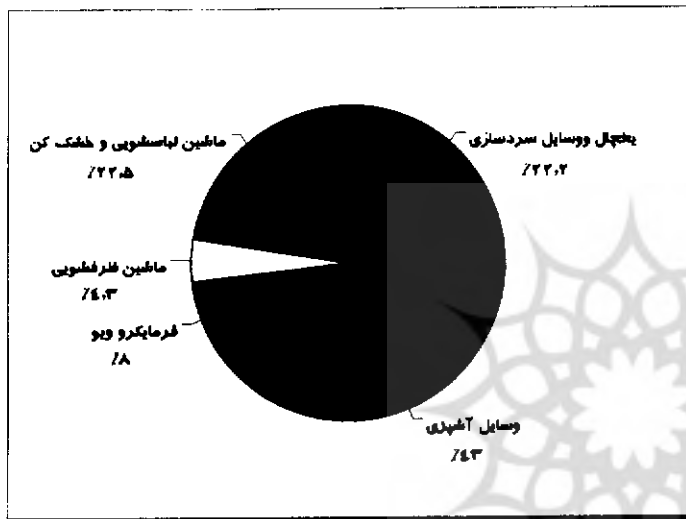


صنایع سازنده لوازم خانگی ایران؛

دیروز، امروز و فردا

۱- تقاضای جهانی برای انواع لوازم خانگی عمده در ۱۹۹۵

دستگاه ۲۷۷۸۲۰۰۰۰



منبع: Euromonitor

داشت.

طبق همین پیش بینی، چین از نظر تعداد تولید از دیگر کشورهای اشاره شده برتری خواهد داشت و تولید لوازم خانگی در این کشور با چهل درصد رشد به ۱۳۷/۷ میلیون دستگاه خواهد رسید.

با توجه به پیش بینی تقاضا، رقابت شدیدی

بازار فروش لوازم خانگی یک سالی است که با رکودی کم سابقه دست و پنجه نرم می‌کند. این رکود به نوبه خود بر تولید و گردش امور واحدهای صنعتی تولیدکننده این لوازم اثر منفی گذاشته است و در چنین شرایطی، آنها ناگزیرند به مقابله با پیامدهای ناشی از تغییر قیمت و مقررات واگذاری ارز که شامل همه صنایع می‌شود، و چند و چون آنها را در همین شماره، و طی تحلیلی برشمرده‌ایم برونند.

کاهش قدرت خرید مردم از یک سو، و الزام مدیران این صنایع در به دست آوردن ارز لازم برای تامین نیازمندهای خود از بابت واردکردن مواد اولیه و قطعات یدکی، ایجاب می‌کند، اقدامات عاجلی برای صدور انواع لوازم خانگی تولید داخلی انجام شود. اما آیا صنایع سازنده این لوازم توان بازاریابی و رقابت با محصولات مشابه خارجی را دارند؟

برای پاسخ دادن به این پرسش لازم است نخست نگاهی به وضعیت بازار جهانی لوازم خانگی، میزان تقاضا و توان سازندگان عمده این لوازم بیندازیم:

برابر آماري که از سوی یک موسسه مطالعاتی بازار لندن موسوم به مانیتور اروپایی (Euromonitor) انتشار یافته مقادیر فروش لوازم عمده خانگی طی پنج سال نخست دهه ۱۹۹۰ در سطح جهان حدود ۲۸ درصد رشد داشت و به رقم ۲۴۷ میلیون و ۷۸۲ هزار دستگاه رسید.

این موسسه پیش‌بینی کرده است تا سال ۲۰۰۰ فروش لوازم عمده خانگی در جهان از ۴۳ درصد رشد نسبت به سال ۱۹۹۰ برخوردار خواهد بود و کشورهای چین - هند - اندونزی - تایلند و مالزی بیشترین رشد را در سال ۲۰۰۰ خواهند

درصد است در سال ۲۰۰۰ بین بیست تا سی درصد رشد خواهد کرد. (نمودار شماره ۱ بازار لوازم خانگی در جهان را در سال ۱۹۹۵ نشان می‌دهد.)

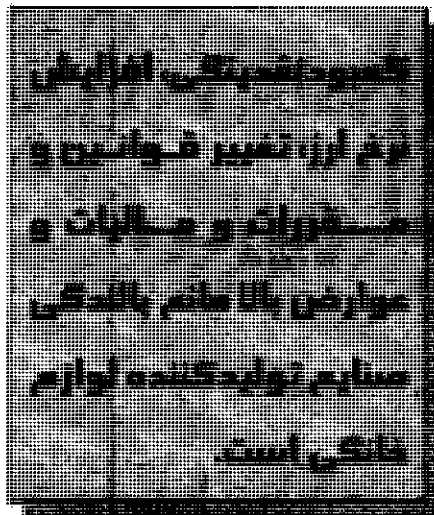
به طوریکه اشاره شد در سال ۱۹۹۵ چین حدود چهل درصد تقاضای جهانی لوازم خانگی را به خود اختصاص داده بود و در میان کشورهای هند - کره جنوبی - اسپانیا - ایتالیا - برزیل - انگلستان - فرانسه - آلمان - ژاپن و آمریکا بالاترین بازار را داشته است.

