

دامنه این واژه بسیماً وسیع و گسترده شده است.بنحوی که همواره سخن از بومی‌سازی علوم انسانی، بومی‌سازی صنعتی، بومی‌سازی هنر و... می‌باشد. در این مقاله در نظر است به تبیین ابعادی از معنی و مفهوم بومی‌سازی در حوزه صنعت و سیر تحول آن در دهه‌های ۸۰-۱۹۶۰ و ۲۰۲۰-۱۹۹۰ و مرزهای جدایی و وجه تمایز آن دوره‌ها نسبت به یکدیگر پرداخته شود. در پایان نیز پیشنهاد راهبردی برای اتخاذ رویکرد نوین بومی‌سازی صنعتی در جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌شود.

۱- تعریف کلاسیک بومی‌سازی صنعتی

مفهوم بومی‌سازی صنعت در دو سطح اقتصاد (کلان) و بنگاه (خرد) قابل‌تعریف است. تعریف کلاسیک بومی‌سازی در صنعت و در خصوص دو سطح مزبور، دلالت بر تغییر استراتژی تولید محصول، تأمین قطعات و مواد اولیه مورد نیاز از خارج از کشور به داخل و در جهت تشویق و پشتیبانی از رشد صنعتی دارد. هدف اصلی از این تغییر استراتژی، کاهش وابستگی، صرفه‌جویی ارزی و افزایش میزان خودکفایی است. به کارکرد مزبور، سیاست «جایگزینی واردات» اطلاق می‌شود. بنابراین رویکرد اصلی جایگزینی واردات، معطوف به تولید کالا در داخل و عدم واردات کالا است.

در دهه‌های ۸۰-۱۹۶۰ بسیاری از کشورهای در حال توسعه، پشتیبانی از تولید ملی را از طریق جایگزینی واردات با تولیدات داخلی مد نظر قرار دادند و مسیر توسعه خود را آغاز کردند. در این دهه‌ها بومی‌سازی صنعتی معطوف به تولید کالای نهایی می‌شد. در این راستا، می‌توان به کشورهای همچون چین و هند، اشاره داشت. از آنجا که سیاست جایگزینی واردات، به بازشناسی مزیت‌های ملی و رقابتی‌سازی آن‌ها در تولید کالا توجهی ندارد و تنها به کاهش کمیت واردات تأکید می‌نماید، فاقد اثربخشی‌های لازم است. لذا این سیاست نتوانست کشورهای مربوطه را به منزل مقصود رهنمون سازد؛ به سبب کاستی‌های فراوان سیاست و راهبرد جایگزینی واردات، مفهوم بومی‌سازی در عصر جهانی شدن منجول شد.

۲- سیر تحول مفهوم بومی‌سازی:

در دهه‌های ۲۰-۱۹۹۰ و در عصر جهانی شدن، مفهوم بومی‌سازی، همراه با نگرش‌ها و رویکردهای جدید و نوین باز تولید شد. بدین معنی که بومی‌سازی صنعتی از تولید کالاهای نهایی، به تولید کالاهای واسطه‌ای تغییر پیدا کرد. در این رویکرد جدید هر گام‌بیش از ۵۱ درصد ارزش آفرینی فرآیند تولید محصول در یک فعالیت صنعتی در داخل کشور رقم بخورد، آن صنعت بومی شده محسوب می‌شود.
عبارت دیگر اگر در دوره قدیم، بومی‌سازی صنعتی همراه با عدم واردات و تولید کالای نهایی در داخل بود، در دوره جدید، بومی‌سازی معطوف به ارزش آفرینی شده، ولو آنکه واردات تولید نهایی نیز صورت گیرد. لذا در عصر جهانی‌شدن، بومی‌سازی صنعتی به تولید کالاهای واسطه‌ای همراه با ارزش آفرینی داخلی باز تعریف می‌شود.

۳- نقشه راه بومی‌سازی نوین:

در دوره جدید، کشورهای نوظهور صنعتی، در درک و فهم و عمل به معنی و مفهوم جدید و نوین بومی‌سازی صنعتی پیشتان بودند. این کشورها از رویکرد کلاسیک بومی‌سازی در خصوص جایگزینی واردات معطوف به تولید کالای نهایی فاصله گرفته و به رویکرد ارزش آفرینی در تولید کالاهای واسطه‌ای که بیش از ۵۱ درصد ارزش آفرینی داخلی داشته باشد، روی آوردند. این کشورها

شمای سلسله مراتب ارزش آفرینی ذیل را مد نظر قرار داده‌اند:

متغیر
لایه دانش
لایه توانمند ساز
حوزه اقلام عمومی

در شمای مزبور، لایه دانش، کانون ارزش آفرینی محصول است و لایه توانمندساز، در مرتبه بعدی ارزش آفرینی قرار دارد. از الزامات لایه‌های دانش و توانمندساز، حرکت بر اساس تحولات نوین فناوری است. اما لایه و حوزه اقلام عمومی، در مرتبه بسیار نازل‌تر قرار دارد، چرا که آن اقلام و محصولات در دسترس همگان است و از این‌رو فاقد تمایزسازی می‌باشند.

کشورهای برخوردار از دانش، به کشورهای نوآور معروف هستند. لذا این کشورها، ظرفیت و قابلیت تولید محصولات جدید و مورد نیاز بازار را دارند. اما کشورهای نوآور به سبب سرعت تحولات فناوری، بخشی از فعالیت‌های ارزش آفرینی محصول را به سایر کشورها که دارای ظرفیت و قابلیت مورد نیاز هستند، واگذار می‌کنند. این امر موجب شکل‌گیری لایه توانمندساز در فرآیند تولید می‌شود. کشورهای نوظهور صنعتی، با ظرفیت‌سازی‌ها و مزیت‌سازی‌هایی که بعمل آورده‌اند، قابلیت

رویکردهای جدید به بومی‌سازی صنعتی

■ یکی از مفاهیمی که بشدت در دو دهه اخیر در کشور رواج یافته است، واژه "بومی‌سازی" است.

میزبانی کسب و کارهای توانمندساز را دارا هستند. آنها سعی می‌کنند که ذیل بخش "دانش" که متعلق به کشورهای صنعتی پیشرفته است، لایه جدید ارزش آفرینی را تحت عنوان "توانمند سازها" در اقتصاد ملی نهادینه سازند.
نماد این امر در تولید اقلام واسطه‌ای با تولید تحت لیسانس شرکت‌های معتبر بین‌المللی و سپس تشکیل شرکت‌های مشترک (J.V) با صاحبان اصلی دانش ظهور و بروز دارد. کشورهای نوظهور صنعتی در خصوص کالاهایی که دارای پیچیدگی فناوریانه هستند، به تولید نهایی آن‌ها تمرکز نمی‌کنند، بلکه به تولید بعضی‌ی از اقلام ارزش آفرین آن محصول تمرکز می‌نمایند و ثروت زایی می‌کنند و رشد اقتصادی را بهبود و کیفیت صادرات را ارتقاء می‌بخشند.

با توجه به اینکه صنایع سبک و سنگین دارای فناوری بالا، قطعات و اقلام مورد نیاز فراوانی دارند، فرآیند بومی‌سازی صنعتی با رویکرد تولید کالاهای واسطه‌ای با سرعت فراوان همراه با دقت لازم صورت می‌پذیرد. ادامه این روند، منضم افزایش تدریجی پیچیدگی اقلام بومی‌سازی شده است که حرکت به سمت صنایع فناوری پیشرفته‌تر را رقم می‌زند و توسعه صنعتی را عمق می‌بخشد. کشورهای استقرار یافته در لایه توانمند ساز، کشور های "پیرو" نامیده می‌شوند. رسالت اصلی لایه توانمندساز و کشورهای پیرو، نقش آفرینند قلمرو، کارآیی اقتصادی است. این لایه نیز دارای ارزش آفرینی قابل توجه است.

به موازات اقدامات و تلاش‌های کشورهای نوآور و نوظهور، کشورهای در حال توسعه هستند که تنها دلخوش به تولید اقلام عمومی با کمترین میزان ارزش آفرینی، می‌باشند. شمای ذیل روابط مربوطه را نشان می‌دهد:

متغیر	ارزش آفرینی	کشور
لایه دانش	بالا	نوآور
لایه توانمند ساز	متوسط روبه بالا	کارآمد
حوزه اقلام عمومی	پایین	منبع محور

موظف به استفاده از فولاد و آهن می‌کایبی هستند و تولیدکنندگان زنجیره فولاد هم باید رویکرد بومی‌سازی را به‌صورت مویرگی در فرآیندهای تأمین مواد اولیه، ماشین‌آلات و تجهیزات خود رعایت کنند. در این راستا باید افزود، در صورت رقابت‌پذیر نبودن قیمت محصولات بعضی از صنایع آمریکایی (طبق قانون ۲۰-۳۰ درصد یا بیشتر به پایین‌ترین قیمت اعلامی محصول خارجی اضافه و سپس در مورد برنده مناقصه تصمیم‌گیری می‌شود. (نیری، ۱۳۰۰)

۵- بومی‌سازی نوین صنعتی در جمهوری اسلامی ایران:
متأسفانه جمهوری اسلامی ایران با رویکرد نوین و جدید بومی‌سازی صنعتی که مبنی بر تفکیک لایه‌های ارزش آفرین است، فاصله فراوانی دارد. بدین معنی که بجای تمرکز بر مزیت‌های ملی و استقرار در لایه توانمندساز و تولید کالاهای واسطه‌ای تحت لیسانس شرکت‌های معتبر بین‌المللی و سپس تشکیل شرکت‌های مشترک (J.V) با آن شرکت‌ها، همچنان در پارادایم جایگزینی

شرح	یادگیری	رشد فناوری
واردات مستقیم کالا	ندارد	ندارد
تولید داخلی	دارد	ندارد
تولید تحت لیسانس	دارد	دارد
تشکیل شرکت مشترک با صاحبان فناوری های پیشرفته	دارد	دارد

همانطور که اشاره شد اصل بومی‌سازی صنعتی بر اساس خودکفایی و سیاست جایگزینی واردات، مد نظر بسیاری از نخبگان سیاسی کشورهای جهان قرار گرفت. اما این مفهوم در سده بیست و یکم دچار تحول اساسی شده است و کشورهای نوظهور صنعتی و همچنین کشورهای پیشرفته صنعتی به تحولات مفهومی جدید توجه کرده‌اند، اما متأسفانه این امر در جمهوری اسلامی ایران

بخوبی جا نیفتاده است. در این شماره به ابعادی دیگری از مسئله بومی‌سازی صنعتی در کشورهای پیشرفته و همچنین جمهوری بومی‌سازی صنعتی در کشورهای نوآور و نوین می‌زد و از سوی

اقتصادی

اقتصاد کیش



دکتر حسین قریب

صادر می‌کنند.

در خصوص کالاهای واسطه‌ای نیز کشورهای ترکیه، مالزی- برزیل و کره جنوبی به ترتیب ۶/۶۵/۹، ۴/۹۵/۸ و ۷/۷۴/۸ درصد کالای واسطه‌ای وارد می‌کنند. ولی به ترتیب حدود ۵۷/۹، ۵۷/۲، ۶۸/۸ و ۶۵/۸ درصد کالای واسطه‌ای صادر می‌کنند. این کشورها متناسب با میزان واردات کالاهای سرمایه‌ای واسطه‌ای صادرات نیز دارند، اما در ایران تناسب لازم میان صادرات و واردات برقرار نیست. ریشه این امر را باید در تفاوت رویکرد بومی‌سازی صنعتی در ایران و سایر کشورهای منتخب جستجو کرد.

بدین معنی که در ایران، بومی‌سازی صنعتی در چارچوب مبانی جایگزینی واردات و تولید کالای نهایی که مربوط به ادبیات اقتصادی دهه‌های ۸۰-۱۹۶۰ است، پیگیری می‌شود. اما بومی‌سازی صنعتی در کشورهای منتخب، تحت رویکرد جدید بومی‌سازی صنعتی در قالب تولید و صادرات کالاهای واسطه‌ای دنبال می‌گردد.

آثار استراتژیک این دو رویکرد در بازارهای جهانی این است که کشورهای نوظهور صنعتی، در صدد تولید مشارکتی با شرکت‌های معتبر بین‌المللی هستند. و به تولید محصولات ارزش آفرین و صادرات آن‌ها می‌پردازند. اما ایران درصد تولید کالاهای نهایی است که فاقد مزیت‌های رقابتی و ارزش آفرینی مناسب هستند و زمینه صادرات آن کالاها را در مقیاس گسترده ندارد. از سوی دیگر نیز باید افزود، به سبب عدم اتخاذ راهبرد تولید مشارکتی تحت رویکرد نوین بومی‌سازی، فاقد صادرات قابل توجه در کالاهای واسطه‌ای است.

لازم به ذکر است، کشورهای منتخب با یادگیری‌های استراتژیک، حاصل از تولید و صادرات کالاهای واسطه‌ای، توانسته‌اند بتدریج به مرحله تولید کالاهای نهایی با فناوری پیشرفته‌نیز گام‌بگذارند. کشور کره جنوبی یکی از این کشورهای پیشستان در این خصوص می‌باشد. کره جنوبی در دهه‌های ۶۸-۱۹۲۸، به سیاست جایگزینی واردات توجه داشت.

اما در دهه‌های ۲۰۰-۱۹۹۰ و رویکرد خود را از سیاست جایگزینی واردات به توسعه صادرات تغییر داد و سپس در دهه‌های ۲۰-۲۰۰۰ نیز به مرحله نوآوری رسید و کالاهای صنعتی با فناوری بالا را تولید و صادر می‌نماید.

کلام آخر:

- بومی‌سازی صنعتی، امری است که همه کشورها به آن توجه دارند و برای آن اهمیت قائل می‌شوند، اما رویکرد کشورها نسبت به این مفهوم متفاوت است.

- کشورهای پیشرفته صنعتی با تمرکز بر لایه دانش در تولید محصولات و کالاهای ارزش آفرینی اصلی را در اختیار دارند. اما آن‌ها بخش‌هایی از فرآیند تولید محصولات را به سایر کشورها بر برون‌سپاری می‌کنند. لذا کشورهای نوظهور صنعتی لایه توانمندساز، به تولید کالاهای واسطه‌ای می‌پردازند و مفهوم جدیدی تحت عنوان تولید مشارکتی را بدست داده‌اند. کشورهای نوظهور صنعتی، از طریق تولید مشارکتی با شرکت‌های معتبر بین‌المللی، دارای ارزش آفرینی مناسب هستند و دارای ارز آوری قابل توجه نیز می‌باشند.

- بنگاه‌های اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران از مفهوم و رویکرد جدید بومی‌سازی صنعتی غفلت داشته و همچنان به تولید کالای نهایی براساس رویکرد خودکفایی تمرکز دارند. آن‌ها به فرآیند تولید مشارکتی با شرکت‌های معتبر بین‌المللی توجهی ندارند. لذا بنگاه‌های اقتصادی از تحولات فناوری و افتاده‌اند و از این‌رو محصولات تولیدی فاقد کیفیت و قیمت مناسب را به بازار عرضه می‌دارند که فاقد رقابت در بازارهای جهانی است.

- راه‌کار توسعه صنعتی کشور، از رویکرد جدید جهانی نسبت به بومی‌سازی صنعتی گذر می‌کند. با عنایت به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های سرمایه انسانی در کشور، در صورت توجه به الزامات نقشه راه لایه‌های متنوع بومی‌سازی نوین صنعتی و استقرار در لایه توانمندساز در فرآیند تولید محصولات و کالاهای صنعتی، می‌توان امیدوار به تحولات در بخش صنعت کشور بود.

دیگر، ارز آوری قابل توجهی رانصیب کشور می‌نمود.
عبارت دیگر، این رویکرد موجب می‌شد که با تولید کالاهای واسطه‌ای و ارتقاء محتوی قابلیت‌های فناوریانه، ظرفیت صنعتی کشور ارتقاء یابد و همچنین با ارز حاصل از صادرات کالاهای واسطه‌ای زمینه برای واردات خودروهایی که از لحاظ کیفیت، ایمنی، سوخت و آلودگی دارای وضعیت مناسب هستند، فراهم می‌شد.
کشورهای چین و ترکیه این مدل را مد نظر قرار دادند و با ازهای حاصل از صادرات کالاهای واسطه‌ای خودرو، توانستند خودروهای مناسب با مصرف سوخت پایین و آلودگی‌های محدود وارد نمایند. در این راستا نیز باید افزود که کشور چین با یادگیری‌های مربوطه، توانسته است از دهه ۲۰۰۰ حتی به تولید محصول نهایی خودرو بپردازد و در میان کشورهای صادرکننده خودرو نیز مطرح شود.

برای آنکه مرزها و جوه اختلاف بومی‌سازی صنعتی در نگاه قدیم (جایگزینی واردات و تولید کالاهای نهایی) و جدید (تولید کالاهای واسطه‌ای) آشکارتر شود، می‌توان به وضعیت ساختار و ترکیب کالاهای صادراتی و وارداتی ایران و چند کشور نوظهور اشاره کرد.

با مروری بر ساختار و ترکیب کالاهای وارداتی و صادراتی ایران و تعدادی از کشورهای نوظهور، این نکته به دست می‌آید که سهم کالاهای واسطه‌ای در «واردات کل» در هر یک از کشورهای منتخب بالاست. اما بموازات این امر، سهم کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای «صادراتی» در تمامی کشورها به جز ایران نیز بالا می‌باشد.
عبارت دیگر، تمامی کشورها دارای تناسب بین سهم صادرات و واردات در واردات کل هستند، اما این وضعیت در خصوص صادرات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای جمهوری اسلامی ایران وجود ندارد. نمودارهای ذیل این وضعیت را نشان می‌دهد.

مقایسه وضعیت کالاهای صادراتی ایران با چند کشور منتخب

(درصد)					
	۱۳۱۳	۱۳۱۲	۱۳۱۱	۱۳۱۰	۱۳۰۹
	۱۳۱۳	۱۳۱۲	۱۳۱۱	۱۳۱۰	۱۳۰۹
کره جنوبی	۳۰/۵	۳۱/۲	۳۱/۹	۳۱/۶	۳۱/۳
برزیل	۳۱/۲	۳۱/۹	۳۱/۶	۳۱/۳	۳۱/۰
مالزی	۳۱/۲	۳۱/۹	۳۱/۶	۳۱/۳	۳۱/۰
ترکیه	۳۱/۲	۳۱/۹	۳۱/۶	۳۱/۳	۳۱/۰
ایران	۳۱/۲	۳۱/۹	۳۱/۶	۳۱/۳	۳۱/۰
کالاهای مصرفی	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰
تخت	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰
کالاهای واسطه‌ای	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰
کالاهای سرمایه‌ای	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰

مقایسه وضعیت ترکیب کالاهای وارداتی ایران با چند کشور منتخب

(درصد)					
	۱۳۱۳	۱۳۱۲	۱۳۱۱	۱۳۱۰	۱۳۰۹
	۱۳۱۳	۱۳۱۲	۱۳۱۱	۱۳۱۰	۱۳۰۹
کره جنوبی	۶۵/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸
برزیل	۶۵/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸
مالزی	۶۵/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸
ترکیه	۶۵/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸
ایران	۶۵/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸	۶۸/۸
کالاهای مصرفی	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰
تخت	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰
کالاهای واسطه‌ای	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰
کالاهای سرمایه‌ای	۱۳/۲	۱۳/۹	۱۳/۶	۱۳/۳	۱۳/۰

مأخذ: سلطانی ۱۳۹۵

همانطور که مشاهده می‌شود، ایران حدود ۱۵ درصد کالاهای سرمایه‌ای وارد می‌کند، ولی فقط ۰/۵ درصد کالای سرمایه‌ای صادر می‌کند.

همچنین، حدود ۶۹ درصد کالای واسطه‌ای وارد و فقط حدود ۱۵/۲ درصد کالای واسطه‌ای صادر می‌کند. اما کشورهای ترکیه، مالزی، برزیل و کره جنوبی به ترتیب حدود ۶/۶، ۱۷/۶، ۱۶/۴ و ۱۱/۴ درصد کالای سرمایه‌ای وارد می‌کنند، ولی به ترتیب حدود ۹/۹، ۱۲/۹ و ۸/۸، ۲۴/۷ درصد کالای سرمایه‌ای

مدیرعامل توانیر مطرح کرد:

برخورد جدی با استخراج کنندگان رمزارز

به دلیل موج گرما این مسئله اهمیت بیشتری پیدا کرده و همکاری مردم پیش از گذشته مورد درخواست است و کمک رسانه‌ها می‌تواند مشارکت مردم را جلب کند.

وی گفت: حتی در خود آمریکا هم هشدارهایی برای قطعی برق و کاهش مصرف به مردم داده شده است.

متولی‌زاده همچنین با اشاره به مسئله رمزارزها گفت: این مسئله پویژه در ماه‌های اخیر به عنوان یک عامل رشد مصرف شناخته شده است؛ متأسفانه در انتهای سال گذشته و اوایل سال جاری، حجم قابل ملاحظه‌ای از دستگاه‌های استخراج ارزهای دیجیتال وارد مدار شد و این به عنوان یک مصرف کننده‌های

متولی‌زاده همچنین با اشاره به مسئله رمزارزها گفت: این مسئله پویژه در ماه‌های اخیر به عنوان یک عامل رشد مصرف شناخته شده است؛ متأسفانه در انتهای سال گذشته و اوایل سال جاری، حجم قابل ملاحظه‌ای از دستگاه‌های استخراج ارزهای دیجیتال وارد مدار شد و این به عنوان یک مصرف کننده‌های متولی‌زاده گفت: حتی در خود آمریکا هم هشدارهایی برای قطعی برق و کاهش مصرف به مردم داده شده است.

متولی‌زاده همچنین با اشاره به مسئله رمزارزها گفت: این مسئله پویژه در ماه‌های اخیر به عنوان یک عامل رشد مصرف شناخته شده است؛ متأسفانه در انتهای سال گذشته و اوایل سال جاری، حجم قابل ملاحظه‌ای از دستگاه‌های استخراج ارزهای دیجیتال وارد مدار شد و این به عنوان یک مصرف کننده‌های

افزایش دما حدود ۱۵۰۰ مگاوات به مصرف برق کشور اضافه می‌شود. در ایران بویژه که ۴۰ درصد مصرف برق صرف و مسایل سرمایه‌شی می‌شود. این از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

مدیرعامل توانیر گفت: در اغلب کشورهای دنیا گرما مسئله‌ای جدی است، حتی در برخی کشورهای پیشرفته جهان هم منجر به آسیب و تلفات انسانی شده است.

وی خاطر نشان کرد: مسئله بعدی ما برای روزهای آتی است که گرما‌ی شدیدتری در تمام نقاط کشور اتفاق خواهد افتاد؛ بنابراین، حساسیت این هفته و هفته آتی بیشتر است و باید توجه دقیق‌تری صورت گیرد.

وی ادامه داد: مسئله دیگر بحث خشکسالی است که در ۵۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده و عملاً هم

منجر به افزایش مصرف در بخش کشاورزی و هم منجر به کاهش ذخیره آب نیروگاه‌های برق آبی و کاهش تولید این نیروگاه‌ها شده است.

متولی‌زاده خاطر نشان کرد: ما از یک طرف با افزایش مصرف و از طرف دیگر با کاهش تولید نیروگاه‌ها مواجه هستیم. در اینجا نیاز

به همکاری مردم و مشترکان اهمیت بسیار زیادی دارد؛ خوشبختانه در ۴۰ تا ۴۵ روز گذشته با وجود شرایط سختی که پشت سر گذاشته شد، با همکاری مشترکان بزرگ اعم از صنایع، کشاورزان، مصوبات هیئت وزیران و دبیرخانه شوروی عالی امنیت ملی، بدون اعمال خاموشی عبور کردیم، اما در روزهای اخیر



گروه اقتصادی – مدیرعامل توانیر اظهار داشت: متأسفانه در انتهای سال گذشته و اوایل سال جاری، حجم قابل ملاحظه‌ای از دستگاه‌های استخراج ارزهای اعلام شد سال ۱۴۰۰ از چند جهت دخیالت وارد مدار شد و این به عنوان یک مصرف کننده‌های در برنامه‌ها لحاظ نشده بود موجب افزایش مصرف برق شد.

سبزی مارکت ریحون

- سبزی خوردن، خورشتی، آش و....
- پیاز داغ ، سیر داغ ، بادمجان سرخ شده ، کبابی و....
- انواع فرنگی جات
- انواع آمپوبه و آغوره های تازه با کیفیت عالی

شماره تلفن: ۰۹۳۷۰۳۴۲۸۰۹

۱۶ غرفه شماره ۱۶