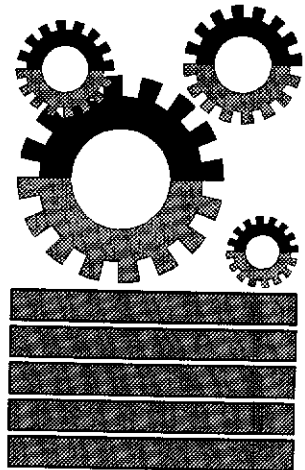


صنعت



صنعت لوازم خانگی در ایران

از: جواد صالحی

صنایع لوازم خانگی ایران توان پاسخگوئی به جمعیت ۷۰ میلیونی را ندارد و به همین دلیل است که کالاهای وارداتی به راحتی جذب بازار مصرفی ایران می شود .

بسیج ملی برای مصرف کالاهای ایرانی یک هدف بسیار مهم در حراست از مرزهای تولید و اشتغال اقتصادی است . در برنامه دوم توسعه گسترش هر چه بیشتر این صنعت باید مورد توجه برنامه ریزان قرار گیرد تا بازار مصرفی از کالاهای تولید داخلی دارای کیفیت مناسب

اشباع شود . این صنعت با وجود تعداد کم واحدهای تولیدی با مسایل مهم اجرایی مواجه است همچون هزینه های بالای تولید که در برابر کاهش مسدودت خرید مردم ، این صنعت را با عدم کشش بازار مواجه ساخته و در نهایت باعث زیان به تولید ملی شده است . جایگزین نشدن ماشین آلات جدید ، همراه با فرسود شدن خطوط تولید ، نیاز به تحرک در این صنعت را ضرورت بخشیده است .

امروز صنعت لوازم خانگی نیازمند

حمایت همه جانبه است تا بتواند در چرخه اقتصاد ملی بالاترین سهم را عهده دار شود . در صورت حمایت لازم می توان با برنامه ریزی دقیق و اصولی این صنعت را شکوفا کرد .

وضعیت تولید لوازم خانگی در ایران

بر اساس اطلاعات موجود ظرفیتهای نصب شده صنایع لوازم خانگی به شرح زیر وارد و نوبت کاری می تواند وجود داشته باشد .

– ظرفیت بخاری گازی و نفتی از سوی ده تولید کننده عمدتاً ۱/۵ میلیون دستگاه است که بیشتر آنها در حال حاضر بخاری نفتی تولید نمی کنند .

– یخچال و فریزر و یخچال فریزر جمعاً ۸ واحد تولیدی بزرگ عرضه می شود و ظرفیت آنها حدود ۱/۳ میلیون دستگاه می باشد .

– آبگرم کن گازی ، نفتی ، مخزنسی و دیواری در ۷۷ واحد جمعاً ۶۰۰ هزار دستگاه است ضمن آن که واحدها و کارگاههای کوچک نیز اکثراً ۳ بگرمکن گازی تولید می کنند .

– ماشین لباسشویی اتوماتیک در سه واحد جمعاً حدود ۲۵۰ هزار دستگاه .

– پنکه و میز و سقفی در ۲ واحد حدود ۸۰۰ هزار دستگاه .

– آبمیوه گیری و مخلوط کن در دو واحد ۲۴۰ هزار دستگاه .

– پلوپز و آرمیز در دو واحد ۴۰۰ هزار دستگاه .

– چرخ گوشت در دو واحد به ظرفیت ۲۴۰ هزار دستگاه .

– جاروبرقی در ۳ واحد تولیدی جمعاً ۴۰۰ هزار دستگاه .

– اجاق گاز فردا رویدون فر ۸۰ هزار دستگاه که در ۱۲ واحد تولیدی قرار

دارد ضمن آن که بیشتر واحدهای کوچک نیز تولیداتی در این زمینه دارند .

– میزان تولید کولر آبی در هفت واحد تولیدی بزرگ ۶۵ هزار دستگاه می باشد .

ماشین لباسشویی

این کالا از جمله وسایل جدیدی است که استفاده از آن در دهه ۱۳۵۰ در کشور عمومیت یافت .

افزایش نسبی درآمدها ، رشد سریع شهرنشینی ، مشارکت بیشتر زنان در امور اجتماعی و استخدام آنها در مشاغل دولتی و خصوصی و همچنین تغییر الگوی زندگی در خانوارهای شهری ، گسترش آپارتمان نشینی از جمله عوامل موثر در استفاده بیشتر از این وسیله بوده است .