نمودار شماره ۲ بازار لوازم خانگی را در این کشورها نشان می‌دهد. بررسیهای موسسه مطالعاتی مانیتور اروپایی نشان می‌دهد که شرکت‌های بوش و زیمنس به لحاظ میزان تولید و فروش لوازم خانگی مقام اول را در آلمان و مقام

بین شرکت‌های بزرگ کره‌ای - ژاپنی - اروپایی و آمریکایی برای کسب بخش بیشتری از این بازار جهانی جریان دارد و هر یک از این شرکتها علاوه بر تجهیز منابع مالی خود، برای دستیابی به فن‌آوریهای تازه نیز تلاش گسترده‌ای را آغاز کرده‌اند.

شرکت‌های ماتسوشیتا و سامسونگ به سرمایه‌گذاری در کشورهای اروپایی و آمریکایی تمایل دارند و شرکت‌های اروپایی و آمریکایی به سرمایه‌گذاری در قاره آسیا روی آورده‌اند.

شورای سازندگان وسایل برقی بزرگ و کوچک آلمان (ZVEI) اعلام کرده است کشورهای آمریکای جنوبی در سالهای آتی رشد عجیب‌انگیزی را تجربه می‌کنند و سهم این کشورها از بازار جهانی که در حال حاضر حدود ۷/۵



فیلیپین لوازم خانگی تولید می‌کند و تاکنون دو کارخانه در چین احداث کرده است. استفاده از مدیر و پرسنل بومی برای کارخانجات خارج از کره بخشی از سیاست جهانی شدن این شرکت است و مدیران آن در نظر دارند بتدریج مواد اولیه کاربردی را از کشورهای محلی احداث کارخانه تامین کنند.

سامسونگ

شرکت سامسونگ در سراسر دنیا حدود ۷۰ هزار نفر پرسنل دارد و فروش سالیانه آن ۲۱ میلیارد دلار برآورد شده است. این شرکت از سال ۱۹۷۸ وارد بازار آمریکا شده و حدود چهل میلیون دلار روی پروژه‌های حفاظت محیط‌زیست و تغییر نوع کمپرسورهای یخچال سرمایه‌گذاری کرده است.

سامسونگ در اوایل سال جاری مسیحی کارخانه‌ای را در مکزیک راه‌اندازی کرد و تصمیم دارد تا سال ۲۰۰۰ - هفتاد درصد تولید خود را به خارج از کره جنوبی انتقال دهد.

سانبو

معنای سانبو یعنی سه اقیانوس و این نام تاکیدی بر اهداف جهانی این شرکت دارد. درحال

این شرکت کارخانه‌ای را در مکزیک احداث کرده که تولید آزمایشی آن نیز شروع شده است. یکی از ویژگی‌های این کارخانه تولید نوعی فرمایکروویو است که می‌توان با آن پیتزای برشته طبخ کرد. گفته می‌شود مدیر این شرکت برای نوآوری - مهندسان کارخانه را به دیدن تانک دعوت کرده تا از استحکام و دوام و سادگی کار تانک ایده بگیرند.

گلد استار

شرکت گلد استار یکی از سه شرکت بزرگ تولید کننده لوازم خانگی در کره جنوبی است و با شرکت سامسونگ برای کسب سهم بیشتری از بازار جهانی رقابت می‌کند. این شرکت اولین شرکت تولید کننده ماشین لباسشویی و یخچال و کولر گازی در کره است. شرکت مذکور در کشورهای ایتالیا - تایلند و

دوم را پس از الکترولوکس سوئد در اروپا دارند. این شرکتها که اخیراً به گسترش تولید در کشورهای اروپای شرقی - خاورمیانه - آمریکای جنوبی و چین متمایل شده‌اند سالیانه ۹/۲ میلیون دستگاه لوازم خانگی تولید می‌کنند. جالب اینکه آلمانی‌ها اخیراً یک کارخانه بزرگ ساخت لباسشویی و خشک کن با سرمایه‌ای معادل ۲۵۰ میلیون مارک ایجاد کرده‌اند که نیروی انسانی شاغل در آن کارخانجات فقط ۸۰۰ نفر است.

