

یادداشت



امروز و فردای صنعت لوازم خانگی



محمدرضا محمدی دانیالی

پیش‌نویس: دکتر ناصر ستار/معاون امور مشترک ایران

بعد از سال ۱۳۹۷ و به دلیل تحریم‌های مضاعف آمریکا، شرکت‌های لوازم خانگی مثل شرکت‌های کره‌ای از بازار ایران رفتند. از آن به بعد تولیدکنندگان داخلی با سرمایه‌گذاری و همکاری بیشتر توانستند جای خالی شرکت‌های خارجی را از نظر کمیت و کیفیت پر کنند. از سال ۹۸ به بعد رشد تولید رخ داد و رشد چهارماهه اول امسال نسبت به چهارماهه اول سال قبل ۱۵ درصد افزایش داشته، اما مشکلات این صنعت مثل بقیه صنایع است؛ مشکلات تحریم، نبودن استن ایران به (FATF) و در نتیجه مسائل و مشکلات مبادلات بانکی، مشکلات شاخص‌های کلان اقتصادی مثل بالا بودن تورم و نرخ پایین رشد اقتصادی که باعث شده قدرت خرید مردم کاهش یابد. برای همین نیاز است توجه ویژه‌ای به این صنعت بشود.

سرمایه‌گذاری در هر کجای جهان نیاز بسیار مبرمی به امنیت دارد. تا امنیت سرمایه‌گذاری در همه بخش‌ها در کشور ایجاد نشود، کاهش رشد سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف و خصوصاً صنایع، موضوعی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. البته در صنعت لوازم خانگی و در طول سه سال گذشته سرمایه‌گذاری رشد مناسبی داشته است. در سال ۱۳۹۸ حدود ۸ میلیون قطعه لوازم خانگی در کشور تولید می‌شد، اما خوشبختانه حالا به ۱۶ میلیون دستگاه در طول سال رسیده است. سال قبل رشد ۲۵ درصدی را ثبت کردیم و در چهار ماه اول سال اخیر نیز رشد ۱۴ درصدی برای صنعت لوازم خانگی ایران ایجاد شده است. آمارهای موجود نشان می‌دهد این صنعت در حال رشد است، بنابراین سرمایه‌گذاری در آن هنوز توجیه اقتصادی دارد. این صنعت رشد کمی و کیفی داشته و این اتفاق م‌رهون تلاش‌های تولیدکنندگان و سرمایه‌گذارها بوده است.

در این میان دولت نیز کمک‌هایی داشته که سبب این موفقیت‌ها شده است. امیدواریم که این رشد تداوم داشته باشد، اما متأسفانه تحریم‌ها، رشد بالای نقدینگی و تورم بالای ۵۰ درصد و سود بانکی سه درصد جزو موانع و مشکلات کل صنعت از جمله صنعت لوازم خانگی است. در کشن اقتصادی ایران لوازم خانگی هم قرار دارد و ما هم از آن متأثر می‌شویم. اقتصاد متر و معیار و شاخص‌های خودش را دارد. شاخص سهولت کسب و کار یک شاخص بین‌المللی در اقتصاد است. شاخص رقابت‌پذیری نیز همین شرایط را دارد. باید عادت کنیم که طبق این شاخص‌ها مسیر توسعه خود را برنامه‌ریزی و از آن‌ها استفاده کنیم. ما صنعتگر هستیم و نمی‌توانیم حرف‌های عمومی را ملاک کار خود قرار دهیم. در حال حاضر در بین ۱۰ کشور دنیا با بیشترین تورم قرار داریم و درآمد سرانه ما به شدت در حال سقوط است. به همین دلیل قدرت خرید مردم ایران بسیار نامناسب است.

اکنون معضل اصلی صنعت لوازم خانگی، بازار داخلی کشور است که در طول سال‌های اخیر با رکود مواجه شده و به همین دلیل موانعی برای تولیدکنندگان ایجاد کرده و عرضه و تقاضا را تا حدودی دچار مشکل کرده است. در همین ارتباط قدرت خرید مصرف‌کننده کاهش یافته و این بحرانی است که مسئولان باید به آن توجه بیشتری داشته باشند و راه‌حلی برای آن پیدا کنند. در این بین دولت بیشتر کارهای روزمره‌اش را انجام می‌دهد و خیلی در استراتژی‌های کلان وارد نمی‌شود یا نمی‌خواهد وارد شود. استراتژی‌های کلان این است که بپذیریم رشد اقتصادی واجب است و بدون رشد اقتصادی هشت درصد که در برنامه توسعه تعیین شده، نمی‌شود کشور را اداره کرد.

میزگرد



رامین بیات

رئیس هیئت مدیره

سال ۱۴۰۲ را بسیاری سال سخت صنعت لوازم خانگی دانسته و تأکید کرده‌اند با وجود ممنوعیت‌هایی که در حوزه واردات این بخش صورت گرفته، چالش‌هایی مانند تأمین ارز یا تأمین مواد اولیه و تورم بازار در کنار کاهش تسهیلات و افزایش مالیات تولیدکنندگان، معضلاتی است که روند تولید را با دشواری‌های متعدد همراه می‌کند. در عین حال بحث واردات قاچاق و آسپیی که به اقتصاد مملکت می‌زند و مشکلاتی که برای تولیدکننده ایجاد می‌کند، به عنوان یکی دیگر از چالش‌های این صنعت شناخته می‌شود. از سوی دیگر مدتی است زمزمه‌هایی درباره رفع ممنوعیت واردات لوازم خانگی به گوش می‌رسد. در این زمینه و در ارتباط با وضعیت کلی صنعت لوازم خانگی در میزگردی با حضور محمدرضا شهیدی، دبیر انجمن تولیدکنندگان لوازم صوتی و تصویری و احسان فدایی، کارشناس صنعت و بازار لوازم خانگی به بررسی این مسائل پرداختیم که شرح آن در ادامه آمده است.

یکی از بحث‌هایی که همواره درباره لوازم خانگی مطرح می‌شود این است که مادر این حوزه تولید نداردیم و آنچه هست در نهایت مونتاژ است. چقدر این دیدگاه را صحیح می‌دانید؟

شهیدی: تولید لوازم خانگی در ایران انجام می‌شود، اما باید به خاطر داشت که تولید مادر سطح کشوری مانند ترکیه یا نزدیک به هند است. قاعدتاً به چین نمی‌رسیم و عمق تولید چین به مراتب بیشتر از ماست. در بحث استفاده از قطعات خارجی در دنیا هم شرایط همین‌گونه است؛ مثلاً تنها پنج شرکت و کارخانه وجود دارند که پنل تلویزیون تولید می‌کنند. در تمام کشورها از همین پنج کمپانی که چهار تای آن‌ها در چین و یکی در تایوان است، خرید می‌شود. دلیلی هم ندارد که کشوری بخواد خودش این پنل‌ها را تولید کند؛ چراکه اصلاً تولید کمتر از ۱۰ میلیونی آن‌ها توجیه اقتصادی ندارد. بنابراین تولید لوازم خانگی در دنیا به این صورت است که برخی قطعات وارد می‌شوند، اما این دلیل نمی‌شود که بگوییم در این کشورها تولید صورت نمی‌گیرد. در کل ذات تولید در حوزه لوازم خانگی به همین شکل است و وقتی در حوزه‌ای بسیاری از قطعات تولید شده و برای جمع‌کنش اشتغالزایی می‌شود، نمی‌توان به دلیل واردات چند قطعه چنین گفت که این کار تولید نیست.

فدایی: من می‌خواهم از زاویه دیگری به بحث تولید و مونتاژ نگاه کنم. جناب شهیدی با توجه به سوابق و تخصصی که در حوزه صنعت لوازم خانگی دارند، توضیحات مبوسطی ارائه کردند، اما می‌خواهم به این نکته اشاره کنم که ما هیچ زمانی تعریف مشخص و دقیقی از مفهوم مونتاژ در این صنعت نداشته‌ایم. در هیچ نقطه‌ای از جهان از نظر اقتصادی توجیه ندارد که یک صنعت بخواد سفر تا صد یک محصول را خود یا در یک کشور تولید کند. این کار به هیچ‌عنوان از نظر اقتصادی به صرفه نیست و اصولاً در هیچ کشوری به غیر از چین توجیه اقتصادی ندارد که همه قطعات یک محصول صنعتی در همان کشور تولید شود. به عنوان مثال در تولید محصولی مثل یخچال سایدبای‌ساید که بیش از ۱۵۰ قطعه به کار رفته، بعید است جز در کشوری مثل چین، برندی را مشاهده کنید که بخش عمده قطعات مورد نیاز محصول نهایی‌اش را از تأمین‌کننده‌های داخلی آن کشور تهیه کند. در واقع تأمین‌کننده‌های چینی با کمک مشوق‌های صادراتی، بهره‌مندی از مکانیسم دامپینگ و کاهش هزینه‌های تولید انبوه، توانسته‌اند قدرت رقابت را از تمام تأمین‌کنندگان و پیمانکاران دیگر کشورها سلب کنند. این موضوع به ویژه برای قطعه‌سازان و تأمین‌کنندگان کشورهایی چون ایران، به یک بحران لاینحل تبدیل شده است.

این روزها تأمین ارز مشکلات بسیاری دارد. برای تهیه قطعات چگونه باید این مسئله را مدیریت کرد؟

شهیدی: درست است که این روزها با مشکل محدودیت ارزی مواجهیم، اما باید در نظر داشت که مادر اقتصاد همواره چالش‌هایی داریم و هیچ‌گاه نبوده که مشکلی نباشد. حتی می‌توان گفت اقتصاد ما در برخی بخش‌ها گویی دچار نوعی فلج مادرزادی است و این مسئله ربطی به دولت فعلی یا دولت قبل یا بعد ندارد. حال ممکن است در دوره‌ای فروش نفت و شرایط ارزی دولتی بهتر باشد یا تحریم کمتری مواجه باشد و گشایشی صورت گیرد، اما عموماً برای توسعه اقتصادی با

چالش‌های متعدد روبه‌رو هستیم. اکنون هم تنگنای ارزی داریم که البته بانک مرکزی تلاش کرده این بحث را مدیریت کند، اما به هر حال تنگنایهایی وجود دارد و تأمین ارز به سختی انجام می‌شود. هر چند در نهایت قسمت عمده‌ای از کار انجام می‌شود و در این مدت حتی رشد تولید داشته‌ایم. از نظر تنوع در لوازم خانگی گستردگی خوبی داریم و حدود ۳۶۰ مدل تلویزیون یا بیش از ۲۰۰ مدل یخچال در کشور تولید می‌شود. فدایی: اگر بحث ارز را با توجه به اینکه گاه به برخی صنایع ارز ترجیحی تعلق می‌گرفته، نوعی حمایت گلخانه‌ای تفسیر کنیم، باید گفت حمایت‌هایی که حاکمیت بعضاً از صنایع داشته متأسفانه در مسیر نادرست و با تأکید بر کمیت‌گرایی انجام شده است. چندی پیش نمایشگاه لوازم خانگی برگزار شد و چینی‌ها هم در این نمایشگاه حضور داشتند. از برخی از آن‌ها پرسیدم که حمایت دولت چین از شما چگونه است؟ پاسخ آن‌ها جالب بود؛ می‌گفتند دولت به ما وام یا تسهیلات نمی‌دهد، بلکه حمایتش به این صورت است که وقتی یک



در تصاحب سهم بازار موفق‌تر خواهد بود و به تبع حاشیه سود کارخانه بالا می‌رود و برای تبلیغات، تحقیق، توسعه، خدمات پس از فروش و ... امکان مانور بیشتری ایجاد می‌شود. زمانی که حاشیه سود پایین می‌آید، همه این مراحل حذف می‌شود و در نتیجه روزبه‌روز سهم بیشتری از بازار را به رقبای اگذار خواهیم کرد. در حال حاضر عملاً پنج، شش برند در صنعت لوازم خانگی مابر تحقیق و توسعه تمرکز دارند و باقی‌برندها بیشتر کپی‌کاری می‌کنند و به تعبیر بهتر نمی‌توانند ارزش افزوده‌ای از محصول و فعالیت خود ایجاد کنند.

با این تعداد تولیدکننده چند درصد از نیاز بازار در داخل تأمین می‌شود؟

شهیدی: این آمار برای کالاهای مختلف متفاوت است؛ مثلاً در حوزه تلویزیون ظرفیت تولید ما پنج میلیون در سال است، اما نیاز بازار بیش از ۲.۵ میلیون نیست. در واقع لوازم خانگی در میان زیرمجموعه‌های وزارت صمت بعد از خودرو و بزرگ‌ترین

اکنون با این حجم واردات قاچاق به نظر می‌رسد تصمیمی جدی برای مبارزه با آن وجود ندارد. مگر می‌شود این حجم یخچال سایدبای‌ساید موجود در بازار از راه کولبری وارد شده باشد؟

صنعت محسوب شده و گردش مالی آن حتی از مواد غذایی صنعتی نیز بیشتر است. ما ظرفیت تولید بالایی داریم، با این وجود مثلاً در مورد همان تلویزیون سال گذشته حدود ۵۰۰ هزار مورد از کالای مورد نیاز بازار از طریق قاچاق تأمین شد.

یک بحث مهم این است که برخی مردم با وجود کیفیت محصول داخلی، کالای خارجی را ترجیح می‌دهند؛ دلیل این مسئله از نظر شما چیست؟

فدایی: ببینید، این یک بحث فرهنگی است و مربوط به امروز و دیروز نیست. زمانی که ما ساز کالاهای صنعتی در داخل صحبت می‌کنیم، با این چالش مواجهیم که متأسفانه طی سال‌های گذشته به واسطه اتفاقات رخ داده در عرصه‌های مختلف، به نوعی سرمایه اجتماعی کم شده است. برخی اگر

جدول قیمت انواع لوازم خانگی ایرانی

یخچال فریزر معمولی	از ۹.۵ تا ۲۵ میلیون تومان
یخچال فریزر دو قلو	از ۲۶ تا ۴۵ میلیون تومان
یخچال فریزر ساید بای ساید	از ۳۳ تا ۷۵ میلیون تومان
ماکروویو	از ۵.۵ تا ۲۲ میلیون تومان
تلویزیون از ۳۲ اینچ به بالا	از ۴.۹ تا ۳۰ میلیون تومان
جاروبرقی	از ۳ تا ۱۶ میلیون تومان
ماشین لباسشویی اتوماتیک	از ۱۱ تا ۲۵ میلیون تومان
ماشین ظرفشویی	از ۱۸ تا ۳۴ میلیون تومان

در میزگرد آتی

صنعت لوازم خانگی از بلا



کالای داخلی دارای درجه بالای کیفیت هم باشد ولی نمونه خارجی در دسترس باشد از آن استفاده می‌کنند. در یک‌سری از لوازم خانگی مانند اجاق گاز بحث تکنولوژیکی وجود ندارد و تولیدکنندگان در این زمینه نیز حرف‌های زیادی برای گفتن دارند، اما در بحثی مانند تلویزیون یا توجه به اینکه هر روز یک فناوری جدید وارد می‌شود، طبعاً مردم به برندهای خارجی نگاه می‌کنند، اما باز هم این بحث فرهنگی و سرمایه اجتماعی از اهمیت بسزایی برخوردار است. به بیان دیگر به دلیل اینکه در دولت‌های مختلف سرمایه اجتماعی روزبه‌روز تقلیل یافت، مردم خیلی به صحبت‌های تولیدکنندگان مبنی بر اینکه کیفیت داخل بالاتر رفته اعتماد نمی‌کنند. از سویی شما وقتی به یک واحد صنفی برای خرید مراجعه می‌کنید، عمده فروشنده‌ها برند خارجی را تأیید می‌کنند. اگر بحث ضمانت و گارانتی را مطرح کنید، می‌گویند بحث ضمانت کلاً در ایران محلی از اعراب ندارد. در واقع ای کاش تصمیم‌گیران با نگاهی آسیب‌شناسانه و جامعه‌شناختی به سراغ حل این پرسش می‌رفتند که چرا فروشنده ایرانی، برند خارجی را تأیید می‌کند؟ این بحث خیلی ربطی به این دولت و آن دولت ندارد، یک بحث ریشه‌دار است. مدام در رسانه‌ها می‌گوییم مردم جنس ایرانی بخريد، قاچاق نخريد، اما چون اعتماد به رسانه‌های مرجع در این سال‌ها کم شده این توصیه‌ها تأثیر خود را نمی‌گذارد. بنابراین این موضوع یک مسئله چندبعدی است که هر از چندگاهی تنها یکی از اضلاع آن مورد بازنگری قرار می‌گیرد و با این روال مشکل حل نخواهد شد.

تصور این است که در این سال‌ها با ممنوعیت واردات لوازم خانگی گام بزرگی در حمایت از این صنعت برداشته شده؛ این امر تا چه حد کمک‌کننده بوده است؟

شهیدی: واقعیت این است که ممنوعیت واردات به‌صورت کامل انجام نمی‌شود. بله واردات قانونی چند سالی است ممنوع شده، اما راه برای واردات قاچاق همچنان باز است. به عبارت دیگر اگر فردی بخواد به‌شکل قانونی کالایی را با پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و مالیات وارد کند راه برای آن بسته استف حالا اگر بخواد کالای قاچاق وارد کند و هیچ‌یک از این هزینه‌ها را نداشته باشد آزاد است. پس واردات به‌طور کلی ممنوع نشده و تنها واردات قانونی ممنوع است. برای واردات لوازم خانگی نیز شیوه‌های بسیاری مانند پيله‌وری، کولبری، تله‌لنجی و غیره وجود دارد. فکر نکنید نماد واردات قاچاق پیرمردی است که مثلاً یک یخچال روی دوش دارد، اکنون واردات قاچاق در این حوزه با حجم بالا و با کانتینر انجام می‌شود و گذری به فروشگاه‌های لوازم خانگی یا حتی کانال‌های تلگرامی و اینستاگرامی به خوبی نشان می‌دهد تا چه اندازه عرضه کالاهای قاچاق گسترده است.

فدایی: در بحث قاچاق تا زمانی که تقاضا وجود دارد، برای آن عرضه نیز وجود خواهد داشت. مگر چقدر می‌توان مرزها را کنترل کرد و بست؟ نکته دیگر اینکه اکنون قاچاق به منشأیی برای پول‌های خاکستری و پولشویی تبدیل شده و به همین دلیل میزان آن بالاست.

با وجود قاچاق، واردات به‌صورت غیرقانونی ادامه دارد و