

## آیا لوازم خانگی جا پای بازار خودرو می‌گذارد؟

در سال‌های اخیر بازار لوازم خانگی مانند بازار دلار همواره در التهاب بوده است. بخشی از این مساله تحت تاثیر این بوده که بازار در اختیار چند خودروساز بوده است و قیمت‌های بازار آزاد را با عرضه قطره‌چکانی تحت تاثیر قرار داده‌اند. هرچقدر هم سازمان حمایت و شورای رقابت در قیمت‌گذاری خودرو دخالت داشته‌اند اما نتوانسته‌اند مافیای بازار خودرو در بازار آزاد را کنترل کنند، به همین دلیل همیشه مردم نتوانسته‌اند با سرعت رشد قیمت خودرو خود را هماهنگ کنند. در سال‌های گذشته بازار لوازم خانگی نیز حرکتی مشابه بازار خودرو داشته است، با این تفاوت که لوازم خانگی قاچاق نیز در کشور وجود داشته است. اما از آنجایی که بازار دچار نوسانات صعودی بوده است قیمت لوازم خانگی قاچاق نیز تحت تاثیر دلان بازار قرار داشته است.

داستان قیمت بالای خودرو، پایین بودن کیفیت آن و مقایسه‌اش با برندهای کیفی و ارزان خارجی در کشورهای همسایه همواره نقل محافل است. برای مثال در کشورمان خودروی ال ۹۰ با سال ساخت ۲۰۱۳، ۸۷۰ میلیون تومان و نیسان آلتیما ۲۰۲۰ در دویی ۱۴ هزار دلار (۸۵۰ میلیون تومان) است.

مسئولان در پاسخ به این سوال که چرا در این سال‌ها خودروی گران، بی‌کیفیت و مونتاژی به مردم تحویل شده است می‌گویند برای جلوگیری از خروج ارز و حمایت از تولید داخل بوده است اما در سال‌های اخیر بسیاری از کارشناسان صنعت خودرو تاکید کرده‌اند در صورتی که خودرو وارد شود اقتصاد کشور سود بیشتری خواهد برد، زیرا در حال حاضر ایران برای این خودروهای پرمصرف مجبور به واردات بنزین است و از طرف دیگر به واسطه آلودگی بالایی که دارند سلامتی جامعه را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهند. درباره لوازم خانگی نیز تا حدودی این مسائل مطرح است. به طوری که لوازم برقی ایرانی برقی زیادی مصرف می‌کنند و از نظر قیمتی و کارایی نیز با نمونه‌های خارجی نمی‌توانند رقابت کنند، بنابراین باید سیاست‌ها در راستای رفع محدودیت و ایجاد شوک به این بازار باشد تا محصولاتی که کیفیت ندارند از چرخه تولید خارج شوند. این موضوع به نفع مصرف‌کننده و حتی اقتصاد کشور است.

شاید خرید خودرو برای هر خانواده ایرانی ضروری نباشد اما لوازم خانگی برقی مانند یخچال، لباسشویی، اجاق گاز و تلویزیون جزو ضروری‌ترین کالاهای مورد نیاز در یک خانواده است که باید هم قیمت مناسبی داشته باشد و هم اینکه از کیفیت مطلوبی برخوردار باشد. آنچه در ۵ سال اخیر برای این صنعت رقم زده‌اند چیزی جز نادیده گرفتن حقوق مصرف‌کننده نبوده است.

قیمت یخچال فریزر سایبدی‌ساید ساخت ایران ۶۵ میلیون تومان (۴ هزار و ۵۰۰ درهم) تا ۹۰ میلیون تومان معادل ۶ هزار درهم است، البته این قیمت‌ها بر حسب نوع برند متغیر است اما همین یخچال سایبدی‌ساید در کشور امارات با در نظر گرفتن نرخ روز درهم ارزان‌تر از برخی برندهای ایرانی است.

پیش از این نایب‌رئیس، اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی با تاکید بر اینکه انحصار و مونتاژکاری با کمترین کیفیت ممکن، صنعت لوازم خانگی را ارتقا نمی‌دهد، گفت: واقعیت این است که ما واردکننده تکنولوژی هستیم و قطعات را با توجه به آن مونتاژ می‌کنیم و جالب‌اینکه می‌خواهیم همان محصولات را صادر کنیم، بنابراین باید ببینیم کالای مونتاژ شده ما در بازار داخلی تا چه میزان مورد استقبال قرار می‌گیرد تا در مرحله بعد انتظار داشته باشیم کشورهای خارجی، کالای ما را به سایر برندها ترجیح دهند.