در زیر توان تولید تعدادی از مهم‌ترین سازندگان لوازم خانگی را مرور می‌کنیم:

الکترولوکس

الکترولوکس سوئدی که مقام اول را در بازار اروپا دارد و فروش آن در حال حاضر حدود ۱۰/۵ میلیارد دلار است در نظر دارد در سال ۲۰۰۰ میزان فروش خود را به حدود ۲۱ میلیارد دلار افزایش دهد و به همین جهت می‌کوشد در کشورهای آمریکای لاتین - آسیا و اروپای شرقی بازارهای تازه‌ای را فتح کند.

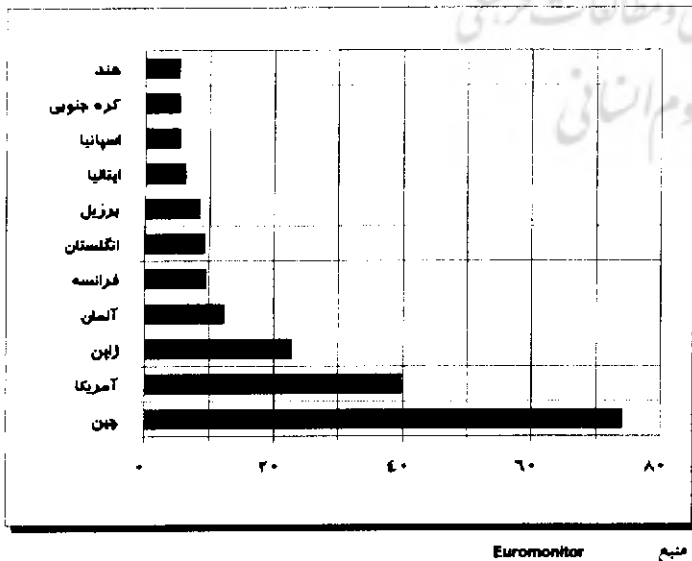
آرچلیک ترکیه

این شرکت یکی از بزرگترین شرکتهای تولید کننده لوازم خانگی در کشور همسایه ما یعنی ترکیه است و علاوه بر بازار ترکیه هم اکنون سی درصد بازار تونس را در اختیار دارد و می‌کوشد تا در بازار آفریقا حضور بیشتری داشته باشد. این شرکت در سال ۱۹۹۵ یک میلیون و پانصد هزار دستگاه ماشین لباسشویی - یخچال و ظرفشویی تولید و عرضه کرده است.

دوو الکترونیک: راندن تانک

شرکت دوو الکترونیک در سال ۷۴ به عنوان یک شرکت صنایع الکترونیکی در سنول پایه‌گذاری شد و تا پایان سال ۱۹۸۵ فعالیتی در تولید لوازم خانگی نداشت ولی طی کمتر از یک دهه این شرکت در ردیف شرکتهای تولید کننده عمده لوازم خانگی جهان درآمد و اکنون انتظار دارد از سال ۲۰۰۰ میزان تولید لوازم خانگی را در داخل و خارج از کره جنوبی به ۶ میلیون دستگاه در سال برساند.

۲ - بازارهای اصلی لوازم خانگی عمده براساس میلیون دستگاه در سال ۱۹۹۵



حاضر حدود بیست درصد تولیدات این شرکت را لوازم خانگی تشکیل می‌دهد و از جمله شرکتهای ژاپنی است که علاوه بر ژاپن در کشورهای کانادا - چین - سنگاپور - مالزی - فیلیپین - اندونزی - تایلند - ویتنام - تایوان - مکزیک - برزیل و انگلستان لوازم خانگی تولید می‌کنند. محققین این شرکت در بخش R&D درحال تحقیق پیرامون تکنولوژی سرمایه‌ی هستند.

ماتسوشیتا

این شرکت تولیداتی به نام پاناسونیک - ناسیونال - تکنیکس و کدازار دارد و ۱۳ درصد فروش آن را لوازم خانگی تشکیل می‌دهد. شرکت ماتسوشیتا همانند شرکتهای دیگر ژاپنی در اغلب کشورهای آمریکایی - اروپایی و آسیایی امکانات تولید دارد و در زمینه دستیابی به دانش فنی جدید بسیار فعال است. ماتسوشیتا بنیان گذار این شرکت در کتابی که

از سوی انجمن مدیران صنایع انتشار یافت می‌نویسد: برای ساخت جاروبرقی به کارکنان شرکت گفتیم: احساس می‌کنم جاروبرقی تولیدی این شرکت مانند دخترانم هستند که به خانه شوهر می‌روند پس در ساخت آنها باید چنان دقت کنید که مشکلی با صاحبان آن به وجود نیاید!

شارپ

شرکت شارپ تولید خود را از ساخت مداد آغاز کرد و امروزه محدوده وسیعی از لوازم خانگی بزرگ و کوچک و لوازم الکترونیک خانگی و اداری و قطعات الکترونیکی تولید می‌کند.

