



مؤسسه مطالعات پژوهش‌های بازرگانی



پایش تحولات تولید

شماره ۷- مهر ۱۳۹۹

گروه پژوهش‌های صنعت و معدن

الهام اسمعیلی‌پور ماسوله، میثم بشیری و الهام پیروز

فهرست مطالب

- آخرین اخبار و تحولات مهم در حوزه تولیدات صنعتی و معدنی در جهان منتهی به هفته آخر مهر
- توانمندسازی و ساماندهی بنگاه‌های لوازم خانگی در کشورهای منتخب (ترکیه، چین و کره جنوبی)
- صنعت لوازم خانگی ایران در آینه متغیرهای صنعتی
- تغییرات قیمت جهانی مواد و محصولات معدنی و معاملات در ایران (از اول آگوست تا هفته سوم اکتبر)
- تحلیلی بر نوسانات قیمت کالاهای صنعتی از ۱۳۹۹/۰۶/۰۱ تا ۱۳۹۹/۰۷/۳۰ و سیاست‌های دولت برای تنظیم بازار این کالاها
- جمع‌بندی و ارائه راهکارهای سیاستی

❖ آخرین اخبار و تحولات مهم در حوزه تولیدات صنعتی و معدنی در جهان منتهی به هفته آخر مهر

با شیوع ویروس کرونا در جهان و زیان‌های وارده بر بخش‌های مختلف اقتصادی، در ۱۲ اکتبر ۲۰۲۰ اتحادیه شرکت‌های خرده‌فروشی روسیه میزان خسارات وارده ناشی از این اپیدمی در بخش خرده‌فروشی این کشور (به استثنای غذایی) را معادل ۶۰۸ تریلیون روبل اعلام کرد. در بیانیه اعلامی این اتحادیه، خسارات ماهانه زنجیره‌های بزرگ غیرغذایی بواسطه تعطیلی اجباری از اواخر مارس تا ژوئن ۲۰۲۰، حدود ۳۵ میلیارد روبل (۴۵۴ میلیون دلار) برآورد شده که بیشترین کاهش فروش مربوط به تولیدات صنایع سبک بوده است. بخش‌های تجارت الکترونیکی، لوازم خانگی و هایپرمارکت‌های بزرگ ساختمانی نیز با کاهش ۸۰ درصدی فروش مواجه بوده‌اند.^۱ با توجه به سهم غالب محصولات غذایی و کشاورزی در سبد صادراتی ایران به روسیه و تاثیرپذیری پایین این بخش از همه‌گیری کووید-۱۹ به نظر می‌رسد این موضوع اختلال چندانی در صادرات محصولات غذایی ایران به آن کشور را ایجاد نکرده است، کما آنکه طبق آمارهای ماهانه صادرات کشور، بخش کشاورزی و غذایی همواره با رشد همراه بوده است.

تقابل اتحادیه اروپا در وضع عوارض بر واردات آمریکا و خیز شرکت هواوی چین برای تصاحب بازارهای مخابرات اروپا، از مهم‌ترین وقایع ماه گذشته در اتحادیه اروپا بود. در پی بروز مناقشه میان شرکت‌های ایرباس و بوئینگ و مجوز سازمان تجارت جهانی به آمریکا برای وضع عوارض بر ۷.۵ میلیارد دلار از واردات سالانه اتحادیه اروپا، واشنگتن ۲۵ درصد عوارض بر محصولات اروپایی و ۱۰ درصد عوارض هم بر اکثر هواپیماهای ایرباس ساخت اروپا وضع کرد. در اواسط فوریه ۲۰۲۰، دولت آمریکا عوارض بر واردات هواپیما از مبدا اتحادیه اروپا را به ۱۵ درصد افزایش داد. در پی این اقدام، اتحادیه اروپا از سازمان تجارت جهانی مجوز اعمال عوارض بر ۴ میلیارد دلار از محصولات آمریکا را در مقابل تعرفه

هواپیماسازی بوئینگ دریافت کرده است که در صورت عدم لغو عوارض بر کالاهای اروپایی، اجرا خواهد شد.^۲

جنگ شدید تجاری و سیاسی میان ایالات متحده آمریکا و چین از یکسو و قرارگیری شرکت هواوی در لیست شرکت‌های تحریمی و منع شرکت‌های فناوری آمریکایی به عرضه تراشه به شرکت هواوی از سوی دیگر، این شرکت را بر آن داشت تا در راستای حذف انحصار آمریکا بر بخش اینترنت پرسرعت نسل پنجم (5G) و سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای که در این حوزه انجام داده بود، به توسعه بازار کشورهای اروپایی اقدام کند.^۳

موافقت هیات ثبات مالی^۴ گروه G-20 (متشکل از بانک‌های مرکزی و ناظران مالی گروه G-20) با راه‌اندازی ارزهای دیجیتال در راستای کارآمدسازی، تسریع و ارزان‌سازی پرداخت‌های بین مرزی از مهم‌ترین رخدادهای سیاست پولی جهان است. مقرر است به منظور ایجاد اطمینان در پایداری و ثبات پول جهانی و حفظ داده‌های مربوطه در برابر حملات سایبری و پولشویی، ویرایش اولیه سیاست‌های عمومی مربوطه در ماه آوریل سال ۲۰۲۱ ارائه و مورد بحث و بررسی قرار گیرد.^۵ ژاپن نیز به عنوان یکی از اعضای گروه G-20، اعلام کرده است مرحله اول انتشار آزمایشی ارز دیجیتال را در سال آینده میلادی آغاز خواهد کرد.^۶

سرمایه‌گذاری ۲۴۰ میلیارد دلاری صندوق ثروت ملی ترکیه بر اجرای طرح‌های توسعه‌ای در صنایع پتروشیمی، معادن و بیمه^۷ و تاثیر منفی آن بر صادرات محصولات پتروشیمی و معدنی کشور در بازارهای مشترک ایران و ترکیه؛ افزایش جذابیت بخش‌های دیجیتال، تجارت الکترونیکی، فناوری، داروسازی و بخش سلامت کشور هند برای سرمایه‌گذاران خارجی^۸ و فرصت بهره‌گیری از ظرفیت‌های ایجاد شده در قالب تهاوت با کشور هند برای تامین نیازهای وارداتی کشور و همچنین، گسترش چهار برابری استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در راستای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای توسط غول صنایع شیمیایی تایلند^۹ - ایندوراما^{۱۰} - و از مهم‌ترین تحولات در حوزه رشته فعالیت‌های صنعتی طی دوره مورد بررسی بوده است.

^۱ <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-10-09/bank-of-japan-to-start-digital-currency-experiments-next-year>

^۲ <https://www.reuters.com/article/idUSL8N2GY565>

^۳ <https://www.bloomberg.com/markets/5g>

^۴ <https://www.bloomberquint.com/business/thai-petrochemicals-giant-to-add-green-power-to-cut-carbon-print>

^۵ Indorama

^۶ <https://tass.com/economy/1211375>

^۷ <https://uk.reuters.com/article/uk-wto-aircraft/eu-wins-tariff-clearance-on-4-billion-of-u-s-imports-in-boeing-case-idUKKBN26Y0Y7>

^۸ <https://www.rt.com/business/503177-huawei-europe-5g-networks/>

^۹ Financial Stability Board (FSB)

^{۱۰} <https://www.reuters.com/article/idUSKBN26X2OU>

❖ توانمندسازی و ساماندهی بنگاه‌های لوازم خانگی در کشورهای منتخب (ترکیه، چین و کره جنوبی)

صنعت لوازم خانگی بواسطه ارتباط مستقیم با سطح زندگی و رفاه اجتماعی از یکسو و ارتباطات گسترده با صنایع بالادست نظیر فولاد، مس، آلومینیوم (با ضریب پیوند پسین ۵۱.۸ درصد)، ماشین‌آلات و برق و الکترونیک (با ضریب پیوند پسین ۱۸.۲ درصد)، پتروشیمی (با ضریب پیوند پسین ۱۰.۶ درصد) و محصولات فلزی فابریکی (با ضریب پیوند پسین ۱۰.۲ درصد)، به عنوان یکی از صنایع شتاب‌دهنده توسعه صنعتی نقش استراتژیک در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها دارد. علی‌رغم قدمت دیرینه این صنعت در کشور (بالغ بر ۵۰ سال)، متأسفانه در خلق ارزش افزوده و درآمدزایی ارزی از جایگاه مناسبی برخوردار نیست. تنگ‌تر شدن اندازه بازار داخل بواسطه افزایش کالای قاچاق، تامین مواد اولیه داخلی با قیمت جهانی در نتیجه نامناسب بودن نظام قیمت‌گذاری و وابستگی قیمت محصولات فولادی و پتروشیمی مانند ورق فولاد، ورق روغنی، ورق پیش‌رنگ و... به قیمت جهانی و نرخ ارز و تاثیر آن بر بالا رفتن قیمت تمام شده محصولات لوازم خانگی، وابستگی فناورانه و به‌روز نبودن فناوری‌های تولید ناشی از عدم سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه و همچنین، ضعف در عرضه محصولات متنوع و نوآور بواسطه سهم‌گیری بالای بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت لوازم خانگی (سهم بالغ بر ۷۰ درصدی بنگاه‌های ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن) موجب شده است تا دستاوردهای صنعت لوازم خانگی در قیاس با سایر صنایع محدود بوده و به استثنای تولید چند کارخانه بزرگ، سایر تولیدات این صنعت از توان رقابت‌پذیری و قدرت صادراتی چندانی برخوردار نباشد. لذا برنامه‌ریزی در راستای توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در این صنعت با هدف ارتقای کیفیت، کاهش هزینه‌های تولید و توسعه بازارهای صادراتی ضروری است. از این‌رو در این بخش تلاش شده است تا تجربه کشورهای ترکیه، چین و کره جنوبی در این حوزه، بررسی شود.

➤ تجارب جهانی در توانمندسازی بنگاه‌های فعال در صنعت لوازم خانگی

شرکت‌های فعال در صنعت لوازم خانگی در راستای افزایش نرخ تقاضا و کاهش هزینه‌های واردات اقدام به اجرای سیاست‌هایی

نظیر انتقال محصولات به بازارهای در حال ظهور، حرکت از مونتاژ و تولید تحت برند دیگران (OEM^1) به تولید با برند خود (OBM^2) و سرمایه‌گذاری در حلقه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه کرده‌اند. علاوه بر آن، ساده‌سازی و استانداردسازی در راستای افزایش انعطاف‌پذیری فرآیند تولید با هدف متنوع‌سازی تولیدات و کاهش زمان تولید و همچنین، یکپارچه‌سازی فعالیت‌های زنجیره ارزش در سطح جهانی به منظور کاهش هزینه‌های لجستیک، مدیریت مالی، برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزه تحقیق و توسعه، افزایش کانال‌های فروش، برندسازی و یکپارچه‌سازی تامین‌کنندگان از جمله مهم‌ترین اقدامات انجام شده توسط فعالان صنعت لوازم خانگی در سطح جهان بوده که در ادامه سیاست‌ها و اقدامات کشورهای ترکیه، چین و کره جنوبی مورد بررسی قرار گرفته است:

▪ ترکیه

ترکیه به عنوان دومین تولیدکننده بزرگ لوازم خانگی در دنیا، سالانه حدود ۷۵ میلیارد لیر ترک برابر با ۱۳ میلیارد دلار درآمد از محل صادرات لوازم خانگی بدست می‌آورد. بیش از ۵۰ درصد صادرات لوازم خانگی این کشور به کشورهای اروپایی نظیر انگلیس، فرانسه، آلمان، ایتالیا و اسپانیا می‌باشد.^۳ موفقیت صنعت لوازم خانگی ترکیه مرهون اجرای سیاست‌های زیر است:

- ۱- ایجاد خطوط مونتاژ و انتقال تکنولوژی از شرکت‌های بزرگ در زمینه لوازم خانگی: ارتباط با شرکت‌های مطرح اروپایی و استفاده از دانش فنی این شرکت‌ها توأم با توجه به امر تحقیق و توسعه باعث شد تا برندهای داخلی این کشور رشد یافته و قادر به رقابت با دیگر برندهای معتبر اروپایی، آمریکایی و آسیای شرقی باشند.
- ۲- تقویت و توسعه برندهای داخلی و بومی‌سازی دانش فنی و قطعه‌سازی در تولید محصولات: تشکیل اتحادیه‌ای متشکل از بزرگ‌ترین سازندگان لوازم خانگی در ترکیه و اتحادیه‌ای متشکل از اصلی‌ترین قطعه‌سازان و تولیدکنندگان قطعات مختلف قابل کاربرد در این صنعت موجب افزایش کیفیت ساخت و تامین قطعات در داخل ترکیه شده است.
- ۳- توجه به بازارهای خارجی و توسعه از طریق خرید برندهای خارجی و ارتقای سطح کیفی و کمی و خدماتی این برندها: یکی از مهم‌ترین سیاست‌های ترکیه برای توسعه بازار

^۳ <http://www.alpinvestment.com/home-appliances-industry-in-turkey/>

^۱ Original Equipment Management

^۲ Original Brand Management

طریق می‌تواند فاصله اقتصادی خود با کشورهای پیشرفته را با سرعت بیشتری بکاهد. در همین راستا منابع بانکی توسط دولت به طرح‌ها و بنگاه‌های بزرگ اختصاص پیدا می‌کند. از مهم‌ترین اقدامات دولت چین در راستای توانمندسازی بنگاه‌ها و ایجاد بنگاه‌های بزرگ عبارتند از:

۱- تبدیل بنگاه‌های دولتی به گروه‌های تجاری^۳ در راستای اصلاح ساختار بنگاه‌های دولتی، ایجاد صرفه‌های ناشی از مقیاس و افزایش تخصص‌گرایی: با توجه به تجربه کره جنوبی و ژاپن، دولت اعتقاد داشت از طریق گروه‌های تجاری می‌تواند سیاست‌های صنعتی را کارا تر و کم هزینه‌تر اجرا کند. مفهوم گروه‌های تجاری اولین بار در سال ۱۹۸۶ در اسناد رسمی شورای دولتی ارائه شد و بر این اساس دولت، بنگاه‌های دولتی را تشویق کرد تا گروه‌های تجاری را شکل دهند. مهم‌ترین تمرکز این سیاست، توسعه حدود ۱۰۰ (یا بیشتر) گروه‌های متشکل از شرکت‌های بزرگ در زمینه‌های مهم استراتژیک بود که به نام «تیم ملی»^۴ شناخته شدند. دو هدف مهم از ایجاد «تیم ملی» حفظ کنترل بر بخش‌های مهم اقتصادی و ایجاد بنگاه‌های رقابتی در سطح بین‌المللی بود.^۵ یکی از مهم‌ترین مشخصات گروه‌های تجاری بزرگ در چین که آن‌ها را از هم‌تایان‌شان در کشورهای کره جنوبی و ژاپن متمایز می‌کند، این است که اکثر گروه‌های تجاری، نهادهای چند صنعتی متعلق به دولت هستند و تحت مالکیت خانواده‌های خاص (مانند کره جنوبی و ژاپن) نیستند. دولت مرکزی چین به‌عنوان دولت توسعه‌گرا، گروه‌های تجاری بزرگ را به این دلیل ترویج داد که آن‌ها را همانند کره جنوبی و ژاپن ابزاری مناسب برای جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی خود می‌دانست.^۶

