



## رقابت نابرابر لوازم خانگی لوکس خارجی با جهیزه‌های قدیمی تولید داخل

با هدفمند شدن یارانه‌ها و بالا رفتن قیمت تمام شده تولیدات داخلی، سیاست‌گذاری در جهت رونق بازار لوازم خانگی ایران در حالی مطرح است که فروشندگان بنا به خواست مشتری، چاره‌ای جز فروش کالاهای خارجی و عمدتاً چینی ندارند.

با هدفمند شدن یارانه‌ها و بالا رفتن قیمت تمام شده تولیدات داخلی، سیاست‌گذاری در جهت رونق بازار لوازم خانگی ایران در حالی مطرح است که فروشندگان بنا به خواست مشتری، چاره‌ای جز فروش کالاهای خارجی و عمدتاً چینی ندارند.

به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس، این روزها بازار لوازم خانگی پر شده از کالاهای چینی، از گوشت‌کوب و رنده برقی گرفته تا بخار شو، تلویزیون و یخچال فریزرهای یک قلو و دو قلو و ... در چنین بازاری اگر تا دیروز کیفیت پایین محصولات ایرانی دلیل اصلی بی‌رونقی فروش لوازم خانگی داخلی بود، امروز خریداران به روز نشدن کالاها و تولید و عرضه اجناس وطنی با همان شکل و شمایل 15 سال پیش را دلیل اصلی بی‌رغبتی به خرید این نوع محصولات عنوان می‌کنند.

در این شرایط، حتی الزام دستگاه‌های دولتی به خرید وسایل ایرانی هم نتوانسته کمکی به کارخانه‌داران داخلی کند و خریداران همچنان به دنبال اجناس خارجی هستند، برای اطلاع از وضعیت فروش لوازم خانگی خارجی و دلیل تمایل مردم به خرید این نوع وسایل، سری به بازار تقاطع خیابان حافظ و جمهوری زدیم و با تعدادی از فروشندگان و مشتریان صحبت کردیم.

\* "نیوکالاها" فقط خارجی‌اند، تولید داخل نداریم

رضا فتح‌پور اولین مغازه‌داری است که با او حرف می‌زنم. هر چند وقتی می‌فهمد خبرنگار کمی دو پهلو جواب سؤالاتم را می‌دهد ولی حرفهایش نشان می‌دهد به عنوان یک ایرانی دوست دارد ویتترین مغازه‌اش را با کالاهای ایرانی بچیند و از این طریق به ایجاد اشتغال برای هم سن و سال‌های جوان خودش کمک کند.

در مغازش انواع لوازم خانگی به چشم می‌خورد، البته از نوع خارجی و صد البته چینی! از ریش‌تراش گرفته تا قابلمه، پنکه و بخارشو. از او می‌پرسم مردم این روزها بیشتر دنبال چه کالایی هستند؟ ایرانی یا خارجی؟ جواب می‌دهد: خارجی، چون هم ارزاتر است و هم تنوع بیشتری دارد.

فتح‌پور ادامه می‌دهد: برخی از محصولات لوازم خانگی خارجی مانند هواپز و آرام‌پز، مشابه ایرانی ندارند و به همین دلیل مشتری ناچار به خرید نوع خارجی آن است ولی در مورد محصولی مانند پلوپز که تولید داخل دارد، مشتری ممکن است جنس ایرانی را انتخاب کند.

وی با اشاره به تأثیر تبلیغات ماهواره‌ای در خرید لوازم خانگی خارجی، معتقد است: در محصولات ایرانی برخی کالاها در بین مشتریان اقبال خوبی داشته مانند پلوپز و چای‌ساز ولی محصولاتی مانند هواپز و بخارشور که آنها را به عنوان #171 نیوکالا می‌شناسیم فقط با مارک‌های خارجی در بازار موجود هستند.

به گفته این فروشنده لوازم خانگی، مغازه‌داران خیابان جمهوری معمولاً اجناس خود را از بازار شوش تأمین می‌کنند که اغلب چینی هستند.