ویرپول

ویرپول در مدتی کمتر از یک دهه از یک شرکت آمریکایی به یک تولیدکننده جهانی تبدیل شده است. این شرکت که تولیدات خود را در ۱۴۰ کشور جهان می‌فروشد در بازار امریکای لاتین

مقام نخست و در اروپا رتبه سوم را دارا است. شرکت مذکور از سال ۱۹۹۵ وارد بازار ژاپن شده و به عنوان یک تولید کننده جهانی در چهار منطقه جغرافیایی سازماندهی شده است.

مدیریت ارشد این مناطق با مرکز ویرپول در ایالت میشیگان ارتباط دارند. یکی از محصولات شرکت ویرپول نوعی لباسشویی است که لباسشویی جهانی نام‌گذاری شده است.

بررسی وضع تولیدکنندگان ایرانی

در ایران به استثنای رادیو و تلویزیون سایر لوازم خانگی و از جمله یخچال فریزر - ماشین لباسشویی - کولر و جاروبرقی جزو صنایع فلزی طبقه‌بندی شده است. از سال ۱۳۷۱ از سوی چند شرکت عمده تولید کننده شرکتی بنام «شرکت تحقیقاتی صنایع لوازم خانگی» با هدف انجام یک سلسله تحقیقات کاربردی، طراحی، مهندسی و ارتقاء دانش علمی و فنی و تجربی در این صنعت



بوس آموزشی مدیریت در ژاپن

THE QUALITY MANAGEMENT PROGRAM (SFQM)



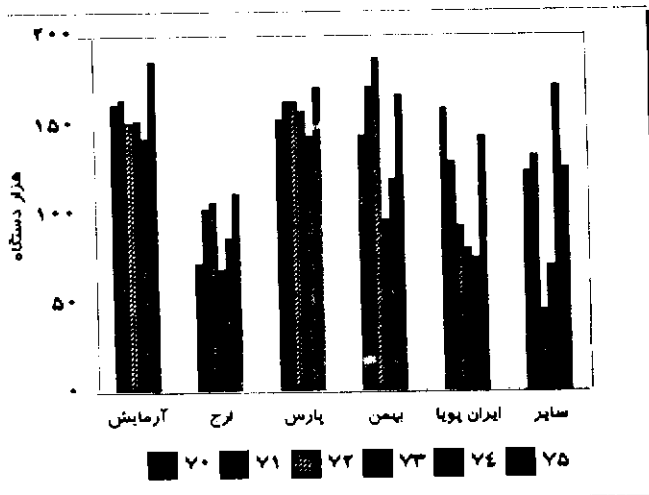
انجمن ایرانیان فارغ التحصیل ژاپن، با همکاری موسسه AOTS، دو نفر از متخصصین و مدیران واحدهای تولیدی را جهت گذراندن دوره مدیریت کیفی THE QUALITY MANAGEMENT PROGRAM (SFQM) به ژاپن اعزام می‌نماید. مدت دوره سه هفته بوده و از ۳۰ نوامبر ۱۹۹۸ (۹ آذر ۱۳۷۷) شروع خواهد گردید. دوره فوق به زبان انگلیسی بوده و در شهر اوساکا برگزار می‌شود. هزینه‌های آموزشی و اقامت مربوط به این دوره را موسسه AOTS تقبل خواهد نمود. هزینه بلیط و بخشی از هزینه‌های دفتری این انجمن، به عهده متقاضی می‌باشد. آن گروه از متخصصین و مدیرانی که علاقمند به شرکت در این دوره بوده و تسلط کامل به زبان انگلیسی داشته باشند، تقاضای کتبی خود را که شامل مشخصات پرسنلی و سوابق تحصیلی و تجربی باشد به آدرس انجمن به شرح زیر:

«انجمن ایرانیان فارغ التحصیل ژاپن»، تهران، صندوق پستی ۱۵۸۷۵/۵۷۵۴

به ترتیبی ارسال نمایند که حداکثر تا تاریخ ۱۰ مرداد ماه ۱۳۷۷ به این انجمن واصل گردد. فقط به تقاضاهای مبسوط و کامل ترتیب اثر داده خواهد شد. انتخاب اولیه متقاضیان توسط این انجمن و انتخاب نهایی بوسیله موسسه AOTS انجام خواهد پذیرفت. توجه: در تقاضای خود، لطفاً نام دوره (SFQM) را قید فرمایید.

انجمن ایرانیان فارغ التحصیل ژاپن

۳- تغییرات تولید شرکتهای عمده یخچالساز به تفکیک سال



۱۳۷۶ حدود ۶ هزار دستگاه بود و دو شرکت آبسال و ارج در تولید - فروش و صادرات این محصول با یکدیگر رقابت می‌کنند.