۲- ادغام و تصاحب میان بنگاه‌های چینی در قالب ترکیب قوی-

صادراتی، خرید برندهای قدیمی و معتبر در کشورهایمانند آلمان، انگلستان و آفریقا بود. این کشور با توسعه خطوط تولید و سید محصول این برندها با توجه به سابقه ذهنی خوبی که در میان مصرف‌کنندگان در این کشورها داشتند، به توسعه بازار پرداختند. علاوه بر آن، با ایجاد کارخانه‌هایی در کشورهایمانند روسیه، چین و تایلند ضمن کاهش هزینه‌های تولید از حمایت‌های دولتی این کشورها استفاده نموده و به توسعه بازار خود در این کشورها پرداخته‌اند.^۱

صنعت لوازم خانگی ترکیه همکاری استراتژیک خود را با زنجیره جهانی با تاسیس شرکت‌های چندملیتی^۲، اغلب به‌صورت توافق‌نامه‌های لیسانس و سرمایه‌گذاری در حوزه تحقیق و توسعه و برندینگ با هدف ارتقای عملیات و فرآیند تولید از طریق قابلیت‌های طراحی، بازاریابی و توزیع گسترش داده است. در واقع توانایی استفاده از فرصت‌ها جهت رقابت در بازار جهانی لوازم خانگی، تمرکز بر بخش‌های سودآور صنعت و اتخاذ تصمیمات استراتژیک جز مواردی هستند که منجر به موفقیت صنعت لوازم خانگی ترکیه در سال‌های اخیر شده است.

چین

اقتصاد چین نوعی از اقتصاد سرمایه‌داری با ترکیبی از بنگاه‌های خصوصی و دولتی و هدایت آشکار دولت است. دولت سعی می‌کند بازار را از طریق حمایت صنایع خاصی که انتظار موفقیت آن‌ها وجود دارد، هدایت کند و تامین مالی بانکی نقش اصلی را ایفا می‌کند. ایجاد بانک‌های بزرگ عمومی (توسعه‌ای- سرمایه‌گذاری) و هدایت مکانیزم تخصیص اعتبار، ایجاد بنگاه‌های بزرگ در راستای ارتقای توان رقابت‌پذیری رشته فعالیت‌های صنعتی و اجتماعی‌سازی سرمایه‌گذاری از مهم‌ترین اقدامات دولت در مسیر رشد و توسعه اقتصادی این کشور بود.

دولت چین همانند کره جنوبی و ژاپن باور داشت که بکارگیری سیاست‌های صنعتی در اقتصادی که توسط تعدادی از گروه‌های تجاری بزرگ رهبری می‌شود، کم‌هزینه‌تر و کارآتر است و از این

شرکت متصل داشته باشد و کل بنگاه‌ها اعم از بنگاه مادر و بنگاه‌های متصل باید کل سرمایه ثبت شده‌شان بیش از ۱۰۰ میلیون یوان باشد.

^۴ National Team

^۵ Guest, Paul, and Dylan Sutherland, (2007). "How Has China's National Team Of Enterprise Groups Performed? An Evaluation Using Aggregate and Firm Level Data", Centre for Business Research, University of Cambridge.

^۶ Lee, K. (2006). "Business Groups as an Organizational Device for Catch-up", in J. Nakagawa (ed.), *Managing*.

^۱ مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت ریاست جمهوری، صنعت لوازم خانگی ترکیه.

^۲ Multinational Enterprises

^۳ Business Groups

گروه‌های تجاری در چین مجموعه‌ای از نهادهای مستقل قانونی هستند که درصدی از آن‌ها کاملاً متعلق به بنگاه مادر بوده و به‌عنوان بنگاه‌های متصل با آن بنگاه ثبت شده‌اند. شرکت مرکزی گروه‌های تجاری در چین باید سرمایه ثبت شده‌ای بیش از ۵۰ میلیون یوان به اضافه حداقل ۵

لوازم خانگی از راه دور بوسیله برنامه تلفن همراه یا کنترل صوتی با برقراری ارتباط میان انواع لوازم خانگی از جمله برنامه‌هایی است که توسط تولیدکنندگان لوازم خانگی در چین دنبال می‌شود و پیش‌بینی می‌شود تقاضای این محصولات طی دوره ۲۰۱۹-۲۳ با متوسط رشد سالانه ۲۰ درصدی همراه باشد؛

- ۳- متنوع‌سازی محصولات تولیدی مطابق با تغییر در ترجیحات مصرف‌کنندگان: با افزایش درآمد طبقه متوسط چین و تغییر در الگوی مصرف، تولیدکنندگان برنامه‌های تولید را بسوی متنوع‌سازی محصولات تغییر داده‌اند که برای نمونه می‌توان به تولید یخچال‌های با سایز بزرگ و چند درب، ماشین لباسشویی‌های دارای خشک‌کن و دستگاه‌های تهویه با اینورترهای AC بجای AC با فرکانس ثابت، اشاره داشت.
- ۴- ایجاد تاسیسات تولید لوازم خانگی در سایر کشورها و توسعه جهانی تولیدکنندگان: کشورهای ویتنام، هند و تایلند با توجه به تقاضای داخلی، سیاست‌های تعرفه‌ای و نیروی کار ارزان به عنوان پایگاه تولید لوازم خانگی برای تولیدکنندگان چینی هدفگذاری شده‌اند. تولیدکنندگان چینی معمولاً از طریق سرمایه‌گذاری‌های JV، M&A و لوازم خانگی سبز وارد این بازارها خواهند شد.
- ۵- هوشمندسازی کارخانجات تولیدکننده لوازم خانگی با استفاده از صنعت IOT و رباتیک^۴.

■ کره جنوبی

از دهه ۱۹۶۰، توسعه صنعتی با الگوهای مبتنی بر جایگزینی واردات در کره جنوبی آغاز شد. صنعت الکترونیک به عنوان صنعت مادر و زیرساخت سایر صنایع از همان ابتدا مورد توجه دولت‌مردان بود و به همین دلیل در اولین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی (۱۹۶۲)، سرمایه‌گذاری خارجی بدون محدودیت در توسعه صنعت الکترونیک مورد تأکید بود. به موازات این موضوع، در راستای افزایش تحقیق و توسعه، اولین موسسه تحقیقات ملی و موسسه علوم و فناوری کره (KIST) در سال ۱۹۶۶ تأسیس شد. راه‌اندازی مجتمع‌های آزمایشگاهی بزرگ و تربیت نیروی متخصص همراه با

قوی^۱ برای تشکیل گروه‌های تجاری بزرگ؛
۳- اعطای امتیازات مختلف اعم از تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری، تامین مالی، تجارت خارجی، ترکیب بدهی- سرمایه و تزریق سرمایه به گروه‌های تجاری ملی^۲.

○ صنعت لوازم خانگی و اقدامات دولت چین برای توسعه آن

درآمد صنعت لوازم خانگی چین در بازه زمانی ۵ ساله از ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ با متوسط رشد ۰.۵ درصدی به ۱۹۰.۴ میلیارد دلار رسیده است. افزایش درآمد، گسترش شرکت‌های زنجیره‌ای، قدرت بیشتر خرده‌فروشی بر تامین‌کنندگان و افزایش تنوع محصول، از عمده‌ترین دلایل رشد درآمد این صنعت در طول دوره مورد بررسی بوده است. با توجه به شیوع ویروس کرونا و کاهش تقاضای داخلی انتظار می‌رود درآمد این صنعت در سال ۲۰۲۰ تا ۴.۷ درصد کاهش یافته و سودآوری صنعت در این سال به ۸.۷ درصد رسد. لازم به توضیح است که سطح سود در میان انواع مختلف محصول به طور قابل توجهی متفاوت بوده و از حدود ۶ درصد برای لوازم خانگی دیجیتال تا ۱۴.۵ درصد برای لوازم آشپزخانه و حمام است^۳.

با توجه به اشباع تدریجی بازار داخل لوازم خانگی در چین و جنگ تجاری ایالات متحده با آن کشور، تولیدکنندگان ناگزیر به گسترش بازارهای خارجی هستند؛ از این‌رو برنامه‌های زیر را در دست اقدام دارند:

- ۱- استفاده از ظرفیت تقاضای جایگزین‌سازی لوازم خانگی فرسوده با جدید: پیش‌بینی سهم ۵۳ درصدی تقاضای جایگزینی از کل فروش در سال ۲۰۲۳ در مقایسه با سهم ۴۶ درصدی در سال ۲۰۱۸ و اعطای یارانه‌های دولتی برای این منظور؛
- ۲- تغییر ساختاری به سمت لوازم خانگی هوشمند: پیشرفت فناوری IOT موجب شده است تا لوازم خانگی هوشمند بطور فزاینده کانون توجه اکثر سازندگان لوازم خانگی باشد. هوشمندسازی در ارائه خدمات جامع، یکپارچه و فعال با هدف صرفه‌جویی در زمان و هزینه کاربران و امکان کنترل

^۳ <https://www.ibisworld.com/china/market-research-reports/home-appliance-stores-industry/>

^۴ Asian insights office, DBS Group research (2020), China home appliance sector.

^۱ Strong-Strong Combination

^۲ مقیسه، محسن (۱۳۹۶). "الگوی راهبردی حمایت از تولید-۴ (تجربه دولت چین: با رویکرد تامین مالی، سرمایه‌گذاری و ایجاد بنگاه‌های بزرگ)"، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات اقتصادی، ص ۱۰-۱۸.

شرکت‌های چندملیتی مانند گروه‌های تجاری در چین و جاپول‌ها در کره جنوبی؛

- خلق و توسعه برندهای داخلی با بومی‌سازی دانش فنی از طریق هم‌پیوندی در زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای و جهانی، همکاری مشترک با برندهای برتر لوازم خانگی و توسعه قطعه‌سازی در راستای تعمیق ساخت داخل؛
- توسعه بازارهای داخلی از کانال فرهنگ‌سازی مصرف‌کالای تولید داخل، استفاده از ظرفیت تقاضای جایگزین (نوسازی)، متنوع‌سازی سبد محصولات تولیدی، تغییر ساختار تولید بسوی تولید محصولات هوشمند؛
- گسترش بازارهای صادراتی از طریق خرید برندهای خارجی شناخته شده و ارتقای سطح کیفی و کمی و خدماتی این برندها و سرمایه‌گذاری تولید در کشورهای برخوردار از مزیت‌های نسبی در حوزه نیروی انسانی، سیاست‌های تعرفه‌ای و اندازه بازار داخل؛
- سرمایه‌گذاری بر روی توسعه طراحی محصولات، راه‌اندازی موسسات تحقیق و توسعه و ایجاد مجتمع‌های آزمایشگاهی؛
- اعطای حمایت‌های هدفمند، مشروط و زمان‌مند از سوی دولت در حوزه تامین مالی، تجارت خارجی، سرمایه‌گذاری.

❖ صنعت لوازم خانگی ایران در آیین متغیرهای صنعتی

برخی از مهم‌ترین مشکلات تولیدی و تجاری صنعت لوازم خانگی با توجه به داده‌های آماری عبارتند از:

➤ اشکالات ناظر بر ساختار مجوزدهی و نظارت

بر اساس پروانه‌های بهره‌برداری صادر شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت در پنج محصول منتخب لوازم خانگی شامل یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، تلویزیون، اجاق گاز و جارو برقی در مجموع ۴۶۸ واحد فعال صنعتی وجود دارد که از این تعداد ۱۳۷ واحد در سامانه مدیریت فرآیند هماهنگ ثبت اطلاعات نموده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت حدود ۴۵٪ واحدهای تولید یخچال و فریزر، ۶۹٪ واحدهای تولید ماشین لباسشویی، ۷۸٪ واحدهای تولید تلویزیون، ۷۴٪ واحدهای تولید اجاق گاز و ۸۱٪ واحدهای تولید جارو برقی غیرفعال بوده یا به دلایلی نظیر عدم تمایل به ایجاد شفافیت، فاقد آمار تولید در

حمایت‌های دولت موجب شد تا اولین تلویزیون رنگی در سال ۱۹۷۴ تولید شود و این آغاز توسعه صنعت لوازم خانگی الکترونیک در کره جنوبی بود.

کره جنوبی برای توسعه صنعت لوازم خانگی با الگوبرداری از تجربه ژاپن به تاسیس شرکت‌های بزرگ روی آورد. حضور شرکت‌های جاپول^۱ در گروه‌های صنعتی مانند سامسونگ و ال جی، نقش مهمی در تبدیل کره جنوبی به غول صنعتی داشته است؛ چرا که اکثر سرمایه‌گذاری‌های کره جنوبی در زمینه تحقیق و توسعه توسط این شرکت‌ها انجام شده است.

در دهه ۱۹۹۰، صنعت لوازم خانگی در کره جنوبی توانست از مرحله «ساخت» و «طراحی» عبور کرده و به مرحله «خلق برند» رسد و به عنوان یکی از نمونه‌های موفق آسیایی در تشکیل زنجیره‌های ارزش و تخصصی‌سازی عمودی مطرح شد و توانست به زنجیره ارزش جهانی متصل شده و پیمانکارانی دائمی برای حوزه‌های مورد نظر خود بیابد. حضور هوشمندانه دولت به دور از تصدی‌گری در مسیر توسعه اقتصادی کره جنوبی بسیار مشهود است. به عبارت بهتر، کره جنوبی با برخورداری از یک برنامه راهبردی منسجم و مستحکم توسعه مبتنی بر صنعت و فناوری و همچنین با تکیه خاص بر تولید صنعتی که نقشی اساسی در بومی‌سازی فناوری داشت به جایگاه مطلوبی در مناسبات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی رسید و اکنون در گروه ۲۰ کشور قدرتمند اقتصادی جهان قرار گرفته است.