استفاده از این وسیله موجب جلوگیری از اتلاف مقدار زیادی از وقت و نیروی جسمانی زنان خانه دار گردید و از این جهت یکی از کالاهای بسیار ضروری برای افزایش رفاه خانوارها محسوب می شود .

در این راستا بر اساس آمار موجود در صد خانوارهای بهره مند از ماشین لباسشویی طی سالهای بعد از انقلاب اسلامی نیز به سرعت زیادی افزایش یافت و از ۷/۱۶ درصد در سال ۵۶ به ۲۶/۵ درصد در سال ۶۳ رسید .

به علت گرانی قیمت و بالا بودن هزینه استفاده از این وسیله هنوز به نسبت خانواد های شهری از داشتن آن محرومند و در سال ۶۳ به طور متوسط ۷/۲۳ درصد از خانوارهای شهری فاقد این وسیله بوده اند .

ظرفیت تولید لباسشویی اتوماتیک در سال ۶۳ بالغ بر ۱۱۲ هزار دستگاه بود

صنایع لوازم خانگی ایران یکی از صنایع بزرگ و قدیمی در اقتصاد کشور ما محسوب می شود.

که این رقم تا سال گذشته به ۲۵ هزار دستگاه افزایش یافت و پیش بینی می شود تا پایان سال جاری (۷۳) بیش از ۸۱ هزار دستگاه از این نوع ماشین در داخل کشور تولید گردد.

جاروبرقی

جاروبرقی از جمله لوازم خانگی است که در دو دهه اخیر وارد زندگی خانوارهای ایرانی گردیده است. استفاده از این وسیله در دهه ۱۳۴۰ - عمومیت نداشت. براساس آمار بودجه خانوار، در سال ۵۶ تنها ۷/۳ درصد خانوارهای شهری دارای جاروبرقی بودند. (۲۵۴ هزار دستگاه). درصد خانوارهای مصرف کننده جاروبرقی در ایران به سرعت افزایش یافت به طوری که در سال ۶۳ متوسط ۱۷/۸ درصد از خانوارهای شهری دارای این وسیله بودند. تولید جاروبرقی در ایران در سال ۱۳۵۷ بیش از ۲۶ هزار دستگاه بود که در سال ۶۴ این رقم به ۹۹ هزار دستگاه رسید. در سال ۱۳۵۹ حدود ۴۴ هزار دستگاه جاروبرقی وارد کشور شد که این رقم در سال ۶۳ به ۵۷ هزار دستگاه کاهش پیدا کرد. عمده ترین صادرکنندگان جاروبرقی به ایران ژاپن، آلمان غربی و انگلستان بودند. وزارت صنایع پیش بینی کرده است میزان تولید جاروبرقی در کشور در سال ۷۳ به ۵۵ هزار دستگاه بالغ گردد.

اجاق گاز

این وسیله از جمله ضروری ترین کالاهای مورد استفاده در خانه بوده

و در سال ۶۳ حدود ۸۳ درصد از خانوارهای نمونه شهری دارای اجاق گاز بوده اند. مقایسه این نسبت با سال ۱۳۵۶ که معادل ۷۰ درصد می باشد حاکی از افزایش سریع تعداد خانوارهای برخوردار از اجاق گاز در طول سالهای بعد از انقلاب است.

توزیع این وسیله در سطح گروههای مختلف درآمدی نیز به طور نسبی عادلانه تر از بسیاری کالاهای دیگر بوده است. در سال ۶۳ بیش از ۳۵ درصد از خانوارهای موجود در پایتختین گروه درآمدی دارای اجاق گاز بوده اند.

در این صنعت واحدهای سازنده انواع لوازم مصرفی خانگی سهم عمده ای در تحول اقتصادی کشور و الگوی مصرفی جامعه دارند.

بالغ بر یک میلیون و ۶۰ هزار دستگاه بود که این رقم در سال گذشته برای اجاق گاز فردا رو بدون فرزند یک به ۷۵ هزار دستگاه و چراغ خوراکی پزی به ۱/۱ میلیون دستگاه رسید. در طول برنامه اول توسعه جمعا ۲/۳ میلیون دستگاه انواع اجاق گاز و ۳ میلیون و ۸۳۸ هزار دستگاه چراغ خوراکی پزی تولید شده است.