ماشین لباسشویی

در زمینه ماشین لباسشویی ۱۹ شرکت تولیدی و صنعتی یا در حال تولید هستند و یا ساخت ماشین لباسشویی از سال جاری در برنامه تولیدات آنها قرار می‌گیرد. طبق آمار تهیه شده مجموع تعداد ماشین لباسشویی تولید شده از سوی شرکتهای مذکور در سال ۷۶ معادل ۲۱۱ هزار دستگاه بوده و پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۳۸۰ تولیدات داخلی به یک میلیون و سیصد هزار ماشین لباسشویی برسد.

میزان تقاضا برای لباسشویی در حال حاضر حدود ۲۵۰ هزار دستگاه و در سالهای آتی ۵۰۰ هزار دستگاه برآورد شده است و به همین جهت شرکتهای داخلی باید مازاد تولید را در سال ۱۳۸۰ صادر کنند.

جاروبرقی

جاروبرقی از اقلام عمده صنایع خانگی است و ۳۱ شرکت در این زمینه فعالیت دارند. کل تولید این شرکتها در سال گذشته ۳۸۴ هزار جاروبرقی بوده درحالیکه رقم تقاضا ۵۵۰ هزار دستگاه برآورد شده و به همین علت مازاد تقاضا نسبت به عرضه از طریق واردات توسط مسافرین خارج از کشور، به ویژه از مناطق آزاد تجاری تأمین شده است.

قرار است تولید داخلی جاروبرقی طی سالهای ۸۰-۱۳۷۷ به یک میلیون و پانصد و هفتاد هزار دستگاه برسد که در صورت تحقق این رقم مازاد بر مصرف داخلی باید صادر شود.

کولر گازی

تولید کولر گازی در ایران به تازگی آغاز شده و برای تولید آن فقط ۵ شرکت فعالیت دارند و کل تولید آنها در سال گذشته ۱۹ هزار دستگاه اعلام شده است.

با توجه به بالا بودن هزینه تمام شده و مصرف برق کولرگازی آمار برآورد تقاضا برای آن متفاوت است، به همین جهت برخی رقم تقاضا را

و مجموع تولید ۲۵ شرکت کوچک‌تر تولید کننده یخچال را طی سالهای ۷۰ تا آغاز سال ۱۳۷۶ نشان می‌دهد.

طبق برنامه تنظیمی میزان تولید سی شرکت سازنده یخچال در سال ۱۳۷۶ باید به حدود یک

میلیون و سیصد و بیست و سه هزار دستگاه یخچال بالغ می‌شد ولی کارشناسان رقم تولید شده را کمتر از یک میلیون انواع یخچال برآورد کرده‌اند.

میزان تقاضا برای یخچال و فریزر در کشور سالانه بیشتر از یک میلیون و پانصد هزار دستگاه است و به همین جهت راهبردهایی برای رشد و توسعه صنعت یخچال سازی کشور ارائه شده که عناوین آنها بشرح زیر است:

- ۱- افزایش کمیّت تولید
- ۲- ارتقاء کیفیت
- ۳- بهینه‌سازی تشکیلات موجود به منظور تطبیق با شرایط جدید
- ۴- انجام برنامه‌ریزی لازم در جهت تداوم

فعالیتها

کولر آبی

کولر آبی با توجه به شرایط اقلیمی کشور یکی دیگر از لوازم خانگی عمده محسوب می‌شود و شرکتهای آبسال - آرمایش - ارج - جنرال - سپهر الکتریک - برقاب - سنگر کار - دیلمان و ایران پویا در تولید آن فعال هستند. در میان شرکتهای فوق شرکتهای آبسال و ارج صادرات نیز دارند و چون صادرات کولر آبی به دلیل حجیم بودن و هزینه بالای حمل‌ونقل و نیاز به کانال‌کشی مقدور نیست صادرات کولر آبی محدود به نوع پرتابل آن است. میزان صادرات کولر آبی از نوع پرتابل در سال

تاسیس شد. بررسیهایی پیرامون وضعیت کمی‌تولید و برنامه‌ریزیهای آتی انجام داده و پروژه‌هایی نیز برای ارتقای دانش فنی و نوآوری در کارخانجات سازنده لوازم خانگی به این صنایع ارائه کرده است.

از سوی این شرکت بررسیهایی درخصوص چند قلم از تولیدات عمده وسایل خانگی انجام شده که به برخی از آنها اشاره می‌شود.

یخچال و فریزر

در صنعت یخچال و فریزر سی واحد صنعتی کوچک و بزرگ فعالیت دارند که برخی از آنها مانند کارخانجات ارج در حومه تهران و بعضی دیگر در شهرستانها استقرار یافته‌اند.