❖ به‌طور خلاصه، مهم‌ترین علل توسعه صنعت لوازم خانگی در کره جنوبی عبارتند از:

- ۱- ایجاد بنگاه‌های بزرگ با الگوبرداری از صنایع ژاپن و تعمیق ساخت داخل با همکاری مشترک با برندهای برتر امریکایی و جذب، توسعه و بومی‌سازی تکنولوژی؛
- ۲- سرمایه‌گذاری بر روی توسعه طراحی محصولات مطابق با سلیقه مشتریان؛
- ۳- هم‌پیوندی با زنجیره‌های ارزش جهانی و خلق و توسعه برند.

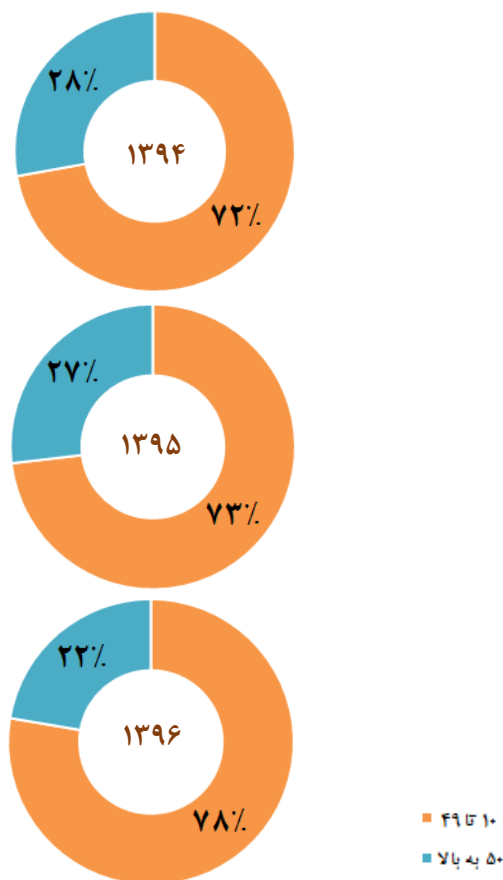
➤ جمع‌بندی

بررسی تجربه کشورهای منتخب در جهانی‌سازی صنعت لوازم خانگی و ارتقای توانمندی بنگاه‌های فعال در این صنعت، نشان می‌دهد عمده سیاست‌های اجرا شده از سوی حاکمیت عبارتند از:

- ایجاد بنگاه‌های بزرگ در قالب ادغام، تصاحب، همکاری با

^۱ هلدینگ‌های خصوصی هستند که توسط یک خانواده اداره می‌شوند.

مقایسه با بنگاه‌های بزرگ برخوردار باشند.



شکل ۱. سهم بنگاه‌های کوچک از کل بنگاه‌های فعال در صنعت لوازم خانگی
ماخذ: کارگاه‌های صنعتی مرکز آمار ایران.

توانمندی پایین تولید و تراز تجاری منفی در سال‌های غیر تحریمی

شاخص صادرات به عنوان نمادی از توان رقابت‌پذیری تولیدات صنعتی حاکی از آن است که به استثنای کولر آبی در عمده محصولات لوازم خانگی تولید شده در کشور، مزیت رقابتی چندانی در کشور ایجاد نشده است (جدول ۳). تعدد بنگاه‌های کوچک فعال در این صنعت و اقتصادی نبودن هزینه تحقیق و توسعه و به‌روز رسانی تولیدات مطابق با تحولات فناوریانه جهانی همراه با ضعف در طراحی تولید محصول جدید و توان پایین شرکت‌های قطعه‌ساز بواسطه غلبه رویکرد مونتاژکاری در تولید، عدم هم‌پیوندی و مشارکت با برندهای معتبر تولیدکننده لوازم خانگی و کم توجهی به تحولات فناوریانه در صنعت لوازم خانگی و کم توجهی به آن‌ها در فرآیند طراحی و تولید محصول از مهم‌ترین موانع پیش‌روی صادرات لوازم خانگی کشور است. از این‌رو است که تراز تجاری ماشین لباسشویی - حتی در سال‌های تحریمی - و

سامانه مزبور هستند. این موضوع بخوبی در بازدهی تولید نیز قابل مشاهده است (جدول ۲). از ظرفیت‌های تولیدی ایجاد شده برای تولید محصولات یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، تلویزیون، اجاق گاز و جارو برقی به ترتیب ۵۲، ۳۹، ۴۸، ۸ و ۱۴ درصد به تولید در سال ۱۳۹۸ اختصاص یافته و مابقی ظرفیت‌های ایجاد شده بلا استفاده مانده است.

با توجه به اینکه واحدهای دارای پروانه بهره‌برداری مکلف به ارائه آمار تولید در این سامانه هستند، لازم است سازمان‌های صمت استانی نسبت به تعیین تکلیف پروانه‌های بهره‌برداری این بنگاه‌ها اقدام نماید.

جدول ۱. تعداد واحدهای فعال در پنج محصول منتخب لوازم خانگی

نام محصول	تعداد واحد فعال	واحدهای دارای آمار در سامانه هماهنگ
یخچال و فریزر	۶۹	۳۸
ماشین لباسشویی	۶۷	۲۱
تلویزیون	۳۷	۸
اجاق گاز	۲۰۵	۵۳
جارو برقی	۹۰	۱۷

جدول ۲. ظرفیت اسمی و میزان تولید در پنج محصول منتخب لوازم خانگی (واحد: هزار دستگاه)

نام محصول	ظرفیت اسمی	میزان تولید	
		۱۳۹۷	۱۳۹۸
یخچال و فریزر	۲۳۰۰	۱۰۸۲	۱۲۰۰
ماشین لباسشویی	۱۹۰۰	۵۵۸	۷۴۰
تلویزیون	۱۷۰۰	۷۹۷	۸۲۳
اجاق گاز	۴۰۰۰	۲۲۷	۳۰۴
جارو برقی	۲۲۰۰	۲۴۰	۳۱۱

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت.

تعدد بنگاه‌های کوچک

طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ بالغ بر ۷۰ درصد بنگاه‌های فعال در صنعت لوازم خانگی، بنگاه‌های کوچک زیر ۵۰ نفر نیروی کار هستند. کم توجهی به موضوع تحقیق و توسعه از سوی این بنگاه‌ها بواسطه بالا بودن هزینه‌های مربوطه توأم با مشکلات مرتبط با تامین مواد اولیه مورد نیاز خصوصا خارجی و کمبود سرمایه در گردش موجب شده است تا فعالان این صنعت در برابر شوک‌های بیرونی نظیر نوسانات ارزی و تحریم‌ها از آسیب‌پذیری بالاتری در

چالش کرد. انتشار اخبار مربوط به افزایش همه‌گیری ویروس کرونا، کشف واکسن این ویروس و تکذیب این خبر، موجب نوسانی شدن قیمت‌ها در بازار جهانی شده است. طی دوره سپتامبر تا اکتبر ۲۰۲۰، چین تنها کشوری بود که همواره با افزایش شاخص PMI مواجه بوده است. افزایش این شاخص، سیگنالی برای افزایش قیمت انرژی و مواد معدنی و صنعتی در جهان بوده است. بررسی قیمت جهانی مواد و محصولات معدنی در جهان نشان می‌دهد که قیمت سنگ آهن به دلیل افزایش میزان ذخیره انبارهای بنادر چین و کاهش تقاضای بخش ساخت و ساز بواسطه شروع فصل سرما در این کشور با کاهش همراه بوده است که این موضوع کاهش تقاضای فولاد را به دنبال داشته است. هرچند این کاهش تقاضا تا اواسط اکتبر بر قیمت فولاد تاثیر نداشته و موجب کاهش قیمت فولاد نشده است.

کسری مس در بازار و خروج مس از انبارهای بورس لندن موجب افزایش قیمت مس در بازارهای جهانی شده است.

قیمت طلا نیز متأثر از دو عامل ویروس کووید-۱۹ و مسائل داخلی ایالات متحده آمریکا در رابطه با اختلاف بر سر میزان بسته حمایتی دولت برای مقابله با بیماری کرونا، طی دوره مورد بررسی نوسان داشته است. نکته قابل توجه در رابطه با این فلز گران بها، ورود سرمایه و افزایش سطح ذخیره صندوق‌های EFT طلا برای دهمین ماه متوالی است که این موضوع می‌تواند افزایش قیمت طلا را به دنبال داشته باشد (پیوست ۱).

معاملات مواد و محصولات صنعتی و معدنی در بورس کالای ایران در مهر ۱۳۹۹، برابر با ۱۲۹۵ هزار تن به ارزش بالغ بر ۷۹ هزار میلیارد ریال بوده است که در این میان میزان عرضه فولاد برابر با ۱.۵ میلیون تن، مس ۲۳ هزار تن، آلومینیوم ۲۷ هزار تن و روی ۳۲۲۰ تن بوده است. بر اساس اطلاعات مربوط به معاملات بورس کالای ایران در مهر ۱۳۹۹، بالغ بر ۹۱ درصد فولاد عرضه شده در بورس کالا ایران فروش رفته و ارزش هر تن فولاد معامله شده در بورس کالای ایران با رشد ۱۵.۶ درصدی همراه بوده است. میزان عرضه و حجم معاملات انجام شده این محصول در مهر ماه نسبت به ماه قبل به ترتیب با افزایش ۰.۴ و ۵.۷ درصدی همراه بوده است. بالغ بر ۸۰ درصد آلومینیوم عرضه شده در بورس کالای ایران با رشد ۱۱.۱ درصدی ارزش هر تن به فروش رفته است. این افزایش قیمت در حالی رخ داده است که میزان عرضه آلومینیوم در بورس کالای ایران با کاهش ۱۲ درصدی و حجم معامله با کاهش ۲۱ درصدی مواجه بوده است.

یخچال و فریزر - به استثنای سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ و اعمال محدودیت‌های وارداتی - منفی بوده است.

جدول ۳. ارزش ریالی صادرات سه محصول منتخب لوازم خانگی طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ (واحد: میلیون ریال)

محصول	ماشین لباسشویی	کولر آبی	یخچال و فریزر
۱۳۸۹	۴.۱	۱۵۳.۲	۴.۱
۱۳۹۰	۳.۷	۱۴۵.۵	۴.۱
۱۳۹۱	۳.۳	۱۴۲.۲	۲.۸
۱۳۹۲	۳.۲	۱۰۱.۵	۳.۴
۱۳۹۳	۲.۷	۱۰۶	۶.۷
۱۳۹۴	۴.۱	۱۲۳.۸	۱۲.۹
۱۳۹۵	۲.۳	۱۰۸.۶	۹.۵
۱۳۹۶	۱.۱	۱۳۸.۹	۱۰.۶
۱۳۹۷	۲.۶	۱۱۳.۵	۱۶.۵
۱۳۹۸	۰.۴۰۲	۷۰.۲	۱۰.۴

جدول ۴. ارزش ریالی واردات سه محصول منتخب لوازم خانگی طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ (واحد: میلیون ریال)

محصول	ماشین لباسشویی	کولر آبی	یخچال و فریزر
۱۳۸۹	۱۷۴.۳	۰.۰۸	۲۸۹.۶
۱۳۹۰	۱۹۶.۷	۰.۱۳	۳۴۸.۲
۱۳۹۱	۲۱۰.۵	۰.۱۳	۳۱۲.۷
۱۳۹۲	۳۱.۷	۰.۰۰۱	۴۵.۹
۱۳۹۳	۳۷.۷	۰.۰۰۰۴	۷۷.۶
۱۳۹۴	۳۹.۹	۰.۰۲	۳۸.۵
۱۳۹۵	۴۶.۸	۰.۰۹	۱۴۷.۱
۱۳۹۶	۴۵.۴	۰.۱۵	۱۲۴.۲
۱۳۹۷	۱۳.۵	۰.۰۰۱	۳۶.۷
۱۳۹۸	۰.۷۵	۰.۰۰۴	۰.۰۰۲

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران.

❖ تغییرات قیمت جهانی مواد و محصولات معدنی و معاملات در ایران (از اول آگوست تا هفته سوم اکتبر)

علی‌رغم کاهش تعداد مبتلایان به بیماری کووید-۱۹ در اواخر تابستان ۲۰۲۰، متأسفانه با شروع فصل پاییز این ویروس مجدداً با شتاب بالایی شیوع کرده و مجدداً بسیاری از کشورها را دچار

○ الزام درج اطلاعات تولید، عرضه و قیمت فروش کلیه فعالین زنجیره ارزش فولاد در سامانه جامع تجارت داخلی و اعلام موجودی در سامانه جامع انبارها و عدم درج اطلاعات در سامانه مزبور به معنی احتکار و امتناع از عرضه خواهد بود.

جدول ۵. نرخ ارز نیماریال/درصد

شهریور				
نرخ ارز	هفته اول	هفته دوم	هفته سوم	هفته چهارم
۲۰۳۳۹۳	۲۱۱۴۶۵	۲۱۵۶۵۳	۲۱۳۴۲۱	
۵.۸	۴	۲	-۱	
مهر				
نرخ ارز	هفته اول	هفته دوم	هفته سوم	هفته چهارم
۲۳۷۱۴۲	۲۳۸۷۴۵	۲۴۴۹۴۵	۲۶۵۴۸۱	
۱۱.۱	۰.۷	۲.۶	۸.۴	

Source: www.Tgju.org

❖ جمع‌بندی و ارائه راهکارهای سیاستی

- اهم موارد ذکر شده در بخش‌های قبل به شرح زیر قابل توجه است:
- خسارت ۶.۰۸ تریلیون روبلی بخش خرده‌فروشی (به استثنای غذایی) روسیه از شیوع ویروس کرونا و کاهش ۸۰ درصدی فروش در بخش‌های تجارت الکترونیکی، لوازم خانگی و هایپرمارکت‌های بزرگ ساختمانی توام با رشد صادرات محصولات کشاورزی و غذایی ایران طی نیمه اول سال ۱۳۹۹، نشان می‌دهد خوشبختانه بحران کووید-۱۹ تهدیدی برای صادرات محصولات غذایی و کشاورزی به کشور روسیه ایجاد نکرده است.
 - وضع عوارض ۲۵ درصدی بر محصولات اروپایی و ۱۵ درصدی بر واردات هواپیما از مبدا اتحادیه اروپا (در مجموع معادل ۷.۵ میلیارد دلار بر واردات سالانه از اتحادیه اروپا) از سوی دولت آمریکا در پی اعطای مجوز سازمان تجارت جهانی در اختلاف بین شرکت‌های ایرباس و بوئینگ موجب شد تا اتحادیه اروپا نسبت به اخذ مجوز از سازمان تجارت جهانی برای اعمال عوارض ۴ میلیارد دلاری از واردات محصولات آمریکایی در مقابل تعرفه هواپیماسازی بوئینگ اقدام نماید.
 - قرارگیری شرکت هواوی در لیست شرکت‌های تحریمی و منع فروش تراشه توسط شرکت‌های فناوری آمریکایی به این شرکت موجب شد تا هواوی برای کاهش انحصار آمریکا در بخش اینترنت پرسرعت نسل پنجم (5G) به توسعه بازار خود در کشورهای اروپایی اقدام نماید.

