای خانواده‌شان فراهم کنند.

از سوی دیگر باید توجه کرد تا آوریل ۲۰۲۲ (فروردین سال ۱۴۰۱) نرخ مواد غذایی در ایران نسبت به سال قبل ۴۳ درصد افزایش یافته که بیشترین دلیل آن خشکسالی شدید، تحریم‌ها، تورم، فساد در برخی از دستگاه‌ها بوده است.

در اوایل اردیبهشت، دولت جراحی اقتصادی را با هدف کمک به مصرف‌کنندگان و کاهش قیمت‌ها اجرا کرد، اما نرخ نان و سایر مواد اولیه افزایش یافت و سیاست‌های به‌کار گرفته‌شده تاثیر چندانی نداشت.

حتی در این بین شاهد کمبود مواد و اقلام ضروری پخت‌وپز مانند روغن و شکر بودیم. براساس گزارش ایران‌پرایمر و برمبنای آمارهای دولتی، تا اوایل سال ۲۰۲۲، حدود ۳۰ درصد خانوارها زیر خط فقر زندگی می‌کردند.

برخی کارشناسان تخمین زده‌اند حداقل نیمی از جمعیت ۸۵ میلیون نفری ایران زیر خط فقر زندگی می‌کنند و با تورمی که برای همه کالاها به ۴۰ درصد رسیده دست‌وپنجه نرم می‌کنند. این تورم بالاترین میزان تورم از سال ۱۹۹۴ است.

دریچه

سیستم‌های استاندارد

ISO ۹۰۰۰ مجموعه‌ای از استانداردهای سیستم‌های مدیریت کیفیت QMS است که توسط سازمان بین‌المللی استاندارد – متشکل از ۱۳۲ سازمان ملی استاندارد – ایجاد شده است.

استانداردهای ISO ۹۰۰۰ مربوط به کالا یا خدمات خاصی نیستند بلکه به فرآیندهایی اختصاص دارند که این کالاها و خدمات را تولید می‌کنند. این استانداردها عمومی هستند تا در هر صنعت تولیدی یا خدماتی در دنیا بتوان از آن استفاده کرد.

سازمانی که بخواهد گواهی ISO داشته باشد، باید تمامی معیارهای ذکر شده در استاندارد ISO را رعایت کند و توسط یک ممیز ISO به صورت کامل ممیزی شود.

در برخی از صنایع، داشتن گواهی ISO اجباری شده است: برای مثال برخی صنایع بزرگ از تمام تأمین کنندگان‌شان می‌خواهند که ISO داشته باشند.

با وجودی که گواهی ISO از احترام خاصی برخوردار است، اگر در صنعت خاص شما گرایش به سمت آن وجود نداشته باشد، هزینه‌های دریافت گواهی ممکن است برای بسیاری از مدیران وحشت‌آور باشد. اما می‌توان بدون استفاده از گواهی ISO و با یک سیستم کیفیت که به خوبی طراحی شده باشد، به حد مطلوب کیفیت در سازمان دست پیدا کرد.

▣ مدیریت کیفیت فراگیر (TQM)

مدیریت کیفیت فراگیر یک روش مدیریتی است که بر کیفیت در هر جنبه کسب و کار و در همه جای سازمان تمرکز دارد و هدف آن افزایش کیفیت کالاها / خدمات در بلند مدت است.

مدیریت کیفیت فراگیر، هر فرآیند یا فعالیت را به اجزای کوچک‌تر می‌شکند و تأکید می‌کند که هر یک از این اجزا می‌توانند از کیفیت و بهره‌وری سازمان کم کنند یا به آن بیفزایند.

نقش مدیریت در مدیریت کیفیت فراگیر آن است که بر مبنای نیازهای ذی‌نفعان و مشتریان و مطابق با اهداف تجاری سازمان، یک راهبرد کیفیت انعطاف‌پذیر تعریف کند که بتوان از آن در هر واحدی استفاده کرد. پس از تعریف این راهبرد باید آن را به عنوان نیروی محرکه در سازمان گسترش داد و آن را در تمام سطوح منتشر کرد تا در سازمان مؤثر واقع شود. راهبرد مدیریت کیفیت فراگیر به منظور ایجاد راهبردهای بهبود برای حل مشکلات وضعیت و چگونگی و ارائه پیشنهادهای بهبود، شامل برخی مدل‌های تفویض اختیار به کارکنان نیز هست که معمولا به صورت واحدی یا بین تیمی می‌باشد.

▣ بهبود کیفیت مستمر (CQI)

بهبود کیفیت مستمر به عنوان یک رویکرد متفاوت به کیفیت و سیستم‌های وضعیت و چگونگی وارد عرصه تولید شد.

بهبود کیفیت مستمر مانند سایر روش‌ها، بر ایجاد یک فرهنگ کیفیت سازمانی تمرکز ندارد بلکه بیشتر اصرار دارد که فرآیند بهبود کیفیت توسط تیم‌ها یا گروه‌هایی انجام شود که با رسیدن به اهداف کیفیت، مورد تشویق و پاداش قرار گیرند. پیاده‌سازی بهبود کیفیت مستمر یک سیستم کیفیت را به وجود می‌آورد که هیچ‌گاه ارضاء نمی‌شود و در جهت ایجاد نوآوری مستمر در فرآیندها می‌کوشد تا بتواند با حذف فعالیت‌های زمان بر با ارزش افزوده کم، کارها، فرآیندها و سیستم‌ها را بهبود دهد. این صرفه‌جویی در زمان و منابع را می‌توان صرف برنامه‌ریزی و مشارکت بیشتر نمود.

از بهبود کیفیت مستمر می‌توان در صنایع مختلفی استفاده کرد. برای مثال در خدمات درمانی و سایر بخش‌های خدماتی روی FOCUS – PDCA کار شده است:

Find – یافتن یک فرآیند برای بهبود

Organize – سازمان دهی برای بهبود یک فرآیند

Clarify – شفاف‌سازی آن‌چه که شناخته شده است

Understand – درک انحرافات

Select – انتخاب یک بهبود برای فرآیند

سپس حرکت به سوی طرح بهبود فرآیند

Plan – ایجاد یک برنامه زمانی، شامل همه منابع، فعالیت‌ها، ضرب الاجل‌ها و آموزش‌های مورد نیاز کارمندان

Do – اجرای طرح و جمع‌آوری داده ها

Check – تحلیل دستاوردهای فرآیند

Act – اقدام بر اساس آن‌چه آموخته شده است و شناسایی گام‌های بعدی

Foucus – PDCA یک سیستم ساده برای ارتباط مدیریت با تیم هاست و کمک می‌کند که آنها سازمان یافته و طبق برنامه باقی بمانند و نتایج نهایی را فراموش نکنند. آن طور که به تجربه ثابت شده است، این سیستم برای رویکرد تیمی بهبود کیفیت مستمر بسیار موفقیت آمیز بوده است.

