

# چالش‌های رقابتی لوازم خانگی در ایران

رقابت شدید برندهای بزرگ و مشکلات اقتصادی بخش تولید، فشار سنگینی به پارس و پارس الکتریک وارد کرده که از چالش‌های جدی در رشد این دو شرکت به شمار می‌رود



## لوازم خانگی پارس نیازمند تنوع در محصولات

گزارش‌های مالی و عملیاتی «کارخانجات لوازم خانگی پارس» در سال جاری تصویری دوگانه از وضعیت شرکت ارائه می‌دهند. از یک سو، شاهد رشد درآمد و کاهش زیان دهی هستیم که نشان دهنده بهبود عملکرد مالی این شرکت است. با این حال، از سوی دیگر، چالش‌هایی در تولید و ساختار محصولات شرکت وجود دارد که می‌تواند مسیر آینده آن را تحت تأثیر قرار دهد. براساس گزارش منتشر شده در سامانه کدال، این شرکت در شش ماهه منتهی به شهریور ۱۴۰۳ زیان خالص ۱۰ میلیارد تومان ثبت کرده، اما مقایسه این رقم با دوره مشابه سال گذشته نشان می‌دهد که زیان ۷۸ درصد کاهش یافته که می‌تواند به عنوان علامت بهبود عملکرد مالی در نظر گرفته شود. در این مدت، نماد لایحه به ازای هر سهم ۱۱۳ ریال زیان ساخت، اما در عین حال سود ناخالص شرکت با رشد ۱۷۲ درصدی به ۵۷ میلیارد تومان رسیده است. درآمدهای عملیاتی شرکت نیز با توجه به سرمایه حدود ۹۰ میلیارد تومانی، ۷۶ درصد رشد کرده و به ۵۵۴ میلیارد تومان افزایش یافته است.

این آمارها نشان می‌دهد که شرکت توانسته درآمدزایی خود را تقویت کند و فاصله میان هزینه و درآمد را در جهت کاهش زیان بهبود بخشد. در بخش عملکرد عملیاتی نیز شرکت طی هشت ماه اخیر رشد در فروش را ثبت کرده و درآمد آن به ۶۶۵ میلیارد تومان رسیده، اما همزمان کاهش تولید به عنوان یک هشدار جدی مطرح است. کارخانه لوازم خانگی پارس در آبان ماه ۷۰۸۴ دستگاه یخچال تولید کرده و ۲۰۸۶۶ دستگاه از آن را به فروش رسانده است. این در حالی است که تولید این شرکت در هشت ماهه امسال به ۳۵۰۶۴۵ دستگاه رسیده که نسبت به رقم ۴۴۰۴۹۳ دستگاه سال گذشته حدود ۱۹.۹ درصد کاهش داشته است. این کاهش تولید در حالی رخ داده که فروش به ۳۷۰۲۴۹ دستگاه رسیده که نسبت به ۲۵۰۱۸۰ دستگاه سال

به پتانسیل‌های موجود در شرکت لوازم خانگی پارس، امکان ورود به تولید برخی از محصولات لوازم خانگی دیگر مانند ماشین لباسشویی، کولر گازی و اجاق گاز وجود دارد. این اقدام می‌تواند به‌طور مستقیم سهم بازار نماد لایحه را افزایش داده و پایداری درآمد آن را تضمین کند. تولید محصولات جدید، به ویژه با توجه به نیازهای متنوع بازار، نه تنها می‌تواند باعث افزایش فروش و درآمد شرکت شود، بلکه به آن کمک می‌کند تا در رقابت با برندهای بزرگ‌تر و پیشرو در این صنعت، جایگاه خود را حفظ کرده و گسترش دهد.

برای اینکه لوازم خانگی پارس بتواند به رشد پایدار و رقابتی در بازار دست یابد، باید استراتژی‌های خود را در زمینه تنوع محصولات، بهبود فرایندهای تولید و مدیریت بهینه موجودی‌ها به‌طور جدی بازنگری و در راستای تقاضای بازار به سمت نوآوری حرکت کند. تنها در این صورت است که این شرکت می‌تواند مسیر موفقیت خود را تضمین کند و به جایگاه پیشرو در صنعت لوازم خانگی دست یابد.