بر اساس شاخص نسبت فروش به عرضه، محصولات روی با فروش ۶۷.۵ درصد محصولات عرضه شده در بورس کالای ایران، در جایگاه سوم به لحاظ فروش قرار دارد. با وجود افزایش ۱۱.۹ درصدی ارزش هر تن محصول فروش رفته و رشد ۷ درصدی میزان عرضه، حجم معامله ۴۴ درصد رشد داشته است.

کم‌ترین میزان فروش محصولات معدنی عرضه شده در بورس کالای ایران در مهر ماه مربوط به مس بوده است (معادل ۳۲ درصد). در مقایسه با ماه گذشته مقدار عرضه محصولات مسی با کاهش ۳۷ درصدی و حجم معاملات نیز ۵.۴ درصد کاهش یافته است. ارزش هر تن مس معامله شده علی‌رغم کاهش میزان معامله، ۱.۱ درصد رشد داشته است (پیوست ۲).

❖ تحلیلی بر نوسانات قیمت کالاهای صنعتی از

۱۳۹۹/۰۶/۰۱ تا ۱۳۹۹/۰۷/۳۰ و سیاست‌های دولت برای

تنظیم بازار این کالاها

بررسی روند تغییرات قیمت ۴۳ قلم کالای صنعتی منتخب از ابتدای شهریور تا هفته آخر مهر ۱۳۹۹، حاکی از افزایش قیمت همه گروه‌های کالایی است.

بیشترین رشد قیمت طی دوره مورد بررسی مربوط به گروه لاستیک و لوازم خانگی و ناشی از افزایش قیمت مواد اولیه داخلی مانند فولاد و انواع ورق و وارداتی در نتیجه رشد ۳۰.۵ درصدی نرخ ارز و مشکلات مترتب بر روند واردات بوده است. انتشار اخبار مختلف در رابطه با تغییر روش قیمت‌گذاری (خروج فولاد از بورس کالای ایران) نیز عامل موثری در نابسامانی بازار برخی از کالاهای صنعتی و نتیجتاً افزایش قیمت این محصولات بوده است (پیوست ۳).

علاوه بر موارد برشمرده، مشکل مشترک و مبتلا به کلیه صنایع، رشد ۳۰.۵ درصدی نرخ ارز نیما (از ۲۰۳۳۹۳ ریال در ابتدای شهریور به ۲۶۵۴۴۸۱ ریال در پایان مهر ۱۳۹۹) و محدودیت‌های ناشی از کمبود ارز برای تامین اقلام وارداتی مورد نیاز تولید بوده است.

با توجه به نوسانات قیمت کالاهای صنعتی، اهم مصوبات کارگروه تنظیم بازار کشور برای تنظیم بازار کالاهای صنعتی به شرح ذیل است:

- با توجه به تاثیر مجدد افزایش قیمت ارز بر خروج گسترده کالاها از کشور، مقرر گردید با قاچاق و خروج کالا در قالب بار همراه مسافر، مرز نشینی و ... برخورد قاطع صورت پذیرد.

درصد)، به عنوان یکی از صنایع شتاب‌دهنده توسعه صنعتی نقش استراتژیک در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور دارد. متاسفانه این صنعت بواسطه تامین برخی از مواد اولیه داخلی با قیمت جهانی در نتیجه نامناسب بودن نظام قیمت‌گذاری و وابستگی قیمت محصولات فولادی و پتروشیمی مانند ورق فولاد، ورق روغنی، ورق پیش‌رنگ و... به قیمت جهانی و نرخ ارز و تاثیر آن بر بالا رفتن قیمت تمام شده محصولات لوازم خانگی، وابستگی فناورانه و به‌روز نبودن فناوری‌های تولید ناشی از عدم سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه و همچنین، ضعف در عرضه محصولات متنوع و نوآور بواسطه سهم‌گیری بالای بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت لوازم خانگی (سهم بالغ بر ۷۰ درصدی بنگاه‌های ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن) از دستاوردهای چندانی در حوزه صادرات و ارزش‌افزایی برخوردار نبوده است. از دیگر مشکلات این صنعت می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

- اشکالات ناظر بر نظام مجوزدهی و نظارت
- ۱- ۱۳۷ واحد از ۴۶۸ واحد دارای پروانه بهره‌برداری تولید یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، تلویزیون، اجاق گاز و جارو برقی دارای آمار تولید رسمی در سامانه هماهنگ بوده و حدود ۴۵٪ واحدهای تولید یخچال و فریزر، ۶۹٪ واحدهای تولید ماشین لباسشویی، ۷۸٪ واحدهای تولید تلویزیون، ۷۴٪ واحدهای تولید اجاق گاز و ۸۱٪ واحدهای تولید جارو برقی غیرفعال بوده یا به دلایلی نظیر عدم تمایل به ایجاد شفافیت، فاقد آمار تولید هستند.
- ۲- از ظرفیت‌های تولیدی ایجاد شده برای تولید محصولات یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، تلویزیون، اجاق گاز و جارو برقی به ترتیب ۵۲، ۳۹، ۴۸، ۸ و ۱۴ درصد به تولید در سال ۱۳۹۸ اختصاص یافته و مابقی ظرفیت‌های ایجاد شده بلا استفاده مانده است.
- تعدد بنگاه‌های کوچک

سهم بالغ بر ۷۰ درصدی بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر نیروی کار در صنعت طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ موجب آسیب‌پذیری بالای این صنعت از شوک‌های ارزی شده است که بخشی از این موضوع ناشی از وابستگی ارزی به تامین مواد اولیه و قطعات مورد نیاز تولید در نتیجه پایین بودن عمق ساخت داخل در برخی محصولات و کم‌توجهی به تحقیق و توسعه

- گروه G-20 برای کارآمدسازی، تسریع و ارزان‌سازی پرداخت‌های بین مرزی، راه‌اندازی ارزهای دیجیتال را در دستور کار داشته و مقرر است ویرایش اول سیاست‌های مربوط به ایجاد اطمینان در پایداری و ثبات پول جهانی و حفظ داده‌های مربوطه در برابر حملات سایبری و پولشویی تا آوریل سال ۲۰۲۱ ارائه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.
- اصلی‌ترین سیاست‌های بکاررفته در راستای توانمندسازی بنگاه‌ها علی‌الخصوص بنگاه‌های فعال در صنعت لوازم خانگی کشورهای ترکیه، چین و کره جنوبی عبارتند از:

- ایجاد بنگاه‌های بزرگ در قالب ادغام، تصاحب، همکاری با شرکت‌های چندملیتی مانند گروه‌های تجاری در چین و جابجول‌ها در کره جنوبی؛
- خلق و توسعه برندهای داخلی با بومی‌سازی دانش فنی از طریق هم‌پیوندی در زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای و جهانی، همکاری مشترک با برندهای برتر لوازم خانگی و توسعه قطعه‌سازی در راستای تعمیق ساخت داخل؛
- توسعه بازارهای داخلی از کانال فرهنگ‌سازی مصرف کالای تولید داخل، استفاده از ظرفیت تقاضای جایگزین (نوسازی)، متنوع‌سازی سبد محصولات تولیدی، تغییر ساختار تولید بسوی تولید محصولات هوشمند؛
- گسترش بازارهای صادراتی از طریق خرید برندهای خارجی شناخته شده و ارتقای سطح کیفی و کمی و خدماتی این برندها و سرمایه‌گذاری تولید در کشورهای برخوردار از مزیت‌های نسبی در حوزه نیروی انسانی، سیاست‌های تعرفه‌ای و اندازه بازار داخل؛
- سرمایه‌گذاری بر روی توسعه طراحی محصولات، راه‌اندازی موسسات تحقیق و توسعه و ایجاد مجتمع‌های آزمایشگاهی؛
- اعطای حمایت‌های هدفمند، مشروط و زمان‌مند از سوی دولت در حوزه تامین مالی، تجارت خارجی، سرمایه‌گذاری.

- صنعت لوازم خانگی بواسطه ارتباط مستقیم با سطح زندگی و رفاه اجتماعی و همچنین ارتباطات گسترده با صنایع بالادست نظیر فولاد، مس، آلومینیوم (با ضریب پیوند پسین ۵۱.۸ درصد)، ماشین‌آلات و برق و الکترونیک (با ضریب پیوند پسین ۱۸.۲ درصد)، پتروشیمی (با ضریب پیوند پسین ۱۰.۶ درصد) و محصولات فلزی فابریکی (با ضریب پیوند پسین ۱۰.۲

و ممانعت از خروج کالا از کشور مقرر کرد با قاچاق کالا، بار همراه مسافر و مرزنشینی برخورد قاطع صورت گرفته و در رابطه با محصولات زنجیره ارزش فولاد نیز عدم اعلام موجودی در سامانه جامع انبارها و عدم درج اطلاعات در سامانه مزبور به منزله احتکار و امتناع عرضه تلقی شده و برخورد شود.

با توجه به چالش‌های شناسایی شده در صنعت لوازم خانگی و لزوم توانمندسازی و ساماندهی بنگاه‌های کوچک فعال در این صنعت با الهام از تجربه کشورهای ترکیه، چین و کره جنوبی موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

گام ۱- ساماندهی بنگاه‌های موجود

■ نظارت بر عملکرد بنگاه‌های فعال در صنعت لوازم خانگی از سوی سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استانی و شهرک‌های صنعتی استانی به منظور تهیه لیستی از بنگاه‌های فعال، نیمه فعال و در مرحله ورشکستگی و ارائه به معاونت طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت؛

■ ایجاد کمیته ساماندهی بنگاه‌ها متشکل از معاونت طرح و برنامه، معاونت امور صنایع، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، سازمان امور مالیاتی، بیمه تامین اجتماعی برای تصمیم‌گیری در رابطه با

۱- چگونگی ادامه فعالیت واحدهای در مرحله ورشکستگی در قالب انحلال، ادغام با شرکت‌های بزرگ و توانمند، اتصال به سرمایه‌گذاران جدید جهت تولید بدون کارخانه و یا واگذاری به سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران جهت رفع مشکلات ساختاری و فرآیندی بنگاه و واگذاری مجدد آن پس از سوددهی شرکت طبق وظیفه ذاتی این سازمان؛

۲- ساماندهی بنگاه‌های نیمه فعال و بهره‌گیری از ظرفیت آن‌ها برای تامین قطعات مورد نیاز تولیدکنندگان رده اول یا ادغام و مشارکت با تولیدکنندگان صادراتی در قالب OEM؛

■ اصلاح و بازنگری ساختار مجوزدهی با رویکرد هدایت سرمایه‌گذاران جدید به سمت تولید در محصولات فاقد تولید داخل و حلقه‌های مفقوده زنجیره تولید لوازم خانگی و یا همکاری با شرکت‌های فعال دارای ظرفیت خالی برای تولید بدون کارخانه؛

■ تدوین دستورالعمل‌های شفاف در حوزه ادغام و تجمیع بنگاه‌های کوچک و متوسط و استفاده از ابزارهای مالی و تجاری برای تشویق بنگاه‌ها به اینگونه همکاری‌ها.

گام ۲- توانمندسازی و توسعه صادرات

■ برنامه‌های کوتاه مدت

بواسطه بالابودن هزینه‌های مربوطه، مشکلات بیشتر بنگاه‌های کوچک در تامین سرمایه در گردش نسبت به بنگاه‌های بزرگ‌تر در ساختار مالی کشور است.

○ توانمندی پایین تولید و تراز تجاری منفی
۱- طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸، تراز تجاری ماشین لباسشویی - حتی در سال‌های تحریمی - و یخچال و فریزر - به استثنای سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ و اعمال محدودیت‌های وارداتی - بطور متوسط برابر با ۷۷- و ۱۰۵- میلیون ریال بوده است.

۲- ضعف در طراحی تولید محصول جدید و توان پایین شرکت‌های قطعه‌ساز بواسطه غلبه رویکرد مونتاژکاری در تولید، عدم هم‌پیوندی و مشارکت با برندهای معتبر تولیدکننده لوازم خانگی و کم توجهی به تحولات فناورانه در صنعت لوازم خانگی ناشی از تعدد بنگاه‌های کوچک در این صنعت موجب شده است تا برخی از محصولات تولیدی در این صنعت از توان رقابت‌پذیری چندانی برخوردار نباشند.

■ با اوج‌گیری دوباره شیوع ویروس کرونا در فصل پاییز و در بازه زمانی ماه آگوست تا هفته سوم اکتبر ۲۰۲۰، مجدداً بسیاری از کشورها با چالش مواجه شدند و انتشار اخباری در خصوص کشف واکسن کرونا و تکذیب آن موجب بروز نوساناتی در بازارهای جهانی شد. با اینحال، افزایش میزان ذخیره انبارهای بنادر چین و کاهش تقاضای بخش ساخت و ساز با شروع فصل سرما در این کشور، کاهش قیمت سنگ آهن و کاهش تقاضای فولاد را به همراه داشت. کسری مس در بازار و خروج مس از انبارهای بورس لندن موجب افزایش قیمت این ماده معدنی در بازارهای جهانی شد. قیمت طلا نیز متأثر از بحران کووید-۱۹ و مسائل داخلی آمریکا درباره بسته حمایتی دولت برای مقابله با بیماری کرونا با نوسان همراه بود و پیش‌بینی می‌شود با ورود سرمایه و افزایش سطح ذخیره صندوق‌های ETF طلا برای دهمین ماه متوالی، قیمت آن افزایش یابد.

