

بهره‌وری، آموزش وتوسعه صنعتی

بخش د وم

واضح است که اگر اکثریت رشد بهره وری اساساً از بستر به کارگیری وپذیرش سرمایه‌های خارجی حاصل می شودپس کشورها هم باید دروازه‌های خود را بروی آن تحولات بکشایند ومشتاقانه از آنها پذیرایی کنند.همچنین فرصتهایی برای بعضی کشورها وجود دارد که از طریق صادرات، آموزش بگیرند . فعالیت‌های صادراتی ، عواملی چون دانش بازاریابی ، فناوری واطلاعات بازار مربوط به حضور مشتریان ، که اقتصاد کشورها را رقابتی تر می کنند با یکدیگر ترکیب می کند .

گرچه(به عقیده دکترجان پیج (JohnPage)رئیس بخش اقتصادی سازمان کشورهای خاورمیانه وشمال آفریقا دربانک جهانی)عوامل کلیدی فوق موجد موفقیت کشورهای شرق آسیا هستند ولی از نظر بین المللی مورد قبول نیستند .

با وجود این ، اگر کسی بخواهد نگاهی به روابط فی مابین بازبوند دروازه‌های کشور به اقتصاد جهانی وتغییر در میزان بهره وری بنماید ، پیشنهادات JohnPage موثر ومثبت خواهد بود .

درحقیقت کشورهای: (۱)شرق آسیا و آمریکای لاتین به لحاظ وحدت بازاریجهانی اهمیت والایی دارند درحالیکه کشورهای(۲) جنوب آسیا ، خاورمیانه وشمال آفریقا در این رابطه اهمیت چندانی ندارند چرا که تعدییر در میزان بهره‌وری کشورهای گروه یک سریع ترین آنگگ ودر گروه ۲ کم ترین سرعت را نشان می دهد .

همین موضوع درخصوص سرمایه گذاری مستقیم خارجی هم صدق می کند . یعنی اینکه مناطقی از جهان که درجلب آن سرمایه‌های خارجی(FDI) بیشترین توفیق را داشته اند، درجلب فناوریهای جدید وتغییر بهره وری هم بیشترین موفقیت را نشان داده اند وبرعکس آن کشورهایی که نتوانستند سرمایه‌ای به طور مستقیم (FDI)جلب کنند در تغییر بهره وری هم عقب مانده اند .

اولین عامل استراتژی رقابت پذیری (با سیاست صنعتی) برای هرکشوری درمنطقه جنوب دریای مدیترانه باید استراتژی گسترش صادرات وجهت دادن سرمایه‌های خارجی به اقتصاد پرنومرزی آن باشد، حالا سوال اینست : چرا سرمایه‌گذاری برای واردات ؟ تحقیقاتی در خصوص تاثیر سرمایه‌های خارجی به روی تغییر بهره وری منطقه وجود ندارد که مدعی باشد وقتی سرمایه‌های خارجی وارد کشور می شوندفناوری جدید را نمی آورند .

برعکس آنها باعث جلب فناوری جدیدهم می‌شوند که کاملاً مناسب رقابت‌های داخلی است . عامل دوم برای کشورهایی ضرورت دارد که با کشورهای عضو اتحادیه اروپا ، قراردادهای تجارت آزاد منعقد می کنند یعنی استراتژی ، برای رقابت پذیری صنعتی ، درست شده است . صنایع موجود با این واقعیت در تضاد هستند که : در خلال ۱۲ سال آینده قیمت‌های جاری در تمام کشورهای حوزه مدیترانه که عضوی از قرارداد یادشده هستند به سطح قیمت‌های اروپایی خواهند رسید وتلویحا بیان می کنند که کاهش جدی در سطح فعلی محافظت از صنایع ملی صورت خواهد گرفت .

کما اینکه تجربه گشایش سریع دروازه‌های اقتصادی آمریکای لاتین نشان داده است که این فرآیند همیشه درگیر تعدیلاتی است که به عهده شرکت‌های فعلی است اما آن سیاست هوشمندانه عمومی بازرگانان برای حمایت از چنین انتقالی (از بازار متمرکز دولتی به بازار آزاد جهانی) می تواند تعدیلبها را تسهیل کند .