شرکتهای بزرگ تولیدکننده در این رشته شرکتهای پارس - بهمن - ارج - آرمایش و ایران پویا هستند و شرکتهای دیگر نظیر جنرال - پارس ماشین - فریزر ایران - دیلمان - لرستان - مولد قندیل - گدوک - امرسان و پارس مناک با تولید کمتری فعالیت دارند. مجموع تولید این کارخانجات تا سال ۱۳۸۰ به ۲ میلیون و ۱۴۵ هزار دستگاه خواهد رسید که می‌باید بخشی از این تولیدات صادر شود.

کل تولید یخچال در سال ۱۳۷۰ رقمی حدود ۸۶۰ هزار دستگاه بوده که این رقم در سال ۱۳۷۵ به ۹۰۰ هزار دستگاه یخچال رسید.

نمودار شماره ۳ میزان تولید پنج شرکت بزرگ

در سال ۱۳۸۰ بالاتر از ۱۶۰ هزار دستگاه و بعضی نیز حدود یکصد و ده هزار دستگاه پیش‌بینی می‌کنند. میزان تولید کارخانجات داخلی در سال ۱۳۸۰ معادل ۱۴۸ هزار دستگاه پیش‌بینی شده است.

تلویزیون

ساخت تلویزیون در داخل کشور ارزشی زیادی دارد و گفته می‌شود میزان ارزشی تلویزیون حدود ۷۰ درصد قیمت تمام شده آن است. تعداد کارخانجات سازنده تلویزیون که بیشتر در ساخت نوع رنگی آن فعالیت دارند ده واحد است. طبق آمار غیر رسمی تولید تلویزیون در سال ۱۳۷۶ معادل ۷۲۸ هزار و ۷۷۲ دستگاه بوده است.

عمده‌ترین تولیدکننده تلویزیون در کشور شرکتهای پارس الکتریک، صنم، ناسیونال و جهان نما هستند و علیرغم افزایش تولید هنوز بخش قابل ملاحظه‌ای از نیازهای داخلی از طریق واردات، به ویژه از سوی مسافران و یا از مناطق

آزاد تامین می‌شود.

افزایش تولید تلویزیون در داخل کشور به لحاظ ارزشی آن و تغییر سریع تکنولوژی درجهان به آسانی میسر نیست و سازندگان تلویزیون با دشواریهایی در این زمینه مواجه‌اند.

سایر ...

صنایع سازنده لوازم خانگی در ایران علاوه بر اقلام فوق اقدام به تولید برخی دیگر از کالاها، و از جمله انواع اجاق گاز، بخاری و آب‌گرمکن‌های نفتی و گازی می‌کنند که پرداختن به آنها نه در حوصله این گزارش است و نه در این فصل اهمیتی چون اقلام شرح داده شده دارد، لذا بررسی این قبیل تولیدات را به زمانی دیگر موکول می‌کنیم.

مشکلات مضاعف

بنابر اطلاعاتی که در قسمت‌های پیشین ارائه شد، بازار محدود داخلی و رقابت با تولیدات شرکتهای بزرگ و پیشرفته که برخی از آنها بیشتر

از یکصد سال سابقه فعالیت دارند و از امکانات مالی فراوانی برخوردارند از مشکلات خاص صنایع تولید وسایل خانگی محسوب می‌گردد. این دسته صنایع در کنار مسایل و مشکلات خاص خود با مشکلات عمومی و پایه‌ای دیگری همانند دیگر صنایع روبرو هستند که عبارت است از:

۱- قانون و مقررات مالیات‌ها

۲- پرداخت عوارض به عناوین مختلف

۳- کمبود نقدینگی و روش انضباطی سیستم بانکیها

۴- عدم ثبات در سیاست‌های ارزی

۵- وجود سازمانهای متعدد نظارتی بر تولید - عرضه و فروش

۶- قوانین و مقررات بازدارنده.

مالیات

۱-۱- طبق ماده ۱۳۱ قانون مالیات‌های مستقیم از درآمد شرکتهای تولیدی و صنفی مانند دیگر فعالیتهای بازرگانی و خدماتی از ۱۲ تا ۵۴ درصد مالیات اخذ می‌شود و علاوه براین از نقل

ZENER Eng. Co.

