



ضربه سنگین کره به اقتصاد ایران

درحالی سونامی واردات لوازم خانگی از کره جنوبی بسیاری از صنایع کشور را دچار اخلاخ کرده است که این کشور در مسیر واردات نفت از ایران سنگ اندازی می کند



وضعیت کنونی کارخانه های فعال تولید لوازم خانگی ایران				
ظرفیت تولید(دستگاه)	نیاز بازار (دستگاه)	ظرفیت مورد استفاده(درصد)	مقیاس تولید کارخانه در سال(دستگاه)	
۳,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۲۳	۷۰۰,۰۰۰	یخچال
۴,۰۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰	۳۱	۵۰۰,۰۰۰	تلویزیون
۲,۰۰۰,۰۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰	۲۵	۳۰۰,۰۰۰	ماشین لباسشویی
۲,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۵۰	۳۰۰,۰۰۰	اجاق گاز

بررسی تاریخچه و تولیدات برخی برندهای تولید لوازم خانگی ایران		
برند	برخی محصولات تولیدی	تاریخچه
آبسال	بخاری- ماشین لباسشویی- کولر	در سال ۱۳۳۵ با نام «شرکت لعاب ایران» در تهران تاسیس شد. تا سال ۱۳۴۳ با تولید محصولاتی نظیر بشقاب ، کاسه و متریال قوری به فعالیت خود ادامه داد. در حال حاضر این شرکت با سرمایه ای بالغ بر ۳۶ هزار میلیون تومان و حدود ۷۴۵ نفر پرسنل، ۶۲ سال فعالیت خود را سپری می کند.
ایران رادیاتور	پکیج - رادیاتور	در سال ۱۳۵۸ در مساحتی حدود ۱۵۰۰ مترمربع در تهران تاسیس شد. در سال ۶۹ به علت کیفیت عالی و قیمت های رقابتی و به یاری کمپین تبلیغاتی عموبادگار به بزرگ ترین تولیدکننده صنایع گرمایشی تبدیل شدو در اواخر سال ۶۹ صادرات تولیدات ایران رادیاتور به ۳۰ کشور جهان آغاز شد. این شرکت بزرگ ترین تولیدکننده رادیاتورهای آلومینیومی – پکیج دیواری و مشعل (خانگی و صنعتی) در خاورمیانه است.
الکترواستیل	یخچال- یخچال فریزر	با سابقه بیش از ۴۵ سال در تولید محصولات مختلف برودتی فعال است. در حال حاضر این شرکت قادر به تولید سالانه ۳۰ هزار دستگاه انواع یخچال، سردخانه، فریزرهای صنعتی و ۵۰۰ هزار دستگاه یخچال فریزر خانگی است.
امرسان	یخچال- یخچال فریزر	در سال ۱۳۶۰ تاسیس شد و تا سال ۱۳۶۶ به تولید فریزرهای خانگی اشتغال داشت. خط تولید اولین یخچال فریزر ۱۶ فوت با طراحی جدید در سال ۱۳۶۶ به مرحله بهره برداری رسید. ویژگی های منحصربه فرد این محصول در طراحی بدنه و سیستم تبرید، آن را به یکی از پرفروش ترین یخچال فریزرهای داخلی تبدیل کرد. امرسان، اولین یخچال فریزر کاملاً هوشمند خود را در سال ۱۳۸۳ با بهره گیری از مدرن ترین تکنولوژی تولید در دنیا عرضه کرد.
برفاب	کولر- بخاری- یخچال- ماشین لباسشویی	شرکت برفاب در سال ۱۳۶۹ تاسیس شد و در سال ۱۳۷۰ تولید و عرضه اولین محصول خود، کولر آبی را آغاز کرد. از سال ۱۳۷۳ به تدریج مدل های مختلف آبگرمکن های نفت سوز، گازسوز و برقی نیز به محصولات برفاب اضافه شدند. برفاب هم اکنون ۱۳۰۰ نیروی انسانی با تخصص های مختلف در اختیار دارد.
پارس خزر	اتوبخار – پنکه – پلوپز - چرخ گوشت - جاروبرقی	در اسفندماه ۱۳۴۷ با مشارکت و همکاری فنی کارخانه توشیبای ژاپن، شرکت پارس توشیبا فعالیت خود را در استان گیلان آغاز کرد. در آبان ماه سال ۱۳۶۱ نام شرکت پارس توشیبا به شرکت صنعتی پارس خزر تغییر یافت. شرکت صنعتی پارس خزر ۴۱ گروه محصول ۲۴۶ مدل با کیفیت مرغوب با دو برند پارس خزر و سایا را تولید و روانه بازارهای داخلی و خارجی می کند.
سپهرالکترونیک	کولر- ماشین لباسشویی- بخاری	شرکت سپهرالکترونیک در سال ۱۳۵۹ با هدف تولید انواع لوازم خانگی، کارخانه ای در شهر صنعتی البرز قزوین احداث شد. این شرکت در حال حاضر انواع محصولات از قبیل کولر آبی ، بخاری گازی ، آبگرمکن های مخزنی گازی و برقی و انواع ماشین لباسشویی تمام اتوماتیک را تولید می کند.
پاکشوما	ماشین لباسشویی- ماشین ظرفشویی	شرکت تولیدی صنعتی پاکشوما فعالیت خود را در سال ۱۳۵۴ با تولید ماشین های لباسشویی نیمه اتوماتیک آغاز کرد. در سال ۱۳۷۶ با تغییر مالکیت و مدیریت در راستای همکاری با شرکت های معتبر اروپایی و آسیایی و استفاده از دانش فنی و تکنولوژی روز در زمینه تولید انبوه انواع ماشین لباسشویی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک آغاز شد .