محمدحسین اسلامیان می‌افزاید: ما امروز لباسشویی‌ای را که تکنولوژی آن وارداتی است، با کیفیت به مراتب پایین‌تر از نمونه اصلی مونتاژ می‌کنیم اما قیمت آن از قیمت جهانی کالای مورد نظر بالاتر است. امروزه قیمت لباسشویی‌ای که بالاترین سطح جهانی را از نظر کیفی دارد و در بسیاری از کشورهای دنیا از استقبال می‌شود، ۲۰۰ دلار است، در حالی که لباسشویی‌های ایرانی با کیفیت به مراتب پایین‌تر، کمتر از ۲۰ میلیون تومان به مردم فروخته نمی‌شود.

او تاکید می‌کند: تهیه زیرساخت‌ها از سوی دولت مساله دوم است و مساله اول این است که چگونه تکنولوژی وارداتی را دوباره صادر می‌کنیم. امروزه تنها به معدود کشورهایی می‌توانیم محصولاتی همچون لباسشویی را صادر کنیم که بعد مسافتی بالایی از کشور اصلی دارند یا مانند لباسشویی دولکو و کولر آبی صرفه اقتصادی برای ایجاد خط تولید آنها وجود ندارد.

نایب‌رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تصریح می‌کند: مشتری در هر صورت نیاز خود را به صورت واردات غیرقانونی با برند اصلی وارداتی تأمین می‌کند اما مسئولان اصرار دارند به جای این لباسشویی ۱۵ میلیون تومانی که کیفیت بسیار بالایی دارد، در داخل کشور شبیه آن را با ۲۵ میلیون تومان به مردم بفروشند و تازه برای صادرات آن هم برنامه‌ریزی کنند. طبیعی است وقتی در یک کشور، برند ایرانی را با کیفیت پایین‌تر و قیمت ۲ برابری در کنار برند گران‌تر و آلمانی قرار می‌دهیم، موفق نمی‌شویم.

می‌توان ادعا کرد یکی از مشکلات صنعت لوازم خانگی ایران این است که مانند صنعت خودرو به سمت مونتاژ برندهای چینی روی آورده است. از طرف دیگر برخی از شرکت‌هایی که به نام برند داخلی کار می‌کنند عمدتاً قطعات خود را از چین وارد می‌کنند. همین موضوع باعث شده بازار لوازم خانگی ایران نیز در حد مونتاژ باقی بماند. این دقیقاً همان مشکلی است که صنعت خودروی ایران با آن دست و پنجه نرم می‌کند، چرا که شرکت‌ها نتوانسته‌اند بعد از چند سال مونتاژ، عمق ساخت داخل را افزایش دهند، بنابراین تا زمانی که این صنایع مونتاژی باقی می‌مانند عملاً ارتقای کیفیت هم معنایی ندارد. قیمت خودرو و لوازم خانگی نیز تحت تاثیر نوسان دلار و اتفاقاتی خواهد بود که در این امر بروز می‌کند. برای نمونه در همین سال‌های اخیر برند خودروی پرلیانس در چین ورشکسته شد و بسیاری از کسانی که در ایران خودروهای تولیدی این شرکت را داشتند با مشکل تأمین قطعات مواجه بودند و حتی مجبور به پرداخت هزینه‌های بالاتر شده‌اند.



## گزارش «وطن امروز» از سیاست‌گذاری‌های نادرست و ضعف عملکرد متولی صنعت لوازم خانگی

# بساط فروشی لوازم خانگی

در حال حاضر ارزش لوازم خانگی قاچاق در ایران به بالای ۱،۵ میلیارد دلار می‌رسد

برای تبلیغاتی نمی‌پردازند، بنابراین قیمت مناسب‌تری دارند. این موضوع باعث شده مردم بیشتر تمایل به خرید کالاهای قاچاق داشته باشند. احسان فدایی با تاکید بر اینکه کالاهای قاچاق نسبت به برندهای ایرانی مزیت بیشتری دارند، تصریح کرد: این کالاهای قاچاق از طریق ارز صادراتی کالاهایی واردات می‌شوند که آن کالا در داخل کشور از پاره‌پاره برخوردار است. به همین دلیل قیمت تمام‌شده پایین‌تری نسبت به شرایط واقعی دارند. به عبارت دیگر جنسی که در داخل تولید و صادرات می‌شود بر مبنای ارز پاره‌پاره‌ای ساخته شده است اما کالایی که به صورت قاچاق با ارز صادراتی وارد بازار ایران می‌شود با نرخ آزاد عرضه می‌شود. این اختلاف قیمت دلار مرکز مبادله و بازار آزاد برای شرکت‌های قاچاق‌کننده سود محسوب می‌شود. در حال حاضر ارزش لوازم خانگی قاچاق در ایران به بالای ۱،۵ میلیارد دلار می‌رسد.