بخاری

در گذشته های بسیار دور کرسی وسیله گرمایش در خانوارها بود ولی بتدریج بخاری جای آن را گرفت به طوری که اکنون یکی از ضروری ترین وسایل خانگی به شمار می رود. از

۱۳۳۸ سال تا سال ۶۳ میزان تولید بخاری در اولین سال تولید در سال ۱۳۳۸ - نزدیک به ۳۸ هزار دستگاه بود که طی ۲۵ سال ۱ برابر شد.

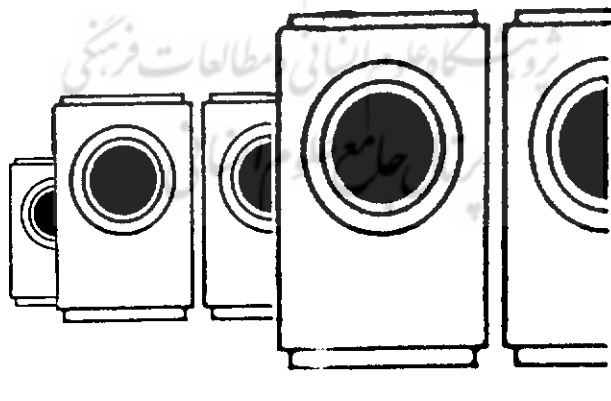
در سال ۵۹ نزدیک به ۸۷ هزار دستگاه بخاری وارد بازار ایران شد ولی پس از آن به دلیل مسائل ارزی واردات آن - محدود شد به طوری که در سال ۶۳ فقط ۲۰۵۰ دستگاه بخاری وارد شد. آمار وزارت صنایع حاکیست که در کشور جمعا ۱۰۷ کارگاه تولید بخاری وجود دارد که ۳۱ واحد آن بخاری نفتی، دستی و والور و ۳ واحد دیگر بخاری گازی تولید می کنند در این بخش دو واحد به صورت عمده تولید دارند.

نیاز سالانه کشور به بخاری گازی سالانه حدود یک میلیون دستگاه است که اگر این واحدها با تمام ظرفیت کار کنند قادر به تأمین بخاری مورد نیاز مردم هستند در سال ۷۲ جمعا ۱/۳ میلیون بخاری نفتی و گازی تولید شد که این رقم در سال گذشته به ۱/۴ میلیون دستگاه رسید.

در پنج سال گذشته جمعا ۳ میلیون و ۷۶۳ هزار دستگاه بخاری گازی و ۸۸۴ هزار دستگاه بخاری نفتی تولید شده است.

آبگرمکن

استفاده از آبگرمکن در کشور ما نقطه آغاز جدایی از سیستمهای سنتی گرم کردن آب جهت مصارف مختلف به ویژه مصارف خانگی است. نامدتها نوع هیزمی، نفتی و گازوئیلی در روستاها و شهرها مورد استفاده قرار می گرفت ولی در سالهای اخیر با توسعه بهره برداری از لوله کشی گاز شهری و استفاده از گاز طبیعی مصرف آن نیز رایج شده است. در حال حاضر ۱۴۵ واحد بزرگ



تبدیل بخار هیزم سوز به نفت سوز حدود ۶ سال می گذرد. بخاری های نفت سوز ابتدا بدون کاربرد آتور بودند ولی بتدریج به آن مجهز شدند. بر

که این نسبت در بالاترین گروه درآمدی حدود ۹۸ درصد بوده است. ظرفیت تولید اجاق گاز فردا، بدون فرو نیز چراغ خوراکی پزی در سال ۶۳

و کوچک تحت پوشش وزارت صنایع به تولید این کالا اشتغال دارند .

بر اساس آمار به طور متوسط ۵۳ درصد خانوادها در سال ۶۳ بهر همت از حمام گرم بوده اند که اگر استفاده کنندگان شوفاژ را نیز محاسبه کنیم قریب ۵۵ درصد خانوارهای شهری از آبگرمکن جهت گرم کردن آب در منازل خود استفاده می کنند . درصد استفاده کنندگان از آب گرم در روستاها در سال ۶۲ در مقابل خانوادهای روستائی ۸/۶ درصد بوده است .

تولید آبگرمکن نغتنی در سال ۱۳۳۸ حدود ۱۳ هزار دستگاه بود که این رقم در سال ۶۴ به ۱۲۲ هزار دستگاه افزایش یافت ضمن آن که تولید آبگرمکن گازی از ۱۱ هزار دستگاه در سال ۵۸ به ۶۲ هزار دستگاه در سال ۶۳ رسید . در سال ۷۲ جمعا ۳۲ هزار دستگاه آبگرمکن گازی تولید شد که این رقم در برنامه اول توسعه ۲ میلیون و ۱۵۰ هزار دستگاه بوده است .