درحقیقت شرکت‌ها هم پذیرفتند ، همان طوریکه در مثال مکزیک که وارد قرارداد تجارت آزاد آمریکا(NAFTA) شده به وضوح می بینیم ، ولی آنها هم به تنهایی اینکار را نکردند(زیرا حمایتهای دولتی لازم بود) درکشور مکزیک ، وزارت بازرگانی و صنایع ، با همکاری وزارت اقتصاد و دارایی ، جهت تجدید ساختار صنایع ملی ، به ایجاد استراتژی ساخت شرکت‌های تضامنی عمومی خصوصی ، روی آوردند . این استراتژی از مثال کشور تونس امروز کاملاً متفاوت بود چرا که مبتنی بر تهیه وپردازش عمومی اطلاعات بود .

شرکت‌های مکزیکی فاقد آشنایی بانفآوری پیشرفته در قسمتهای خود بودند .

آنها نمی دانند که در کدام بازار آمریکای شمالی نفوذ کنند ویا چه نوع فناوری برای رقابت پذیری ضرورت دارد . به طور اجمال ، آنها نمی دانستند چگونه باید تجدید ساختاراقتصادی کرد . مضافاً اینکه بانکهای آنها هم نمی‌دانستند که پیشنهادات تجدید ساختار می تواند خود باعث آموزش گردد .

پس کشور مکزیک ، اقدام به ایجاد بنگاههای اقتصادی تضامنی عمومی – خصوصی ، در میان شرکت‌ها ، بانکها وموسسات دولتی خود در بخش‌های کلیدی نمود . این شرکای جدید درسطح بین الملل به جستجوی اطلاعات لازم جهت حمایت از برنامه ریزی استراتژیک دربخش‌های خود ، پرداختند واطلاعات مشخصه را در اختیار کلیه شرکت‌های داخلی خود قراردارند .

البته سیاستی راهگشا نبود بلکه یک سیاست اطلاعاتی بود ونشان می داد که هیچ شرکت مکزیکی به تنهایی قادر نیست که به دنبال تحقیقات بین المللی برود .

همچنین دومحدوده خط مشی صنعتی هم وجود دارد که به اعتقادJohnPageچندان امیدبخش نیستند . البته وی طرفدار سیاست ترجیح دادن تراشه کامپیوتری به تراشه سبب زمینی نیستند که نوع ژاپنی آن موسوم به سیاست تشویق صنایع گزینشی است .

وی تصور می کند که اکثر دول منطقه مدیترانه فاقد آن ظرفیت ذاتی نهادهی شده هستند که بتوانند سیاستهای ویژه صنعتی را که در زاین درخلال دوران رشد سریع ، متداول است درکشورهای خود پیاده کنند .

حتی در ایالات متحده نیز چنین سیاستی با شکست روبه رو شده است . مثلاً یکی از چالش‌هایش ، تولید «اتومبیل سواری جهانی » بود که دریک اقدام با نمره متوسط (مثلاً از ۱۴ واحد ۲۰) باتخصیص یارانه ملی باعث می شود که صنعت هوافضا به سه تولید کننده اتومبیل داخلی گره بخورد وتنجیحات اتومبیلی با فناوری برتر ساخته شود که آن هم نیز به خاطر دو دلیل باشکست مواجه شده است :

۱- اصولاً دربازار مصرف آزمایش نشده

۲- درقبال کارنکردن وعدم مفیدبودن هیچگونه مجازاتی به همراه نداشتن البته هرچند که سه کارخانه تولیدی مذکور ، یارانه سخاوتمندی دریافت کردند ولی هنوزهم چنین اتومبیل جهانی ساخته وتحول نگردیده است نکته عبرت انگیز این داستان آنجاست که انتخاب یک سیاست صنعتی نیازمند داوری نیرومند است که اولاً قوانین را در عمل پیاده کند و دوماً بخش خصوصی را وادار به کار نماید .