وی با بیان اینکه برندهای غلبه بر رکود بازار وارد رقابت در فروش لوازم خانگی اقسالی شده‌اند، تصریح کرد: اما از آنجا که مردم برای خرید قسطی لوازم خانگی باید از تسهیلات بانکی استفاده کنند چندان تمایلی به خرید پیدا نمی‌کنند، چرا که مردم به بانک‌ها اعتماد ندارند و معتقدند بانک‌ها سود تسهیلات را به صورت تصاعدی محاسبه می‌کنند، بنابراین فروش اقسالی لوازم خانگی منجر به رشد تقاضا در بازار لوازم خانگی نشده است؛ این موضوع رکود بازار را نیز بیشتر کرده است.

فدایی تصریح کرد: یکی از مهم‌ترین اتفاقات تاثیرگذار بر بازار لوازم خانگی، ممنوعیت واردات بوده است، چرا که مردم نمی‌توانند برای آن محصولات خدمات پس از فروش دریافت کنند. همچنین در صورتی که کالا ابراردی داشته باشد نمی‌توانند برای شکایت باید به کجا مراجعه کنند. از طرف دیگر در بازار مه‌آلود کالای فیک زیادی وارد بازار شده است که مصرف‌کنندگان را با زیان روبه‌رو می‌کند. در واقع بسیاری از این کالاهای کیفیت ندارند یا قابل تعمیر نیستند.

این کارشناس اقتصادی تاکید کرد: تولید برندهای بزرگ دنیا را می‌توانید در بازار ایران با قیمت رقابتی بخرید چون به صورت قاچاق وارد می‌شود اما اگر این لوازم خانگی به صورت رقابتی وارد بازار شوند نمی‌توانند با شرکت‌های ایرانی رقابت کنند، زیرا با پرداخت تعرفه، مالیات و... با هزینه بالاتری روبه‌رو می‌شوند. بنابراین مصرف‌کنندگان وقتی با قیمت بالایی برندهای خارجی روبه‌رو می‌شوند ترجیح می‌دهند کالای ایرانی بخرند، بنابراین ممنوعیت واردات تنها به نفع قاچاق‌کننده‌های است و زیان آن برای مصرف‌کننده و حتی تولیدکنندگان است.

وی درباره تبعات انحصار در توزیع لوازم خانگی تصریح کرد: در چند سال اخیر هاب‌های مرکزی در حوزه لوازم خانگی شکل گرفته است که به صورت خرید دین با بانک‌ها مشارکت می‌کنند. همین موضوع منجر شده سایر توزیع‌کنندگان لوازم خانگی تحت تاثیر قرار بگیرند. از سال‌های گذشته خرید لوازم خانگی با روش اقسالی قیمتی متفاوت داشته است به طوری که حدود ۲۰ درصد قیمت فروش اقسالی لوازم خانگی به دلیل تورم فزاینده بالاتر اعلام می‌شود اما در عمل قیمت لوازم خانگی اقسالی بین ۲۰ تا ۴۰ درصد گران‌تر از قیمت نقدی به فروشندگان داده می‌شود. با توجه به اینکه در سال‌های گذشته شرکت‌های لوازم خانگی گران‌تر در بازار ایران بودند، بسیاری از مردم به محصولات این برندها اعتماد دارند. به همین دلیل شاهد این اتفاق در بازار هستیم که به اسم برندهای گران‌

در حالی این روزها شاهد ظهور برندهای جدید لوازم خانگی ایرانی در بازار هستیم که عموماً مردم کالای قاچاق خریداری می‌کنند، زیرا برندهای ایرانی نتوانسته‌اند قیمت رقابتی ایجاد کنند و از نظر کیفی هم از نمونه‌های خارجی عقب هستند. حتی مردم از فروش اقسالی لوازم خانگی نیز رضای نیستند. وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی این بازار باید پاسخگو باشد که چرا سیاست توسعه صنعت لوازم خانگی موفق نبوده است. در واقع به جای کارخانه لوازم خانگی، کارگاه‌هایی ایجاد شده است که در بازار حرفی برای گفتن ندارند. از این رو به نظر می‌رسد کم‌کم با تعطیلی این کارگاه‌ها نیز مواجه خواهیم شد.