کارشناسان حوزه صنعت لوازم‌خانگی در گفت‌وگو با صمت عنوان کردند

تولید و دردسرهای انحصار

محصولات صنعتی در خدمات‌دهی به مصرف‌کنندگان نتوانسته‌اند به‌اندازه کافی رضایت آنها را جلب کنند. کیفیت و قیمت، پاشنه‌آشیل محصولات صنعتی در کشور بوده و در این حوزه، صنعت خودرو و لوازم‌خانگی در مدار توجه قرار دارند. در راستای حمایت از تولید داخل، واردات خودرو و لوازم‌خانگی ممنوع و به‌گفته کارشناسان حوزه صنعت، انحصاری شدن بازار، بستری برای کاهش کیفیت محصولات در داخل شده است.

رهبر معظم انقلاب هم به این موضوع اشاره کرده و لزوم ارتقای کیفیت کالاهای تولید داخل را مورد تاکید قرار داده است. وی عنوان کرد که حمایت‌های عملی و تبلیغاتی از تولید داخل باید منجر به ارتقای کیفیت محصولات و همچنین ارتقای فناوری شود، اما متاسفانه در برخی صنایع به موضوع کیفیت توجه نمی‌شود و مردم نیز بحق اعتراض دارند.

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir



عکس: آیدا فریدی

حمایت‌های عملی و تبلیغاتی از تولید داخل باید منجر به ارتقای کیفیت محصولات و همچنین ارتقای فناوری شود

انحصار و عرضه قطره‌چکانی

رهبر معظم انقلاب در سخنرانی که در جمع برخی تولیدکنندگان داخلی و خطاب به آنها داشت، تاکید کرد، اگر با وجود فضای حمایت از تولید داخل، به جای ارتقای کیفیت محصولات، قیمت‌ها افزایش یابد، خوشایند نخواهد بود، زیرا نتیجه تمام حمایت‌های دولتی، بانکی و جلوگیری از رقابت در عمل منجر به بالا رفتن نرخ در بازار داخل شده و خریداران را ناراضی کرده است. به‌عنوان مثال، با وجود حمایت‌هایی که از تولیدکنندگان لوازم‌خانگی شده، اما گفته می‌شود نرخ برخی محصولات تا دو برابر افزایش داشته، در حالی که کیفیت آنها متناسب با قیمت آنها نیست.

سال گذشته یکی از امتیازاتی که به تولیدکنندگان لوازم‌خانگی داده شد، ممنوعیت ورود نمونه‌های خارجی بود که این امر در کوتاه‌ترین زمان ممکن در بازار منجر به افزایش قیمت‌ها شد. در برهه‌ای، تیراژ تولید کاهش یافت و تولید داخل پاسخگوی نیاز بازار نبود. بنا به گفته فعالان بازار با از بین رفتن فضای رقابت، تامین‌کنندگان نیاز بازار، گاهی با عرضه قطره‌چکانی، قیمت‌ها را مدیریت می‌کنند و بدون هیچ افزایش کیفی، نرخ محصولات را افزایش می‌دهند. حال پرسش این است که مشکل تولیدکنندگان لوازم‌خانگی در مسیر ارتقای کیفیت محصولات‌شان چیست؟

حکمرانی تامین‌کنندگان



آرمان خالقی، عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران درباره چالش تولید لوازم‌خانگی در کشور به صمت گفت: نکته اصلی در حوزه تولید این است که در هر بازاری انحصار به‌وجود آید، حاکم بازار کسی است که تامین‌کننده نیاز آن بازار باشد و در واقع رفع‌کننده نیاز غالب است.

وی افزود: در بازاری که مصرف‌کننده غالب است، رقابت بسیار سنگینی وجود دارد و تولیدکننده باید نظر مشتری را با دادن امتیاز چه در کیفیت و چه در قیمت جلب کند. برعکس، هنگامی که برای یک نیاز مشخص در بازار، تعداد محدودی می‌توان محصول عرضه کرد، قاعدتا این تامین‌کننده است که حاکم خواهد بود و اگر انصاف نداشته باشد می‌تواند هم از کیفیت بزند و هم قیمت‌ها را افزایش دهد، چون تقاضا بالاست و در نتیجه سرعت کار و تولید باید افزایش یابد.

▣ کیفیت فدای تیراژ

این کارشناس حوزه صنعت ادامه داد: گاهی این سرعت منجر به فدا شدن کیفیت در برابر تیراژ می‌شود.

عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت در ادامه سخنان خود، عنوان کرد: انحصار در بازار سبب می‌شود هر کالایی به مصرف‌کننده ارائه شود ناچار باید آن را خریداری کند و نمی‌تواند به کیفیت آن اعتراضی داشته باشد، زیرا برای همان کالایی که به نسبت نیاز تولید نمی‌شود، مشتریان دیگری در صف ایستاده‌اند.

وی تاکید کرد: در چنین بازاری، نه مصرف‌کننده به کیفیت اهمیت زیادی می‌دهد، نه تولیدکننده. این امر به سمتی می‌رود که شاهد افت کیفیت در محصولات داخلی دارای انحصار خواهیم بود.

▣ صف‌های طولانی

خالقی افزود: در حوزه نرخ هم شاهد نابسامانی خواهیم بود، چون متقاضیان برای خرید در صف ایستاده‌اند و حاضرند برای رفع نیازشان هزینه بیشتری کنند.

وی گفت: صف ایستادن برای خرید کالا پیش‌تر برای پوشاک و خودرو رخ داده بود و امسال هم برای لوازم‌خانگی اتفاق افتاد. عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران با بیان اینکه این امر قابل پیش‌بینی بود، عنوان کرد: هنگامی که بازار از حالت رقابت خارج می‌شود، حاکم کسانی هستند که می‌توانند نیازها را پوشش دهند.

▣ دور شدن از فناوری

این کارشناس حوزه صنعت تصریح کرد: تولیدکنندگان لوازم‌خانگی داخلی، صنعتگران خوبی هستند، اما وقتی تقاضا در بازار بالا می‌رود، تولیدکنندگان به ناچار در ورطه‌ای می‌افتند و از کیفیت به نحوی دور می‌شوند.

عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد: اگر فضای انحصار در بلندمدت بر بازار حاکم باشد، تولیدکنندگان هم از فناوری دور خواهند شد. اما در بازار دارای رقابت، صنعتگر ناچار است فناوری روز را در اختیار داشته و دارای تنوع تولید باشد. افراد زیادی به خاطر دارند در دوره‌ای فقط خودرو تک‌رنگ تولید می‌شد و برای همین خودرو هم مردم باید یک یا دو سال در نوبت می‌بودند تا بتوانند یک خودرو خریداری کنند؛ علاوه‌بر این، حق انتخابی هم وجود نداشت.