کولر

کولر از جمله کالاهائی است که بهر همتی از آن نمایانگر رفاه خانوار می باشد در گذشته استفاده از این وسیله عمومیت نداشت ولی بتدریج جای پنکه را گرفت . متوسط درصد خانوارهای شهری بهر همت از کولر از ۲۳ درصد در سال ۵۶ به ۳۵ درصد در سال ۶۴ افزایش یافت . بهر همتی کولر در خانوارهای روستائی بسیار محدود می باشد به طوری که در سال ۶۳ تنها ۶/۶ درصد خانوارها از انواع کولر بهره مند بودند .

میزان تولید کولر در ایران به سالهای آخردهه ۱۳۳۰ بازمی گردد که در این سال تولید آن هزار دستگاه بود این

رقم در سال ۵۶ به ۲۴۳ هزار دستگاه و در سال ۶۳ به ۶۰۰ هزار دستگاه رسید .

در سال ۱۳۶۲ نیز ۱۴۲ هزار دستگاه کولر گازی وارد ولی بتدریج واردات آن محدود شد . در چهار ماهه اول امسال ۲۹ هزار دستگاه کولر تولید شد که این رقم تا پایان سال به ۲۰ هزار دستگاه می رسد .

یخچال

در گذشته در یخچال و فریزر به عنوان وسیله خانگی لوکس به شمار می آمد و نوع معماری خانه ها بتجوی بود که نیاز به آن کمتر احساس می شد . بتدریج با گسترش شهرها و ورود به مرحله صنعتی یخچال جزو لاینفک خانه ها در آمد به طوری که امروزه بدون یخچال زندگی حداقل برای خانوار شهری غیر ممکن شده است .

بر اساس آمار در سال ۶۳ به طور متوسط حدود ۸۹ درصد خانوارهای شهری دارای یخچال بودند که این رقم در سال ۵۶ به حدود ۷۳ درصد می رسید . در سالهای اخیر استفاده از این وسیله در خانوار روستائی نیز رشد پیدا کرده است به طوری که در سال ۶۳ به طور متوسط حدود ۹۹ درصد از این خانوارها از یخچال استفاده می کردند .

تولید داخلی این کالا از ریشه مداوم برخوردار است به طوری که در سال ۶۳ جمعا ۷۲۶ هزار دستگاه تولید شد و میزان واردات آن در همین سال با توجه به مشکلات ارزی ۲۵ هزار دستگاه برآورد شده است . در ایران جمعا ۹ واحد تولیدی در زمینه تولید یخچال فریزر و یخچال فریزر فعالیت دارند که هر واحد آن تولید کننده عمده هستند .

ظرفیت این واحدها از ۱/۱ میلیون دستگاه در سال ۶۳ به ۱/۳ میلیون دستگاه در حال حاضر رسیده است .

میزان تولید یخچال و فریزر در سال گذشته از سوی این واحدها به صد ها هزار دستگاه رسید که پیش بینی می شود در سال جاری با توجه به محدودیت ارزی به ۳۰۰ هزار دستگاه برسد .

یکی از کارخانجات تولید کننده یخچال ، کارخانه ایران پویا است (جنرال استیل سابق) که از سال ۱۳۳۸ تاکنون ۲ میلیون دستگاه یخچال تولید کرده است .

کارخانه تولیدی بهمن (فیلور سابق) نیز سال گذشته بالاترین رقم تولید را داشته به طوریکه روزانه حدود ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ دستگاه یخچال تولید کرده است .

بر اساس آمار موجود وزارت صنایع در سال ۶۳ جمعا ۳۹۰ هزار دستگاه یخچال و ۱۵۱ هزار دستگاه فریزر تولید شد . میزان تولید این محصولات در برنامه اول به ترتیب ۴/۲ میلیون دستگاه و ۵۶۰ هزار دستگاه ثبت شده است .

درصد خودکفایی در تولید یخچال

احمدزاده عضو هیأت مدیره و مدیر بازرگانی کارخانجات تولیدی بهمن می گوید : صنعت یخچال سازی و فریزر از نظر مواد اولیه و قطعات تا حدود ۸۰ درصد به خارج وابسته است که با افزایش تولید در فولاد مبارک امید می رود تا ۹۰ درصد آهن و ورق مورد نیاز از داخل کشور تأمین شود . وی در زمینه موتور یخچال گفت در حال حاضر ۱۵ درصد موتور مصرفی از تولیدات داخلی تأمین می شود که اگر

سرمایه گذاریهای انجام شده به نفع برسد کل نیاز واحد های تولید کننده به کمپرسور از داخل کشور تأمین می شود . وی افزود با مطالعات و تحقیقات انجام شده قرار است در آینده نزدیک به جای استفاده از گازهای فریون موجود که به لایه های ازن لطمه می زند از گاز ۱۳۴۸ که از کیفیت و بردت بهتری برخوردار است استفاده شود .