به گزارش «وطن امروز»، در سال‌های اخیر با هدف جلوگیری از خروج ارز، مصوبه ممنوعیت واردات لوازم خانگی اجرائی شد. در پی آن بسیاری از سرمایه‌گذاران از فرصت به دست آمده استفاده کردند و وارد بازار لوازم خانگی شدند تا بتوانند بخشی از بازار داخلی را در اختیار بگیرند. هر چند تعداد شرکت‌های تولیدکننده در بازار لوازم خانگی افزایش یافت و مانع بروز انحصار در عرضه لوازم خانگی شد اما ارزش افزوده چندان هم ایجاد نشد و البته این تعداد تولیدکننده به تعدیل یا کنترل قیمت لوازم خانگی نیز منجر نشد. حتی برخی مواقع تولیدکنندگان با عدم عرضه محصولات خود فضا را به سمتی می‌برند که دولت با افزایش قیمت لوازم خانگی موافقت کند. از طرف دیگر فروش اقسالی لوازم خانگی نیز برای خریداران چندان مزیت نبوده، زیرا قیمت‌ها گاهی تا ۴۰ درصد بالاتر از قیمت نقدی بود.

مهم‌ترین سوالی که این روزها بسیاری از کارشناسان و فعالان اقتصادی از متولیان حوزه صنعت می‌پرسند این است که چرا بازار لوازم خانگی در زمان ممنوعیت واردات رشد کیفی چندان نکرده؟ پاسخ این سوال واضح است: سیاست‌گذار در این سال‌ها تنها به دنبال تأمین نیاز داخلی بود و عملاً رقابت‌پذیری تولید جزو اولویت‌های کشور نبود. به همین دلیل در سال‌های اخیر بسیاری از شرکت‌هایی که وارد تولید لوازم خانگی شدند عمدتاً شرکت‌های کوچکی بودند که یک یا چند محصول خاص را تولید می‌کردند. از طرف دیگر در تولید محصولات خود مزیت خاصی ایجاد نکرده‌اند که مصرف‌کننده ایرانی بتواند بر مبنای همین مزیت خرید برند ایرانی را در اولویت قرار دهد.

به عبارت دیگر برند لوازم خانگی باید ۲ مزیت قیمت و کیفیت داشته باشد تا بتواند در بازار سهم مناسبی داشته باشد. بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی معتقدند مواد اولیه لوازم خانگی در ایران هر چند از داخل کشور تأمین می‌شود اما با قیمت بازار جهانی فروخته می‌شود. حتی برخی محصولات خاص پتروشیمی که به صورت انحصاری تولید می‌شود با قیمتی بالاتر از بازار جهانی به تولیدکنندگان لوازم خانگی عرضه می‌شود. در همین باره یک کارشناس صنعت لوازم خانگی در گفت‌وگو با «وطن امروز» گفت: بازار لوازم خانگی در حال حاضر به دلیل کاهش قدرت خرید مردم با رکود عمیقی روبه‌رو شده است. چرا که بسیاری از مردم به خرید کالاهای قاچاق رو آورده‌اند. این موضوع تحت تاثیر تنوع بالای محصولات خارجی، قیمت رقابتی و همچنین برندسازی آنها است. به عبارت دیگر وقتی کالایی به صورت قاچاق وارد می‌شود، به دلیل اینکه تعرفه گمرکی نیست بنابراین ارزان‌تر است. از طرف دیگر این لوازم خانگی قاچاق عمدتاً به دلیل اینکه با نام برندهای معروف وارد بازار می‌شوند، از این رو هزینه‌های نیز

## پیش‌بینی قیمت لوازم خانگی

تاثیرگذار است، چرا که هرچقدر میزان مصرف انرژی لوازم خانگی کمتر باشد نشان‌دهنده رعایت استانداردهای لازم است، به همین دلیل بسیاری از مصرف‌کنندگان برای خرید محصولات لوازم خانگی به این مساله توجه جدی دارند. هیچگاه قیمت لوازم خانگی رو به کاهش نخواهد گذاشت و این قطعی است. با مشخص شدن نرخ تورم هر ساله و با پایان تعطیلات نوروز، بازار لوازم خانگی بشدت ملتهب شده و افزایش شدید قیمت‌ها را تجربه خواهد کرد. این اتفاق هم قطعی است. در این میان تنها نکته‌ای که به صورت کامل قابل پیش‌بینی نیست، نوسانات قیمتی لوازم خانگی تا پایان سال است. معمولاً این بازه زمانی بیشترین نطارت قیمتی باید از سوی مسئولان اعمال شود تا قیمت‌ها غالباً ثابت بماند. در غیر این صورت قیمت‌ها تغییر خواهند داشت، چرا که بسیاری از توزیع‌کننده‌ها به دنبال بهانه برای افزایش قیمت هستند و گاهی افزایش قیمت کرایه تاکسی نیز برای آنها بهانه رشد قیمت خواهد بود.