## لزوم بازنگری در استراتژی‌های تولیدی

در گزارش‌های مالی اخیر شرکت «کارخانجات پارس الکتریک» شاهد رشد قابل توجه در سودآوری و شاخص‌های مالی هستیم، اما از سوی دیگر، کاهش شدید در فروش و مشکلات عملیاتی در بخش تولید و بازار به چشم می‌خورد. بر اساس گزارش منتشرشده در سامانه کدال، در شش ماهه منتهی به شهریور ۱۴۰۳، پارس الکتریک به سود خالص ۳۷ میلیارد تومان دست یافته که نسبت به دوره مشابه سال گذشته، افزایش ۳۸۲ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین، سود هر سهم این شرکت ۳۶۷ ریال اعلام شده است. درآمدهای عملیاتی نیز با جهش ۳۶۹ درصدی به ۳۳ میلیارد تومان رسیده و سود ناخالص این شرکت ۲۴۹ درصد افزایش یافته و به ۱۲ میلیارد تومان رسیده است.

با وجود این بهبودها، بررسی دقیق تر عملکرد شرکت در ماه‌های اخیر ابعاد دیگری از وضعیت پارس الکتریک را آشکار می‌کند. در یک ماهه منتهی به ۳۰ آبان ۱۴۰۴، فروش شرکت تنها ۱۵۴ میلیون تومان بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته، افت ۹۹ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین، در هشت ماهه سال مالی، درآمد کل فروش شرکت به ۱۰۸ میلیارد تومان رسیده که نسبت به سال گذشته، کاهش ۶۷ درصدی دارد. این کاهش شدید در فروش در حالی رخ داده که در آبان ماه، شرکت تنها شش دستگاه تلویزیون فروخته و هیچ تولیدی در آن ماه نداشته است. از ابتدای سال جاری تاکنون، ۷۰۹۹۱ دستگاه تلویزیون تولید شده، اما تنها ۶۰۸ دستگاه به فروش رسیده است. در حالی که در مدت مشابه سال قبل، تولید ۳۰۴۸۲ دستگاه و فروش ۶۰۲۴۷ دستگاه ثبت شده بود. این شکاف میان تولید و فروش نشان دهنده مشکلات عمده در توازن تولید و عرضه است. این وضعیت در حالی است که پارس الکتریک همچنان ظرفیت تولید انواع تلویزیون را در اختیار دارد، اما داده‌ها نشان می‌دهند که این ظرفیت به‌طور مؤثر مورد استفاده قرار نگرفته است. کاهش شدید تولید در آبان ماه و عدم تطابق میان تولید و فروش، حاکی از نیاز فوری به بازنگری در استراتژی تولید این شرکت است. برای رفع این مشکل، پارس الکتریک باید برنامه‌های تولیدی خود را با توجه به تقاضای بازار و بهینه‌سازی ظرفیت‌های موجود، مجدداً طراحی کند.

# اقتصاد

یادداشت  
O P I N I O N



علیرضا کیانی

رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران

## اقتصاد ایران در آستانه رکود تورمی

در سال‌های اخیر، اقتصاد ایران با مجموعه‌ای از چالش‌های پیچیده روبه‌رو بوده که شامل نوسانات ارزی، تحریم‌های خارجی و فشارهای تورمی می‌شود. این مشکلات باعث شده روند رشد اقتصادی کشور تحت تأثیر قرار گیرد. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که نرخ رشد تولید ناخالص داخلی (GDP) در سال‌های آتی به میزان قابل توجهی کاهش خواهد یافت. بر اساس برآوردهای بین‌المللی همچون صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی، ایران در حال حرکت به سوی یک دوره رکود اقتصادی است که می‌تواند عواقب سنگینی برای معیشت مردم و بخش‌های مختلف اقتصادی داشته باشد. اقتصاد ایران از سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات تشکیل می‌شود. صنعت بیشترین نوسانات را دارد و تأثیر زیادی بر رشد اقتصادی برجای می‌گذارد. کشاورزی نیز رشد کمتری دارد و گاه منفی می‌شود، در حالی که خدمات نقش تثبیت‌کننده‌ای دارد. در گذشته، تریب دلاری تولید ناخالص داخلی ایران در مسیر صعودی قرار داشت و در سال ۱۳۹۶ به حدود ۴۶۰ میلیارد دلار رسید. اما با بازگشت تحریم‌ها و کاهش شدید ارزش ریال در سال ۱۳۹۷، این رقم به شدت کاهش یافت و در سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۳۹۹ به حدود ۲۲۰ تا ۲۶۰ میلیارد دلار رسید. با این حال، از سال‌های بعد، ثبات نسبی نرخ ارز و رشد محدود اقتصادی موجب شد که ارزش دلاری GDP ایران در بازه ۳۳ تا ۳۸۰ میلیارد دلار نوسان کند. این روند نشان دهنده آن است که بخش عمده‌ای از کاهش ارزش اقتصاد ایران در سال‌های اخیر به دلیل تضعیف پول ملی و محدودیت‌های ارزی بوده؛ نه لزوماً کاهش در تولید داخلی. از سوی دیگر، در بیشتر دوره‌ها، زمانی که رشد اقتصادی کاهش یافته است، تورم همچنان در سطح بالا باقی مانده است. این وضعیت، که در علم اقتصاد به آن «رکود تورمی» گفته می‌شود، نشان دهنده هم‌زمانی رکود در تولید و افزایش قیمت‌ها است. در سال ۱۴۰۴ نیز با کاهش رشد اقتصادی و افزایش تورم، نشانه‌هایی از بازگشت به وضعیت رکود تورمی دیده می‌شود. طبق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در مرداد امسال، رشد اقتصادی ایران در این ماه نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۲.۳ درصد با افت و ۲.۶ درصد بدون نفت برآورد شده است. اما این رشد، ناشی از فعالیت‌های محدود در بخش خدمات است. بخش کشاورزی با رشد منفی ۳.۷ درصد و بخش نفت و گاز طبیعی با کاهش ۱.۸ درصدی مواجه بوده‌اند. تنها بخش‌های صنایع و معادن و خدمات توانسته‌اند به ترتیب رشد ۱.۳ درصد و ۰.۵ درصد را ثبت کنند. کاهش شدید شاخص مدیران خرید (شامخ) به ۴۵.۳ نشان دهنده تداوم رکود در بخش‌های تولید و خدمات است. افت در تمامی مؤلفه‌های شامخ، از جمله سفارشات جدید، موجودی مواد اولیه و استخدام، بر ادامه روند منفی اقتصادی تأکید دارد. این وضعیت پیش‌بینی می‌کند که ایران ممکن است وارد فاز رکودی عمیق‌تری شود و نیاز به اصلاحات ساختاری دارد.

## کاهش شدید تولید شرکت‌های تولید لوازم خانگی باعث ایجاد شکاف میان عرضه و تقاضا شده که می‌تواند به از دست دادن فرصت‌های مهم بازار منجر شود

## همکاری راهبردی تاپیکو و بانک رفاه

### مدیرعامل بانک رفاه از آمادگی این بانک برای همکاری کامل با تاپیکو در تأمین مالی پروژه‌ها خبر داد

در همایش سالانه مدیران بانک رفاه کارگران، موضوع تقویت همکاری و یکپارچگی میان مجموعه‌های وابسته به سازمان تأمین اجتماعی برای تسهیل تأمین مالی بنگاه‌های صنعتی و تولیدی مطرح شد. مدیران ارشد هلدینگ سرمایه‌گذاری نفت، گاز و پتروشیمی تأمین (تاپیکو) در این نشست بر ضرورت بهبود فرایند تأمین مالی پروژه‌های استراتژیک تأکید و مشکلات موجود را برای تأمین منابع مالی بررسی کردند.

### چالش‌های تأمین مالی پروژه‌ها

روح الله شهیدی‌پور، مدیرعامل تاپیکو، در سخنرانی خود با اشاره به ظرفیت‌های هلدینگ و شرکت‌های تابعه آن، به چالش‌های اصلی پیش‌روی تأمین مالی اشاره کرد. از جمله این مشکلات می‌توان به نیاز

### همکاری‌های راهبردی در آینده

اکبر میرزاپور، مدیر راهبری بورس کالا و انرژی تاپیکو نیز در ادامه این نشست بر اهمیت همکاری‌های راهبردی میان بانک رفاه و تاپیکو در حوزه تأمین مالی تأکید کرد. او در این راستا ابزارهای مختلفی نظیر برات

الکترونیک، اوراق گام، فکتورینگ، گواهی سپرده خاص و سامانه بتا را به عنوان راهکارهایی برای تسهیل فرایند تأمین مالی پروژه‌ها و تسویه بدهی‌ها معرفی کرد. اسماعیل الله‌گانی، مدیرعامل بانک رفاه نیز در پاسخ به این مطالبات، از تشکیل کمیته‌ای ویژه برای بررسی و تسهیل مسیر تأمین مالی شرکت‌های زیرمجموعه شستا خبر داد. او همچنین تأکید کرد که بانک رفاه آماده است تا به‌طور کامل با هلدینگ‌های تاپیکو همکاری کند و ابزارهای متنوع بانکی‌ای که جمله طرح‌های ارزی، گواهی سپرده خاص و فکتورینگ را برای تسریع روند اجرای پروژه‌ها ارائه دهد.

در مجموع، هم‌افزایی میان زیرمجموعه‌های تأمین اجتماعی و تقویت همکاری‌ها با بانک رفاه می‌تواند به تسریع تأمین مالی پروژه‌های استراتژیک و تحقق اهداف توسعه‌ای این بنگاه‌ها کمک کند.