

نکته



خلق ارزش افزوده؛ راه حل پیشرفت اقتصادی کشور

امیر محمد شریفی

معاون برنامه‌ریزی صنایع عمومی تأمین

یکی از زمینه‌های نیازمند توجه و تلاش بیشتر در حوزه اقتصادی در کشور، ایجاد ارزش افزوده در محصولات تولیدی است. از جمله روش‌های مؤثر در این زمینه، پرداختن به حوزه تحقیق، توسعه و نوآوری است؛ لذا به منظور تحقق برنامه‌ها در این حوزه نیازمند ارزیابی و مقایسه دستاوردها نسبت به سایر کشورهای جهان هستیم. در این راستا سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO) هر سال کشورهای جهان را بر اساس شاخص جهانی نوآوری (GII)، رتبه‌بندی می‌کند. در این رتبه‌بندی پنج شاخص به عنوان ورودی و دو شاخص به عنوان خروجی در نظر گرفته می‌شوند. شاخص‌های ورودی عبارتند از: وضعیت نهادی (محیط سیاسی، قانونگذاری و کسب و کار)، سرمایه انسانی و پژوهشی (تحصیلات، تحقیق و توسعه)، زیرساخت و مقیاس بازار فناوری اطلاعات و ارتباطات (زیرساخت‌های عمومی، پایداری زیست‌بومی)، پیچیدگی بازار (اعتبار، سرمایه‌گذاری، تجارت، تنوع و مقیاس بازار) و پیچیدگی کسب و کار (کارمندان دانشی، پیوندهای نوآوری، جذب دانش).

شاخص‌های خروجی عبارت‌اند از: خروجی‌های دانش و فناوری (ایجاد دانش، تأثیر دانش، انتشار دانش) و خروجی‌های خلاقانه (دارایی‌های نامشهود، کالاها و خدمات خلاقانه، خلاقیت بر خط).

بر اساس این رتبه‌بندی در سال ۲۰۲۲، جمهوری اسلامی ایران برای دومین بار بعد از سال ۲۰۱۲، رتبه دوم را در آسیای مرکزی و جنوبی کسب کرده است. همچنین ارتقاء رتبه قابل توجهی داشته و بر اساس این رتبه‌بندی، کشور ایران با جهش ۵۱ پله‌ای، رتبه ۵۳ را در میان کشورهای جهان به خود اختصاص داده است. ایران در شاخص‌های ورودی رتبه ۷۳ و در شاخص‌های خروجی رتبه ۳۸ را کسب کرده است.

هلدینگ صنایع عمومی تأمین در راستای تحقق وظایف خود در حوزه نوآوری و تحقیق و توسعه، اقدامات زیادی را در این مسیر برنامه‌ریزی کرده است. از جمله این برنامه‌ها، همکاری شرکت‌های تابعه این هلدینگ با شرکت‌های دانش‌بنیان برای تکمیل زنجیره تأمین و توسعه زنجیره ارزش محصولات و خدمات قابل ارائه توسط این شرکت‌ها است. در همین راستا شرکت پارس الکترونیک که یکی از شرکت‌های تابعه‌ی هلدینگ صنایع عمومی تأمین است، سه محصول جدید با همکاری سه شرکت دانش‌بنیان تولید کرده که عبارت‌اند از: لانچر اختصاصی هوشمند تلویزیون، هواساز پلاسما برای ضدعفونی کردن محیط و عینک هوشمند سه‌بعدی برای درمان تنبلی چشم.



نوع شاخص	نام شاخص	امتیاز	رتبه
وضعیت نهادی	وضعیت نهادی	۳۱.۱	۱۳۱
	سرمایه انسانی و پژوهشی	۳۵.۰	۵۴
	زیرساخت	۴۱.۱	۷۵
	پیچیدگی بازار	۵۶.۸	۱۱
پیشرفت علمی و فناوری	پیچیدگی کسب و کار	۱۸.۷	۱۱۵
	خروجی‌های دانش و فناوری	۲۶.۷	۵۰
	خروجی‌های خلاقانه	۳۱.۸	۳۳

اقتصاد

احیاء برند پارس الکترونیک به کمک دانش‌بنیان‌ها

رونمایی از ۳ محصول جدید در هلدینگ صنایع عمومی تأمین

همچون رقبای خارجی، تلاش کردند بازارهای خود را توسعه دهند و این برند خوشنام و قدیمی را دوباره احیاء کنند. این روزها هلدینگ صنایع عمومی تأمین از سه محصول جدید «لانچر پادباکس» به عنوان یک نرم‌افزار مربوط به سیستم عامل تلویزیون‌های هوشمند که در تبلت یا هر مدل کامپیوتر نیز کاربرد دارد، «دستگاه ضدعفونی کننده هوای پنتا» که در یخچال و سردخانه هم کاربرد دارد و «سایکلایس» که در درمان تنبلی چشم و صنعت پزشکی به کار می‌رود، رونمایی کرده است. این شرکت قصد دارد برند خود را با این محصولات دانش‌بنیان بار دیگر در جامعه زنده کند و پیش‌بینی می‌شود این محصولات تا سال آینده به بازدهی اقتصادی مطلوب برسند.

آماري از واردات سایکلایس دارید؟

آمار دقیقی ندارم؛ زیرا مجوز توسط وزارت بهداشت صادر می‌شود. البته مجوز محصول ما هم توسط تمام نهادهای مربوط به استاندارد از جمله وزارت بهداشت، صادر شده و ما از این نهادهای مجوز اخذ کرده‌ایم.

بدون مطالعات بازار، چگونه به این نتیجه رسیدید که در این حوزه سرمایه‌گذاری کنید؟
من آمار دقیق ندارم اما طرح توجهی اطلاعات کامل وجود دارد. تصور من این است که قطعاً این موضوع می‌تواند به مرحله صنعتی‌سازی کامل برسد.

چقدر برای تولید محصولی که برای صنعت پزشکی حیاتی به حساب می‌آید، سرمایه‌گذاری کردید؟
من عدد سرمایه‌گذاری را نمی‌توانم اعلام عمومی کنم. اما در مرحله اول که تولید نمونه محصول و بومی‌سازی آن است، هزینه اولیه قابل توجهی صرف شده است. بعد از این هزینه‌ها در مراحل تولید صنعتی و انبوه‌سازی مستهلک می‌شود و در نهایت به سوددهی می‌رسد.

فکر می‌کنید چه مدت طول بکشد که به سوددهی برسید؟
ما در نظر گرفتیم که در سال مالی ۱۴۰۲ سه محصول ما در بازار تثبیت شود و به سوددهی برسد.

هر سه محصول با برند پارس الکترونیک به بازار عرضه می‌شود؟

بله. برند پارس یک مجموعه بسیار قدیمی است و همکاران ما دنبال احیاء این برند هستند. برای همین سراغ محصولات جدید رفتیم که در بازار با محصولات جدید شناخته‌شویم و قطعاً از برند پارس استفاده می‌شود.

معتقدید تولید محصولات دانش‌بنیان به احیاء موفق برند پارس الکترونیک کمک می‌کند؟
قطعاً همین طوره. به‌دلیل مجموعه پارس الکترونیک تمایل پیدا کرد به این سمت حرکت کند. یکی از دلایل این بود که در صنعت تلویزیون واردات بسیار گسترده‌ای در کشور وجود دارد و از قبل هم بوده و اکنون شاهد سر هم کردن انواع تلویزیون‌ها در کشور هستیم. مارک‌ها و برندهای خیلی معروف تمام تلاش خود را می‌کنند که بخشی از بازار را تصرف کنند. بنابراین احیاء بازار برند قدیمی مثل پارس الکترونیک کار سختی است. در واقع بازار رقابتی با برندهای معروف دنیا سبب شده که سال‌ها برند پارس مقداری به حاشیه بازار رانده شود. این مسئله سبب شد ما تلاش کنیم که با استفاده از محصولات جدید، برند خود را باز هم احیاء کنیم. بنابراین یک دلیل رقابت در بازار تلویزیون بود که ما را به این سمت هدایت کرد. ما تلاش می‌کنیم مثل «آل جی»، «سامسونگ» و برندهای معروف الکترونیکی، سبد محصولات خود را متنوع کنیم. دلیل دیگر، استفاده از اصل دانش‌بنیانی بود. تولید محصولات دانش‌بنیان به لحاظ اقتصادی برای ما به صرفه است؛ بخصوص صنایع الکترونیک که خودش هایتک است و هر روز نیاز به تحول و سرمایه‌دانشی دارد. این دو دلیل باعث شد شرکت پارس الکترونیک به این عرصه ورود کند.

بر اساس آنچه گفتید در طرح اولیه شرکت پارس الکترونیک بحث ورود به حوزه دانش‌بنیان و محصولات هایتک نبوده و هدف تولید لوازم خانگی بود اما بعداً این هدف به سیاست‌ها اضافه شد؟
محور تولیدات و فعالیت شرکت‌های پارس الکترونیک اصولاً تولید تلویزیون و نمایشگر است. ما برندهای معروف دنیا در محصولات مختلف الکترونیکی و هایتک وارد شده‌اند. پارس الکترونیک با این سه محصول تلاش می‌کند به سبد محصولات خود اضافه کند و در احیاء برندش از محصول دانش‌بنیان استفاده کند.