قبول نداشتند به همین دلیل برای اینکه قیمت لوازم خانگی را گران کنند عمدتاً عرضه خود را کاهش می‌دادند. در مقابل این موضوع بهانه می‌آوردند که به دلیل عدم تخصیص به موقع ارز یا تأمین کم مواد اولیه نتوانسته‌اند به اندازه ظرفیت تولید کنند. به همین دلیل عرضه آنها کاهش یافته است. در حالی که برخی مواقع شواهدی وجود داشت مبنی بر اینکه تولید با تمام ظرفیت انجام می‌شود اما کالاهای در انبار ذخیره می‌کنند تا بعد از گرانی کالا آنها را در بازار عرضه کنند. یکی دیگر از عوامل موثر در افزایش قیمت لوازم خانگی برند است. شهرت یک برند یکی از مهم‌ترین عوامل ارزش‌گذاری بر محصولات آن شرکت است. طبیعتاً نخستین چیزی که بعد از قیمت محصول، توجه مصرف‌کنندگان را جلب می‌کند، برند محصول است. حتی اگر بهترین آپشن‌ها توسط شرکتی شناسان ارائه شود، کمتر کسی ریسک خرید محصولات آن شرکت را می‌پذیرد. همچنین کیفیت و برجستگی ارزشی بر قیمت محصولات لوازم خانگی

می‌توان برای خرید آنها تصمیم‌گیری و بودجه‌بندی کرد. این عوامل به شرح زیر هستند: مواد اولیه روی قیمت تمام‌شده تولید تاثیر می‌گذارد. بیشتر اقلام موجود در بازار لوازم خانگی کشور، تولید داخل هستند اما قطعات به کاررفته در ساخت آنها غالباً وارداتی است. واردات بسیاری از مواد اولیه مورد نیاز برای ساخت لوازم خانگی، تحت تاثیر تحریم‌ها با مشکل مواجه شده است و طبیعتاً در چنین شرایطی اگر تقاضا از طرف مصرف‌کنندگان افزایش یابد، قیمت لوازم خانگی هم افزایش خواهد یافت. از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده قیمت محصولات، اصل عرضه و تقاضاست. اگر عرضه محصولی از طرف تولیدکنندگان محدود باشد و تقاضای آن محصول از طرف مصرف‌کنندگان شدت یابد، حتی اگر هیچ یک از مواد اولیه تولید آن محصول گران نشده باشد، آن محصول گران خواهد شد و این بی‌همان‌ترین اصل اقتصادی است. در سال‌های اخیر بسیاری از شرکت‌های لوازم خانگی به دنبال افزایش چند مرحله‌ای قیمت‌ها بودند و تا حدودی مصوبه سازمان حمایت را

عوامل متعددی در تعیین قیمت لوازم خانگی موثرند و یکی از آنها نرخ ارز است. هرچند قیمت ارز تا حدودی تثبیت شده اما پیش‌بینی نرخ ارز تا پایان سال غیرممکن است. به همین دلیل در صورتی که دولت موفق شود قیمت ارز را تا پایان سال ثابت نگه دارد قیمت لوازم خانگی باید ثابت بماند.

در شرایط کنونی با توجه به افزایش درآمدهای ارزی کشور به نظر می‌رسد تصمیم دولت در راستای تثبیت نرخ است. هرچند بازار دلار تحت تاثیر عوامل روانی و توسط دلان دلار نوسان پیدا می‌کند تا با برهم زدن چرخه عرضه و تقاضا، حباب ایجاد کنند و قیمت‌ها را به نفع خودشان تغییر دهند.

### عوامل غیرارزی موثر بر قیمت لوازم خانگی

تشدید تحریم‌ها و عوامل سیاسی متعددی موجب افزایش تورم اقتصادی در کشور شده و لوازم خانگی هم از این تورم پیروی می‌کند. در این میان فقط با شناخت دیگر عوامل تعیین‌کننده در قیمت محصولات،