در شرایط فعلی در حوزه لوازم‌خانگی هم فقط در حال رفتن به این سمت هستیم که فقط یک مدل یخچال در بازار موجود باشد. آپشن‌ها و تجهیزاتی که در فضای رقابت در محصولات تولیدی شاهد بودیم، کم‌کم برداشته می‌شوند.

این کارشناس حوزه صنعت گفت: تمام این مسائل سبب می‌شود فاصله صنایع کشور از جمله صنعت لوازم‌خانگی با فناوری روز جهان، یک شکاف عمیق داشته باشد.

▣ هوشمندسازی محصولات

خالقی با بیان اینکه امروز جهان به سوی تولید لوازم‌خانگی هوشمند رفته، گفت: حمایت از تولید در راستای ارتقا باید دارای زمان‌بندی مشخصی باشد. اگر این زمان طولانی شود، بیش از آنکه حمایت‌گر باشد، آسیب‌زا خواهد بود.

او یادآور شد: در حوزه انحصار بازار، خود تولیدکنندگان لوازم‌خانگی باید مشتاق باشند تا زمان مشخصی را تعیین کنند. این ممنوعیت واردات نباید برای همیشه باشد چراکه به‌نوعی منجربه ضرر و زیان مصرف‌کنندگان می‌شود.

▣ ایجاد انگیزه برای رقابت

عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران در ادامه افزود: تقاضای مشخصی برای لوازم‌خانگی در کشور وجود دارد، عده‌ای برای نوسازی محصولات و تعدادی هم به‌عنوان خانواده جدید، به‌دنبال تهیه لوازم‌خانگی هستند. او گفت: براساس برنامه‌ای که وزارت صنعت، معدن و تجارت برای صنعت لوازم‌خانگی دارد، این برآورد آماری، مشخص است، اینکه چه تعداد تلویزیون نیاز است، چقدر ماشین لباسشویی باید تولید شود و... حال پرسش این است که چقدر این تیراژ مشخص را می‌توانیم در داخل محقق کنیم؟

وی خاطرنشان کرد: معتقدم حتی در نقطه سربه‌سر هم نباید محدودیت در بازار ایجاد شود. باید تا حدودی اجازه واردات داده شود تا رقابت از بین نرود؛ علاوه‌بر این، تولیدکننده داخلی هم در فعالیت خود بدون انگیزه نباشد.

▣ ارتقای کیفیت و بازار بین‌المللی

عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت در ادامه سخنان خود با بیان اینکه باید به لحاظ کیفی، محصولات تولید داخل به سطحی برسند که ارزآور باشند، اظهار کرد: تولیدکننده با ایجاد انگیزه، می‌تواند قدرت صادرات داشته باشد. این رقابت باید در کنار کیفیت، در نرخ هم ایجاد شود.

▣ هدفمند نبودن

خالقی در ادامه به مشکل قطعه‌سازی این صنعت اشاره کرد و گفت: هدفمند نبودن برنامه تولید قطعه‌سازان لوازم‌خانگی، چالش دیگر این صنعت است. در حوزه ساخت قطعات موردنیاز لوازم‌خانگی، مهم این است که توانمندی‌های داخل شناسایی شود و نباید این‌گونه باشد که تمام قطعات موردنیاز محصولات مختلف لوازم‌خانگی وارد و در داخل فقط مونتاژ شوند. او اضافه کرد: می‌توانیم تعمیق ساخت داخل داشته باشیم و فقط قطعاتی که تولیدشان با توجه به سرمایه‌گذاری سنگین توجیه‌پذیر نیست را مانند تمام شرکت‌های فعال در این حوزه، خریداری و وارد کنیم.

خالقی در پایان گفت: در حال‌حاضر، بین ۶۰ تا ۸۰ درصد قطعات در این صنعت وارداتی بوده و ارزبری دارند. باید تلاش بیشتر کنیم در این حوزه قطعاتی که امکان ساخت داخل دارند در کشور تولید شوند. تدوین نقشه راه در رسیدن به اهداف حوزه قطعه‌سازی لوازم‌خانگی کمک‌کننده است.

آرمان خالقی: در هر بازاری، انحصار به‌وجود آید، حاکم آن بازار، تامین‌کنندگان هستند

ضرورت حاکمیت اقتصاد بدون نفت



در ادامه، حمایت از تولیدکنندگان لوازم‌خانگی را عاملی برای تضمین رشد اقتصادی بدون نفت در آینده و افزایش اشتغالزایی عنوان کرد و به صمت گفت: مهم‌ترین و قدیمی‌ترین چالش صنعت لوازم‌خانگی، کمبود سرمایه در گردش است. با تامین این نقدینگی برای واحدهای تولیدی، تولیدکنندگان داخلی لوازم‌خانگی می‌توانند تولید خود را افزایش دهند و نیاز بازار داخل را به‌طور کامل تامین کنند.

این کارشناس حوزه صنعت، تسهیلات گران‌قیمت و بالا بودن نرخ بهره تمام‌شده پول برای تولیدکنندگان لوازم‌خانگی را دیگر مشکل این صنعت عنوان کرد و افزود: از ابتدای سال، تولیدکنندگان این صنعت با افزایش نرخ و هزینه‌های مالی قابل توجهی روبه‌رو شدند و تولیدکنندگان طی چند روز شاهد رشد ۵۰ درصدی هزینه‌ها بودند.

سرابی ادامه داد: البته کاهش قدرت خرید مردم را هم نباید نادیده گرفت، زیرا با توجه به شرایط فعلی اقتصاد کشور و افزایش نرخ تورم، مردم دیگر مانند گذشته توان بالایی برای خرید لوازم‌خانگی ندارند. البته معتقدم مشکلات تولید و رقابت‌های مخرب فعالان این صنعت، جولانگاهی برای سوءاستفاده کنندگان از این شرایط شده است.

▣ قیمت بالای مواد اولیه

این فعال صنعت، نرخ بالای مواد اولیه را از دیگر مشکلات تولیدکنندگان این صنعت دانست و در این‌باره اظهار کرد: پرداخت هزینه‌های بالا برای مواد اولیه، از جمله مشکلاتی است که به‌عنوان یک چالش مهم بر سر راه فعالان صنعت لوازم‌خانگی قرار دارد.

وی در ادامه تاکید کرد: سوءاستفاده برخی‌ها، از مشکلات تولیدکنندگان لوازم‌خانگی است که بی‌شک موجب تضعیف توان و قدرت این صنعت در رقابت‌های بین‌المللی خواهد شد، در حالی که اگر به سایر صنایع نیم‌نگاهی بیندازیم، تمامی آنها به‌دلیل تغییرات اقتصادی، افزایش نرخ مواد اولیه و... با افزایش نرخ محصولات و خدمات مواجه شده‌اند.