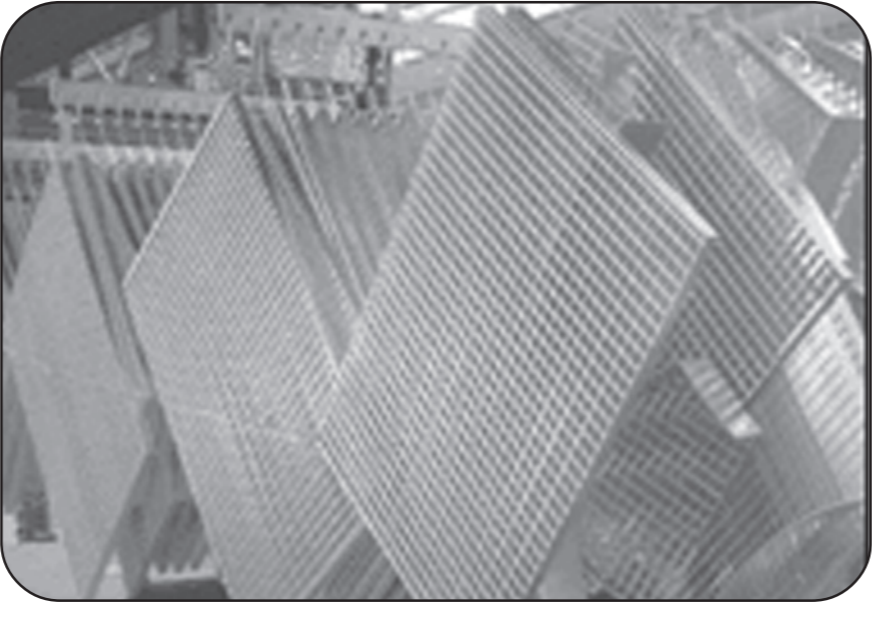
حتی امروز هم در زاین وزارت صنایع وتجارت نسبت به کاربرد سیاست گزینش برندگان که در دهه ۱۹۶۰ میلادی معمول ومحبوب بود ، دیگر اظهار پیه علاقه‌گی می کند . درحقیقت داستان یارانه‌های خنثی وغیرتولیدی صنایع درکشورهای جهان سوم هم پیشنهاد می کند که دولت‌های منطقه باید به طور برابری (درقبال قبولی یا رد چنین سیاستی) احتیاط به خرج بدهند .

منبع :www.mim.gov.ir

دبیر انجمن صنایع آبکاری:

گردش مالی صنایع آبکاری ایران به ۲ میلیارد دلار می‌رسد

صنعت آبکاری هیچ سهمی از تسهیلات ۵ میلیارد دلاری ندارد.



تأسیس شهرک طلا در حال پیگیری است.

لحاظ اقتصادی ارسال قطعه‌های تولیدی به کشورهای دیگربرای آبکاریکردن به صرفه نیست و برای بعضی از صنایع مانند صنایع هواپیما سازی، کشتی سازی و . . . تا حدی غیرممکن است .
وی با اشاره به مصوبه هیأت وزیران در سال ۶۹ مبنی بر انتقال صنایع آبکاری از شهرها خاطر نشان کرد: براساس این مصوبه، انتقال واحدهای آبکاری به شهرک صنعتی علمی آباد مطرح شد، اما تجميع تمامی واحدهای صنایع آبکاری در یک شهرک صنعتی راهکار مناسبی نبود و به همین دلیل تأسیس واحدهای زیرپله‌ای

بسته حمایت از صنایع غذایی در کمیسیون اقتصادی دولت بررسی می شود

تصویب آن تحولی عظیم در بخش کشاورزی ایجاد خواهد کرد .

وی اظهارداشت : در برنامه پیشنهادی وزارت جهاد کشاورزی استقرار نظام مدیریت استراتژیک در صنایع غذایی ، توسعه خلاقیت، نوآوری در صنایع غذایی، اصلاح وارپته‌های محصولات کشاورزی مناسب صنعت، تراکشن و استقرار مناسب واحدهای صنایع غذایی در سطح کشور ، بهبود و توسعه سیستم توزیع و عرضه ، بهبود و تثبیت سیاستهای حمایتی ، تقویت توان بازاریابی و بهبود سیاستهای پولی و مالی شده‌اند، اعتباری جهت تدوین بسته حمایتی مذکور ارائه شده است .
از سال گذشته تهیه بسته حمایتی مذکوراز سوی دولت به عنوان تکلیف برای وزارت جهاد کشاورزی مشخص شده بود، که پس از یک سال انجام کارکارشناسی ، برای تصویب نهایی به کمیسیون اقتصادی دولت ارائه شد و براساس آن ، تکلیف تمام وزارتخانه‌های مختلف ، نظام بانکی و سازمانهای مرتبط با صنایع غذایی دراین بسته حمایتی مشخص شده است .