■ تحلیل روند تغییرات قیمت ۴۳ قلم کالای صنعتی منتخب طی ماه‌های شهریور و مهر ۱۳۹۹ حاکی از افزایش قیمت همه گروه‌های کالایی خصوصاً گروه لاستیک و لوازم خانگی است که این موضوع ناشی از افزایش قیمت مواد اولیه داخلی و رشد ۳۰.۵ درصدی نرخ ارز و مشکلات مترتب بر روند واردات بوده است. کارگروه تنظیم بازار کشور نیز در راستای مدیریت بازار

- خلق برند ملی (با بهره‌گیری از تجربه چین در ساخت گروه‌های تجاری بزرگ و تیم‌های ملی) از طریق ارائه مشوق‌های مالی، واگذاری زمین، معافیت مالیاتی، تسهیل فرایندهای واردات مواد اولیه به صورت مشروط با توجه به دو نکته جذب و توسعه تکنولوژی و صادراتی نمودن محصولات تولیدی و با استفاده از ظرفیت شرکت‌های سهامی عام پروژه برای تامین مالی برند ملی؛
- فرهنگ‌سازی میان تولیدکنندگان لوازم خانگی و ترغیب آنان به انجام همکاری‌های مشترک داخلی و شبکه‌سازی؛
- تسهیل فرآیندهای تامین نهاده‌های تولید و بهبود محیط کسب و کار؛
- **برنامه‌های بلند مدت**
 - توسعه صادرات و نفوذ به بازار سایر کشورها با برنامه‌ریزی خرید برندهای خارجی مطابق با الگوی ترکیه در دوران پساتحریم؛
 - ایجاد آزمایشگاه‌های تخصصی و موسسات بزرگ تحقیق و توسعه و طراحی در داخل کشور و استفاده از ظرفیت شرکت‌های خارجی فعال در این حوزه جهت تقویت توانمندی این شرکت‌ها و انتقال دانش به داخل کشور؛
 - ایجاد صندوق تخصصی پژوهش و فناوری لوازم خانگی برای تامین مالی پروژه‌های تحقیقاتی و توسعه محصول.

پیوست ۱:

- روند تغییرات قیمت مواد و محصولات معدنی از ابتدای ماه آگوست تا هفته سوم اکتبر ۲۰۲۰ (دلار بر تن و دلار بر اونس)

اکتبر			سپتامبر					آگوست					دوره زمانی	
W۳	W۲	W۱	متوسط رشد	W۴	W۳	W۲	W۱	متوسط رشد	W۴	W۳	W۲	W۱	مقدار	مجموع
۶۳۲.۶	۶۱۸.۶	۶۰۹.۱	۰.۷	۵۷۳.۳	۵۸۰.۳	۵۶۰.۴	۵۶۱.۱	۰.۵	۵۲۳.۶	۵۳۵.۸	۵۰۷.۴	۵۱۶.۰	مقدار	فولاد ^۱
۲.۳	۱.۶	۶.۲		-۱.۲	۳.۵	-۰.۱	۷.۲		-۲.۳	۵.۶	-۱.۷	۱.۵	%تغییر	
۶۸۷۹.۳	۶۷۲۸.۸	۶۵۷۵	-۰.۳	۶۶۲۱.۳	۶۷۷۲.۹	۶۷۱۵.۶	۶۶۸۶.۰	۰.۷	۶۵۷۱.۸	۶۵۴۷.۱	۶۳۴۶.۷	۶۴۳۵.۲	مقدار	مس ^۱
۲.۲	۲.۲	-۰.۷		-۲.۲	۰.۹	۰.۴	۱.۷		۰.۴	۳.۲	-۱.۴	-۰.۲	%تغییر	
۱۸۴۶.۵	۱۸۵۱.۱	۱۷۷۵.۸	-۰.۵	۱۷۶۹.۴	۱۷۹۲.۸	۱۷۸۶.۳	۱۷۹۶.۲	۰.۴	۱۷۷۷.۹	۱۷۷۵.۸	۱۷۷۳.۲	۱۷۵۸.۷	مقدار	آلمینیوم ^۱
-۰.۲	۴.۲	۰.۴		-۱.۳	۰.۴	-۰.۶	۱		۰.۱	۰.۱	۰.۸	۲.۵	%تغییر	
۲۵۵۰.۳	۲۴۲۸.۷	۲۳۵۶.۶	-۱.۳	۲۴۲۹.۳	۲۵۰۶.۴	۲۴۴۲.۹	۲۵۲۸.۹	۱.۷	۲۴۷۹.۵	۲۴۶۳.۳	۲۳۸۳.۸	۲۳۵۷.۵	مقدار	روی ^۱
۵	۳.۱	-۳		-۳.۱	۲.۶	-۳.۶	۲		۰.۷	۳.۳	۱.۱	۴	%تغییر	
۱۵۸۰۶.۵	۱۵۲۱۷.۳	۱۴۵۶۸.۲	۲.۲	۱۴۴۶۴.۵	۱۵۱۳۴.۵	۱۴۹۷۸.۳	۱۵۴۳۹.۴	۱.۹	۱۵۰۴۱.۳	۱۴۶۴۴.۵	۱۴۲۰۶.۳	۱۴۱۹۹.۳	مقدار	نیکل ^۱
۳.۳	۵.۱	۰.۷		-۴.۴	-۱	-۳	۲.۶		۲.۷	۳.۱	۰	۳.۱	%تغییر	
۱۱۹.۸	۱۱۹.۲	۱۲۰.۳	-۰.۸	۱۲۰.۵	۱۲۴	۱۲۴	۱۲۳.۵	۲.۷	۱۱۸.۵	۱۱۷.۸	۱۱۰.۱	۱۰۹.۵	مقدار	سنگ آهن ^۲
۰.۵	-۰.۹	-۰.۲		-۲.۹	۰	۴	۴.۲		۰.۶	۷	۰.۶	۲.۷	%تغییر	
۱۹۰۷.۵	۱۹۱۰.۹	۱۸۹۹.۴	-۱.۲	۱۸۸۲.۴	۱۹۵۲.۰	۱۹۳۹.۱	۱۹۴۹.۵	-۱.۳	۱۹۴۳.۲	۱۹۵۶.۹	۱۹۵۶.۹	۲۰۲۰.۸	مقدار	طلا ^۱
-۰.۲	۰.۶	۰.۹		-۳.۶	۰.۷	-۰.۵	۰.۳		-۰.۷	۰	-۳.۲	۳.۵	%تغییر	

Source: 1- www.Tgju.org

۲-www.market.businessinsider.com

پیوست ۲:

- مقدار عرضه و حجم معاملات مواد و محصولات معدنی در بورس کالای ایران از ۱۳۹۹/۰۶/۰۱ تا ۱۳۹۹/۰۷/۳۰

تولید کننده	شهریور				مهر			
	مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)
آذر فولاد امین	۲۵۳۰	۲۵۳۰	۲۳۰۲۷۸۰۷۰	۹۱۰۹۰	۱۵۱۸	۱۵۱۸	۱۷۲۸۳۹۰۴۰	۱۱۳۸۵۹۰۷
آهن و فولاد ارفع	۶۳۰۰۰	۵۷۰۰۰	۵۲۱۴۵۶۲۳۰۰	۹۱۴۸۳۰۵	۴۲۰۰۰	۴۲۰۰۰	۴۲۶۵۶۰۷۹۵۰	۱۰۱۵۶۲۰۱
تولید فولاد تارا شمش یزد	۳۰۰۰	۲۴۰۰	۲۲۷۲۲۹۶۰۰	۹۴۶۷۹۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۰	۲۰۶۵۴۱۶۰۰	۱۰۳۲۷۰۰۸
تولیدی فولاد سپید فراب کویر	۲۱۲۷۴	۲۰۳۲۸	۱۹۳۶۷۲۳۱۶۲	۹۵۲۷۳۰۷	۲۰۱۷۴	۲۹۳۷۰	۲۲۱۶۴۲۳۲۵۲	۱۰۹۸۶۵۰۳
ذوب آهن اصفهان	۱۰۴۸۵۹	۹۳۲۴۸	۱۰۰۶۶۷۷۵۵۵۴	۱۰۷۹۵۷۰	۸۶۱۵۰	۱۰۰۵۹۸	۱۰۴۵۴۲۳۱۱۲	۱۲۱۳۴۹۰۳
صبا فولاد زاگرس	۱۴۳۴۴	۷۰۸۴	۶۶۸۱۴۹۹۴۴	۹۴۳۱۸۰۲	۴۹۵۰	۱۳۱۸۸	۵۵۲۵۸۴۴۵۰	۱۱۱۶۳۳۰۲
صنایع آهن و فولاد سرمد ابرکوه	۱۶۲۵۸	۱۶۲۵۸	۱۵۰۸۹۱۴۶۸۲	۹۲۸۱۰۶	۱۳۹۳۶	۱۳۹۳۶	۱۵۲۷۷۷۲۳۳۴	۱۰۹۷۰۶۰۵
فولاد آذربایجان	۱۱۳۰۸	۱۱۳۰۸	۱۰۲۳۴۲۸۶۴۸	۹۰۵۰۴۰۸	۱۹۱۴۰	۲۹۷۰۰	۲۱۲۷۲۲۲۲۵۰	۱۱۱۱۴۰۰۱
فولاد خوزستان	۲۳۶۵۰۰	۱۵۵۵۰۰	۱۳۸۰۲۴۴۱۵۰۰	۸۸۷۶۱۰۷	۱۸۸۳۰۰	۱۸۸۳۰۰	۱۷۰۶۷۸۰۳۳۵۰	۱۰۵۸۷۹۰۷
فولاد سیرجان ایرانیان	۳۱۰۰۰	۲۵۲۰۰	۲۲۱۹۸۰۷۰۰۰	۸۸۰۸۷۰۶	۳۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۳۱۶۴۷۴۴۴۰۰	۱۰۵۴۹۱۰۵
فولاد عتیق آذر سهند	۱۰۱۲	۱۰۱۲	۸۷۳۹۱۴۳۶	۸۶۳۵۵۰۲	۱۸۰۴	۱۸۰۴	۱۹۸۰۲۰۸۳۴	۱۰۹۷۶۷۰۶
فولاد کاوه جنوب کیش	۵۸۲۰۰	۵۳۲۰۰	۴۸۰۹۶۳۰۶۰۰	۹۰۴۰۶۰۶	۴۴۲۰۰	۴۴۲۰۰	۴۳۸۹۹۴۱۵۰۰	۹۹۳۱۹۰۹۴
فولاد مبارکه اصفهان	۵۱۱۷۶۳	۴۸۷۷۶۳	۵۴۷۰۰۰۰۷۹۵۵	۱۱۳۱۴۴۰۶	۵۱۳۵۳۸	۵۱۳۵۳۸	۶۶۴۴۱۰۴۷۵۴۶	۱۳۰۱۳۹۰۳
گروه صنایع فولاد صبح پارسبان	۱۲۳۲	۷۷۰	۷۴۹۸۶۳۴۰	۹۷۳۸۴۰۹	۱۶۵۰	۱۶۵۰	۱۱۶۵۹۷۳۶۰	۱۰۵۹۹۷۰۶
مجمع ذوب آهن فولاد خزر	۲۶۰۰۰	۲۲۰۰۰	۱۹۶۹۹۹۲۸۰۰	۸۸۶۳۶۰	۱۹۲۰۰	۱۹۲۰۰	۱۹۸۳۵۳۶۶۰۰	۱۰۳۳۰۹۰۲
مجمع فولاد خراسان	۶۷۱۲۸	۶۴۱۲۸	۵۹۹۷۷۸۷۲۴۴	۹۳۵۲۸۰۴	۶۷۸۰۲	۶۹۲۰۲	۷۳۴۹۹۰۷۸۱۶	۱۰۸۴۰۲۰۵
مجمع فولاد ظفر بناب	۶۱۸۲	۶۱۸۲	۵۸۸۳۲۱۷۳۴	۹۵۱۶۶۰۹	۲۰۷۲۴	۲۰۷۲۴	۱۰۷۱۸۱۶۸۳۴	۱۱۳۸۲۹۰۳
مجمع معدنی و صنعت آهن و فولاد بافق	۹۹۰۰	۱۵۶۲	۱۵۴۱۸۰۸۱۸	۹۸۷۰۷۰۳	۱۰۴۵۰	۱۰۴۵۰	۱۱۶۵۰۰۸۵۳۶	۱۱۱۴۸۴۰۱
نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد	۳۷۴۰	۳۱۹۰	۲۹۵۹۰۰۵۲۸	۹۲۷۵۸۰۸	۴۳۱۲	۴۳۱۲	۲۰۴۲۵۹۳۳۰	۱۰۹۲۲۹۰۶
پرشین فولاد آریا	۳۰۸۰	۹۴۶	۹۷۷۹۳۱۴۶	۱۰۳۳۷۵۰۴	۱۸۸۳۲	۱۸۸۳۲	۸۰۸۷۰۳۰۳۸	۱۰۶۵۴۸۰۵
صنعت تجارت پردیس آذربایجان	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۹۸۲۵۵۰۰	۹۸۲۵۵۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۸۵۳۲۶۰۰	۱۰۸۵۳۲۰۶
فولاد ارگ تبریز	۱۰۱۲	۱۰۱۲	۹۷۷۱۹۱۳۸	۹۶۵۶۰۴	۰	۰	۰	-
فولاد امیر کبیر خزر	۳۱۰۲	۳۱۶۸	۳۱۵۸۱۹۶۳۶	۹۹۶۹۰۵	۱۱۰۰	۱۱۰۰	۱۲۰۱۷۷۲۰۰	۱۰۹۳۵۲
فولاد کاوه اروند	۱۷۶۰	۱۷۶۰	۱۴۸۴۷۱۸۴۰	۸۴۳۵۹۰	۳۳۰۰	۳۳۰۰	۲۴۶۸۷۶۲۵۶	۱۱۲۳۱۶۰۵
فولاد هرمزگان جنوب	۹۰۰۰	۶۴۵۰۰	۵۷۸۲۷۰۴۰۰۰	۸۹۶۵۴۰۳	۸۰۰۰۰	۸۰۰۰۰	۷۳۸۸۹۶۰۰۰۰	۱۰۷۰۸۶۰۴
قائم پروفیل رازی	۱۱۰۰	۲۲	۱۸۵۵۸۹۸	۸۴۳۵۹۰	۲۲۰۰	۲۲۰۰	۲۴۳۰۱۳۴۷۴	۱۱۰۴۶۰۷
گروه ملی صنعتی فولاد ایران	۸۳۶۰	۸۳۶۰	۸۱۳۴۰۲۵۴۶	۹۷۲۹۷۰۰	۱۴۳۰۰	۱۴۳۰۰	۱۵۸۷۱۷۸۳۴۰	۱۱۰۹۹۱۰۵
گسترش فولاد فجر آذربایجان	۳۳۰	۳۳۰	۳۳۳۵۳۲۱۰	۱۰۱۰۷۰۳	۳۳۰	۳۳۰	۳۸۸۵۶۲۰۲	۱۱۷۷۴۶۰۱
مجمع ذوب آهن و نورد کرمان	۲۰۰۰	۲۰۰۰	۱۹۵۵۰۶۰۰۰	۹۷۷۵۳۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۰	۱۵۹۰۵۲۴۰۰	۹۹۴۰۷۰۷۵

۱۸.۵	۱۱۰۹۸۹	۷۴۲۲۹۱۹۰	۶۶۸۸	۶۶۸۸	۹۳۶۸۳.۳	۲۸۴۴۲۲۶۲۲	۳۰۳۶	۳۰۲۶	مجموع فولاد صنعت بناب
۱۵.۹	۱۰۳۵۵۹.۸	۲۰۵۱۱۹۶۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۰	۸۸۴۷۲.۳	۷۰۷۷۷۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	آلیاز شمش یزد
۳.۶	۹۵۸۶۲.۶۴	۵۲۷۲۴۴۵۰	۵۵۰	۵۵۰	۹۲۵۲۵.۷	۵۵۵۱۵۴۰۰	۶۰۰	۶۰۰	پاسارگاد فولاد نوید
۱۲.۴	۱۱۰۵۹۲.۳	۶۶۳۵۵۴۰۰	۶۰۰	۶۰۰	۹۸۳۴۹.۰	۵۹۰۰۹۴۰۰	۶۰۰	۶۰۰	پردیس صنعت زنده رود
۲۱.۰	۱۰۹۱۱۲.۳	۶۵۴۶۷۴۰۰	۶۰۰	۶۰۰	۹۰۱۹۹.۰	۵۴۱۱۹۴۰۰	۶۰۰	۶۰۰	تولیدی صنعتی اصفهان در
-	-	.	.	.	۸۸۹۲۶.۰	۸۹۹۹۳۰۶۸	۱۰۱۲	۱۰۱۲	سیما فولاد جهان
-	-	.	.	.	۸۲۳۳۷.۰	۴۹۴۰۲۲۰۰	۶۰۰	۱۰۰۰	صنایع صدرا ذوب
۵.۷	۱۶۵۷۴۳.۸	۱۴۹۱۶۹۴۰۰	۹۰۰	۳۲۰۰	۱۵۶۸۲۷.۰	۱۸۸۲۰۴۴۰۰	۱۲۰۰	۲۱۵۰	صنایع فولاد شهریار تبریز
-	۱۸۰۴۰۱	۳۲۴۷۲۱۸۰۰	۱۸۰۰	۲۴۰۰	-	.	.	۳۰۰	فولاد غرب آسیا
۹.۰	۱۰۳۴۱۹.۱	۶۷۰۸۴۵۴۰۰	۶۵۵۰	۶۵۵۰	۹۳۹۲۷.۰	۳۹۴۵۳۵۲۰۰	۴۲۰۰	۴۸۰۰	گسترش خدمات آتیه اندیشان سپهر شرق
۱۲.۷	۱۰۴۲۲۹.۷	۹۲۹۱۴۵۰۰۸۴	۸۹۱۴۴	۸۹۱۴۴	۹۳۴۵۹.۳	۵۹۱۵۵۴۴۰۴۲	۶۳۹۸۰	۶۳۹۸۰	جهان فولاد سیرجان
۱۴.۱	۹۲۰۹۶.۵۶	۱۶۵۷۷۳۸۰۰	۱۸۰۰	۱۸۰۰	۸۰۷۱۳.۵	۲۵۸۲۸۳۲۰۰	۳۲۰۰	۳۲۰۰	ذوب و نورد زرقام
۱۰.۱	۱۰۱۹۲۵.۴	۴۷۷۰۱۰۹۰۰۰	۴۶۸۰۰	۴۶۸۰۰	۹۲۵۹۲.۰	۳۷۰۳۶۸۰۰۰۰	۴۰۰۰۰	۴۵۰۰۰	شرکت معدنی و صنعتی چادرمیلو
۱۷.۶	۱۱۳۷۱۶.۳	۷۰۰۴۹۲۱۰	۶۱۶	۶۶۰	۹۶۶۸۲.۳	۴۲۵۴۰۱۶۸	۴۴۰	۴۴۰	صنایع تولیدی نورد گرم فلز
۶.۶	۱۰۵۰۷۹.۹	۱۰۶۳۴۰۸۹۴	۱۰۱۲	۱۰۱۲	۹۸۵۵۷.۶	۹۹۷۴۰۳۰۰	۱۰۱۲	۱۰۱۲	صنایع فولاد کاوه نیکمه داش
۱۲.۳	۱۰۱۰۵۹.۲	۷۲۷۶۲۶۱۰۰	۷۳۰۰	۷۳۰۰	۹۰۰۲۱.۰	۴۱۴۰۹۶۶۰۰	۴۶۰۰	۵۸۰۰	گلنک سازان سپاهان
۲۱.۲	۱۱۴۸۸۳.۴	۱۷۸۱۸۴۰۸۷۴	۱۵۵۱۰	۳۰۳۱۶	۹۴۷۸۰.۱	۱۲۱۷۷۳۴۸۷۰	۱۳۸۴۸	۱۴۳۰۰	فولاد البرز ایرانیان
-	-	.	.	.	۱۰۸۶۲۴.۷	۲۸۶۷۶۹۱۲	۲۶۴	۲۶۴	فولاد جاوید بناب
۱۷.۵	۱۰۹۰۸۸.۵	۹۶۴۷۷۸۹۳۶	۸۸۴۴	۸۸۴۴	۹۲۸۶۷.۴	۱۲۹۷۳۵۸۲۱۶	۱۳۹۷۰	۱۵۴۰۰	فولاد روهینا جنوب
۱۱.۳	۱۰۰۶۵۱.۸	۳۱۹۰۶۶۱۹۰۰	۳۱۷۰۰	۳۵۷۰۰	۹۰۳۹۷.۶	۳۲۵۴۳۱۳۲۰۰	۳۶۰۰۰	۴۳۰۰۰	مجموع صنعتی ذوب آهن پاسارگاد
۲۳.۱	۱۱۰۳۴۶.۴	۱۶۵۰۷۸۱۶۶	۱۴۹۶	۳۵۶۴	۸۹۶۴۴.۰	۱۱۴۳۸۵۷۰۰	۱۲۷۶	۱۸۲۶	مجموع فولاد آتیه خاورمیانه
-	-	.	.	.	۹۰۵۰۵.۵	۶۵۷۰۷۰۲۶	۷۲۶	۷۲۶	مجموع فولاد الیگودرز
۲۲.۸	۱۰۵۹۷۶.۶	۲۵۴۳۴۳۹۰۰	۲۴۰۰	۳۲۰۰	۸۶۲۸۰.۷	۲۴۱۵۸۶۰۰۰	۲۸۰۰	۳۲۰۰	فولادسازان کیوان یزد
-	۹۱۶۲۳.۵	۷۳۲۹۸۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	-	.	.	.	ایده آل شمش کویر
-	۱۰۳۶۹۷	۲۲۸۱۳۳۴۲۲	۲۲۰۰	۲۲۰۰	-	.	.	.	صنایع فولاد هیرید زرتدیه
-	۱۰۳۰۴۹.۸	۵۸۹۴۴۴۶۸	۵۷۲	۵۷۲	-	.	.	.	صنایع نورد فولاد گلستان
-	۱۶۷۸۳۷.۵	۴۶۹۹۴۴۹۵۰	۲۸۰۰	۲۸۰۰	-	.	.	.	فولاد امیرکبیر کاشان
-	۱۱۱۴۹۳.۳	۱۳۲۶۴۲۶۵۲	۱۱۰۰	۱۱۰۰	-	.	.	.	فولاد خرمدمش تاکنستان
-	۹۵۵۶۶.۴۳	۶۶۸۹۶۵۰۰	۷۰۰	۷۰۰	-	.	.	.	فولاد کویر دامغان
-	۱۰۳۷۳۰.۸	۱۶۵۹۶۹۲۰۰	۱۶۰۰	۱۶۰۰	-	.	.	.	گروه صنعتی پارس بوتیل یزد
۱۵.۶	۱۱۵۹۴۹.۴	۱۶۰۳۲۷۸۴۷۱۹۰	۱۵۱۹۸۷۰	۱۳۸۲۷۴۰	۱۰۰۲۲۰۶۵۸۲	۱۳۱۰۴۱۰۱۶۰۵۳	۱۳۰۷۵۲۵	۱۵۱۴۰۲۰	جمع کل
آلومینیوم									
نرخ رشد ارزش هر تن	مهر				شهریور				تولید کننده
	ارزش هر تن (هزارریال)	ارزش معامله (هزار ریال)	حجم معامله (تن)	مقدار عرضه (تن)	ارزش هر تن (هزارریال)	ارزش معامله (هزار ریال)	حجم معامله (تن)	مقدار عرضه (تن)	

ردیف	تولید کننده	مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	
۹.۸	آلومینای ایران	۳۱۰۰	۳۱۰۰	۱۳۴۱۸۸۵۴۰۰	۴۳۲۸۶۶.۲۵۸۱	۱۷۰۰	۱۷۰۰	۷۲۵۳۴۵.۲	۴۲۷۰۸۶۸۰۰	
۱۵.۹	آلومینیوم المهدی	۱۰۱۰۰	۹۲۰۰	۳۶۴۹۴۴۱۵۸۵	۳۹۶۶۷۸.۴۳۳۲	۶۷۰۰	۹۱۰۰	۴۵۹۶۸۳.۹	۳۰۷۹۸۸۲۳۵۰	
۹.۲	آلومینیوم ایران (ایراکو)	۱۴۶۸۰	۱۴۶۸۰	۶۳۰۴۷۴۳۶۶۰	۴۲۹۶۷۸.۴۵۱	۱۰۰۰۰	۱۰۵۰۰	۴۶۹۱۵۲	۴۶۹۱۵۲۰۰۶۰	
۱۰.۵	مجتمع صنایع آلومینیوم جنوب	۷۸۰۰	۷۸۰۰	۳۲۶۶۷۸۸۰۰	۴۱۵۵۸۷.۰۲۵۶	۹۰۲۰	۱۰۲۰۰	۴۶۲۸۵.۸	۴۱۷۳۴۲۳۸۰	
-	آریا کابل فدک	۳۳۵۰	۳۳۵۰	۰	۰	۱۰	۲۱۵۰	۵۵۶۲۰۴	۵۵۶۲۰۴۰	
-	تولیدی سیم و کابل تبریز سیمکات	۴۰	۴۰	۰	۰	۴۰	۶۸۰	۴۹۳۴۲۹	۱۹۷۳۷۱۶۰	
-	صنایع نگین آلومینیوم گلیابگان	۲۰۰	۲۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	
۱۱.۱	جمع کل	۳۹۲۱۰	۳۴۷۸۰	۱۴۵۶۱۰۴۹۴۴۵	۴۱۸۶۶۱.۵۷۱۲	۲۷۴۷۰	۳۴۳۲۰	۴۶۵۱۶۹.۸	۱۲۷۷۸۲۱۴۵۹۰	
مس										
ردیف	تولید کننده	شهریور				مهر				
		مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	
-	آریا کابل فدک	۱۲۰۰	۰	۰	-	۱۰۱۵	۲۴۵	۱۶۰۹۱۴۸	-	
-	بایک مس ایرانین	۲۰۰	۱۰۰	۱۳۱۱۷۲۲۰۰	۱۳۱۱۷۲۲	۰	۰	-	-	
-	تولیدی سیم و کابل تبریز سیمکات	۱۲۰	۰	۰	-	۴۸۰	۰	-	-	
-	راشا مهر نیکان	۵۰۰	۰	۰	-	۱۶۰	۰	-	-	
-	شرکت صنایع مس شهید باهنر	۱۸۰	۰	۰	-	۳۶۰	۰	-	-	
۱.۱	شرکت ملی صنایع مس ایران	۱۰۲۰۰۰	۲۳۲۲۰	۲۳۹۵۸۷۸۴۸۶۰	۱۰۳۱۸۱۶.۷۴۷	۶۳۲۰۰	۲۳۳۴۰	۱۰۴۲۹۷۸	۲۳۳۰۰۱۲۸۵۰۰	
۱۴.۹	صنایع تولیدی دنیای مس کاشان	۴۰۵۰	۲۲۰	۳۰۴۹۰۱۹۶۰	۱۳۸۵۹۱۸	۱۸۵۰	۸۰	۱۵۹۲۳۷۶	۱۲۷۳۹۰۰۴۰	
-	صنایع مس کاوه	۴۵۰	۰	۰	-	۴۰۰	۰	-	-	
-	فرآوری مس درخشان تخت گنبد	۱۳۰	۰	۰	-	۵۰	۵۰	۱۵۴۳۳۴۵	۷۷۱۶۷۲۵۰	
-	گروه صنایع کابلسازی افق البرز	۶۴۰	۰	۰	-	۵۷۰	۰	-	-	
۱۷.۴	گیل راد شمال	۵۰۰۰	۸۱۵	۱۱۳۴۸۷۱۶۷۵	۱۳۲۳۸۰.۵۸۳	۳۶۰۰	۲۲۰	۱۶۳۲۳۲۷	۵۳۲۹۸۷۸۶۰	
-	صنایع شکوه مس قم	۸۰	۰	۰	-	۱۶۰	۰	-	-	
۱.۱	جمع کل	۱۱۴۵۵۰	۲۴۳۵۵	۲۵۵۲۹۷۳۰۶۹۵	۱۰۴۸۲۳۳.۶۵۶	۷۱۸۴۵	۲۳۰۳۵	۱۰۶۰۲۰۹	۲۴۴۲۱۹۱۴۹۱۰	
روی										
ردیف	تولید کننده	شهریور				مهر				
		مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	مقدار عرضه (تن)	حجم معامله (تن)	ارزش معامله (هزار ریال)	ارزش هر تن (هزار ریال)	
۱۴.۴	توسعه صنایع روی خاورمیانه	۲۳۰	۱۱۰	۵۴۰۲۲۱۰۰	۴۹۱۱۱۰	۲۸۰	۱۲۰	۵۶۱۸۳۳.۶۶۶۷	۶۷۴۲۰۰۴۰	
۸.۵	تولیدی روی بندرعباس	۳۶۰	۲۰	۱۰۲۱۸۴۴۰	۵۱۰۹۲۲	۳۶۰	۲۴۰	۵۵۴۳۵۱.۷۵	۱۳۳۰۴۴۴۲۰	
۷.۲	ذوب روی بافق	۵۴۰	۲۲۰	۱۱۲۶۴۷۰۴۰	۵۱۲۰۳۲	۸۶۰	۶۰۰	۵۴۸۷۷۳.۶۶۶۷	۳۲۹۲۶۴۲۰۰	
۱۷.۵	فرآوری مواد معدنی ایران	۵۲۰	۲۶۰	۱۲۹۶۳۳۳۴۰	۴۹۷۸۱۶.۶۹	۶۰۰	۶۰۰	۵۸۴۸۷۱.۹	۳۵۰۹۲۳۱۴۰	
۱۰.۸	کالسیمین	۷۴۰	۴۴۰	۲۲۱۷۷۳۸۴۰	۵۰۴۰۳۱.۴۵	۵۰۰	۳۰۰	۵۵۸۳۲۹	۱۶۷۴۶۸۷۰۰	
۱۱.۵	ملی سرب و روی ایران	۱۸۵	۱۴۵	۷۳۴۴۲۵۵۰	۴۹۹۶۰۳.۷۹	۱۱۴۰	۷۸۰	۵۵۷۰۳۷.۳۸۴۶	۴۳۴۴۸۹۱۶۰	
۷.۵	ترکیب پردازان زنجان	۶۶۰	۴۰۰	۲۰۲۱۴۸۴۲۰	۵۰۵۳۷۱.۰۵	۱۰۰	۸۰	۵۴۳۱۵۶.۵	۴۳۴۵۲۵۲۰	
-	تولیدی روی میعاد نامن زنجان	۰	۰	۰	-	۰	۰	-	-	
-	صنایع خالص سازان روی زنجان	۵۰۰	۵۰۰	۲۵۲۰۰۰۸۰۰	۵۰۴۰۰۱.۶	۰	۰	-	-	
۱۲.۶	مجتمع ذوب و احیا روی قشم	۵۶۰	۴۰	۲۰۴۳۶۸۸۰	۵۱۰۹۲۲	۷۰۰	۲۸۰	۵۷۵۰۷۹	۱۶۱۰۲۲۱۲۰	

-	۵۴۲۷۲۰	۲۱۷۰۸۸۰۰	۴۰	۵۰	-	۰	۰	۵۰	روی پرور زنجان
۱۷.۶	۵۵۸۲۲۹	۲۲۳۳۹۱۶۰	۴۰	۴۰	۴۷۴۶۰۰	۴۷۴۶۰۰۰۰	۱۰۰	۱۰۰	سپینتا روی
-	۵۶۰۳۹۳	۲۲۴۱۵۷۲۰	۴۰	۴۰	-	۰	۰	۰	ذوب روی تال
-	۵۶۹۰۸۳	۵۶۹۰۸۳۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۰	۰	۰	گسترش صنایع روی ایرانیان
۱۱.۹	۵۶۳۲۵۰.۳۹۷۵	۱۸۱۰۴۴۶۲۸۰	۳۳۲۰	۴۷۷۰	۵۰۲۲۷۴۰۱	۱۱۲۲۵۸۲۴۱۰	۲۲۳۵	۴۴۴۵	جمع کل

ماخذ: بورس کالای ایران.

پیوست ۳:

- روند تغییرات قیمت کالاهای صنعتی منتخب از ۱۳۹۹/۰۶/۰۱ تا ۱۳۹۹/۰۷/۳۰ (ریال / درصد)

متوسط رشد	مهر					متوسط رشد	شهریور				واحد	شرح	
	W۵	W۴	W۳	W۲	W۱		W۴	W۳	W۲	W۱			
۱.۶	۴۲۴۹۳۶	۴۲۴۳۰۱	۴۱۶۷۳۵۴	۴۱۰۸۶۳۰	۳۹۹۱۸۴۴	۰.۲	۴۰۰۲۶۳۴	۴۰۰۹۴۳۸	۴۰۰۷۰۳۷	۳۹۷۵۴۴۳	بند	کاغذ چاپ ۷۰ گرمی اندونزی	انواع کاغذ
	۰.۶	۱.۴	۱.۴	۲.۹	-۰.۳		-۰.۲	۰.۱	۰.۸	۰.۹			
۴.۷	۴۷۵۴۹۷	۴۷۴۴۹۱	۴۷۵۴۴۸	۴۶۷۷۳۲	۳۹۶۰۳۲	۰.۰	۳۸۸۱۱۰	۳۸۷۷۱۷	۳۸۷۹۷۶	۳۸۷۹۷۶	بسته	کاغذ A۴ (بسته ۵۰۰ گرمی) با ارز نیمایی	
	۰.۲	-۰.۲	۱.۶	۱۸.۱	۲.۰		۰.۱	-۰.۱	۰.۰	۰.۲			
۰.۰	۲۱۱۳۳	۲۱۳۳۳	۲۱۱۷۸	۲۱۱۸۰	۲۱۱۳۷	۰.۶	۲۱۱۹۹	۲۰۷۵۹	۲۰۷۵۰	۲۰۸۰۹	جلد	دفترچه مشق ۴۰ برگ یک رنگ چاپ	
	-۰.۹	۰.۷	۰.۰	۰.۲	-۰.۳		۲.۱	۰.۰	-۰.۳	۲.۵			
۳.۲	۱۴۶۵۹۵	۱۴۴۲۵۴	۱۴۱۴۶۲	۱۳۶۰۷۰	۱۲۹۲۰۴	۲.۰	۱۳۱۳۲۴	۱۲۵۹۹۷	۱۲۵۷۵۴	۱۲۳۷۹۸	کیلوگرم	کاغذ روزنامه وارداتی	
	۱.۶	۲.۰	۴.۰	۵.۳	-۱.۶		۴.۲	۰.۲	۱.۶	۰.۰			
۰.۳	۲۹۶۷۸۸۱	۲۸۶۵۵۲۱	۲۸۶۶۶۶۲	۲۸۵۵۷۲۰	۲۹۳۶۸۱۱	۰.۹	۲۹۴۵۶۶۹	۲۹۳۵۰۴۳	۲۹۹۶۳۲۴	۲۸۶۵۳۶۰	تن	سیمان خاکستری تیپ ۳۲۵-۱ فله	سیمان
	۳.۶	۱.۴	-۱	-۲.۴	-۰.۶		۰.۴	-۲	۴.۶	۰.۸			
۰.۲	۲۹۱۱۱۳۵	۲۸۷۰۵۵	۲۸۷۳۳۸	۲۸۷۰۹۰۸	۲۸۹۱۴۰۹	-۰.۶	۲۸۹۴۹۳۴	۲۸۸۴۹۰۲	۲۹۵۹۶۱۸	۲۹۴۴۲۰۳	تن	سیمان خاکستری تیپ ۲ فله	
	۱.۲	۰.۱	۰.۱	-۰.۷	-۰.۱		۰.۳	-۲.۵	۰.۵	۱.۶			
۱.۹	۲۰۴۱۹۸	۱۹۵۰۴۰	۱۸۹۹۸۴	۱۸۸۱۳۳	۱۸۹۶۱۰	-۰.۲	۱۸۷۴۷۴	۱۸۸۲۰۴	۱۸۹۵۹۱	۱۸۸۸۴۶	پاکت	سیمان خاکستری تیپ ۲ پاکتی	
	۴.۷	۲.۷	۰.۶	-۰.۴	۱.۱		-۰.۴	-۰.۷	۰.۴	۰.۳			
۱.۴	۱۹۸۱۳۵	۱۸۸۶۲۱	۱۸۵۹۱۲	۱۸۴۷۶۳	۱۸۷۰۵۰	۱.۰	۱۸۸۳۶۲	۱۸۷۶۱۶	۱۸۷۸۲۲	۱۸۳۰۶۷	پاکت	سیمان خاکستری تیپ ۳۲۵-۱ پاکتی	
	۵.۰	۱.۵	۰.۶	-۱.۲	-۰.۷		۰.۴	-۰.۱	۲.۶	۰.۰			
۱.۲	۳۸۶۰۹۷	۳۸۱۰۶۶	۳۷۶۰۸۶	۳۶۷۹۰۱	۳۶۸۰۲۹	۱.۱	۳۷۰۸۸۱	۳۶۹۵۵۶	۳۷۱۰۱۳	۳۵۸۴۷۷	پاکت	سیمان سفید ۵۰ کیلو گرمی	
	۱.۳	۱.۳	۲.۲	۰.۰	-۰.۸		۰.۴	-۰.۴	۳.۵	۹.۴			
۲.۸	۱۲۷۸۹۹	۱۲۱۴۰۳	۱۱۸۰۴۳	۱۱۶۶۹۲	۱۱۴۳۱۲	۳.۳	۱۱۵۲۵۹	۱۱۳۲۶۸	۱۱۲۲۳۶	۱۰۴۶۹۷	پاکت	گچ سفید کیسه ۴۰ کیلو گرمی	
	۵.۴	۲.۸	۱.۲	۲.۱	-۰.۸		۱.۸	۰.۹	۷.۲	-۰.۵			
۰.۸	۱۴۷۵۸۴	۱۴۶۴۲۱	۱۴۶۵۷۳	۱۴۵۳۵۱	۱۴۳۱۳۹	۳.۶	۱۴۰۹۹۱	۱۳۷۴۸۶	۱۳۱۱۷۶	۱۲۶۸۷۸	کیلوگرم	تیر آهن نمره ۱۶ اذوب آهن اصفهان	آهن آلات
	۰.۸	-۰.۱	۰.۸	۱.۵	۱.۵		۲.۵	۴.۸	۳.۴	۲.۴			
۱.۳	۱۴۴۷۵۹	۱۴۳۰۱۲	۱۴۲۸۲۶	۱۴۱۶۵۲	۱۳۷۴۵۹	۲.۰	۱۳۲۰۵۰	۱۳۷۷۶۴	۱۲۴۵۲۵	۱۲۴۳۱۲	کیلوگرم	تیر آهن نمره ۱۸ اذوب آهن اصفهان	
	۱.۲	۰.۱	۰.۸	۳.۱	۴.۱		۳.۴	۲.۶	۰.۲	-۳.۴			
۱.۰	۱۷۳۵۲۶	۱۷۱۹۴۰	۱۷۱۰۹۸	۱۶۹۹۷۱	۱۶۶۷۸۹	۵.۷	۱۶۲۴۰۲	۱۵۱۹۹۲	۱۴۱۶۸۷	۱۳۷۴۷۵	کیلوگرم	تیر آهن نمره ۱۴ اذوب آهن اصفهان + C۱۹:C۲۰	
	۰.۹	۰.۵	۰.۷	۱.۹	۲.۷		۶.۸	۷.۳	۳.۱	۱.۸			
۳.۰	۲۰۹۸۲۰	۲۰۷۴۴۲	۲۰۵۵۴۰	۱۹۸۱۲۸	۱۸۶۷۵۳	۳.۸	۱۷۵۲۹۷	۱۶۵۲۹۲	۱۶۰۰۴۳	۱۵۶۸۲۴	کیلوگرم	تیر آهن نمره ۲۷ سنگین ذوب آهن	
	۱.۱	۰.۹	۳.۷	۶.۱	۶.۵		۶.۱	۳.۳	۲.۱	۰.۰			

متوسط رشد	مهر					متوسط رشد	شهرنور				واحد	شرح	
	W۵	W۴	W۳	W۲	W۱		W۴	W۳	W۲	W۱			
۳.۱	۱۳۸۵۶۹	۱۳۴۸۶۱	۱۳۳۰۹۸	۱۲۸۰۸۸	۱۲۲۷۹۷	۴.۴	۱۱۵۱۴۲	۱۰۸۵۴۳	۱۰۲۷۱۱	۱۰۱۰۸۵	کیلوگرم	میلگرد آجدار نمره ۱۲	
	۲.۷	۱.۳	۳.۹	۴.۳	۶.۶		۶.۱	۵.۷	۱.۶	-۲.۹			
۲.۸	۱۳۵۹۵۲	۱۳۲۲۹۸	۱۳۰۷۰۷	۱۲۸۱۷۴	۱۲۱۸۸۴	۵.۱	۱۱۴۷۹۰	۱۰۷۸۸۳	۱۰۱۷۶۷	۹۸۸۶۲	کیلوگرم	میلگرد آجدار نمره ۱۴	
	۲.۸	۱.۲	۳.۰	۴.۱	۶.۲		۶.۴	۶.۰	۲.۹	-۳.۶			
۲.۸	۲۰۷۲۶۵	۲۰۵۱۶۴	۱۹۸۶۸۷	۱۹۱۵۶۳	۱۸۵۴۹۴	۴.۳	۱۷۹۰۲۹	۱۶۸۳۹۴	۱۵۹۴۱۵	۱۵۷۷۳۰	کیلوگرم	ورق سیاه ۳ میلی متر مبارکه	
	۱.۰	۳.۳	۳.۷	۳.۳	۳.۶		۶.۳	۵.۶	۱.۱	-۱			
۱.۰	۲۳۱۱۷۸	۲۳۱۴۲۰	۲۲۹۱۰۹۱	۲۲۶۴۴۴۰	۲۲۷۳۱۲۴	۰.۶	۲۲۵۲۲۲۷	۲۲۴۰۸۶۳	۲۲۰۰۹۷	۲۲۱۳۳۳۰	کلاف	سیم ۱.۵*	
	۲.۱	۱.۰	۱.۲	-۰.۴	۱.۰		۰.۵	۱.۹	-۰.۶	۱.۸			
۰.۰	۲۲۱۱۸۱۲	۲۲۷۴۷۰۶	۲۲۶۸۰۰۸	۲۲۶۲۲۸۱	۲۲۳۳۸۷۷	۰.۱	۲۲۵۹۱۷۶	۲۲۵۷۵۳۲	۲۲۵۶۰۰۹	۲۲۵۵۱۴۱	کلاف	سیم ۲.۵*	
	-۰.۶	-۰.۱	۰.۶	-۰.۱	۰.۲		۰.۱	۰.۱	۰.۰	۰.۹			
۵.۰	۳۹۴۴۴۲۲	۳۵۳۹۱۸۰	۳۴۲۰۲۰۹	۳۴۱۵۴۷۵	۳۲۴۶۴۵۴	۰.۲	۳۳۱۱۹۸۱	۳۳۱۵۱۱۰	۳۲۶۶۷۲	۳۲۸۹۱۸۲	حلقه	لاستیک پرابدی بارز	
	۱۱.۵	۳.۵	۰.۱	۵.۲	-۲		-۰.۱	۱.۵	-۰.۷	-۲			
۵.۳	۴۶۳۲۶۷۵	۴۵۶۱۶۹۹	۴۴۳۲۲۶۱	۴۶۶۳۳۸۸	۳۷۷۰۳۹۹	۰.۸	۳۷۴۹۶۴۸	۳۶۹۱۰۳۶	۳۶۴۴۱۱۲	۳۶۳۸۶۴۷	حلقه	لاستیک پژویی بارز	
	۱.۶	۲.۹	۴.۰	۱۳.۱	۱.۲		۰.۹	۱.۳	۰.۲	-۱			
۰.۴	۲۳۸۷۷۴۸۰	۲۳۷۴۱۶۶۶	۲۳۶۹۲۰۶۳	۲۳۶۲۴۰۴۷	۲۳۴۸۵۰۰۰	۰.۲	۲۳۴۸۹۸۱۱	۲۳۴۲۲۶۹۸	۲۳۴۱۶۶۶۷	۲۳۳۴۵۶۳۵	حلقه	لاستیک جینیو کامیونی و اتوبوسی	
	۰.۶	۰.۲	۰.۳	۰.۶	۰.۰		۰.۳	۰.۰	۰.۳	۰.۸			
۱.۳	۳۲۷۳۰۵۸۵	۳۲۵۳۳۶۰۶	۳۲۲۶۶۰۰۷	۳۱۹۴۱۶۹۰	۳۱۰۴۱۶۶۰	۱.۱	۳۰۳۳۳۴۴۲	۳۰۱۲۵۷۸۹	۲۹۶۳۶۴۰۹	۲۹۳۶۷۱۴۰	حلقه	لاستیک بارز اتوبوسی ۲۲/۵*۸۰*۳۱۵	
	۰.۶	۰.۹	۰.۹	۲.۹	۲.۳		۰.۷	۲.۶	۰.۰	۰.۸			
۱.۱	۳۴۵۷۱۶۱۱	۳۴۳۸۱۳۳۲	۳۴۲۶۶۷۵۵	۳۴۰۷۸۱۰۶	۳۳۰۵۹۰۳۱	۱.۱	۳۲۵۰۲۱۰۵	۳۲۰۱۸۶۷۳	۳۱۷۷۵۲۵۲	۳۱۴۵۵۱۳۰	حلقه	لاستیک ۲۴*۱۲*پیروزی کامیونی(پارس)	
	۰.۹	۰.۱	۰.۴	۳.۱	۱.۷		۱.۵	۰.۸	۱.۰	۲.۱			
۴.۴	۴۸۲۶۵۹۳	۴۶۹۱۰۸۹	۴۵۷۵۹۲۱	۴۴۶۳۳۶۳	۴۰۶۱۹۸۵	۰.۴	۴۰۰۳۳۵۴	۳۹۸۰۷۹۲	۳۹۳۳۳۱۰	۳۹۵۱۹۴۵	حلقه	لاستیک بارز سمندی/ال نود ۱۵/۸۵/۱۸۵	
	۲.۹	۲.۵	۲.۵	۹.۹	۱.۵		۰.۶	۱.۲	-۰.۵	-۱.۸			
۰.۸	۷۲۳۵۲۴	۷۱۷۱۴۷	۷۰۶۱۳۷	۷۰۳۱۴۲	۷۰۲۱۷۶	-۰.۳	۷۰۴۱۸۸	۷۱۰۵۲۶	۷۱۲۴۳۳	۷۱۰۲۴۸	گالن	روغن موتور ۱۲۰۰۰ ایرنول ۲۰sj۲۰w۵۰چهار لیتری	
	۰.۹	۱.۶	۰.۴	۰.۱	-۰.۳		۰.۹-	۰.۳-	۰.۳	۰.۲			
۰.۷	۷۶۷۳۴۵	۷۶۰۲۱۷	۷۵۲۰۹۷	۷۴۹۲۱۲	۷۴۷۶۴۲	-۰.۲	۷۴۹۰۶۱	۷۵۲۹۲۷	۷۵۴۹۸۳	۷۵۳۷۱۲	گالن	روغن موتور بهران پیشتاز ۲۰sj۲۰w۵۰چهار لیتری	
	۰.۹	۱.۱	۰.۴	۰.۲	-۰.۲		۰.۵-	۰.۳-	۰.۲	-۰.۲			
۰.۹	۷۷۰۱۷۵	۷۵۵۰۲۸	۷۴۸۴۰۶	۷۴۶۶۰	۷۴۳۹۸۸	-۰.۲	۷۴۴۵۷۹	۷۴۵۹۶۸	۷۴۶۲۰۰	۷۴۷۹۵۰	گالن	روغن موتور پارس پایا ۲۰sj۲۰w۵۰چهار لیتری فلزی	
	۲.۰	۰.۹	۰.۳	۰.۳	-۰.۱		۰.۲-	۰.۰	-۰.۲	۰.۱			
۰.۵	۷۶۵۵۵۶	۷۵۷۲۵۲	۷۴۶۴۲۸	۷۴۷۷۵۱	۷۴۹۳۹۱	۰.۰	۷۴۹۵۲۳	۷۵۰۹۷۸	۷۴۹۹۲۲	۷۵۰۴۱۰	گالن	روغن موتور باور اسپیدی ۲۰sj۲۰w۵۰چهار لیتری فلزی	
	۱.۱	۱.۵	-۰.۲	-۰.۲	۰.۰		۰.۲-	۰.۱	-۰.۱	۰.۳			

لاستیک

روغن موتور



متوسط رشد	مهر					متوسط رشد	شهریور				واحد	شرح	
	W۵	W۴	W۳	W۲	W۱		W۴	W۳	W۲	W۱			
۰.۱	۶۰۳۸۴	۶۰۳۷۹	۶۰۳۵۷	۵۹۹۹۶	۶۰۰۸۹	-۰.۱	۶۰۲۱۹	۶۰۳۰۴	۶۰۴۲۶	۶۰۴۱۹	بسته %تغییر	دستمال کاغذی ۲۰۰برگ معمولی چشمک	لوازم بهداشتی
	۰.۰	۰.۰	۰.۶	-۰.۲	-۰.۲		-۰.۱	-۰.۱	-۰.۲	۰.۰			
۰.۲	۹۱۸۸۹	۹۱۶۳۴	۹۱۷۰۲	۹۱۰۰۳	۹۱۲۰۵	-۰.۱	۹۱۴۳۰	۹۱۳۷۹	۹۱۸۱۳	۹۱۸۰۷	بسته %تغییر	دستمال کاغذی ۳۰۰برگ معمولی چشمک	
	۰.۳	-۰.۱	۰.۸	-۰.۲	-۰.۲		۰.۱	-۰.۵	۰.۰	۰.۰			
۰.۸	۳۵۴۳۴	۳۵۵۱۲	۳۵۳۲۸	۳۴۸۲۴	۳۴۳۷۷	۰.۰	۳۳۹۱۵	۳۳۶۵۹	۳۳۸۹۹	۳۳۸۷۰	عدد %تغییر	صابون گلنار ۱۳۰ گرمی	
	-۰.۲	۰.۵	۱.۴	۱.۳	۱.۴		۰.۸	-۰.۷	۰.۱	۰.۳-			
۰.۹	۴۴۹۸۷۳	۴۴۳۲۹۲	۴۳۷۹۱۱	۴۳۷۴۷۵	۴۳۴۶۹۷	۰.۵	۴۳۴۸۱	۴۳۵۲۶۱	۴۳۰۵۰۳	۴۲۷۵۰۰	بسته %تغییر	مایع ظرفشویی پریل ۳۷۵۰ گرمی	
	۱.۵	۱.۲	۰.۱	۰.۶	۰.۳		-۰.۴	۱.۱	۰.۷	۰.۳			
۰.۶	۱۳۱۷۲۲	۱۳۰۳۸۱	۱۳۰۱۲۹	۱۲۹۳۳۹	۱۲۸۴۳۷	۰.۲	۱۲۸۴۲۷	۱۲۹۱۹۲	۱۲۸۵۸۹	۱۲۷۸۲۰	بسته %تغییر	مایع ظرفشویی پریل ۱ لیتری ۱۰۰ لیمو	
	۱.۰	۰.۲	۰.۶	۰.۷	۰.۰		-۰.۶	۰.۵	۰.۶	۰.۵			
۱.۰	۱۲۵۹۷۵	۱۲۳۹۱۲	۱۲۱۸۱۴	۱۲۱۲۰۷	۱۲۱۰۶۶	۰.۱	۱۲۰۵۸۹	۱۲۰۹۲۷	۱۲۰۲۹۵	۱۲۰۰۸۲	بسته %تغییر	مایع دستشویی AVE طرح S و ۵۰۰ گرمی	
	۱.۷	۱.۷	۰.۵	۰.۱	۰.۴		-۰.۳	۰.۵	۰.۲	۰.۰			
۰.۸	۸۷۴۸۸	۸۷۰۹۴	۸۶۹۱۷	۸۵۹۵۳	۸۴۷۵۶	-۰.۱	۸۴۳۰۳	۸۴۵۵۱	۸۴۵۱۶	۸۴۶۳۹	بسته %تغییر	پودر پرسیل ماشینی لوندرو ۳۶۰-۵۰۰ گرمی	
	۰.۵	-۰.۲	۱.۱	۱.۴	۰.۵		-۰.۳	۰.۰	۰.۱-	۰.۸			
۰.۶	۶۴۴۵۲	۶۴۲۱۵	۶۴۲۴۴	۶۳۶۴۵	۶۲۸۴۷	۰.۴	۶۲۳۷۲	۶۱۹۹۵	۶۱۴۲۱	۶۱۵۷۹	بسته %تغییر	پودر پرسیل دستی لوندرو ۳۶۰-۵۰۰ گرمی	
	۰.۴	۰.۰	۰.۹	۱.۳	۰.۸		۰.۶	۰.۹	۰.۳-	۰.۴			
۱.۱	۹۶۲۳۹۶۱۶	۹۵۳۷۱۴۷۷	۹۴۶۹۸۹۱۲	۹۲۶۶۱۲۶۸	۹۲۲۴۴۲۸۶	۰.۷	۹۱۷۶۹۷۹۷	۹۰۶۹۹۴۸۳	۹۰۱۸۶۹۷۰	۸۹۹۸۷۵۱۱	دستگاه %تغییر	تلویزیون ۵۵ اینچ LED ایکس ویژن مدل XTU ۷۲۵ ^(۱)	لوازم خانگی
	۰.۹	۰.۷	۲.۲	۰.۵	۰.۵		۱.۲	۰.۶	۰.۲	۱.۰			
۰.۸	۴۹۲۶۹۷۸۱	۴۹۱۱۱۷۹۹	۴۸۵۴۱۵۳۹	۴۷۸۸۷۴۳۸	۴۷۶۷۱۸۷۴	۰.۶	۴۷۴۴۸۷۵۷	۴۶۸۷۵۰۳۶	۴۶۷۹۹۹۲۴	۴۶۵۶۵۹۳۸	دستگاه %تغییر	تلویزیون ۴۳ اینچ LED ایکس ویژن مدل XK ۷۵۰ ^(۱)	
	۰.۳	۱.۲	۱.۶	۰.۲	۰.۵		۱.۲	۰.۲	۰.۵	۰.۱			
۳.۶	۷۵۲۰۰۹۸۶	۷۲۶۰۴۸۹۸	۷۰۵۴۲۰۵۴	۶۵۸۴۹۶۵۸	۶۵۲۰۶۷۱۰	۰.۷	۶۴۵۲۷۱۷۴	۶۳۶۴۲۳۳۵	۶۳۶۹۲۱۴۹	۶۳۱۸۵۶۱۴	دستگاه %تغییر	یخچال الکترواستیل مدل ESR۲۴	
	۳.۶	۲.۹	۷.۱	۱.۰	۱.۱		۱.۴	۰.۱-	۰.۸	۰.۷			
۳.۴	۱۵۱۸۶۳۸۹۶	۱۴۶۱۰۴۴۴۸	۱۴۰۸۴۳۳۸۲	۱۳۲۹۴۲۴۷۹	۱۳۳۰۰۰۵۶۴	۰.۷	۱۳۲۱۰۶۶۲۱	۱۳۰۲۰۶۱۳۲	۱۲۹۸۴۴۶۳۰	۱۲۹۵۳۳۴۸۰	دستگاه %تغییر	یخچال فریزر الکترواستیل مدل ESR۲۴	
	۳.۹	۳.۷	۵.۹	۰.۰	۰.۷		۱.۵	۰.۳	۰.۲	۱.۵			
۱.۵	۷۱۶۳۵۸۵۵	۷۰۷۷۹۱۸۸	۷۰۶۲۸۶۷۴	۷۰۳۸۷۷۹۹	۶۷۱۵۰۹۲	۱.۶	۶۷۹۰۰۳۰۳	۶۷۳۷۵۰۷۷	۶۶۲۷۳۴۸۵	۶۴۸۳۱۵۵۸	دستگاه %تغییر	لباسشویی آبسال ۷ کیلویی سفید	
	۱.۲	۰.۲	۰.۳	۴.۱	-۰.۴		۰.۸	۱.۷	۲.۲	-۰.۷			
۰.۳	۶۷۰۲۷۲۴۲	۶۶۸۹۱۴۷۵	۶۶۷۶۰۵۲۹	۶۶۴۱۱۱۲۵	۶۶۳۱۴۳۶۱	۰.۴	۶۶۰۱۲۲۸۶	۶۶۱۷۳۳۹۹	۶۵۷۴۶۵۸۶	۶۵۲۱۲۱۴۲	دستگاه %تغییر	لباسشویی ۶ کیلوئنی اسنوا مدل S-۲۶-SWD ^(۱)	
	۰.۲	۰.۲	۰.۵	۰.۲	۰.۵		-۰.۲	۰.۶	۰.۸	۰.۴			

ماخذ: سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان.