

سرپرست شرکت کارخانجات لوازم خانگی پارس:

## پروژه صادرات رادر نیمه دوم سال آغاز می کنیم

این ها بخشی از مشکلاتی است که این روزها گریبان تولیدکننده و مصرف کننده لوازم خانگی را گرفته و در این میان مسئولان وزارت صمت از برنامه ریزی برای صادرات دو برابری لوازم خانگی در افق سال ۱۴۰۴ می گویند. درباره وضعیت این روزهای بازار لوازم خانگی، چالش ها و پتانسیل های این صنعت گفت وگویی با «فریبرز ظروفي»، سرپرست شرکت کارخانجات لوازم خانگی پارس داشتیم. کارخانه پارس که از سال ۱۳۵۴ با حضور آلمانی ها پایه گذاری شده، طی پنج دهه فعالیت فراز و نشیب های متعددی را پشت سر گذاشته و این روزها برای اولین بار در ایران به بحث قالب سازی ورود کرده و تلاش دارد سهم بازار خود را افزایش دهد.

قیمت محصولات خارجی در بازار چندین برابر قیمت نمونه های داخلی است. در این شرایط باید توجه کرد که اگر قرار باشد قیمت لوازم خانگی یا هر محصول دیگری به شکل دستوری تعیین شود این موضوع ایجاد تورم می کند. از سوی دیگر چنانچه آنالیزهای قیمتی به درستی انجام نشود مشکلاتی ایجاد می کند. بهمن ماه سال گذشته دولت مجوزی مبنی بر افزایش ۱۰ درصدی قیمت لوازم خانگی ابلاغ کرد، اما در همان زمان قیمت مواد اولیه ماز فولاد بورسی گرفته تا قوم (ABS) هر یک تا حتی ۵۵ درصد افزایش قیمت داشتند. در چنین شرایطی چطور تولیدکننده لوازم خانگی می تواند تنها با ۱۰ درصد افزایش قیمت محصول تولید کند؟»

او ادامه داد: «در کنار این موضوع مسائل دیگری مانند افزایش حقوق ۵۷ درصدی کارگران در سال گذشته رانیز در نظر بگیرد؛ آیا همچنان می توان با این رقم ها تولید را ادامه داد؟ خواسته ما این است که اگر دولت برای حفظ و ثبات قیمت ها برنامه دارد همه را یکسان ببیند و از تأمین کننده مواد اولیه تا سایر بخش ها همه را لحاظ کند، نه اینکه با وجود افزایش ۵۵ درصدی قیمت فولاد به تولیدکننده لوازم خانگی اجازه افزایش قیمت ۱۰ درصدی بدهد. ما هم ترجیح می دهیم قیمت تمام شده پایین تر باشد تا مصرف کننده ناراضی نبوده و خرید بیشتری داشته باشد. باید فکری به حال این موضوع کرد و یک بازه قیمتی مساوی در تمام بخش ها از تولید، مواد اولیه، بازرگانی و مصرف کننده لحاظ کرد.»

اکنون بازار ما واردات رسمی ندارد و در نهایت ۱۰ تا ۱۵ تولیدکننده اصلی این بازار را می گردانند، اما چنانچه قرار باشد واردات هم داشته باشیم قیمت ها همچنان بالاتر می رود. این تولیدکننده در پاسخ به این سؤال که با توجه به شرایط فعلی و قیمت های این روزهای لوازم خانگی فکر می کند تولیدکنندگان داخلی تا چه اندازه در جلب نظر مصرف کننده موفق بوده اند، گفت: «آمارهای ارائه شده از سوی وزارت صمت نشان می دهد رضایت مشتریان از لوازم خانگی ایرانی بیش از ۶۰ درصد است. ما در کارخانه پارس بالای ۸۰ درصد رضایت مشتری داریم، البته ممکن است از نظر ظاهر محصولات ما کمی قدیمی شده باشند اما از نظر کیفیت شرایط بسیار مناسبی دارند.» این تولیدکننده لوازم خانگی در عین حال به موضوع قیمت محصولات این شرکت پرداخت و گفت: «طی این سال ها نحوه فعالیت پارس به گونه ای بوده که از نظر قیمتی برای مصرف کننده جذابیت داشته باشد. در شرایط اقتصادی فعلی نیز این بحث مورد توجه قرار داشته و همه باید کمک کنیم که شرایط بهبود پیدا کند.» ظروفي در بخش پایانی صحبت های خود در ارتباط با برنامه احتمالی این شرکت برای صادرات، توضیح داد: «تاکنون ما به بحث صادرات ورود نکرده ایم، اما برنامه ریزی هایی برای صادرات محصولاتمان در نیمه دوم سال جاری صورت گرفته تا با کشورهای همسایه مانند عراق و افغانستان و کشورهای حوزه (CIS) (استارت بز نیم، در همین زمینه تیمی را برای پیگیری موضوع و انجام بررسی های لازم مأمور کرده ایم.»



قالب یخچال و فریزر در داخل کشور طراحی و تولید شد و با این اقدام از نظر زمان و ارز صرفه جویی قابل توجهی صورت گرفته و جلوی خروج ارز از کشور گرفته می شود.» او ادامه داد: «شاید جالب باشد بدانید حتی در ابتدای کار خود همکاران ما هم باور نمی کردند می شود این کار را در داخل انجام داد، اما در نهایت قالب جدید ۲۰ اسفند ماه تولید شد و تیر ماه سال جاری نیز محصول جدید ما با ظاهری جدید و متفاوت عرضه خواهد شد. حالا واحد نوسازی و قالب سازی چنان نوآور شده که با دو کارخانه دیگر نیز در مرحله عقد قرارداد برای طراحی محصولات جدید هستیم. این امر نه تنها از خروج ارز از کشور جلوگیری کرده و خدمات ارزان تری برای تولیدکنندگان لوازم خانگی به ارمغان می آورد بلکه از نظر زمانی نیز حداقل ۵۰ درصد کاهش به همراه دارد.»

این تولیدکننده، افزود: «مزیت دیگر نیز آن است که در هر مرحله ای از کار، شرکت ها می توانند برای انجام تست های مربوطه با بازدید مراجعه کنند، در حالی که اگر قرار بود این تست ها در چین صورت گیرد حداقل دو تا سه ماه زمان نیاز بود. با این شیوه می توانیم طرح های جدید را بر اساس ذائقه و نیاز مصرف کننده بازار ایران طراحی کنیم و حتی ممکن است در گام های بعدی سایر تولیدکنندگان جهان نیز به تقلید و الگوبرداری از طرح های ما بپردازند. اکنون در مجموعه خود نیروهایی داریم که در زمینه طراحی خودروهای خورشیدی همکاری داشته اند و تمام تلاش خود را به کار گرفته ایم که از مهاجرت و خروج این متخصصان از کشور جلوگیری کنیم تا این نیروهای متخصص و توانمند در مملکت خودمان فعالیت کنند.»

### افزایش ۵۵ درصدی هزینه مواد اولیه

او در بخش دیگری از صحبت های خود در پاسخ به سؤالی درباره گرانی لوازم خانگی ایرانی در بازار، گفت: «اکنون

بسیاری از کارشناسان ۱۴۰۲ را سال سخت صنعت لوازم خانگی دانسته و بر این نکته تأکید دارند که مشکلاتی مانند قیمت گذاری دستوری و مواردی مانند تأمین مواد اولیه، افزایش مالیات، مباحث ارزی و پیچیدگی های موجود در سیستم توزیع، فعالان این عرصه را با چالش های متعددی مواجه می کند. در سوی دیگر این ماجرا مصرف کنندگانی هستند که با ممنوع شدن واردات محصولات خارجی نسبت به افزایش قیمت نمونه های داخلی گله مند و معترض هستند. گاهی عنوان می شود قیمت کالایی مانند ماشین لباسشویی طی پنج سال ۱۰ برابر شده و بر این اساس حتی در بسیاری موارد مصرف کنندگان توان تهیه محصول داخلی را نیز نداشته و برای دفعات متعدد برای تعمیر لوازم قدیمی خود اقدام می کنند.