مخبر کمیسیون صنایع :

امکان صادرات سیمان

فراهم می‌شود



تا وقتی که ما برای تامین نیاز سیمان به واردات نیاز داریم ، تحریم‌های بین‌المللی بر ما تاثیر منفی خواهد گذاشت .

به گزارش ایسنا علی اصغر یوسف نژاد مخبر کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت : در صورتی که طرح‌های مرتبط بتدریج می‌تواند رهبری در قیمت را برعهده گیرد و قیمت را به نحوی تنظیم کند که با توجه به فلسفه تولید انبوه هم درآمدهای سرشار ی را نصیب خود کرده و هم جلوی تازه واردان را بگیرد .

نماینده ساری با تکذیب ادعای یک سایت پاکستانی مبنی بر این که سیمان پاکستان بازار ایران را تسخیر کرده است ، گفت : به هر حال وجود سیمان پاکستان در ایران را نمی‌توان نفی کرد ، اما میزان تولید داخلی ، بخش قابل توجهی از نیاز ما را برطرف می‌کند و این گونه نیست که سیمان پاکستان بازار ایران را به خود اختصاص داده باشد .



Industry & Mine

Tuesday, 7Oct 2008, Number 2929

عضو دبیرخانه قدر آسیون بین المللی شتبر :

«خانه شیر» آغازی برای ورود

صنایع لبنی به WTO است

جلوگیری از آسیب‌های تجاری و سیاسی و ارائه مشاوره صحیح به دولتمردان از جمله مهم‌ترین وظایفی است که برای خانه‌های شیر در سطح بین‌المللی تعریف شده است .

به گزارش خبیرنگار افساراقصصادی ، مهرنشوش امجدی گلباگانی ، عضو دبیرخانه فدراسیون بین‌المللی شیر با بیان این مطلب در مورد وظایف و خدماتی که خانه شیرمی‌تواند به فعالان این عرصه ارائه کند ، افزود : کمک به قانونگذاران برای تدوین قوانین مناسب برای صنعت شیر ، تأمین اطلاعات آماری از صنعت لبنیات و نمایندگی صنعت شیر کشور در سطوح ملی ، ناحیه‌ای و جهانی از جمله خدماتی است که خانه شیر می‌تواند ارائه کند .

امجدی گلباگانی با اشاره به اینکه خانه شیر مکانی برای افزایش سلامت جامعه از طریق متخصصان تغذیه عضو آن است ، گفت : خانه شیر علاوه بر اینکه در مواقع بروز بحران در صنعت شیر می‌تواند وظیفه مدیریت بحران را بر عهده بگیرد ، می‌تواند به عنوان یک بازوی بازاریابی برای صنعت شیر کشور عمل کرده و در این راستا سبب افزایش مصرف شیر و محصولات لبنی نیز شود . وی از خانه شیر به عنوان مکانی برای شنیدن صدای فعالان صنعت شیر کشور یاد کرد و افزود : خانه شیر محلی برای جمع‌آوری اطلاعات و نتایج تحقیقات علمی از سراسر دنیا در رابطه با شیر و فرآورده‌های شیری و انتقال آن به صنعت لبنیات کشور است و از این طریق فعالان این صنعت و متخصصان علوم تغذیه مصرف‌کنندگان از آخرین اطلاعات علمی روز دنیا بهره‌مند می‌شوند .

امجدی گلباگانی با تأکید بر اینکه خانه شیر از طریق تحقیق بازار و مشتری و آنالیز اطلاعات و داده‌ها سبب توسعه تولید و همچنین مصرف محصولات لبنی می‌شود، افزود : خانه شیر محل مناسبی برای ساماندهی واردات و صادرات محصولات لبنی و آغازی برای ورود این صنعت به WTO است . عضو دبیرخانه فدراسیون بین‌المللی شیر اظهار داشت : کلیه فعالیت‌های تبلیغاتی برای شیر و محصولات شیری به منظور هدفمند شدن هر چه بیشتر این تبلیغات از طریق خانه شیر هر کشور انجام می‌شود . ضمن آنکه خانه شیر محل مناسبی برای برنامه‌ریزی شیر مدارس و برنامه‌های تحصیلی دانش‌آموزان می‌باشد که این برنامه‌ها از طریق اولیای مدرسه به دانش‌آموزان منتقل می‌شود . همچنین از این طریق می‌توان برای توسعه محصولات شیری غنی شده برای دانش‌آموزان و کلیه مصرف‌کنندگان برنامه‌ریزی کرد .