878 Enghelab Ave., Philips Bldg., 4th Floor,
Tehran 11318 - URIN Tel/Fax: 6494746, 6499641, 676275

زینر

یو.پی.اس.زی - نر، مولد برق مطمئن برای کامپیوتر شما

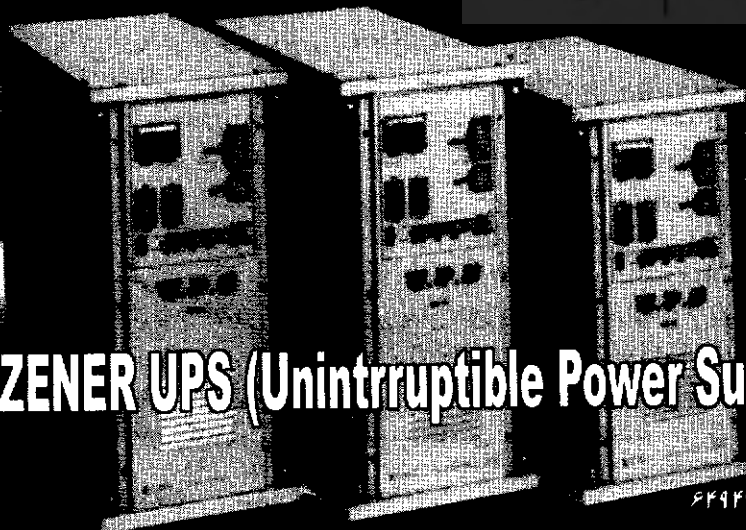
تولید و فروش انواع یو.پی.اس.، انورتر، استابلایزر، شارژر باتری، رگولاتور ولتاژ و دستگاه کنترل اتوماتیک دیرل ژنراتور، تولید انواع کابست باتری در طرحها و رنگهای متنوع، مشاوره در زمینه برق و الکترونیک

مطالعات و محاسبات و فریزر زی - نر برای تمام خانواده‌ها
فروش و سرویس دستگاههای رفاه، سهرورد، سبه، تعاونی‌ها و الکتریکی‌ها

ZENER UPS (Uninterruptible Power Supply) شرکت مهندسی زی - نر

تهران - خیابان انقلاب - شماره ۸۷۸ - ساختمان فیلیپس

کد پستی: ۱۱۳۱۸ - تلفن: ۶۴۹۴۷۴۶ - ۶۴۹۹۶۴۱ - ۶۷۶۲۷۵ - فاکس: ۶۴۹۴۷۴۶



و انتقال سهام در بورس نیز مالیات دریافت می‌شود و در زمان تاسیس یا افزایش سرمایه شرکت‌های سهامی و مختلط سهامی براساس ارزش سهام ۲ در هزار حق تمبر وصول می‌گردد. شرکت‌های تولیدی و صنعتی ضمن پرداخت مالیات آن هم به نرخ بالا با اعمال کد اقتصادی که از حدود ۲ سال قبل اجرا می‌شود در معرض پرداخت جریمه و مجازات قرار دارند.

بررسی نرخ مالیات در کشورهای صنعتی به ویژه کشورهای تازه صنعتی نشان می‌دهد نرخ مالیات شرکت‌های تولیدی و صنعتی در ایران بالاتر از نرخ مالیات در این کشورها است و کارشناسان یکی از دلایل رشد صنعتی این کشورها را نرخ پایین مالیات می‌دانند. این کارشناسان کاستن از مالیات را عاملی برای گسترش سرمایه‌گذاری‌های صنعتی به شمار می‌آورند.

نرخ مالیات صنایع در ایران با دیگر بخش‌ها، مانند بازرگانی و خدمات، تفاوت ندارد درحالی که بخش صنعت به لحاظ اشتغال‌زایی و ارزش افزوده می‌باید مالیات کمتری بپردازد تا زمینه‌های تشویق به سرمایه‌گذاری در صنعت تقویت شود.

پرداخت عوارض مختلف

۲-۱- یکی دیگر از مشکلات صنایع اعم از کارخانجات لوازم خانگی و یا دیگر کارخانجات موارد رو به افزایش پرداخت عوارض است زیرا نگرش حاکم بر صنعت کشور مبتنی بر این است که صنعت یک منبع تامین مالی برای فعالیت‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی دولت است.

به همین جهت در حال حاضر بخش صنعت مکلف است بیش از ۱۸ نوع عوارض به موسسات و سازمان‌های مختلف پرداخت کند که پرداخت به شهرداریها - آموزش و پرورش - محیط زیست - اتاق بازرگانی - تربیت بدنی از آن جمله است، در حالی که اخذ عوارض متعدد از صنعت نمی‌تواند در راستای تحقق هدف‌های توسعه صنعتی تلقی شود.

نقدینگی

۳-۱- در پی کاهش ارزش ریال در پایان سال ۷۳ و ۲۵ برابر شدن قیمت رسمی دلار (از ۷۰ به ۱۷۵۰ ریال) - اعمال سیاست انقباضی در سیستم بانکی و پولی کشور و به ویژه عطف به ماسبق

شدن مقررات جدید در مورد واردات کارخانجات، نقدینگی در واحدهای تولیدی و صنعتی به تدریج رو به کاهش گذاشت و اکنون پس از حدود سه سال از اجرای این سیاست‌ها کمبود نقدینگی به عنوان یکی از عمده‌ترین مشکلات بخش صنعت محسوب می‌شود.