سرابی معتقد است مسئولان دولتی باید با توجه به تفاهم‌های بین‌المللی، به این پرسش پاسخ دهند که موضع آنها نسبت به سرمایه‌گذاری و همکاری با طرف‌های خارجی به چه صورت است و آیا سیاست شفاف و اهداف روشنی در این زمینه تعیین شده است؟

▣ داخلی‌سازی صنعت

این کارشناس حوزه صنعت با تاکید بر ظرفیت واحدهای لوازم‌خانگی کشور به لحاظ کمی و کیفی و توانایی تامین نیاز بازار داخل، گفت: تولیدکنندگان داخلی از تمام توان خود برای تامین نیاز بازار در زمینه قطعات و محصولات نهایی استفاده می‌کنند. در حال حاضر، در برخی موارد عمق ساخت داخل به بیش از ۷۵ درصد رسیده؛ یعنی این واحدها در صورت فراهم بودن امکانات و شرایط، می‌توانند با استفاده از تکنولوژی روز جهان هم از نظر قطعات و هم محصولات نهایی، همپای برندهای معروف این صنعت حرکت کنند.

سرابی در پایان اظهار کرد: بی‌شک حمایت دولت از این صنعت، نه‌تنها تضمینی برای اقتصاد بدون نفت است، بلکه در حال حاضر نیز همان‌طور که آمار و ارقام گزارش می‌دهد، اشتغالزایی قابل توجهی را به‌دنبال دارد. با رونق صنعت لوازم‌خانگی، بسیاری از واحدهای تولیدی تعطیل و نیمه‌تعطیل دوباره رونق می‌گیرند و امیدواریم با حمایت از این صنعت، نه‌تنها امکانی برای جولان سوءاستفاده‌کنندگان و حامیان واردات ایجاد نشود، بلکه اقتصاد کشور نیز برای آیندگان تضمین شود. با افزایش تیراژ و درآمدزایی، واحدهای R&D (تحقیق و توسعه) فعال‌تر شده و محصولات با فناوری روز و کیفیت ارتقایافته تولید و عرضه می‌شود.

رضا سرابی: قدیمی‌ترین چالش صنعت لوازم‌خانگی، کمبود سرمایه در گردش است

سخن پایانی

بنابر این گزارش، برخی کارشناسان حوزه صنعت درباره تولید لوازم‌خانگی معتقدند انحصار مخرب بوده و منجر به افت کیفیت محصول و افزایش نرخ مصرف‌کننده می‌شود. این امر هم در تیراژ نمایان خواهد بود و هم در کیفیت. در این میان، برخی دیگر عنوان می‌کنند با ممنوعیت واردات لوازم‌خانگی، تولیدکننده داخلی اشتغالزایی کرده و می‌تواند با داخلی‌سازی قطعات، تعداد بیشتری را مشغول به کار کند. شکی نیست انحصار برای هر بازاری مخرب بوده و اگر حضور آن بلندمدت شود، همچون سم مهلکی خواهد بود که انگیزه ارتقای فناوری را از بین می‌برد. در ادامه، کیفیت و صادرات قربانی چنین انحصاری خواهند شد و در نهایت دود آن به چشم مصرف‌کننده و البته تولیدکننده می‌رود.

دریچه

مقایسه صنعت لوازم‌خانگی ایران و ترکیه

صنعت لوازم‌خانگی ایران حدود ۸۴ سال سابقه دارد و این در حالی است که از عمر این صنعت در ترکیه ۷۲ سال می‌گذرد، اما چرا ایران در این صنعت عقب ماند و ترکیه بزرگ‌ترین صادرکننده اروپا شد؟ مقایسه صنعت لوازم‌خانگی ایران و ترکیه نشان می‌دهد تفاوت زیاد است. در حالی‌که بازار لوازم‌خانگی اروپا به تسخیر کالاهای ساخت ترکیه درآمده، این صنعت در ایران درگیر چالش‌های جدی مانند تولید، کیفیت و تامین مواد اولیه است.

آمارهای منتشر شده نشان می‌دهد ترکیه در پایان دهه ۹۰ حدود ۲۶ میلیون کالا لوازم‌خانگی صادر کرده و در نهایت موفق شده تا رتبه یک بازار لوازم‌خانگی اروپا را ازآن خود کند. با مقایسه آمار تولید ایران و صادرات ترکیه این پرسش پیش می‌آید که چرا با وجود اینکه ترکیه بسیار دیرتر از ایران فعالیتش را در صنعت لوازم‌خانگی آغاز کرد، اما در حال‌حاضر از ایران جلوتر است. اگرچه مشکلاتی مربوط به تحریم‌ها نیز بر این روند تاثیرگذار بوده، اما نمی‌توان منکر این شد که سوءمدیریت و بکارگیری برخی سیاست‌های غلط به تشدید موانع بر سر راه صادرات و توسعه این صنعت دامن زده است.

تکیه بر صادرات مواد خام و اولیه، افزایش سوداگری و سفته‌بازی در بازار به نسبت ترکیه، عدم‌توجه به بخش خصوصی و ظرفیت‌های صادراتی کشور و... از جمله مواردی است که هنگام مقایسه صنعت لوازم‌خانگی ایران و ترکیه با آنها مواجه می‌شویم.

▣ صنعت لوازم‌خانگی از چه سالی در ایران و ترکیه شکل گرفت؟

مطالعه تاریخچه شکل‌گیری صنعت لوازم‌خانگی در کشور و مقایسه آن با سایر کشورها سرنخ‌هایی می‌دهد که به کمک آنها می‌توان ایرادات و کاستی‌ها را پیدا کرد و در راستای رفع آنها گام برداشت.

جرقه توسعه صنعت لوازم‌خانگی ایران با تاسیس کارخانه ارج در سال ۱۳۱۶ خورشیدی از سوی خلیل ارجمند، استاد دانشکده فنی دانشگاه تهران زده شد. این شرکت تا پیش از انقلاب اسلامی و حتی زودتر از کشورهای کره‌ای به بسیاری از کشورهای جهان مانند روسیه لوازم‌خانگی صادر می‌کرد، اما براساس گفته کارشناسان صنعت لوازم‌خانگی، عدم برندسازی و صیانت از برندها، یکی از دلایل اصلی نابودی برندهایی مانند ارج شد.