متعدد وارد ایران کرده و به این ترتیب توانسته اند به جای پرداخت تعرفه ۵۰ درصدی تنها با پرداخت ۱۵ درصد تعرفه کالای خود را وارد ایران کرده و پس از مونتاژ در کشور، روانه بازار کنند. علاوه بر این، شرکت های کره ای معمولاً مناطق آزاد ایران را برای فعالیت و ثبت شرکت ها انتخاب کرده اند و از این رو مشمول معافیت های مالیاتی شده اند. نکته جالب توجه اینکه در طول سال هایی که ال جی و سامسونگ محصولات خود را در بازار ایران عرضه می کنند، نقش تولیدات ایرانی در تکمیل و مونتاژ محصولات کره ای بسیار کم رنگ بوده تا جایی که تولیدکنندگان ایرانی تنها تولیدکننده فوم و کارتن بسته بندی محصولات کره ای بوده اند.

آینده بازار لوازم خانگی

وضعیت حال حاضر بازار لوازم خانگی کشور چند سوال را در ذهن ایجاد می کند؛ نخست آنکه درصورت خروج دو شرکت ال جی و سامسونگ از ایران، خلأ موجود در بازار لوازم خانگی چگونه پر خواهد شد؟ آیا تولیدکنندگان داخلی توان تامین کل نیاز بازار داخل را خواهند داشت؟ آیا دولت برای سرپا ماندن صنعت لوازم خانگی کشور، برنامه ریزی درستی دارد؟ آنچه مسلم است معمولاً دولتمردان در کشورهای توسعه یافته سراسر دنیا، در زمان بحران اقتصادی و افزایش قیمت کالاهای خارجی، با حمایت از صنایع داخلی و تولید محصولات با کیفیت می کوشند صنایع داخلی را جایگزین کالاهای وارداتی کنند. این در حالی است که غفلت دولت و عدم حمایت از صنایع لوازم خانگی موجب شده در شرایط کنونی توان تولیدکنندگان لوازم خانگی کشور تحلیل رفته و این صنعت را در معرض ورشکستگی قرار داده است.

از ابتدای سال جاری و به دنبال خروج ترامپ از برجام و اعمال تحریم های دومرحله ای از ایران و به تبع آن بروز التهاب در بازار ارز، بازار لوازم خانگی کشور نیز دچار بحران و کالاهای موجود در بازار علاوه بر افزایش قیمت با کمبود شدیدی در بازار روبه رو شد. واردکنندگان، تولیدکنندگان و عرضه کنندگان لوازم خانگی هر کدام دالیلی را در توجیه افزایش قیمت لوازم خانگی مطرح کردند.

درواقع پس از آنکه لوازم خانگی در فهرست کالاهای ممنوعه وارداتی قرار گرفت، بار اصلی تامین لوازم خانگی بازار برعهده تولیدکنندگان داخلی افتاد، اما تولیدکنندگان نیز به واسطه افزایش قیمت مواد اولیه و قطعات وارداتی، در تولید لوازم خانگی مورد نیاز بازار با مشکل مواجه شدند.

خیانت کره ای ها به بازار لوازم خانگی ایران

حمیدرضا غزنوی، سخنگوی انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی در گفت وگو با «فرهیختگان» می گوید: «متأسفانه دو شرکت کره ای ال جی و سامسونگ، بزرگ ترین خیانت را به بازار لوازم خانگی کشور کرده اند. چهارماه پیش از اعمال تحریم های آمریکا، کره جنوبی ایران را تحریم و پس از آن خرید نفت ایران را متوقف کرد. بازار ایران برای کره جنوبی بزرگ ترین بازار پس از آمریکا قلمداد می شود و حتی در میان تولیدکنندگان و شرکت های کره ای، ایران با عنوان «سرزمین فرصت ها، شناخته می شود. بنابراین در شرایط کنونی که اقتصاد ایران با بحران دست وپنجه نرم می کند، فراهم کردن فرصت برای حضور شرکت های کره ای در ایران، تولید داخلی را متلاشی می کند».