KEN Woodماشین لباسشویی Slimعرضه کرد

شرکت سینجره عنوان نماینده انحصاری واردات و خدمات پس از فروش لوازم خانگی بزرگ KEN Wood در ایران ، ماشین لباسشوس Slim را به بازار عرضه کرد .

به گزارش خبرنگار ابراراقصصادی ، علی شقایقی سرپرست بازرگانی سینجر و مدیر فروش کن وود در ایران با اعلام این مطلب افزود : سینجر از ۴/۵ سال گذشته تاکنون با امضای قراردادی با کن وود اقدام به واردات انحصاری و خدمات پس از فروش لوازم خانگی بزرگ این شرکت در ایران می‌نماید .

وی در خصوص محصولات خانگی بزرگ کن وود گفت : هم‌اکنون کن وود ۱۵ مدل ماشین لباسشویی ، ۶ ظرفیت متفاوت محصولات بردتی و سه مدل ماشین ظرفشویی ۱۲ نفره را در بازار ایران عرضه نموده است .

شقایقی با بیان اینکه امروزه که خانه‌ها وآپارتمان‌ها کوچک‌تر شده‌اند ، مساحت آشپزخانه‌ها نیز کاهش یافته است ؛ اظهار داشت : کن وود در راستای تولید محصولات خانگی Slim ، ماشین لباسشویی Slim پنج کیلویی خود را طراحی و به بازار عرضه نموده که در مقایسه با محصولات مشابه موجود در بازار از نظر حجم ۱۲ درصد کوچکتر است .

وی در مورد مزیت‌های اصلی این ماشین لباسشویی گفت : ماشین لباسشویی Slimکن وود با کسب استانداردها اروپا دارای برجسب مصرف انرژی با گرید A است .

این مسئول یادآور شد : مشتریان ماشین لباسشویی کن وود می‌توانند بنا به سلیقه و درخواست خود هر نوع محصول ۵ ، ۶ ، ۷ و ۱۰ کیلوگرمی را با طول و عرض متناسب انتخاب کنند .

وی در ادامه افزود : این ماشین لباسشویی دارای سیستم برنامه تایم دیلی جهت زمان‌بندی برنامه شستشو تا ۵ ساعت تأخیر بعد از شروع کار برای رعایت کاهش مصرف برق در زمان پیک است .

شقایقی سپس به توضیح سیستم برنامه‌های یک‌دوم شستشو و شستشو سریع در ۳۰ دقیقه این دستگاه که باعث کاهش زمان کار همچنین مصرف آب ، برق و مواد شوینده می‌شوند ، پرداخت وی خاطر نشان ساخت : هم‌اکنون ۳۰درصد بازار ماشین لباسشویی ، ۲۰ درصد بازار ماشین ظرفشویی و ۱۵ درصد بازار یخچال و فریزر کشور در اختیار کن وود است .

شقایقی با اشاره به وجود ۴۰۱ مرکز خدمات پس از فروش محصولات MIC ۱۰۰۰۰۲ از ایران اظهار داشت : سینجر با کسب گواهینامه ISO9002 از انگلستان در سال گذشته میلادی ، محصولاتی با ۱۲ ماه گارانتی به بازار ایران ارائه می‌کند . علاوه بر این حجت رحمانی مدیر خدمات پس از فروش کن وود گفت : این مرکز به صورت ۲۴ ساعته آماده دریافت پیام‌های مشتریان و ارائه خدمات به آنها است .

وی با اشاره به اینکه ۲۴ ساعت پس از خرید محصولات کن وود ، جهت نصب و آموزش با مشتریان تماس حاصل می‌شود، افزود : پس از یک ماه نیز مجدداً با مشتریان برای دریافت نظرات آنها در مورد دستگاه و خدمات پس از فروش آن ارتباط برقرار می‌شود .

رحمانی یادآور شد : سرویس کارهای شرکت برای هر محصول به مدت ۱۵ روز در محل کارخانه تولید آن آموزش می‌بینند و در این رابطه نیز گواهینامه مخصوص آن دستگاه را دریافت می‌کنند .