مهندس ناجی معاون وزیر صنایع نیز گفت سال گذشته جمعا ۱۰۰ واحد های تولیدی کوچک و بزرگ ۸۵ هزار دستگاه یخچال و فریزر تولید شد که ۱۹۰ هزار دستگاه در شرکت بهمن بوده است .

وی افزود بعد از برقراری سیاستهای حمایتی تولیدی اجرای چند طرح توسعه در نظر گرفته شده و تعدادی موافقت اصولی برای احداث کارخانه های جدید صادر شده است تا بازار داخلی اشباع شود . وی تأکید کرد در حال حاضر رقابت نزدیکی بین تولیدات داخلی وجود دارد که این امر تا حدودی سیستم تولید و بازرار را اصلاح کرده است .

ناجی در مورد صادرات گفت در کنار تولید باید به امصادرات و نفوذ در بازارهای خارجی توجه شود که با توجه به بازار ۳۰۰ میلیونی آسیای میانه باید از این موقعیت استفاده کرد .

معاون وزارت صنایع تصریح کرد منابع مادر گذشته به لحاظ دریافت سوپسید ارزی توجیه اقتصادی خود را از دست داد و بدون ولی از زمان حذف این سوپسید ها این صنایع رشد کرده و در حال حاضر آن دستا صنایع که به ارزی تکیه کرده اند با مشکل مواجهه شده اند .

وی در مورد سابقه یخچال سازی در کشور گفت در حال حاضر ما می توانیم

با بالا بردن سطح دانش کارخانجات و صنایع و اجرای برنامه‌های تحقیق و توسعه، کالاهای خوب و مرغوب و متناسب با نیازهای خودمان را تولید کنیم.

ناجی در پایان افزود صادرات نیاز به اطلاعات، بر برنامه‌ریزی و شناخت کافی از بازارهای جهانی و سایر رقبای دارد که صنایع ما باید با بالا بردن کیفیت، طراحی، تنوع و بازاریابی از موقعیت خود در منطقه بهتری بهره‌برداری را انجام دهند.

نگاهی به عملکرد اداره کل صنایع فلزی وزارت صنایع

گزارش اداره کل صنایع فلزی وزارت صنایع در مورد تولیدات این بخش حاکیست در برنامه پنجساله اول رشد تولیدات محصولات فلزی از سال ۶۸ تا پایان سال ۷۲ روند صعودی داشته است. در این سال‌ها رشد برخی از اقلام سیر صعودی داشته و در بخشی دیگر به دلیل تعادل بازار به صورت خطی صورت گرفته است. این رشد ناشی از تزریق ۱/۵ میلیارد دلار از در برنامه اول به واحدهای صنایع فلزی بوده است. از سوی دیگر به منظور بالا بردن کیفیت کالاهای تولیدی از تکنولوژی روز استفاده شد ضمن آن که سرمایه‌گذاری برای نوسازی و بازسازی این بخش انجام گرفت.

را مانداری بخشهای مهم کنترل کیفیت، تحقیق و نوآوری، آزمایش، طراحی و مهندسی، شرکت در نمایشگاههای داخلی و خارجی، استفاده از نسیم افزارهای کامپیوتری از اقدامات اساسی جهت بالا بردن کیفیت کالاهای این

صنعت لوازم خانگی ایران متأسفانه به دلیل پاره‌های مشکلات اجرایی هیچ وقت توان رقابت با محصولات مشابه وارداتی را از نظر مصرف‌کننده داخلی نداشته که این نگرش به تولید ملی زیان وارد کرده است.

بخش بوده است. موسسه استاندارد نیز نقش مهمی در تدوین استانداردهای اجباری و تشویقی داشته است و صادرات برخی تولیدات به کشورهای همجوار و اروپایی از نشانه‌های کیفیت مناسب کالاهای ما باشد. این اداره کل تأکید کرده است در صورتی که سیاستهای ارزی اعمال شده در طول برنامه اول ادامه یابد واحدهای تولیدی قادر خواهند بود بمرور تولید با کیفیت بالا و کمیت مناسب ادامه دهند در غیر این صورت مشکلات موجود امکان دستیابی به هدفهای یاد شده را ضعیف می‌کند.

طرحهای مهم و در دست اجرا

پس از پیروزی انقلاب اسلامی طرح مهمی در زمینه لوازم خانگی را اندازی شده است ولی بیشتر واحدهای کوچک و متوسط لوازم خانگی با تکنولوژی ساده و به همان روشهای قبلی تولید و پیمان‌ها را اندازی شده‌اند و از این نظر پیشرفت چشمگیری نداشته‌اند ضمن آن که این واحدها قادر نیستند با محصولات مشابه خارجی رقابت کنند. بر اساس اطلاعات کلی برای طرحهای جایگزینی و تکمیلی در کارخانجات موجود در کشور چند طرح در دست اجرا می‌باشد که از آن میان خط یخچال، یخچال فریزر و فریزر نوفر است از سوی شرکت آزمایش است که ساخت ماشین آلات آن در یکی از کشورهای خارجی در دست اقدام است همچنین برخی از شرکت‌های دیگر نیز مذاکراتی با طرفهای خارجی جهت عقد قرارداد و جایگزینی خطوط فعلی یخچال انجام داده‌اند که از آن جمله شرکت بهمن است. این کارخانه دارای ۳۵ سال سابقه و یکی از قدیمی‌ترین

مورد نیاز است. استفا د ه از اقلامی نظیر کولر آبی بستگی به وضعیت ساختمان سازی در کشور دارد که حدود همان ظرفیت نصب شده می‌باشد.

نیاز لوازم خانگی

هر چند آمار دقیقی از میزان نیاز واقعی این محصولات در دست نیست ولی اگر سالانه ۱ درصد برای خانواد ه‌های جدید و نیز جایگزین شدن این کالاها که مستهلک می‌شود در نظر بگیریم ۶۰۰ هزار دستگاه یخچال، فریزر، بخاری گازی، نفتی، لباسشویی، اجاق گاز، جاروبرقی و پینکا اضافی

کارخانجات تولید کنند میخچال و فریزر است که در حال حاضر سالانه ۱۹ هزار دستگاه تولید دارد.

این واحد در نظر دارد ظرف سه سال آیند ما بهره‌برداری از ماشین آلات جدید سقف تولید خود را به ۵۰۰ هزار دستگاه یخچال در سال افزایش دهد که فاز اول آن چند ماه گذشته با ظرفیت اسمی ۱۸۰ هزار دستگاه یخچال ۱۳ فوت؛ فیلور کار خود را آغاز کرد. بسیاری صادرات نیز این واحد با همکاری شرکت مرلونی ایتالیا که محصولات آن با مارک آریستون و ایندزیت عرضه می‌شود محصولاتی با نام آریستون را وارد بازار منطقه و دیگر بازارهای جهان خواهد کرد. اعتبار این طرح به صورت تامین مالی از سوی ظرف خارجی انجام شده است.

کارخانه بهمن طی دو ماه آینده تولید فریزر و یخچال فریزر و درب راکسه دارای مهر استاندارد است در کنار یخچال آغاز خواهد کرد.

برای این واحد تاکنون ۷/۵ میلیون دلار از صرف شده است که ظرف دو سال کلیه هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری ارزی جبران می‌شود.

دیگر واحدهایی که طرحهای تکمیلی آنها طی ۲ تا ۳ سال اخیر به مرحله تولید و بهره‌برداری رسید است شامل جاروبرقی در شرکت پارس خزر، بخاری جدید گازی در شرکت آزمایش و آبگرمکن دیواری و ماشین لباسشویی در کارخانه آرچ می‌باشد. همچنین طرح تولید ماشین لباسشویی در کارخانه بهمن در دست اجرا است.

صادرات

در پنج ماهه اول امسال ۱۶۲۲ میلیون دلار از کالا به خارج صادر شد که ۱/۶ میلیون دلار کالای برقی و ۶۰ میلیون دلار کالای صنعتی بوده است. صادرات



کالا‌های صنایع فلزی از لحاظ وزن ۲۴/۹ درصد و از لحاظ ارزش ۱۷/۷ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته که عمدتاً متعلق به آنها با بکر مکن ، بخاری و چراغ گاز بوده است .

مشکلات

آنچه مسلم است امروزه اکثر تولیدات خانگی از ضروریات زندگی مردم می باشد هر چند مردم از همه آنها استفاده نمی کنند ولی وسایلی نظیر یخچال ، بخاری ، کولر ، آبگرمکن ، جاروبرقی و ماشین لباسشویی و نظایر آنها مورد نیاز کلیه افراد جامعه است و به همین جهت در دهه ۵۰ کارخانجات بزرگی راه اندازی شدند ، این روند تا سال ۵۷ ادامه داشت ولی پس از آن به دلیل نیاز فراوان به وسایل گازسوز بیشتر حرکتها در جهت جا بگزینی وسایل نفت سوز یا گازسوز بوده است .

مصرف برخی وسایل خانگی نظیر فریزر نیز موجب شد تا برخی شرکتهای تولید کننده بخشی از تولید یخچال خود را به این محصول جا بگزین کنند . به طور کلی واحدهای تولید کننده دارای مشکلاتی هستند که آنها به این شرح است :

– قدیمی بودن تکنولوژی ساخت و ناکافی بودن نیروی متخصص در این زمینه ، بیشتر کشورهای صاحب نام از تکنولوژی بالایی برخوردار هستند و بیشتر خطوط تولید آنها به صورت اتوماتیک و حتی کامپیوتری می باشد .
– نبودن مرکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی در کارخانجات جهت کار برروری تکنولوژی ساخت .

این موضوع موجب شده که محصولات ساخته شده داخلی دارای ویژگیهای قدیمی باشند و از نظر قیمت تمام شده ،

مصرف انرژی و هم از نظر کارایی و زیبایی نامناسب جلوه کنند .

– نبود طراحی محصولات لوازم خانگی که با این صنعت جدید آشنا باشند ، با توجه به اینکه این محصولات علاوه بر کیفیت باید از سهولت ، زیبایی و نظایر آن برخوردار باشند متأسفانه به دلیل عدم وجود طرح محصول آشنا به این مسائل در کشور ، مشکلات فراوانی فراراه این صنعت قرار دارد . این امر یکی از عوامل کلیدی در موفقیت صادرات و رقابت بارقبای سرخست خارجی بشمار می آید .

طرحهای لوازم خانگی موجود از نظر ساخت و نوع محصول اغلب قدیمی هستند به طوری که هنوز در کشورهای خجالی با عایق پشم شیشه ساختمی شود و پرت برودتی آنها به دلیل نامناسب

قطعات و مونتاژ نسبت به سایر بخشها بسیار زیاد است لذا وجود نظام فراگیر کنترل کیفیت در این شرکتهای بسیار حیاتی است .

به دلیل مختلف از جمله عدم آگاهی یا عدم توجه مدیران به این بخش از صنعت موجب شده متا محصولات تولیدی از کیفیت مناسبی برخوردار نباشند و اگر کاری نیز انجام شده در ظاهر و به منظور جلب مشتری بوده است .

– نامناسب بودن خدمات بعد از فروش که ناشی از عدم وجود حمایت قانونی از مصرف کنندگان این محصولات است .

عدم الزام تولید کنندگان به ارائه خدمات بعد از فروش باعث شده که آنان هیچگونه مسئولیتی احساس نکنند ولی در چند ساله اخیر به دلیل افزایش رقابت ، سازندگان لوازم خانگی اجباراً به این مسئله توجه کرده اند که کافی نیست .

پس از انقلاب طرحهایی جهت ساخت قطعاتی نظیر کمپرسور ، الکتروموتور ، اپراتور یخچال ، ترموستات ، شیرگاز و غیره اجرا شد ولی به دلیل عدم وجود سازندگان متبحر و ورزیده اکثر این واحدها از نظر ظرفیت ، کیفیت و یاقیت تمام شده مشکلاتی دارند .

– عدم صادرات قابل توجه – لوازم خانگی و ناتوانی شرکتهای جهت تولید محصولات جدید و قابل جذب در بازارهای خارجی و عدم رقابت با این کالاها با نمونه خارجی موجب شده که این صنعت در کشور تنها استفاده کننده ارز باشد به همین دلیل هرگاه ارز کافی به آنها تزریق شد تولید افزایش یافته در غیر این صورت کاهش می یابد .

– عدم سرمایه گذاری مناسب در این صنعت نیز به این مشکلات افزوده است .
– کمبود کارشناسان و مشاوران آگاه در

این صنعت با توجه به فراگیر بودن سطح اشتغال و سرمایه گذاری انجام شده می تواند به یکی از محورهای توسعه و رشد اقتصادی کشور تبدیل شود.