وی معتقد است در حال حاضر تولیدکنندگان لوازم خانگی در ایران به جدیدترین و پیشرفته ترین تکنولوژی ها و فناوری های روز دنیا مجهز هستند، به گونه ای که توانایی رقابت با بهترین برندهای لوازم خانگی دنیا را دارند، اما چند مشکل اصلی در مسیر فعالیت صنعتگران ایرانی قرار دارد؛ نخست اینکه متأسفانه کارخانه های تولیدی لوازم خانگی ایران براساس مقیاس تولید فعالیت نمی کنند. برای مثال مقیاس تولید یک کارخانه یخچال سازی در ایران ۷۰۰ هزار دستگاه در سال است. به عبارت دیگر، یک کارخانه باید سالانه ۷۰۰ هزار دستگاه یخچال تولید و به بازار عرضه کند اما براساس آمار موجود در ۶ ماه نخست سال جاری، کل یخچال تولیدشده در کارخانه های فعال یخچال سازی کشور ۴۵۰ هزار دستگاه بوده است. بدیهی است تا زمانی که مقیاس تولید کارخانه های کشور واقعی نباشد و تولیدکنندگان به تولید انبوه دست پیدا نکنند، این صنعت روزبه روز ضعیف تر می شود. به گفته غزنوی، در حال حاضر صنعت تولید لوازم خانگی به طور میانگین با ۲۶ درصد از ظرفیت خود نسبت به ظرفیت اسمی فعالیت می کند و دلیل عمده این امر نبود سرمایه در گردش است. براساس محاسبات انجام شده، سرمایه در گردش یک تولیدکننده در سال جاری نسبت به سال گذشته، رقمی معادل ۲۴۰۰ درصد افزایش یافته است. در نتیجه اگر یک تولیدکننده سال گذشته با یک میلیارد تومان قادر به اداره کارخانه تولیدی بود، امسال برای ادامه حیات خود نیاز به ۲۴ میلیارد تومان دارد.

وی مشکل مهم دیگر صنایع لوازم خانگی را موضوع تقاضا عنوان می کند و می گوید: «متأسفانه دولت هیچ اقدامی برای تحریک تقاضا انجام نداده است. در همه کشورهای دنیا در شرایط بحران اقتصادی، دولت ها منابع و تسهیلاتی را برای خرید ارزان قیمت تولیدات داخلی به مردم اختصاص می دهند به گونه ای که پول به صورت مستقیم به تولیدکننده رسیده و در چرخه تولید هزینه می شود. این اقدام و تحریک تقاضای موثر مولد ناامید می شود که متأسفانه سیاستگذاری دولت در این زمینه بسیار ضعیف و نا کارآمد است.»



زهرافریدزادگان

روزنامه نگار

صنعت تولید لوازم خانگی ایران یکی از صنایع بزرگ کشور است که با گردش مالی ۳/۶ میلیارد دلاری محصولات متنوعی را تولید و روانه بازار می کند. براساس آمار موجود در سامانه انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی ایران، در حال حاضر حدود ۷۰ برند تولیدکننده لوازم خانگی در قالب ۴۰۰ واحد تولیدی کوچک و بزرگ در کشور انواع لوازم خانگی شامل یخچال، فریزر، اجاق گاز، ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی، بخاری و چرخ خیاطی را تولید می کنند. به گفته دبیرکل انجمن لوازم خانگی، تولیدات داخلی ۷۰ درصد نیاز کشور را تامین می کند و به لحاظ کیفیت با سایر محصولات چین، کره، برزیل، ترکیه و آمریکا قابل رقابت است؛ مضاف بر اینکه لوازم خانگی ساخت ایران سالانه ۳۰۰ میلیون دلار ارزآوری برای کشور به همراه دارد.

گفته های دبیرکل انجمن لوازم خانگی درمورد صنعت تولید لوازم خانگی در ایران در حالی مطرح می شود که براساس آمار و ارقام موجود، بازار ایران طی سال های اخیر با افزایش بی حساب و کتاب محصولات دو برند معروف کره ای، یعنی «سامسونگ» و «ال جی» مواجه شده و این دو برند توانسته اند سهم ۶۵ درصدی از بازار ایران را به خود اختصاص دهند. برنامه ریزی دقیق این شرکت ها در کنار سهل انگاری و بی توجهی دولت به صنعت لوازم خانگی کشور موجب شد صنعتگران کره ای بازار ایران را به دست گرفته و با ارائه محصولات متنوع و قابل رقابت با تولیدات ایرانی، سلیقه ایرانیان را به سمت خرید کالاهای کره ای سوق دهند. متأسفانه روند استقبال از برندهای کره ای نیز شرایط مساعدی برای صنعتگران کره ای فراهم کرد و موجب شد تولیدات ایرانی مخاطبان خود را از دست داده و اندک زمانی خط تولید برندهای معتبری مانند «ارج»، «آزمایش»، «پارس» و «فیلور» با سابقه ای بیش از ۵۰ سال تولید لوازم خانگی، متوقف و درنهایت تعطیل شود.

با افزایش استقبال ایرانیان از دو برند لوازم خانگی کره ای، شرکت های «گلدیران» و «سام سرویس» اقدام به سرمایه گذاری و احداث خط تولید محصولات ال جی و سامسونگ کرده و به عنوان طرف های همکار این دو شرکت کره ای مشغول به تولید و مونتاژ محصولات ال جی و سامسونگ تحت لیسانس و استانداردهای آن شدند.

ایران تامین کننده ۱۳ درصد نفت کره جنوبی

پیشینه حضور برندهای کره ای در ایران به اوایل دهه ۷۰ شمسی بازمی گردد، زمانی که دو برند سامسونگ و ال جی با برنامه های بلندمدت وارد بازار ایران شدند و آهسته و پیوسته توانستند محصولات خود را جایگزین برندهای معتبر ژاپنی ازجمله سونی و پاناسونیک کنند. البته روابط دیپلماتیک بین ایران و کره جنوبی در سال ۱۹۶۲ میلادی برقرار شد و در سال ۲۰۱۱ ارزش مبادلات تجاری دو کشور به ۱۷ میلیارد دلار رسید. در دوران تحریم، سطح مبادلات تجاری دو کشور به شدت کاهش یافت و به حدود ۶ میلیارد دلار رسید. این روند ادامه داشت تا اینکه پس از امضای قرارداد برجام، کره جنوبی برای ارتقای روابط تجاری خیز برداشت و رئیس جمهور وقت این کشور با یک هیات بلندپایه اقتصادی به ایران آمد. در سال ۹۶ با ۸۴۲ میلیون دلار تراز مثبت، کره جنوبی چهارمین شریک تجاری در بخش صادرات و پنجمین در بخش واردات بود. روند مبادلات تجاری این دو کشور اما با روی کار آمدن ترامپ و اعلام خروج او از توافق هسته ای با ایران، شکل و شمایل جدیدی به خود گرفت. کره جنوبی همواره یکی از خریداران نفت فوق سبک ایران بوده است. این کشور که به عنوان پنجمین خریدار بزرگ نفت جهان شناخته می شود عمدتاً نفت فوق سبک ایران را که دارای کیفیت بسیار بالایی است و برای تولید محصولات شیمیایی به کار می رود، خریداری می کند. براساس آمار گمرک کره جنوبی، این کشور حدود ۱۳ درصد از نفت مورد نیاز خود را از ایران وارد می کند.

کره جنوبی اولین تحریم کننده ایران

ارتباط تجاری آمریکا با کره جنوبی بر کسی پوشیده نیست. براساس آمار، کره جنوبی در سال ۲۰۱۷ بیش از ۵۰ میلیارد دلار کالا از آمریکا وارد و نزدیک به ۶۹ میلیارد دلار کالا به آمریکا صادر کرده است. این ارقام و مقایسه آن با حجم تجارت میان ایران و کره جنوبی نشان می دهد اگرچه ایران بازار مناسبی برای عرضه تولیدات صنعتگران کره ای محسوب می شود، اما ضرر قطع روابط با آمریکا برای کره جنوبی بیش از منافع ادامه ارتباط تجاری با ایران است. همین امر سبب شد کره جنوبی پس از اعمال تحریم های آمریکا علیه ایران، در نخستین اقدام خود از یک سو خرید نفت از ایران را متوقف کند و از سوی دیگر در فکر خروج دو شرکت «ال جی» و «سامسونگ» از ایران باشد.

ترفندهای کره جنوبی در بازار ایران

نگاهی به بازار لوازم خانگی دو برند کره ای سامسونگ و ال جی در ایران طی سال های گذشته نشان می دهد این شرکت ها معمولاً برای فرار از پرداخت مالیات، قطعات محصولات خود را در زمان های مختلف و از طریق گمرک های