این مشکل در شرایطی بر صنایع حاکم است که حجم کل نقدینگی در جامعه به شدت افزایش یافته و برخی رقم آن را تا حدود یکصد و پنجاه هزار میلیارد ریال برآورد می‌کنند.

صنایع برای انجام دوره تولید و فروش مانند خرید مواد مصرفی - دستمزد و هزینه‌های خدماتی و تاسیسات با توجه به نوع تولید برای گردش مالی نیازمند نقدینگی است در حالی که افزایش قیمت ارز و اعمال سیاست انقباضی، حجم نقدینگی در صنایع را به شدت کاهش داده است.

سیاست‌های ارزی

۴-۱- برنامه‌ریزی در صنعت نیازمند اتخاذ و اجرای سیاست‌هایی است که از استمرار کافی برخوردار باشد، در حالی که مروری بر سیاست‌های ارزی سالهای گذشته، که البته تحت تاثیر نوسانات قیمت نفت نیز بوده است، نشان می‌دهد مقررات ارزی ثابت ندارد و به تبع آن قیمت ارز نیز در بازار آزاد و رسمی با نوسان‌های شدید همراه بوده است. دولت در آغاز سال ۱۳۷۴ سیاست تثبیت قیمت ارز را در پیش گرفت و برای تمامی مصارف ارزی سه نوع ارز رسمی - صادراتی و واریز نامه‌ای تعیین کرد.

ارز رسمی برای خرید کالاهای اساسی و مایحتاج عمومی - ارز صادراتی برای تامین نیاز صنایع و واریزنامه صادراتی برای اقلامی از واردات در نظر گرفته شد که بیشتر جنبه مصرفی دارند.

به این ترتیب ارز مورد نیاز صنایع از ارز صادراتی یعنی به قیمت به سه هزارریال تامین می‌شد. اکنون این مقررات تغییر یافته و بخش قابل ملاحظه‌ای از نیاز ارزی صنایع باید از طریق خرید واریزنامه صادراتی تامین شود. خرید واریزنامه صادراتی از سوی صنایع موجب شده است تا در بدو اجرای مقررات حدود ۶۰ درصد به قیمت ارز مورد نیاز صنایع افزوده شود زیرا اگر دلار در سال گذشته برای صنایع سه هزار ریال تمام

می‌شد از آغاز سال جاری می‌باید در ازای هر دلار ۴۸۰۰ ریال پرداخت شود.

علاوه براین چون قیمت ارز واریزنامه‌ای نوسان دارد، صنایع نمی‌توانند بهای آن را پس از اجرای مقررات درآینده پیش‌بینی کنند. و برای فعالیت‌های تولیدی و صنعتی قیمت تمام شده را به درستی برآورد کنند.

تأمین ارز مورد نیاز صنایع از طریق واریزنامه و نوسان قیمت آن در صنایع خانگی، به ویژه صنایعی مانند تلویزیون که گاهی نزدیک به هفتاد درصد از قیمت تمام شده آن را تشکیل می‌دهد تاثیر مهمی بر این واحدهای صنعتی دارد و به گفته یکی از تولیدکنندگان تلویزیون با اجرای مقررات جدید پیش‌بینی قیمت ارز و در نتیجه برآورد قیمت تمام شده تلویزیون میسر نیست.

سازمان‌های نظارت

در فعالیت‌های تولیدی و صنعتی از مرحله ایجاد واحد صنعتی تا تولید و عرضه محصولات؛ سازمانها و موسسات متعدد متنوعی نظارت دارند. این نظارت در سه بخش عمده خلاصه می‌شود:

۱- نظارت بر سیستم‌های تولید

۲- نظارت بر محیط کار

۳- نظارت بر تولید - قیمت‌گذاری و توزیع

تصدی هر یک از موارد فوق را یک یا چند وزارتخانه و سازمان دولتی به عهده دارند. سازمان نظارت بر قیمت‌ها - حمایت از مصرف‌کننده - تعزیرات و حتی شهرداریها از جمله این سازمانها و موسسات هستند.

اصلاح قوانین

یکی دیگر از مسایل بسیار مهم در صنعت، قوانین و مقررات مرتبط با صنعت است که اغلب مانع ایجاد انگیزه لازم برای جلب اعتماد جامعه و سرمایه‌گذاران و جذب سرمایه‌های خرد و کلان در صنعت می‌شود.

قوانین و مقررات بازدارنده‌ای در این زمینه وجود دارد که نیازمند اصلاح و تجدیدنظر است. قوانین و مقررات مالیات‌ها - کار - حفاظت و توسعه صنایع ایران - جلب سرمایه‌های خارجی - تامین اجتماعی - صادرات و واردات از جمله این قوانین و مقررات محسوب می‌شوند.