صنعت لوازم‌خانگی ترکیه از سال ۱۹۵۰ میلادی فعالیت خود را آغاز کرد و طی این سال‌ها توانست در زمینه برندسازی و تاسیس شرکت‌های معروف موفق ظاهر شود. برخی شرکت‌های ترکیه در فهرست ۱۰ برند برتر جهان قرار دارند و این سبب شده ترکیه بزرگ‌ترین صادرکننده لوازم‌خانگی به اروپا باشد. این کشور روی تولید محصولات متنوع و باکیفیت تاکید دارد.

مقایسه صنعت لوازم‌خانگی ایران و ترکیه نشان می‌دهد صنعت در این دو کشور روند متفاوتی را طی کرده و در واقع شکاف میان ما و همسایه‌مان کاملا مشهود است، اگرچه باید اشاره کرد که مسیر ترکیه برای رسیدن به موفقیت هموارتر بوده و به‌دلیل شرایط سیاسی و اقتصادی در ایران، مسیر ایران پر از دست‌انداز بوده است.

▣ چرا عقب ماندیم

شرایط سیاسی و اعمال انواع و اقسام تحریم‌ها علیه کشور، تاثیرگذار بوده و به‌عنوان مثال، تامین مواد اولیه و انتقال پول را با مشکل مواجه کرده، اما نمی‌توان همه تقصیرها را گردن تحریم‌ها انداخت. ایران بیشتر روی صنعت نفت و صادرات مواد خام تکیه داشته و روی خام‌فروشی اصرار دارد، در حالی‌که ترکیه تمام تمرکز خود را بر نوآوری و فعالیت مردمی گذاشته است و در نتیجه شاهد رشد قابل‌توجه آن در صنایع پایین‌دستی مانند نساجی، لوازم‌خانگی، گردشگری و... هستیم. یکی دیگر از مواردی که روی توسعه صنعت لوازم‌خانگی و حتی اقتصاد ترکیه موثر بوده، توجه ویژه به بخش خصوصی است.

تعامل دیپلماتیک با کشورهای دیگر به بهبود فضای اقتصادی کمک می‌کند. ترکیه هم با برقراری ارتباط با کشورهای همسایه و اروپایی به‌نوعی به توسعه صنعت لوازم‌خانگی و اقتصاد خود کمک کرد که در نهایت افزایش صادرات و ارزآوری را برای این کشور به همراه آورده است.

مشاهدات این سال‌ها نشان از این دارد که صنعت لوازم‌خانگی ایران بعد از حمایت و نگاه ویژه رهبر معظم انقلاب روند رو به بهبودی داشته، اما این شرایط باید منجر به توسعه کیفیت و فناوری محصولات شود، نه افزایش قیمت. رهبر معظم انقلاب به کیفیت برخی از تولیدات داخلی به‌ویژه خودرو انتقاد کرد؛ از این‌رو تولیدکنندگان به سوی برنامه‌هایی برای ارتقای کیفی محصولات حرکت کرده‌اند.

شنبه
۲۱ آبان ۱۴۰۱- ۱۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۴ - ۱۲ نوامبر ۲۰۲۲- شماره ۲۱۹۵-پیاپی ۳۵۱۳

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»
مدیرمسئول: ناصر بزرگمهر
سردبیر:عاطفه خسروی

تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر: ۸۸۷۲۲۷۴۰- پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۳ -ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶- کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: هنر سرزمین سبز

info@smtnews.ir
www.smtnews.ir
instagram.com/smtnewspaper
telegram.me/smtnews
tozi.smtnews@gmail.com

روزنامه صمت با رتبه ۱
در میان روزنامه‌های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه‌های اقتصادی مقام ۲

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

دریچه

کیفیت در بازاریابی

آیا تاکنون درباره تعریف کیفیت در بازاریابی فکر کرده‌اید؟ به‌نظر شما در بازاریابی معنای کیفیت چیست؟

کیفیت به‌معنای دستیابی به استانداردهای از پیش تعیین‌شده است. باتوجه به این تعریف باید ابتدا استانداردهای تولید محصول یا ارائه خدمت مشخص و سپس فعالیت‌ها در جهت دستیابی به این استانداردها انجام شود و استانداردها را برای داده‌ها (مواد، نیروی انسانی، تجهیزات، فضا، پول و...) و فرآیندها در نظر گیرند.

استانداردها باتوجه به نیازها و انتظارات مشتری‌ها مشخص می‌شوند. باتوجه به ظرفیت و توانایی فرآیندها و متغیرهای موثر بر محیط ارائه خدمت، استانداردها را به‌طور عام نمی‌توان تعمیم داد و برای هر خدمت باتوجه به شرایط محیطی و مشتری‌های آن شاید لازم باشد استانداردهای مخصوص تعیین شود و فعالیت‌ها در جهت دستیابی به آن استانداردها (حداقل‌های قابل‌قبول) صورت پذیرد.

کیفیت به‌معنای کار درست را بار اول صحیح انجام دادن و بارهای بعد بهتر از بار اول انجام دادن است. تعریف فوق متضمن تصمیم‌گیری کیفی است، زیرا بسیاری از کارها هستند که انجام می‌گیرند، اما آن کارها در راستای رسالت سازمان و دستیابی به هدف یا آرمان مشترک ترسیم‌شده برای سازمان، نیست. این تعریف دارای عملکرد کیفی نیز هست، چراکه کارهای درست به‌طور صحیح انجام داده می‌شوند.

زمانی که فرآیندها برای تولید محصول یا ارائه خدمت عمل می‌کنند، دوباره‌کاری، کارهای اضافی، کارهای موازی اتفاق می‌افتد و اتلاف منابع نیز وجود دارد، با انجام صحیح امور می‌توان دوباره‌کاری، موازی‌کاری و اتلاف منابع را به حداقل رساند.

در نهایت تعریف بالا متضمن ارتقای مستمر نیز خواهد بود، زیرا کارهای درستی که بار اول صحیح انجام شده‌اند در دفعات بعد بهتر از بارهای قبل صورت می‌گیرند و تلاش بر این است که دوباره‌کاری و کارهای اضافی و اتلاف منابع در دفعات بعد کمتر از دفعات قبل ارائه خدمت یا تولید محصول باشند و این مفهوم ارتقای مستمر را بیان می‌کند.

توجه صاحبان کسب‌وکار به کیفیت

ارائه‌کنندگان خدمات، اهمیت بیشتری به نیازهای مشتریان می‌دهند تا آن چیزی که مشتریان درخواست می‌کنند و در سوی مقابل مشتریان تمایل بیشتری به خواسته‌های خود دارند؛ از همین رو ارائه‌کنندگان خدمات باید قادر باشند انتظارات مشتریان را بشناسند و به‌دنبال کسب اعتماد مشتریان و درک نیازهای آنها باشند.

بررسی‌ها و پژوهش‌های کاربردی می‌توانند اطلاعات ارزشمندی درباره نیازها و انتظارات مشتریان ارائه کنند تا بتوان با باز کردن مسیر گفت‌وگو نیازهای آنان را شناخت و به انتظارات منطقی آنها پاسخ گفت.

زمانی که محور فعالیت‌ها در ارائه خدمات، نیازها و انتظارات مشتریان باشد خدمت ارائه شده به مشتری موجب جلب اعتماد و رضایت او خواهد بود.

برای جلب اعتماد و رضایت مشتریان خارجی نیاز به انگیزه و درگیر شدن مشتریان داخلی یا کارکنان است. کارکنان یا مالکان فرآیندها که دارای بیشترین اطلاع از عملکرد فرآیندها هستند زمانی که در تصمیم‌گیری‌ها بیشترین نقش را دارند و ابزار لازم برای فعالیت‌های ارتقای کیفیت برای آنها فراهم باشد، انگیزه لازم را پیدا می‌کنند.

پاسخگویی به نیازها و انتظارات مشتریان داخلی باید در راستای نیازها و انتظارات مشتریان خارجی باشد. بهبود روش‌های انجام کار سبب کاهش دوباره‌کاری‌ها، کارهای اضافی، اتلاف منابع، کاهش مخارج کنترل کیفیت و در نهایت باعث کاهش هزینه خواهد شد.

دلایل دیگر برای کیفیت اثربخشی، مناسب بودن و کارآیی است که از عناصر اساسی یک نظام و مراقبت کیفی به‌شمار می‌رود.

نظرگاه

کیفیت، کلید مشتری‌مداری

بهمن برومند- کارشناس کیفیت: کیفیت یکی از مهم‌ترین شاخص‌هایی است که مشتریان و مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات در زمان تصمیم‌گیری برای خرید، آن را مدنظر قرار می‌دهند. برای اینکه بتوان مفهومی کامل از «کیفیت» ارائه کرد، باید به این مسئله توجه داشت که یک محصول مناسب ضمن اینکه باید دارای ویژگی‌ها و صفات فیزیکی قابل‌قبول برای مشتریان باشد، باید با نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتری در زمینه قیمت، ترکیب، عملکرد و... هم منطبق باشد و آنان را برآورده سازد.

این مشتریان هستند که مناسب بودن کیفیت یک محصول را به ما بازتاب می‌دهند و میزان آن را می‌توان از روش‌هایی مانند نظرخواهی ارزیابی کرد؛ پس توجه به کیفیت محصولات یکی از مولفه‌های مهم در امر مشتری‌مداری است که تمامی عوامل یک بنگاه اقتصادی باید نسبت به آن متعهد باشند.

باتوجه به شناخت مفهومی کلی از موضوع کیفیت، این نکات به ذهن متبادر می‌شود که تا چه اندازه به بحث کیفیت کالا و خدمات در کشور ما و در قوانین و مقررات مرتبط با حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان پرداخته شده و اینکه ارتقای کیفیت کالاها و خدمات برای بنگاه‌های اقتصادی، در عین اینکه موجب رعایت حقوق مصرف‌کنندگان می‌شود، هزینه‌زا نیست؟ یا اینکه نوعی سرمایه‌گذاری و در واقع نوعی کمک به افزایش قدرت رقابت‌پذیری بنگاه اقتصادی است؟ و موارد دیگر، سوالاتی هستند که در این بحث به آن می‌پردازیم.

برداشت جدید از مفهوم کیفیت با برداشت سابق از آن متفاوت است و ارتباط ناگسستنی بین بحث کیفیت و مشتری‌مداری به‌وجود آمده است؛ تا جایی که رعایت اصل کیفیت در ارائه کالا و خدمات یکی از مصادیق بین‌المللی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان تعریف شده و از جمله مواردی است که در کشور جمهوری اسلامی ایران هم در قالب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، مصوب ۱۵ مهر ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی و در آیین‌نامه اجرایی ماده ۲۱ آن به‌طور مستقیم و به‌صراحت در موارد متعددی به آن اشاره و از جمله حقوق مسلم مصرف‌کنندگان تعریف شده است؛ به‌طوری که در ماده (۱) آیین‌نامه اجرایی ماده ۲۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به موضوع کیفیت در تعریف حقوق مصرف‌کننده این گونه اشاره شده است: حقوقی که عرضه‌کنندگان کالا و خدمات به‌طور انفرادی و به‌طور مشترک از حیث صحت، کمیت، کیفیت و سلامت کالا و خدمات عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین یا مندرجات قرارداد مربوط یا عرف باید در زمینه هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند، در معاملات رعایت کنند.

در ماده (۸) قانون حمایت هم به موضوع کیفیت اشاره شده و هر گونه تبانی و تحمیل شرایط ازسوی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات که موجب کاهش عرضه یا پایین آوردن کیفیت یا افزایش نرخ شود، جرم محسوب شده است.

در ماده (۲) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان با موضوع خسارات وارده به مصرف‌کنندگان درباره بحث کیفیت آمده است: چنانچه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات از بابت عرضه محصول به مصرف‌کنندگان خسارتی را متوجه مصرف‌کننده کنند و چنانچه خسارت وارده ناشی از عیب یا بی‌کیفیتی باشد و عرضه‌کنندگان به آن آگاهی داشته باشند، علاوه بر جبران خسارت به مجازات مقرر در قانون حمایت محکوم خواهند شد.

براساس ماده (۳) قانون مذکور هم از جمله اطلاعاتی که عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان مکلفند در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند، اطلاعات مربوط به کیفیت محصول است.

باتوجه به موارد فوق، بیش از پیش متوجه اهمیت موضوع کیفیت کالا و خدمات در قوانین و مقررات مربوط به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و نقش و ارتباط آن با تحقق امر رعایت حقوق مصرف‌کنندگان می‌شویم.

حاکم شدن فرهنگ کیفیت‌مداری در یک بنگاه اقتصادی، منافع تولیدکننده و مصرف‌کننده را به‌هم پیوند می‌دهد و با هم تلفیق می‌کند. بنگاه‌های اقتصادی به‌دنبال افزایش سود هستند و دستیابی به این هدف، مستلزم داشتن مزیت رقابتی نسبت به رقبا در بازار است. یک واحد اقتصادی برای افزایش قدرت رقابت‌پذیری خود، صرفا نباید دنبال پاسخ این سوال باشد که کیفیت محصولاتش تا چه اندازه با کیفیت محصولات رقبا تفاوت دارد، بلکه باید به این نکته توجه کند که یک بنگاه تنها در صورتی از برتری رقابتی ملموس نسبت به رقبا برخوردار خواهد بود که ابتدا معنی دقیق کیفیت کالا و خدمات را از منظر مشتریان و مصرف‌کنندگان درک و سپس کالاها و خدمات باکیفیت که مطابقت بیشتری با منافع مصرف‌کنندگان دارند را ارائه کند.

در دنیای رقابتی امروز باید خود را به سازکارهای رقابت‌پذیری در حال و آینده تجهیز کنیم و اصول نوین مدیریت و قواعد حضور در بازارهای جهانی را بیاموزیم و به اجرا درآوریم. مهم‌ترین این اصول رعایت کیفیت در تمامی ابعاد آن، اجرا و استقرار ابزارها و سیستم‌های مدیریت کیفیت، الگوبرداری و استفاده از روش‌های سنجش و اندازه‌گیری معیارهای موفقیت است.

توجه به کیفیت کالا و خدمات از جمله موضوعاتی است که تحقق آن موجب کسب منفعت برای هر دو بخش تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌شود. اگر می‌خواهیم از مصرف‌کنندگان حمایت کنیم باید تولیدکنندگان، محصولات باکیفیتی به مصرف‌کنندگان عرضه کنند. تولید کالاهای باکیفیت و متناسب با نیاز مشتریان بازارهای هدف موجب جلب رضایت مشتریان می‌شود و احقاق حقوق مصرف‌کننده را در پی خواهد داشت و این هم سبب افزایش قابلیت رقابت‌پذیری آن محصولات در بازارهای هدف خواهد شد.

اما تولید محصولات باکیفیت به آسانی ممکن نیست؛ مگر زیر سایه توجه به تولیدکننده و حمایت از آن در زمینه‌هایی مانند قانون‌گذاری، کمک به تامین سرمایه و انتقال فناوری، نوین‌سازی شبکه‌های توزیع و حمل‌ونقل، ارتقای لجستیک تجاری، فرهنگ‌سازی در زمینه مصرف کالاهای داخلی و حرکت در مسیر اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و... که می‌تواند به حمایت از تولید محصولات باکیفیت و دارای نرخ مناسب منجر شود.

به‌عبارتی برای ارتقای کیفیت کالاها و خدمات که منجر به حمایت از مصرف‌کننده می‌شود، نیازمند این هستیم که از تولیدکننده هم حمایت کنیم تا به اقتضای شرایط بتواند به ارتقای کیفیت محصول خود بپردازد.

باتوجه به مطالب پیش‌گفته، به این نتیجه می‌رسیم که ارتقای کیفیت کالاها و خدمات، نه‌تنها برای بنگاه‌های اقتصادی هزینه محسوب نمی‌شود، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری در جهت افزایش قابلیت رقابت‌پذیری محصولات این بنگاه‌ها است و ضمن رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، به جلب اعتماد و اطمینان مصرف‌کنندگان کمک می‌کند و موجب تحقق امر مشتری‌مداری برای بنگاه‌ها می‌شود.

صرفه‌جویی با اجرای مدیریت کیفیت

سودی که در جیب تولید می‌ماند



عکس: صمت

مفهوم رایج و قدیمی کیفیت از دیدگاه اقتصادی صرفا به نتایج فرآیند تهیه محصول تکیه می‌کند که براساس آن درجه مرغوبیت محصولات و خدمات، تعیین می‌شود. صاحب‌نظران بین‌المللی تعاریف مختلفی از کیفیت ارائه کرده‌اند که هر یک دارای ابعاد و تاثیرگذاری‌های مختلف بر تولید و مصرف است. دمینگ، کیفیت را میزان یکنواختی و یکسانی کالا یا خدمت مربوط تعریف می‌کند. جوزف جوران معتقد است کیفیت عبارت است از مطابقت کالا یا خدمت با کاربرد آن، معنای دیگر این عبارت این است که استفاده‌کننده از کالا یا خدمت باید بتواند نیاز یا خواست خود را از آن کالا یا خدمت برآورده سازد. فیلیپ کرازبی معتقد است کیفیت «کار بی‌نقص یا خرابی صفر» است. از نظر او کیفیت رایگان است و با تغییر تفکر مدیریت ارشد، کیفیت بهبود می‌یابد. وی کیفیت را مطابقت یک محصول یا خدمت با الزامات از پیش تعیین شده تعریف کرده است. تعریف کیفیت از دیدگاه فایگنباوم عبارت است از «توانایی یک محصول در برآوردن هدف موردنظر که با حداقل هزینه ممکن تولید شده باشد.»

تاریخچه سیستم‌های مدیریت کیفیت

در دهه ۱۹۵۰، شرکت‌های ژاپنی متوجه سود حاصل از تمرکز بر کیفیت در سازمان‌های‌شان شدند و از یک امریکایی به‌نام ادوارد دمینگ درخواست کمک کردند. وی به‌دلیل کمک به شرکت‌های ژاپنی در جنبش کیفیت، اعتبار یافته است. روش‌های دمینگ، شامل کنترل آماری فرآیند (SPC) و تکنیک‌های حل مسئله، توانستند در سازمان‌هایی که نیاز به تولید کالاها یا خدمات کیفی‌تر داشتند، یک نیروی محرکه برای تغییر نگرش افراد ایجاد کنند.

دمینگ روش ۱۴ امتیازی خود را برای آموزش ارتقای کیفیت در سازمان به مدیران ایجاد کرد. وی عقیده داشت ۸۵ درصد مشکلات مربوط به کیفیت، ناشی از اشتباهات مدیران است و برای پیشرفت، مدیران باید رهبری را بر عهده گرفته و منابع و سیستم‌های لازم را فراهم کنند. برای مثال، نمی‌توان انتظار داشت وقتی به ماموران خرید شرکت، ابزارهای لازم برای فهم الزامات کیفی مواد داده نشده، کیفیت مستمر را در مواد ورودی مشاهده کرد. ماموران خرید باید کاملا با چگونگی ارزیابی کیفیت کالاها و خدمات ورودی و الزامات کیفی آنها آشنایی داشته باشند و بتوانند این الزامات را به تامین‌کنندگان منتقل کنند. در یک سیستم مدیریت کیفیت مطلوب، ماموران خرید باید از نزدیک با تامین‌کنندگان تعامل داشته باشند و به آنها کمک کنند که کیفیت را به حد متناسب و فراتر از آن برسانند.

طبق نظر دمینگ، سیستم‌های مدیریت کیفیت باید بتوانند دو مفهوم متفاوت از بهبود فرآیند را پوشش دهند: (۱) علل معمول (سیستماتیک) ایجاد خطاها و (۲) علل خاص ایجاد خطا. علل معمول مربوط به انبوه پرسنل ماشین‌آلات یا کالاهاست اما علل خاص مربوط به تک‌تک کارمندان یا تجهیزات خاص است. علل سیستماتیک ایجاد خطاها شامل طراحی ضعیف کالا/خدمت، مواد نامناسب، اسناد نامناسب بارگیری و شرایط ضعیف فیزیکی و علل خاص شامل کمبود آموزش‌های مهارت‌های لازم، مواد ورودی با کیفیت نامناسب یا خرابی دستگاه‌ها می‌شود.

یکی دیگر از افراد تاثیرگذار در توسعه کنترل کیفیت، جوزف ام یوران بود که مانند دمینگ با کار در سازمان‌های ژاپنی متمرکز بر کیفیت، مشهور شده بود. او موسسه یوران را نیز در سال ۱۹۷۹ تاسیس کرد که اهدافش متمرکز بر کمک به سازمان‌های دیگر برای افزایش کیفیت کالاها یا خدمات‌شان بود.

یوران کیفیت را «مناسب بودن برای استفاده» معرفی می‌کرد؛ به این معنا که کاربران کالاها/خدمات باید بدون نگرانی از خرابی یا مشکل، ۱۰۰ درصد اوقات به آن کالا/خدمت اطمینان داشته باشند. در این صورت، می‌توان گفت کالا برای استفاده مناسب است.

کیفیت طراحی را می‌توان این گونه تعریف کرد: آنچه می‌تواند میان یک ژیان و یک مرسدس بنز تفاوت ایجاد کند، یعنی مفهوم طراحی و مشخصات آن. کیفیت کالا یا خدمت تنها به اندازه طراحی آن می‌تواند خوب باشد؛ بنابراین مهم است که کیفیت در فرآیند طراحی موردتوجه قرار گیرد و علاوه بر آن به مشکلاتی که ممکن است برای تولید این کالا/خدمت برای رسیدن به حد کیفی موردنظر وجود داشته باشد، توجه کرد.

انقلاب کیفیت به امریکا رسید

حرکت به سمت کیفیت بیشتر، در صنعت امریکا در دهه ۱۹۸۰ با دنباله‌روی از صنایع ژاپنی آغاز شد. شرکت‌های ژاپنی با تولید کالاها و خدمات باکیفیت‌تر و ضایعات کمتر، به‌صورت چشمگیری از شرکت‌های امریکایی پیشی گرفتند. شرکت فورد نخستین شرکتی بود که از دمینگ دعوت کرد به آنها در تبدیل شرکت به یک شرکت مبتنی بر کیفیت کمک کند. در نتیجه، فورد توانست بیش از هر شرکت دیگری در صنعت خودروسازی به استانداردهای کیفیت دست یابد و باوجود اینکه رونق بازار خودرو در اواخر دهه ۸۰ کمتر شده بود، فورد توانست فروش خود را به‌صورت قابل‌ملاحظه‌ای افزایش دهد.

این شرکت به کمک استانداردهایی که برای کیفیت بالا تدوین کرده بود، توانست فروش سالانه تاوروس خود را از هونداآکورد بالاتر ببرد. کنگره امریکا باتوجه به نیاز شرکت‌های امریکایی به افزایش کیفیت، جایزه ملی کیفیت مالکوم‌بریج را با الگوبرداری از مدل جایزه ژاپنی دمینگ بنا نهاد.

این اقدام باعث شد منابعی که کسب‌وکارهای امریکایی برای بهبود کیفیت تخصیص می‌دادند، افزایش یابد و در طی ۱۰ سال، شرکت امریکایی فلوریدا پاوراند لایت توانست جایزه کیفیت دمینگ را نیز نصیب خود کند.

از ابتدای دهه ۸۰ و در ادامه آن در قرن بیست‌ویکم، موضوع کیفیت در همه صنایع و تقریبا در همه سازمان‌ها در امریکا مطرح شد. جنبش کیفیت در تولید آغاز و سپس به صنایع خدماتی کشیده شد. در ابتدا انتظار نمی‌رفت بتوان سیستم‌های کیفیت را به‌سادگی از صنایع تولیدی به صنایع خدماتی انتقال داد اما امروزه این صنایع با پیاده‌سازی برنامه‌های کیفی، درآمدهای هنگفتی به‌دست آورده‌اند. در تاریخ جنبش کیفیت، رویکردهای مختلفی برای کیفیت به‌وجود آمد و حتی سازمان‌های متعددی تنها برای تنظیم استانداردهای کیفیت ایجاد شدند. با استفاده از خدمات دیجیتال مارکتینگ شرکت نوکار تو به کسب‌وکار خود رونق بخشید.

«شش‌سیگما» روشی برای بهبود تولید

شش‌سیگما به‌عنوان روشی برای اندازه‌گیری و بهبود فرآیندهای تولیدی با تولید بالا توسط شرکت موتورولا در دهه ۱۹۸۰ ابداع شد. هدف کلی این روش، سنجش و کاهش ضایعات از طریق دستیابی به نتایجی نزدیک به ایده‌آل بود. عبارت شش‌سیگما به یک روش سنجش آماری اشاره دارد که کمتر از ۳.۴ خطا در یک میلیون دارد. شرکت‌های زیادی از جمله جنرال الکتریک، فورد، دایملر کرایسلر و... از شش‌سیگما استفاده کرده و توانسته‌اند میلیاردها دلار ذخیره کنند. شش‌سیگما یک روش مبتنی بر آمار برای بهبود فرآیند است که از ابزارهای بسیاری از جمله کنترل کیفیت آماری SPC، مدیریت کیفیت فراگیر TQM و طراحی آزمایش‌ها DOE استفاده می‌کند. این روش را می‌توان با سایر سیستم‌ها و اقدامات مانند طراحی محصول جدید، برنامه‌ریزی مواد لازم MRP و کنترل موجودی به هنگام JIT نیز به‌کار برد. شش‌سیگما ابتدا سیستمی برای فرآیندهای تولیدی محسوب می‌شد، اما امروزه ثابت شده که در فرآیندهای غیرتولیدی مانند حسابداری، مالی، بازاریابی و سیستم‌های اطلاعاتی نیز موفقیت‌آمیز بوده است. در نگاه اول ممکن است ساختاربندی قوی شش‌سیگما، در زمینه تحلیل فرآیندهایی که مانند فرآیندهای تولیدی استاندارد و تکراری نیستند ناکارآمد جلوه کند اما تئوری منعطف شش‌سیگما مناسب برای هر فرآیندی است.

سخن پایانی

برخی می‌گویند توجه به کیفیت خود به خود برای سازمان هزینه‌تراشی می‌کند، به همین خاطر نهادها حاضر نیستند به مقوله کیفیت توجه کنند. نکته این است که درست است کیفیت و مدیریت آن در سازمان هزینه‌بر است، اما باید هزینه‌های بی‌توجهی به کیفیت و همچنین صرفه‌جویی‌هایی که با اجرای مدیریت کیفیت حاصل می‌شود را هم دید.