وی افزایش تبلیغ محصولات ایرانی را راهی برای استقبال بیشتر مشتریان از این نوع کالاها می‌داند و می‌گوید: تبلیغات نقش مهمی در انتخاب مشتری دارد که در این میان، تولیدکنندگان خارجی نسبت به داخلی‌ها موفق‌تر بوده‌اند.

فتح‌پور معتقد است: کالاهای خارجی هر روز متنوع‌تر و با کیفیت بهتری عرضه می‌شوند در حالی که محصولات ایرانی با گذشت زمان دچار افت کیفیت شده و قابلیت رقابت با اجناس وارداتی را ندارند.

وی در مورد وضعیت بازار لوازم خانگی با اجرایی شدن طرح هدفمندی یارانه‌ها نیز می‌گوید: نوسان قیمت باعث کساد بازار می‌شود، ولی اگر قیمت ثابت باشد تغییر چندانی در بازار ایجاد نخواهد شد.

وی ادامه می‌دهد: فروش بازار نسبت به فصل بهار سال گذشته با رکود همراه است و در واقع یارانه‌های نقدی نیز بیشتر صرف هزینه‌های ناشی از هدفمندی شده است.

وی با اشاره به افزایش یک درصدی مالیات بر ارزش افزوده طی سال جاری می‌گوید: قیمت کالاهای خارجی نیز با توجه به تقویت ارزش دلار و یورو افزایش یافته است.

این فروشنده خیابان جمهوری می‌گوید: در صورتی که واردات محصولات خارجی تا حدی کنترل شود و ارزش بیشتری برای کالاهای ایرانی قائل باشیم، بازار لوازم خانگی ایرانی رونق خواهد گرفت و علاوه بر این، سود بازار به جیب کارگر ایرانی خواهد رفت نه کارگر خارجی.

وی ادامه می‌دهد: اگر محصولات ایرانی از پشتیبانی و خدمات پس از فروش مناسبی برخوردار باشند مشتریان تمایل بیشتری به خرید کالاهای داخلی خواهند داشت.

### \* مشکل تامین قطعات مدل‌های قدیمی با ورود محصولات جدید

فتح پور با اشاره به وجود برخی مشکلات در تأمین قطعات یدکی لوازم خانگی خارجی، بر این عقیده است که با ورود محصولات جدید، تأمین قطعات مدل‌های قدیمی به سختی صورت می‌گیرد. وی می‌گوید: شرکتهای خارجی تولیدکننده لوازم خانگی معمولاً یک سال یا 18 ماه گارانتی برای تولید خود صادر می‌کنند ولی اصولاً لوازم خانگی در این مدت خراب نمی‌شوند. وی با تأکید بر لزوم جلوگیری از قاچاق لوازم خانگی به کشور می‌گوید: در حال حاضر حجم زیادی از محصولات خانگی از طریق شهرهای مرزی مانند بانه به صورت غیرقانونی وارد می‌شوند که گارانتی ندارند. به گفته فتح پور، تلویزیون‌های LCD و لوازم خانگی با برندهای فرعی مشابه برندهای شناخته شده خارجی از طریق بانه و یا شهرهای مرزی دیگر به کشور وارد می‌شوند که عمدتاً چینی هستند و با کیفیت متفاوت تولید می‌شوند. وی می‌گوید: اخیراً ورود محصولات چینی با کیفیت پایین محدود شده زیرا مشکلات ناشی از آن مانند مرجوع شدن کالا برای تجار دردساز است.

### \* آنقدر پولدار نیستیم که جنس ارزان بخریم

در یکی از مغازه‌ها به خانم و آقای برمی‌خورم که درباره خرید یک ماشین لباسشویی با هم صحبت می‌کنند. دو جعبه بزرگ لوازم خانگی با برند "دلونگی" در دست آقای خانواده نشان می‌دهد که آنها بیشتر تمایل به خرید کالاهای خارجی دارند. خانم کمالی که به نظر 40 ساله می‌رسد در مورد نحوه انتخاب لوازم خانگی مورد نیازش، از تأثیر تبلیغات ماهواره‌ای و تعریف فامیل و دوستان صحبت می‌کند و می‌گوید: تجربه اطرافیان برایم از اهمیت بیشتری برخوردار است، علاوه بر این به تبلیغات اینترنتی هم توجه دارم.