ضدعفونی کننده داخل بازار می‌آید؛ اما چون فناوری پلاسماهای سرد خود یک فناوری است که داخل این دستگاه استفاده شده و بسیار پیشرفته و هایتک محسوب می‌شود. اگر مشتری داخلی داشته باشد، می‌توانیم فناوری پلاسماهای سرد را در اختیار آنها قرار دهیم. مادر حال حاضر خط تولید آن به شکل پکیج کامل دستگاه تصفیه کننده توسط مجموعه پارس الکترونیک انجام می‌شود. متأسفانه سیستم صنعت سردخانه‌ها و برودتی، وارداتی است و نمونه‌های دستگاه ضدعفونی کننده موجود در کشور هم وارداتی هستند. در ایران صنایعی که این سیستم را تولید کنند چندان رشد نکرده‌اند.

نمونه داخلی در مقایسه با خارجی چقدر ارزان تر درمی‌آید؟
رقم دقیقی ندارم، اما حداقل بین ۳۰ تا ۴۰ درصد ارزان تر درمی‌آید. عدد دقیق در خط تولید مشخص می‌شود.

سومین دستاورد شما مربوط به درمان تنبلی چشم است. چه شد که سراغ تجهیزات پزشکی رفتید؟
این دستگاه تنبلی چشم «سایکلایس» نامیده می‌شود. شرکت پارس الکترونیک به طور کلی در صنایع الکترونیک به‌ویژه مانیوتورها کار می‌کند. این دستگاه یک نوع مانیوتور است. مادر صنعت پزشکی کاربرد دارد. برای روشن شدن عملکرد دستگاه مثالی می‌زنم. عینک‌های سه‌بعدی که روی چشم قرار داده می‌شود و با آن فیلم نگاه می‌کنید نیز نوعی مانیوتور است که پردازش خاصی از تصویر را به شما منتقل می‌کنند. این فناوری از این نوع فناوری برای درمان تنبلی چشم کودکان استفاده می‌کند. این دستگاه در ایران وجود نداشت. نمونه آن به هیچ عنوان در کشور تولید نمی‌شد. نمونه خارجی دارد و با همت شرکت‌های دانش‌بنیان بومی‌سازی شده است. کل بخش‌های آن در کشور تولید می‌شود و با توجه به اینکه به لحاظ موضوعی به بحث صنایع الکترونیک و مانیوتوری مربوط می‌شود، شرکت پارس الکترونیک به این قصه ورود و از آن حمایت کرد. ما توانستیم این محصول را به مرحله تولید صنعتی برسانیم.

فکر می‌کنید این محصول آنقدر تقاضا دارد که تولید صنعتی آن دارای صرفه باشد؟
به هر حال این محصولی است که اکنون با هزینه‌های گزاف وارد کشور می‌شود. تجهیزات پزشکی به خاطر فناوری بالاگران هستند و در تحریم‌ها، سخت می‌توان چنین تجهیزاتی وارد کرد. برآورد شرکت این است اگر حمایت و اقبال نهادهای بهداشت و درمانی باشد، این کار حتماً صرفه اقتصادی دارد. ضمن اینکه این موضوع خود یک نوع گسترش امور فناوری و فناوری که در کشور محسوب می‌شود. آنچه ما تولید کردیم، یک محصول کاملاً ایرانی به حساب می‌آید و مشتری خود را در زیرماتأسفانه تنبلی چشم یکی از بیماری‌هایی است که به دلیل استفاده بچه‌ها از گوشی، تبلت و... رو به افزایش است.

بازار به حاشیه رانده شده پارس الکترونیک را چگونه می‌توان احیاء کرد؟ این پرسشی بود که متولیان هلدینگ صنایع عمومی تأمین برای آن به دنبال راهکار مناسبی می‌گشتند تا اینکه ابتدای امسال، راه حل مسأله توسط دانش‌بنیان‌ها در اختیارشان قرار گرفت. پارس الکترونیک که تخصص‌اش تولید نمایشگر و تلویزیون بود، در سال‌های گذشته – و در رقابت با برندهای وارداتی خارجی – به حاشیه رانده شد و بدون شک، احیاء بازار این برند نوستالژیک، کار آسانی نبود. اما آن‌طور که اسماعیل آجورلو، مدیر حقوقی و امور قرارداد‌های هلدینگ صنایع عمومی تأمین به آتیه‌نو می‌گوید، متولیان این شرکت با تعریف محصولات جدید دانش‌بنیان در سبد تولیدات پارس الکترونیک،

گزارش

لیلا مرگن

روزنامه‌نگار

سه محصول جدید رونمایی شده پارس الکترونیک چه مزیت‌هایی برای کشور ایجاد می‌کنند؟
هر سه محصول رونمایی شده جدید پایه‌های دانش‌بنیان دارند. شرکت پارس الکترونیک به این خاطر در این عرصه‌ها ورود کرده که این شرکت به صورت تخصصی در موضوع صنایع الکترونیکی فعالیت می‌کند. یکی از این سه محصول نرم‌افزار «لانچر پادباکس» بود. این محصول، یک نرم‌افزار مربوط به سیستم عامل تلویزیون‌های هوشمند است و تاکنون تقریباً به شکل کامل یک محصول وارداتی به حساب می‌آمد.

از کدام کشور این محصول وارد می‌شد؟

از چین و کشورهای مختلف وارد می‌شد. این نرم‌افزار کنترل صفحه اصلی اندروید را در سیستم‌های عامل تلویزیون‌های هوشمند برعهده دارد و یک موضوع پیچیده به لحاظ نرم‌افزاری محسوب می‌شود. ما هیچ وقت در کشور خود چنین محصولی نداشتیم. از ابتدای سال این موضوع پیگیری شد و بعد از هشت ماه، این محصول با کمک گروه‌های و شرکت‌های دانش‌بنیان که در پارس الکترونیک فعالیت می‌کردند، کاملاً ایرانی شد. خوشبختانه ما با این دستاورد در مجموعه پارس الکترونیک برای تلویزیون هوشمند محصول لانچر را به شکل بومی تولید می‌کنیم.

چرا لانچر در ایران تولید نمی‌شد؟ تولید آن غیراقتصادی بود یا به دلیل پیچیدگی سراغ آن نرفتید؟

اولین دلیل این بود که تولید این محصول بسیار پیچیده بود و برای اینکه به شکل بومی تولید شود، نیاز به یکسری فرایندهای علمی داشت. دوم اینکه با توجه به اینکه واردات آن به راحتی توسط گروه‌های مختلف انجام می‌شد، کسی همت نمی‌کرد تا آن را ایرانی کنند. حالا که یک مقدار واردات سخت تر شده و مجبوریم به توان داخلی اتکا کنیم، این محصول توسط گروه‌های دانش‌بنیان خودمان با همه پیچیدگی‌هایش تولید شد. هم‌اکنون تولید لانچر پادباکس هم برای مجموعه پارس الکترونیک صرفه اقتصادی دارد و هم با دانش بومی تولید شده است. این محصول نه تنها در تلویزیون هوشمند بلکه در بسیاری محصولات دیگر از جمله در تولید نرم‌افزارهای مربوط به گوشی‌های موبایل و تبلت هم می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

قیمت تمام شده این لانچر در مقایسه با نمونه‌های خارجی چگونه است؟

قیمت تمام شده آن با در نظر گرفتن واردات، عوارض و... قطعاً ارزان تر از نمونه خارجی آن است. بنابراین تولید این محصول هم صرفه اقتصادی دارد و هم کاملاً امتیاز استفاده‌اش متعلق به شرکت پارس الکترونیک است.

مجموعه پارس الکترونیک سالانه چقدر لانچر نیاز دارد؟

این شرکت به تعداد تولید محصولاتش به لانچر نیاز دارد. هر یک تلویزیون، یک عدد لانچر لازم دارد. امتیاز استفاده این محصول در ایران از ابتدا به شرکت دانش‌بنیان پارس الکترونیک تعلق گرفت. اکنون هر شرکت دیگری که در ایران تولید محصول الکترونیک مثل تلویزیون هوشمند، تبلت یا هر مدل کامپیوتر داشته باشد، ما می‌توانیم لانچر را به عنوان بخشی از فرایند تولید در اختیار آنها هم قرار دهیم.

شمای توانید این لانچر را برای سایر تولیدکنندگان هم تهیه کنید؟

بله، به دلیل اینکه این محصول وارداتی بود و کسی نمی‌توانست آن را در ساختار تولیداتش به کاربرد مگر آنکه نیازش را وارد می‌کرد یا امتیاز نرم‌افزاری آن را می‌خرید، اما اکنون امتیاز استفاده از آن کاملاً بومی شده و می‌توان از داخل تهیه کرد.