گفت و گو



فریبرز ظروفي، سرپرست شرکت کارخانجات لوازم خانگی پارس در گفت گو با «آتی‌نو» از این برند به عنوان یک برند قدیمی و نوستالژیک یاد کرد که در خانه پدربرزگ ها و مادربرزگ ها نیز زنده است. او با اشاره به زمان راه اندازی و تأسیس این مجموعه گفت: «در سال ۱۳۵۴ این شرکت افتتاح شد و عمری قریب به نیم قرن دارد و در کنار برندهای متعدد تولیدکننده لوازم خانگی فعالیت خود را ادامه می دهد، اما در دهه های ۶۰ و ۷۰ پارس تنها تولیدکننده لوازم خانگی در کشور بود. محصولات این مجموعه از نظر کیفیت همچنان به دوام خود باقی مانده اما اینکه چرا طی سال های گذشته گاه در قیاس با برخی رقبا حضور کم رنگ تری در بازارها داشته ایم به موضوعات متعدد برمی گردد.»

ظروفي افزود: «طی این سال ها اتفاقاتی رخ داد و واردات لوازم خانگی ممنوع شد. تصمیمی که در دوران تحریم بهترین گزینه برای رشد شرکت های داخلی بود. این امر نشان می دهد ایران در زمینه تولیدات این حوزه به استانداردهای لازم دست یافته و حاصل هم به لحاظ قیمتی به نفع کشور شده است.»

او با اشاره به رویکرد این شرکت در ارتقای کیفی و تنوع بخشیدن به سبد محصولات گفت: «تلاش داریم مسیر را به شیوه ای ادامه دهیم که نام این برند قدیمی بار دیگر در ذهن ها و خاطره ها زنده شود و بر همین اساس طی شش ماه آینده شاهد تغییرات مهمی در این عرصه خواهیم بود.» ظروفي در عین حال به ارائه محصول جدید این کارخانه طی ۱،۵ ماه آینده اشاره کرد و افزود: «پس از ۲۲ سال یخچال و فریزری با ظاهر جدید عرضه خواهیم کرد و پیش بینی ما این است با استقبال خوبی مواجه شود.» ظروفي در بخش دیگری از صحبت های خود در پاسخ به این مطلب که به نظر می رسد در این سال ها برند پارس در عرضه محصولات خود مانند رقبای دیگر قوی عمل نکرده، توضیح داد: «یکی از موضوعات مهمی که در عرضه لوازم خانگی وجود دارد بحث تنوع محصولات است که با فراهم شدن این مهم می توان با جدیت بیشتری برای عرضه محصولات و ایجاد نمایندگی ها گام برداشت. بر همین اساس حدود پنج ماه است با بررسی هایی در این زمینه، تحقیقات بازار را به انجام رسانده و برای حضور پر قدرت تر طی شش ماه آینده برنامه ریزی کرده ایم.

### شکسته شدن رکورد تولید

او یکی از دلایل دیگری که منجر به حضور کم رنگ تر این برند در بازار شده بود را بحث پایین بودن میزان تولید دانست و گفت: «مسال پس از هشت سال رکورد تولید و بعد از ۱۱ سال رکورد فروش در این مجموعه زده شده است. سال گذشته در مجموعه ۱۵۰ هزار دستگاه یخچال و فریزر تولید شده و ۱۶۴ هزار دستگاه (تولیدی و وا موجودی انبار)



در ۱۱ ماهه اول سال ۱۴۰۱، ۳۵۷،۱ میلیون دلار لوازم خانگی از ایران صادر شده که سهم ارزشی آن از کل صادرات بخش صنعت نزدیک به ۵،۸ درصد و از کل صادرات غیر نفتی ۰،۷ درصد بوده است. بر اساس آمار منتشر شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، در ۱۱ ماهه سال گذشته ۲۵۲ هزار تن لوازم خانگی به ارزش ۳۵۷ میلیون دلار صادر شده، اما در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۰ حدود ۲۳۱ هزار تن لوازم خانگی به ارزش ۳۲۷ میلیون دلار صادر شده است. بنابراین وزن و ارزش صادرات لوازم خانگی در ۱۱ ماهه سال گذشته نسبت به مدت مشابه سال قبل آن هر کدام ۹ درصد افزایش داشته است.

در نمودارهای زیر وضعیت صادرات لوازم خانگی از نظر ارزش (دلاری) و وزن طی سه سال اخیر مرور شده است:



تولید لوازم خانگی در ایران از نظر کیفیت به گونه ای است که امروز حرف های زیادی برای گفتن دارد. از نظر قیمت باید گفت گرچه تعیین آن در اختیار تولیدکننده است، اما مواد اولیه که با آن انواع لوازم خانگی تولید می شود، قیمت هایی دارد که دولت وظیفه کنترل آن را بر عهده دارد. وقتی قیمت مواد اولیه مناسب باشد، تولیدکننده مسلماً محصولات خود را با قیمت ارزان تری روانه بازار می کند. اگر در این عرصه به دنبال توان رقابت در فضای بین الملل هستیم، باید ببینیم کشورهایی که امروز در این بازار حرفی برای گفتن دارند چه کاری برای تولیدکنندگان خود انجام داده اند؟ آیا ما هم می توانیم این کار را انجام دهیم؟ واقعیت این است که امروز قیمت تمام شده لوازم خانگی تولید داخل نمی تواند در بازار جهانی رقابت کند و همین مسئله باعث می شود که میزان رشد صادرات لوازم خانگی نسبت به افزایش تولید آن، تقریباً صفر باشد.

وضعیت تولید لوازم خانگی به گونه ای است که تقریباً همه آن در کشور مصرف می شود؛ این نکته هم مزیت به شمار می رود و هم به عنوان یک نقص می توان به آن نگاه کرد چرا که به هیچ وجه نمی توان همه سلاقی را در کشور پوشش داد. برای رسیدن به این هدف، باید به فناوری روز دنیا در این زمینه دست پیدا کرد. رقابت در این صنعت در دنیا به این شکل است که در کشورهای پیشرو در حوزه تولید لوازم خانگی مانند کره جنوبی، آلمان، ایتالیا، مازری، اندونزی، ترکیه، هند و غیره پیشرفت های چشمگیری در ۱۰ سال گذشته اتفاق افتاده که ناشی از نیروی کار ارزان و سرمایه گذاری هنگفت در این صنعت است.

مقام معظم رهبری همواره بر این مسئله تأکید کرده اند که باید امنیت اقتصادی گسترش پیدا کند و از خام فروشی جلوگیری کنیم، اما بیا وجود تأکیدات فراوان بر جلوگیری از خام فروشی، شاهدیم که مواد اولیه در بورس با قیمت های دلاری عرضه می شوند. این در حالی است که حقوق کارگر را در کشور با ریسال محاسبه می کنند و این ها نشانه تناقض است. اگر صنعت لوازم خانگی را به دو بخش قیل و بعد از سال ۱۳۹۶ تقسیم کنیم، ممنوعیت واردات لوازم خانگی تا حدودی به تولیدکنندگان این محصولات کمک کرد؛ چرا که قبل از سال ۹۶ یخچال فریزر در ایران با بر فک تولید می شد و توان تولید برخی محصولات مانند کولر گازی و ماشین ظرفشویی در داخل کشور وجود نداشت. شاید در حال حاضر نیز برخی محصولات نهایتاً تا حدود ۴۰ درصد در داخل تولید شود، اما یخچال فریزر و برخی محصولات برودتی را تا بیش از ۷۰ درصد در کشور تولید می کنیم. این افزایش توان تولید داخل ناشی از سرمایه گذاری مناسب و واردات ماشین آلات و تجهیزات مورد نیاز تولید است، اما باید بیش از این به صنعت لوازم خانگی توجه کنیم. از امروز به بعد دولت باید به صادرات لوازم خانگی کمک کند، چون اگر صادرات این محصولات رونق و افزایش پیدا نکند این صنعت در دور باطلی می چرخد.