وی با بیان اینکه سعی می‌کند لوازم خانگی مورد نیازش را از بین محصولات خارجی انتخاب کند، معتقد است: کالای خارجی از نظر کیفیت در سطح بهتری قرار دارد.

کمالی با ذکر یک ضرب‌المثل انگلیسی که می‌گوید "آنقدر پولدار نیستیم که جنس ارزان بخریم" می‌گوید: کالاهای ایرانی از نظر کیفیت در سطح مناسبی قرار ندارند و به همین دلیل خرید این نوع وسایل به صرفه نیست.

وی که داشتن گارانتی و ضمانت محصولات خارجی برایش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، می‌گوید: برای خرید لوازم خانگی به بانه هم سفر کردم ولی قبل از سفر ابتدا اطلاعات لازم در مورد تلویزیون‌های ال.سی.دی و ال.ای.دی را از نمایندگی‌های فروش در تهران کسب کردیم و پس از آن، محصول مورد نیازمان را با قیمت پایین‌تری در بانه خریدیم.

کمالی در مورد نداشتن خدمات پس از فروش برای کالاهای عرضه شده در بازار بانه نیز می‌گوید: ما از آنجا تلویزیون خریدیم که آن را هم فروشنده جلوی چشم خودمان باز و امتحان کرد، علاوه بر این گارانتی تلویزیون معمولاً کارایی زیادی ندارد و در بیشتر موارد، ایراد کالا مشمول گارانتی نمی‌شود.

### \* مشتری لوازم ایرانی را از نمایندگی می‌خرد، نه مغازه‌های متفرقه

مرتضی یکی دیگر از فروشندگان لوازم خانگی در خیابان حافظ است که تقریباً نیمی از اجناس فروشی‌اش را خارج از مغازه و در راهروی پاساژ چیده است.

او با نشان دادن مارک‌های ناشناخته در بین اجناس مغازه‌اش، می‌گوید: برخی تولیدکنندگان چینی با جعل مارک و نشان شرکت‌های معتبر سعی می‌کنند محصول خود را به جای کالای اصلی به مشتری قالب کنند.

در بین اجناس مغازه‌اش یک لباسشویی چینی را نشان می‌دهد که تولیدکننده سعی کرده با تغییر نوع نگارشی AEG هم از جرم جعل برند خود را نجات دهد و هم مشتری را گول بزند تا آن را به عنوان یک کالای با کیفیت خریداری کند.

مرتضی با اشاره به افزایش 10 درصدی قیمت لوازم خانگی به دلیل تقویت ارزش دلار می‌گوید: در حال حاضر لوازم خانگی زیادی با برند داخلی تولید نمی‌شود و همین تولیدات حدودی هم که وجود دارد توسط نمایندگی شرکت‌های تولیدکننده عرضه می‌شوند، به همین دلیل مغازه‌های دیگر نیز تمایلی به عرضه کالای ایرانی ندارد و اگر تعداد محدودی از مشتریان نیز خواستار خرید کالای ایرانی باشند به نمایندگی‌ها مراجعه می‌کنند.

### \* سود فروش لوازم خارجی 15 هزار تومان بیشتر است

مرتضی بالا بودن سود فروش محصولات خارجی در مقایسه با کالاهای ایرانی را به عنوان مهمترین دلیل تمایل فروشندگان به عرضه محصول خارجی عنوان کرده و ادامه می‌دهد: اختلاف سود یک کالای خارجی و ایرانی برای فروشندگان حدود 10 تا 15 هزار تومان است.

وی با بیان اینکه تنوع تولیدات ایرانی در حد پایینی قرار دارد، می‌گوید: کیفیت اکثر لوازم خانگی ایرانی نیز در سطح پایینی است و

گاهی کیفیت یک محصول ایرانی با یک کالای درجه سوم چینی برابری می‌کند. این فروشنده لوازم خانگی با اشاره به یک نمونه آمیوه‌گیری تولید ایرانی، می‌گوید: این محصول از نظر مصرف برق، توان موتور و کارایی در مقایسه با نمونه خارجی در سطح مناسبی نیست و به همین خاطر مشتری ترجیح می‌دهد کالای خارجی را بخرد. وی ادامه می‌دهد: اکثر کالاهای ایرانی موجود در بازار همان محصولات 10 یا 12 سال پیش هستند که هیچ تغییری نکرده و با همان شکل و تمایل قدیمی تولید می‌شوند. مرتضی تصریح می‌کند: مثلاً در مورد یک نوع دستگاه بخارشور در بازار حداقل 15 برند وجود دارد که از نظر کیفیت و قیمت در سطوح مختلف قرار دارند و عمدتاً توسط یک کارخانه چینی تولید می‌شوند. وی می‌گوید: این محصولات طبق سفارش شرکت‌های ایرانی تولید می‌شوند و فقط نام مورد سفارش شرکت واردکننده بر روی کالا و جعبه آن حک می‌شود و در واقع اکثر مدل‌های یک محصول توسط یک کارخانه ولی در کیفیت‌های متفاوت تولید می‌شوند.

\* برخی تولیدکنندگان بیشتر واردات کالا انجام می‌دهند، نه تولید

برای کسب اطلاعات بیشتر از وضعیت بازار، با یکی از پیش‌کسوتان بازار لوازم خانگی صحبت می‌کنیم، حاج هادی که حدود 40 سال است در این صنف فعالیت می‌کند، مهمترین عامل عقب ماندن محصولات ایرانی از کالاهای وارداتی را عدم نوآوری در تولید می‌داند. وی می‌گوید: در چنین شرایطی بسیاری از لوازم خانگی که با برند ایرانی مانند پارس خزر عرضه می‌شوند، در واقع از چین وارد می‌شوند و اینجا در جعبه‌هایی با مارک ایرانی بسته‌بندی می‌شوند. وی ادامه می‌دهد: بر روی جعبه مادر این نوع کالا نوشته شده "محصول وارداتی" و همچنین کلمه "بندر عباس" ذکر شده که نشان می‌دهد این کالا از طریق بندرعباس به کشور وارد شده است ولی وقتی جعبه را باز می‌کنیم مارک #171;سایا» روی محصول دیده می‌شود.

وی می‌گوید: #171;سایا» در واقع برند ایرانی است که شرکت ایرانی پارس خزر وقتی تولید یک محصول را به یک کارخانه چینی سفارش می‌دهد، این برند بر روی محصول حک می‌شود ولی آن بخش از تولیدات پارس خزر که در ایران تولید می‌شود با برند #171;پارس خزر» عرضه می‌شود.

حاج هادی با بیان اینکه برخی محصولات ایرانی نیز از کیفیت قابل قبولی برخوردار هستند، معتقد است: اعتماد مشتریان به کالاهای خارجی بیشتر است و استقبال بیشتری از اجناس خارجی می‌شود. وی در مورد دلیل تمایل خریداران به انتخاب محصولات خارجی نیز می‌گوید: وقتی کالای قدیمی با برند مولینکس، تفال یا فیلیپس در بازار عرضه می‌شود و از نظر قیمت با مارک‌های ایرانی مانند پارس خزر رقابت می‌کنند، مشتری ترجیح می‌دهد نوع خارجی محصول را بخرد یا وقتی می‌بیند مثلاً یک محصول فیلیپس با وات بالاتر در بازار موجود است ولی نوع ایرانی آن با همان مدل 10 سال پیش عرضه می‌شود، محصول خارجی را انتخاب می‌کند.

\* مشتری به دنبال محصولی که درجه‌بندی مادر دیده نیست

حاج هادی ادامه می‌دهد: مشتری ترجیح می‌دهد محصول جدید و فانتزی‌تری را انتخاب کند نه اینکه همان وسیله‌ای که درجه‌بندی‌اش مادرش بوده، بخرد و استفاده کند.

وی می‌گوید: در مورد تلویزیون هم وضعیت چندان خوبی در بازار وجود ندارد، نمایندگی برخی از تولیدکنندگان ایرانی مانند شرکت‌های .... در کنار فروش تولیدات خود، محصولات با مارک‌هایی که در ایران نمایندگی ندارند را نیز عرضه می‌کنند و در واقع تولیدکنندگان سعی کرده‌اند در کنار تولید به واردات نیز بپردازند.

وی خدمات پس از فروش نامناسب کالاهای ایرانی و نبود تبلیغات مناسب را دلیلی برای ترغیب مشتری به خرید کالاهای خارجی عنوان می‌کند و می‌گوید: در حال حاضر تعریف فروشندگان از محصولات و همچنین اطرافیان خریداران تأثیر زیادی در انتخاب مشتری دارد.

\* بازار کساد نیست، فقط تعداد مغازه‌ها روز به روز بیشتر می‌شود

این فروشنده با سابقه در مورد تأثیر اجرای طرح هدفمندی یارانه‌ها بر بازار لوازم خانگی نیز می‌گوید: این مسئله تأثیری در بازار نداشته، در واقع هر سال تعداد مغازه‌ها بیشتر می‌شود و این مسئله باعث کم شدن فروش مغازه‌داران است و گرنه خریدار هیچ وقت برای تهیه لوازم مورد نیازش صبر نمی‌کند.

وی ادامه می‌دهد: در خیابان امین حضور فقط در یک پاساژ خلیج فارس 1400 مغازه وجود دارد و به این ترتیب با افزایش تعداد مغازه‌ها میزان فروش مغازه‌های قبلی نیز کاهش می‌یابد و فروشندگان از کساد بازار گل‌مند خواهند بود.

این فروشنده لوازم خانگی در مورد واردات غیررسمی لوازم خانگی به کشور نیز می‌گوید: کنترل قابل قبولی بر واردات وجود ندارد و بسیاری از لوازم خانگی غیر استاندارد به راحتی وارد کشور می‌شوند که البته این اجناس بسته به بازار و خواست مشتریان توزیع می‌شوند.

به گفته وي، در بازار شهرستانها حجم زيادي از لوازم خانگي غير استاندارد به چشم مي خورد، در حاليكه در تهران اينطور نيست و اكثر مشتريان به دنبال خريد محصولات با ماركهاي شناخته شده و معتبر هستند.

#### \* ترغيب مشتريان به خريد كالاي خارجي

علي ربيعي، يكي ديگر از فروشندگان لوازم خانگي در مورد رونق فروش كالاهاي خارجي در بازار مي گويد: فروشنده دنبال فروش محصولي است كه سود بيشتري براي داشته باشد، در مورد يك كالاي مشخص بين نوع ايراني و خارجي حدود 15 هزار تومان اختلاف سود براي فروشنده وجود دارد، به همين دليل فروشنده ترجيح مي دهد محصول خارجي را به مشتري عرضه كند. وي مي گويد: معمولاً روي جعبه محصولات ايراني قيمت خريد چاپ شده و به همين دليل دست فروشنده در قيمت گذاري آن كالا بسته است و علاوه بر اين، رقابت نيز در فروش محصول ايران بالاست زيرا در اكثر مغازه ها مي توان اين نوع كالاها راديد. وي تصريح مي كند: فروشنده به منافع خود توجه مي كند و وقتي مي بيند سود بيشتري در فروش كالاي خارجي دارد، تبليغ بيشتري هم براي فروش آن مي كند در حاليكه خدمات پس از فروش برخي كالاهاي ايراني در سطح بالاتري قرار دارد ولي اين مسئله را فروشنده به مشتري نمي گويد.

به گفته اين فروشنده لوازم خانگي، نوآوري باعث جذب مشتري مي شود ولي وقتي شركت .... به جاي توسعه و نوآوري در توليد، كولا گازي و چاي ساز چيني با كيفيت پايين وارد مي كند، نمي توان مشتري را جذب كرد يا وقتي كه شركت پارس محصولات مدل پايين شارپ را وارد مي كند، بازار توليدات ايراني اش كساد خواهد شد.

#### \* دولتي ها مصوبه الزام به خريد محصول ايراني را دور مي زنند

فرخ نيا، يكي ديگر از فروشندگان لوازم خانگي است كه در تشریح وضعیت بازار با اشاره به مصوبه دولت براي الزام دستگاه هاي دولتي به خريد توليدات ايراني مي گويد: شركت هاي دولتي اين مصوبه را دور مي زنند و مثلاً وقتي مي خواهند تلويزيون LCD بخرند به فروشنده مي گويند كه در فاكتر فقط عنوان تلويزيون LCD و اينچ را ذكر كند ولي مارك محصول را ننويسد.

وي ادامه مي دهد: در حال حاضر شركت هاي سوني و ال جي در ايران توليد تلويزيون دارند ولي چون فرآوري را در توليدشان رعايت مي كنند مردم از خريد محصول آنها استقبال مي كنند.

به گفته وي اين روزها و با هدمندي بارانه ها فروش پنكه از رونق خوبي برخوردار است اما در چنين شرايطي پنكه هاي ايراني موجود در بازار همان مدلهاي 15 سال پيش هستند در حاليكه پنكه هاي چيني در مدلهاي پنج پره، كف پيركس يا ضربدري در بازار ديده مي شوند.

وي ادامه مي دهد: در مورد پلويز هم نوع ديجيتالي وارد بازار شده در حاليكه پلويزهاي ايراني همان مدلهاي قديمي اند و مشتري تمايلي به خريد آن ندارد.

فرخ نيا كه قبلاً توليد كننده ماشين لباس شوي كوچك بوده و حالا رو به واردات آورده است در ادامه به خبرنگار فارس مي گويد: كارخانه دار براي موفقيت در توليد محصول بايد به تيراژ اقتصادي توليد برسد.

وي ادامه مي دهد: من قبلاً صنعتگر بودم ولي به دليل اينكه توليدم با زبان همراه شد، به واردات لوازم خانگي رو آوردم. وي مي گويد: يك كارخانه براي توليد اقتصادي لباسشويي بايد حداقل 20 هزار دستگاه در سال توليد داشته باشد و با اين كار، خريد قالب توليد به صرفه خواهد بود.

اين واردكننده با گلایه از نحوه پرداخت تسهيلات بانكي به توليدكنندگان مي گويد: اين وامها به دست صنعتگر واقعي نمي رسد بلكه افراي با استفاده از آن به واردات كالا مي پردازند.

فرخ نيا ادامه مي دهد: پس از مرگ صدام، بازار عراق از محصولات ايراني پر بود ولي نوع سياست خارجي ما باعث شد تا تركيه بازار عراق را از دست توليد كنندگان ايراني در بياورد.

#### \* خارجيها با نوآوري، توليدات ايراني را كنار مي زنند

اسكندري، يكي ديگر از فروشندگان لوازم خانگي در مورد نقش نوآوري در موفقيت صنعت لوازم خانگي مي گويد: هر 6 ماه يكبار در محصولات خارجي تنوع و نوآوري ايجاد مي شود مثلاً در شرايط فعلي پنكه، چرخ گوشت و جارو برقي "ساني" كه توسط نمايندگي اين شركت در ايران توليد مي شود از فروش خوبي برخوردار است و با گذشت زمان مدلها و محصولات جديدتري به بازار عرضه مي كند، در حاليكه توليد كنندگان ايراني از اين نوآوري عقب مانده اند.

وي با اشاره به برخي سياست گذاري هاي دولت براي بالا بردن هزينه واردات رسمي كالا به كشور مي گويد: اين سياست اشتباه است، ابتدا بايد جلوي قاچاق گرفته شود و بعد از آن، واردات محدود شود.

اسكندري ادامه مي دهد: در حال حاضر حجم زيادي از تلويزيون و كولا گازي به صورت قاچاق به كشور وارد مي شود كه اين كار بيشتري از مرز بانه صورت مي گيرد.

وي با اشاره به افزايش 20 درصدي قيمت محصولات وارداتي و توليدي در كشور به دليل تقويت ارزش دلار مي گويد: اجرائي طرح

هدفمندی یارانه‌ها نیز کرایه حمل بار را افزایش داده که این مسئله بر قیمت تمام شده تولیدات داخل مؤثر بوده است. وی تصریح می‌کند: به عنوان مثال یک پنکه پارس خزر به قیمت 50 هزار تومان در بازار فروخته می‌شود در حالی که قیمت نوع چینی آن 12 هزار تومان و مارک ناسیونال ژاپن نیز 30 هزار تومان است. وی توضیح می‌دهد: این در حالی است که هزینه تولید و دستمزد کارگر در ژاپن بالاست و باید دید دلیل بالا بودن قیمت تولیدات ایرانی چیست؟

\* اگر کالا را با قیمت پایین بفروشیم، مشتری به کیفیت آن شک می‌کند

این فروشنده لوازم خانگی معتقد است: یکی از راه‌های فروش بهتر این است که محصول را با قیمت نسبتاً بالایی به مشتری عرضه کنیم، زیرا وقتی کالایی با قیمت پایین عرضه شود، مشتری تصور می‌کند که آن محصول کیفیت مناسبی ندارد زیرا باور دارد هر چقدر بیشتر پول بدهند، جنس بهتری خواهند خرید.

وی نبود ثبات تصمیم‌گیری‌های اقتصادی در کشور را دلیلی برای عدم تمایل سرمایه‌گذاران به تولید محصول در کشور عنوان می‌کند. اسکندری در مورد تأثیر واقعی شدن قیمت حامل‌های انرژی بر خرید لوازم خانگی نیز با اشاره به افت فروش کولر گازی در بازار به دلیل اجرای طرح هدفمندی یارانه‌ها می‌گوید: امسال فروش پنکه در مقایسه با کولر گازی وضعیت بهتری داشته که دلیل آن مصرف بالای برق در کولرهای گازی است.

\* سرمایه‌گذاری به سمت تولید کالاهای حجیم سوق داده شود

اسکندری در پیشنهادی به دولت می‌گوید: واردات محصولات با حجم بزرگ مانند یخچال به دلیل بالا بودن هزینه حمل و نقل صرفه زیادی ندارد، مثلاً هزینه واردات یک دستگاه یخچال از دوطرف حدود 100 هزار تومان است ولی در مورد لوازم کوچک مانند ریش تراش یا موبایل، واردات با هزینه پایینی صورت می‌گیرد به همین دلیل بهتر است سرمایه‌گذاری به سمت تولید کالاهای حجیم سوق داده شود.

وی می‌گوید: در حال حاضر فروش لوازم خانگی بزرگ ایرانی مانند یخچال از وضعیت بهتری نسبت به سایر لوازم خانگی برخوردارند، چون خریداران ایرانی یا قدرت خرید یک یخچال یک میلیون و 700 هزار تومانی را دارند و یا یک یخچال 400 هزار تومانی. در چنین شرایطی اکثر خریداران در سطح متوسط قرار دارند و معمولاً محصول ایرانی را انتخاب می‌کنند. وی تصریح می‌کند: برخی از کارخانه‌های داخلی نیز چون از نظر سطح کیفی، تولیدات قابل قبولی داشته‌اند موفق به صادرات محصول خود شده‌اند.

اسکندری تأکید می‌کند: باید حقوقی که از وارد کننده دریافت می‌شود به عنوان یارانه در اختیار تولید کنندگان داخلی قرار گیرد تا زمینه رشد صنعت نیز فراهم شود.

\* ته دلم می‌گوید لوازم خارجی بخرم

همینطور که در بازار قدم می‌زنم خانم میان‌سالی برای خرید ماشین ظرفشویی در حال صحبت با یکی از مغازه‌داران است و سعی می‌کند در مورد هر آنچه که می‌تواند در انتخاب یک محصول خوب کمکش کند، از فروشنده سؤال کند.

وقتی در مورد معیارهایش برای خرید کالای مورد نیازش می‌پرسد می‌گوید: بودجه من به اندازه خرید یک محصول چینی، ترک و حتی ایرانی است ولی قصد دارم یک ماشین لباسشویی اصل با برند ... آلمان را بخرم که خیالم از نظر کیفیت آن راحت باشد.

موسوی تصریح می‌کند: بعضی از لوازم خانگی مورد استفاده‌ام ایرانی هستند و از آنها راضی‌ام و حتی در مورد ماشین ظرفشویی هم تعریف پاکشوما را شنیده‌ام، ولی باز هم ته دلم می‌گوید که یک جنس خارجی بخرم تا کیفیت تضمین شده‌ای داشته باشد.

وی می‌گوید: یخچال فریزر منزل آمریکایی است و از ابتدای زندگی‌ام تا حالا از آن استفاده کرده‌ام ولی لباسشویی‌ام ایرانی است و از کار آن هم بسیار راضی‌ام.

وی با تأکید بر اهمیت خدمات پس از فروش محصولات خارجی معتقد است: خرید لوازم خانگی بدون گارانتی از شهرهای مرزی مانند بانه کار درستی نیست و در نهایت به ضرر مصرف کننده خواهد بود.

موسوی ادامه می‌دهد: اجاق گاز قبلی که استفاده می‌کردم ایرانی بود ولی از کیفیت آن راضی نبودم، اخیراً یک گاز ایتالیایی خریده‌ام. وی تحقیق در مورد لوازم خانگی از طریق اینترنت و تعریف اطرافیان را روش مناسبی برای خرید می‌داند.

\* گارانتی وسایل ایرانی کمک زیادی به مشتری نمی‌کند

خانم و آقای سالمندی از خودروی شاسی بلند خارجی خود پیاده می‌شوند و برای خرید یکی از وسایل مورد نیاز خود در بازار لوازم خانگی قدم می‌زنند.

از آقا می‌پرسد دنبال کالای خارجی هستید یا ایرانی؟ می‌گوید: کیفیت مهم است ولی الزاماً دنبال محصول خارجی نیستم، اگر جنس

ایرانی با کیفیت وجود داشته باشد حتماً آن را انتخاب خواهیم کرد. سعیدی ادامه می‌دهد: خدمات پس از فروش از اهمیت بالایی برخوردار است ولی یک بار که کولر منزل خراب شده بود، کارگر نمایندگی برای تعمیر به منزل ما آمد اما وقتی رفت متوجه شدیم که کلیدهای آپارتمان را نیز با خود برده و علاوه بر این، هزینه بالایی را هم از ما دریافت کرده بود. وی تأکید می‌کند: گارانتی وسایل ایرانی کمک زیادی به مشتری نمی‌کند زیرا اکثر ایرادات مشمول گارانتی نمی‌شوند. سعیدی می‌گوید: ما چون سالهاست زندگی‌مان را تشکیل داده‌ایم همچنان از وسایل قدیمی استفاده می‌کنیم که کیفیت قابل قبولی هم دارند.

\* تسهیلات نوآوری در بسته حمایتی وزارت صنایع گنجانده شود

بررسی وضعیت بازار لوازم خانگی و صحبت فروشندگان و خریداران نشان می‌دهد که برای رقابت پذیرش کالاهای ایرانی باید علاوه بر افزایش کیفیت، به نوآوری و ایجاد تنوع در تولد محصول نیز توجه شود. یکی از راه‌های تحقق این هدف، تقویت واحدهای تحقیق و توسعه در کارخانه‌ها است که تا به حال کمتر به آن توجه شده است. در این راستا وزارت صنایع می‌تواند در اجرای بسته حمایتی بخش صنعت علاوه بر پرداخت تسهیلات جهت افزایش بهره‌وری واحدها، مبلغی را نیز به طور مشخص برای تقویت نوآوری در تولیدات ایرانی اختصاص دهد.

گزارش از: نرگس نیک‌ضمیر