شناسائی و حل مشکلات اجرائی این صنعت، راه را برای توسعه این صنعت هموار خواهد ساخت تا مصرف‌کننده ایرانی در خانه خود کالای ایرانی مصرف کند نه کالای مشابه وارداتی کم دوام و پرقیمت.

ساخت، مجبور کردن کارخانجات در زمینه ارائه خدمات بعد از فروش و تضمین کالاهای عرضه شده به‌منظور جلب نظر و حمایت مشتری.

— تأسیس دفتر سیاستگذاری صنعتی و تکنولوژیکی لوازم خانگی و استفاده از کارشناسان مربوط، تربیت نیروی انسانی فنی جهت طراحی و تولید در دانشکده‌های فنی کشور و تأسیس دانشکده طراحی محصول به‌منظور رفع نیاز این صنایع.

— کاهش سود و عوارض گمرکی مواد اولیه، قطعات و بویژه ماشین‌آلات و کالاهای سرمایه‌ای، نرخ سود بانکی در زمینه سرمایه‌گذاری صنعتی همچنین کاهش نسبی مالیات بر سود شرکت‌های تولیدی، صنعتی، افزایش سهم تولیدات با بارزده بالا از نظر مصرف سرمایه، متوقف شدن خطوط تولید کم‌بازده و هزینه‌بر و نیز

— توسعه بازار با بی‌وفروشی در بازارهای جهانی

- توسعه صنایع واسطه‌ای از قبیل الکترو موتور سازی، تولید ورق‌های آلومینیومی آهنی و نظایر آن جهت تولید مواد اولیه و قطعات مورد نیاز این صنایع.
- جلوگیری از واردات کالاهای ساخته شده که مشابه آن در داخل تولید می‌شود برای مدت محدود و الزام شرکت‌های تولیدی به تغییر نوع تولید و استفاده از تکنولوژی روز
- صادرات گرابی شرکت‌های تولیدی به این ترتیب که شرکت‌ها به جای بازار داخلی به بازار خارج توجه کنند و شاید
- تشویق به سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت‌های صاحب نام خارجی و یا انعقاد قرارداد های همکاری حتی با این شرکت‌ها
- تدوین اسناد دارد های مطمئن و کافی و اجرای آن به‌منظور جلوگیری از تولیدات نامرغوب، در غیر این صورت بازار محصولات دچار تزلزل شد و گرایش مشتری به سمت کالاهای خارجی بیشتر می‌شود.
- مستند کردن تکنولوژی و روش‌های

این صنعت و قطع ارتباط سرمایه‌گذاری و تکنولوژیکی با شرکت‌های صاحب نام خارجی، عدم آگاهی از وضعیت صنعت روز در دنیا، عقب ماندگی کشور ما در پی داشته است ضمن آن که این واحدها از نظر اعتباری و مالیاتی مسائل دارند.

در مجموع نبودن برنامه مدون و سیاست مشخص در رابطه با این صنعت در کشور از نظر توسعه، سرمایه‌گذاری، تولید، صادرات، آموزش نیروی انسانی و... رکود و نزول این صنعت را در پی داشته است.

یکی از دست اندرکاران این صنعت معتقد بود زمانی که ایران شروع به تولید لوازم خانگی کرد کشورهای نظیر کره و تاجیکان از ما عقب تر نبودند ولی در حال حاضر ما در این خصوص سالها از آنها عقب تر هستیم.

پیشنهادها

صنعت لوازم خانگی یکی از اشغال زاترین صنایع درد دنیا است و از طرفی ارزش آوری فراوانی نیز دارد. تجارت این صنعت در دنیا از میلیاردها دلار تجاوز می‌کند و یکی از پرجاذبه‌ترین بخشها در تجارت و اقتصاد بین‌الملل به‌شمار می‌آید.

با وجود لوازم خانگی در هر کشور کارخانجات ماشین‌سازی، قالب‌سب و قطعه‌سازی، مواد اولیه فلزی، شیمیائی سلولزی و غیره فعال می‌شود. در این راستا لازم است مسئولان و دست‌اندرکاران ضمن تدوین سیاست‌های صنعتی از این صنعت حمایت کافی به عمل آورند که آنها هم آنها را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

این موضوع در آینده شامل اصلی نجات این صنایع از رکود فعلی باشد.

— ارتباط با سازمانها و شرکت‌های



منبع:

۱- کتب سازمان صنایع ملی در ارتباط با لوازم خانگی

۲- هفتاد و هشتاد و هشتاد صنایع

۳- آرشینو خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران