

علیه تولید

دولت با اجرای قانون «ساماندهی کولبری و ملوانی» مدعی است مرزها را شفاف و مرزنشینان را صاحب شغل کرده است اما بررسی‌ها نشان می‌دهد این قانون در عمل، دریچه‌ای تازه برای تضعیف تولید ملی گشوده است. در این شماره به این موضوع پرداخته ایم.

Gplus

این جارو جمعش می‌کند!



HUNTER

گل‌سیران
روی خوش زندگی

Electric Motors **DOMESTIC**



اصالت آشن

موتورن

تولید انواع الکتروموتور، فن کوئل و الکتروپمپ آب خانگی

الکتروموتورهای کولری القائی ، مغناطیس دائم روتور بیرون درایودار **BLDC** و آکسیال و الکتروپمپ آب کولری



الکتروپمپ های آب خانگی



الکتروموتورهای فن کوئل

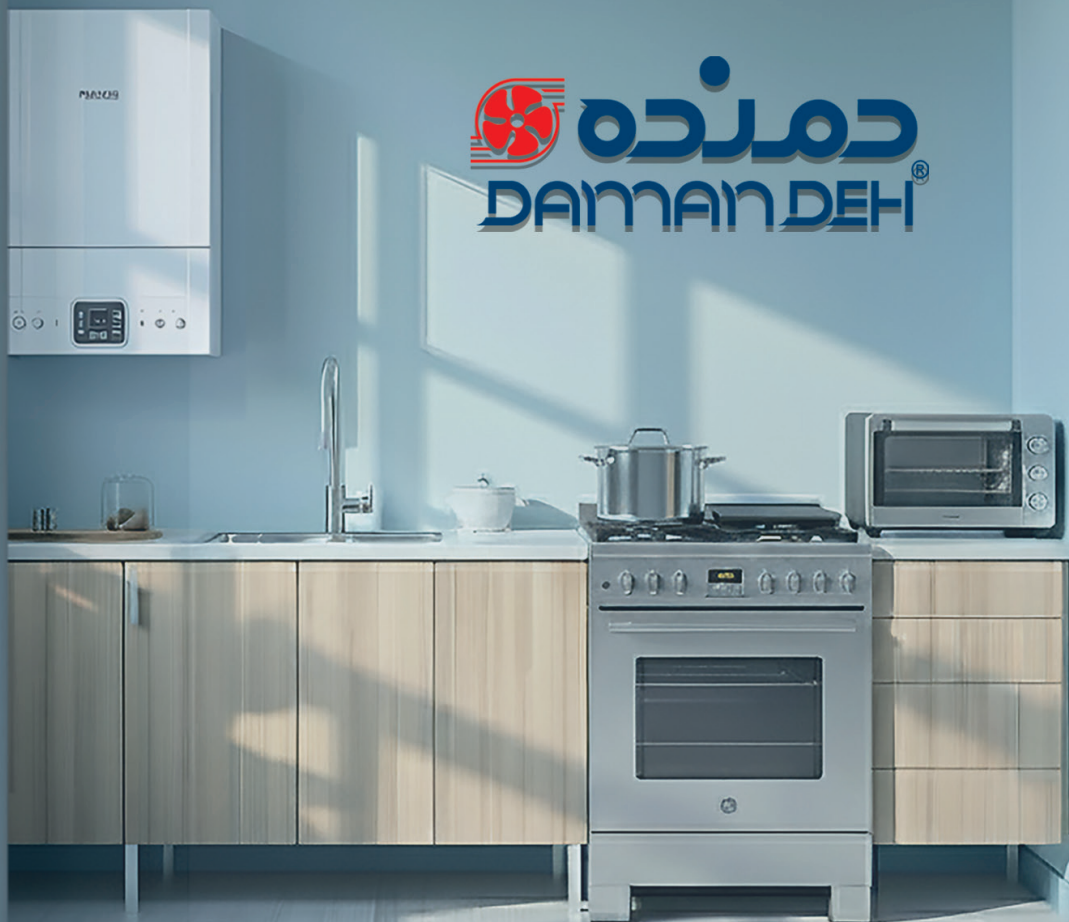


Scan Me



برای دریافت کاتالوگ اسکن کنید

www.motogen.com 041-82 00 00 00 - 021-45362 crm.motogen.com



قطعات محصولات لوازم خانگی

با دمنده نفس بکشید ...
www.damandeh.com

- مناسب محیط با حرارت بالا
- دارای کلاس حرارتی H
- کم صدا با راندمان بالا



Premium non-stick cookware

Since
1982



منارک پلاس
پوشش نچسب تمام گرانیٹ

Monarch Plus
Extera Nonstick Granite System



zarsab

۰۲۱-۸۸۵۰۰۰۹۵

contact



تولید کننده صفحات اجاق گازهای
رومیزی و مبله و قطعات فلزی اجاق گاز

Manufacturer of stainless steel
cooktop & freestanding hob surface and metal parts

🌐 www.samsuny.ir

✉ samsuny2008@gmail.com

📱 [samsuny.ir](https://www.instagram.com/samsuny.ir)

☎ 021-56 39 20 11



samsuny

Together at the top...

لیمون

لوازم خانه و آشپزخانه

لیوان شیکر شیشه ای



GLASS SHAKER



380 CC



500 CC

CE



نمایشگاه دائمی : میدان شوش - خیابان صابونیان - خیابان کاخ جوانان - پاساژ الغدير - طبقه پنجم - واحد ۵
تلفن : ۰۲۱-۵۵۰۴۴۲۲۰ تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۵۱۰۴۴۰۰۰
سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۰۲۲۴۱ @limonware
www.limonware.com

Nasa[®] electric

Multi-Function Chopper NS-1935



دارای دو حالت سرعت



کاسه پیرکس با ظرفیت
۳ لیتر



تیغه‌های تیتانیومی ۳ لایه



کولان سل®

هوای خوب، حال خوب ...



بزرگ‌ترین تولیدکننده پدسلولزی در خاورمیانه

کولان سل، امسال نیز در نمایشگاه صنعت لوازم خانگی میزبان شما خواهد بود!

www.koolancel.com

026 - 340 55 000

جزئیات کوچک عملکردی بزرگ

سیفون های پلاستیکی سینک ظرفشویی

آب بندی مطمئن

طراحی دقیق و آب بندی چند مرحله ای
برای جلوگیری از نشتی و بوی نامطبوع



اتصالات مقاوم

اتصالات استاندارد با مواد اولیه باکیفیت
برای دوام و استحکام بیشتر



نصب آسان

طراحی مهندسی شده برای نصب سریع
بدون نیاز به ابزار تخصصی



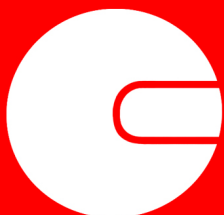
نگهداری آسان

سطح داخلی صاف برای جلوگیری
از تجمع چربی و آلودگی



QUALITY

تولید شده با بهترین مواد اولیه
مطابق با استانداردهای جهانی



CHARISMATECH
گروه صنعتی کاریزماتک



LEAK
PROOF



EASY
INSTALATION



DURABLE
MATERIAL



EASY
CLEANING



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران
بزرگترین و قدیمی‌ترین تشکل ملی
صنعت پیشران لوازم خانگی کشور

آیروم سازان

صنایع لوازم خانگی

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی

اولین و تنها نشریه تخصصی صنایع لوازم خانگی ایران

ماهنامه عمومی صنعت لوازم خانگی • سال پنجم • شماره ۴۳ • شماره پیاپی ۴۲۲ • شهریور ۱۴۰۵

صاحب امتیاز: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

مدیر مسئول: علیرضا محمدی دانیالی

سر دبیر: قاسم مصطفوی

شورای سیاست‌گذاری:

علیرضا محمدی دانیالی، محمدحسین تهرانی، سام ادیب،

داوود نوده فراهانی، قاسم مصطفوی و نسرین اوجاقی، حمیدرضا مهدیان

تحریریه: امیر فلاح، محسن مرادی، محمدرضا صالحی طالقانی

ویراستار: مسعود اسماعیلی

گرافیک: صباح فرخی

امور مالی: لیلا گل محمدی

توزیع: محمد نیکنام، رسول نوذر

نشانی دفتر نشریه: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، خیابان مابونچی

(مبنای سابق)، کوچه مبینی، پلاک ۸

کدپستی: ۱۵۳۳۶۵۵۹۴

تلفن: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (خط ویژه)

شبکه‌های اجتماعی: ۰۹۱۲۵۱۶۴۷۴۵

جذب آگهی: ۸۸۵۱۲۱۲۷ (داخلی ۱۰۴ و ۱۰۵)

نمابر: ۸۸۷۴۴۴۶۳

پیامک: ۱۰۰۰۰۲۴۲۶

مخاطبان گرامی نشریه می‌توانند در جهت ارتقاء جایگاه این رسانه‌ی مکتوب، پیشنهادات و نقطه نظرات سازنده‌ی خود را به روابط عمومی انجمن از طریق: پست الکترونیکی منعکس فرمایند.

نقطه نظرات و تحلیل‌های اشخاص حقیقی و حقوقی به معنای دیدگاه این ماهنامه نیست.

حق جرح و تعدیل و انتشار مطالب دریافتی برای انجمن محفوظ است.



www.ahamiran.com



info@ahamiran.com



[ahamiran1361](https://www.instagram.com/ahamiran1361)



مجوز نشریه: ۹۱۴۴۶

۲ کولبری و تولید داخلی، مرز باریک میان معیشت و رقابت

۳ مستقیم تهران

۵ اثرات پنهان و آشکار واردات از مسیر کولبری و ملوانی بر صنعت ایران

۹ واردات ته‌لنجی، اشتغال و تولید داخلی را تحت فشار قرار داده است

۱۰ حمایت از مرزنشینان نباید به زیان تولید باشد

۱۲ رویه کولبری و ملوانی دریچه‌ای قانونی برای دور زدن تولید ملی

۱۵ سایه‌ی مرز بر کارخانه

۱۸ شاید یک اتفاق ساده!

۲۴ هزینه تولید از قیمت فروش جلو زد

۲۷ الگوی حمایت از صنعت لوازم خانگی، در ترکیه

۲۹ وقتی بهره‌وری انرژی از هوش مصنوعی مهم‌تر می‌شود

۳۳ یخچال خوب را چگونه انتخاب کنیم؟

۳۷ شامخ تیرماه ۱۴۰۵ کاهش شدت رکود، اما تداوم انقباض اقتصاد

۴۸ مرکز آمار تورم مرداد ۱۴۰۵ را اعلام کرد؛

۵۰ تورم تولیدکننده ۱۰۹ درصد شد

۵۲ اثر جنگ بر اقتصاد ایران و جهان

۵۶ محیط جنگ‌زده کسب‌وکارها

کولبری و تولید داخلی، مرز باریک میان معیشت و رقابت

کولبری، مسئله‌ای فراتر از مرز



قاسم مصطفوی
سردبیر

رقابت، آثار خود را در بخش‌های مختلف این زنجیره نشان می‌دهد. از سوی دیگر، مصرف‌کننده نیز بخشی از معادله است. اگر محصولی با قیمت پایین‌تر و بدون شفافیت کافی در خصوص منشأ، استاندارد، ضمانت و خدمات پس از فروش عرضه شود، انتخاب مصرف‌کننده صرفاً بر اساس قیمت شکل می‌گیرد؛ در حالی که قیمت واقعی یک محصول فقط رقم درج‌شده روی آن نیست. کیفیت، دوام، دسترسی به قطعه، خدمات و امکان پیگیری حقوق مصرف‌کننده نیز بخشی از ارزش خرید است.

اهمیت این موضوع زمانی بیشتر شد که به موجب مصوبات کارگروه موضوع ماده ۴ قانون ساماندهی و نظارت بر تجارت مرزی (کولبری و ملوانی) و ایجاد اشتغال پایدار مرزنشینان، واردات و ترخیص یخچال، یخچال فریزر، ماشین لباسشویی و ماشین ظرفشویی از طریق رویه‌های کولبری و ملوانی از تاریخ اول تیرماه سال ۱۴۰۵ ممنوع اعلام شده است. این تصمیم در چارچوب سیاست‌های جدید ساماندهی تجارت مرزی و با توجه به ملاحظات تولید داخلی مطرح شد.

البته تغییر یک رویه، به‌تنهایی پایان مسئله نیست. اگر تقاضای بازار برای کالای وارداتی همچنان وجود داشته باشد، محدود کردن یک مسیر ورود بدون توجه به سایر مسیرهای تأمین، قیمت، کیفیت و قدرت خرید مصرف‌کننده، می‌تواند شکل مسئله را تغییر دهد، نه اینکه لزوماً آن را حل کند.

رقابت منصفانه؛ نقطه اتصال تولید و تجارت مرزی

حمایت از تولید داخلی نباید صرفاً به معنای محدود کردن واردات تعبیر شود. تولیدکننده نیز در یک بازار رقابتی باید پاسخگوی کیفیت، قیمت، نوآوری و نیاز مصرف‌کننده باشد. در مقابل، رقابت زمانی معنا پیدا می‌کند که بازیگران بازار تحت قواعد قابل مقایسه فعالیت کنند. از این منظر، پرسش اصلی درباره کولبری این نیست که «کولبری باشد یا نباشد». پرسش دقیق‌تر این است که چه کالایی، با چه حجمی، تحت چه ضوابطی و با چه میزان شفافیت، از چه مسیری وارد بازار شود. اگر هدف از تجارت مرزی، ایجاد درآمد پایدار برای مرزنشینان است، سازوکار آن باید به اشتغال و ارزش‌آفرینی در مناطق مرزی منجر شود؛ نه اینکه به مسیری برای ورود کالاهایی تبدیل شود که مستقیماً با تولید داخلی در بازار ملی رقابت می‌کنند. هم‌زمان، حمایت از تولید نیز زمانی پایدار خواهد بود که همراه با ارتقای بهره‌وری، کیفیت و قدرت رقابت باشد.

کولبری در نهایت یک مسئله چندوجهی است؛ مسئله‌ای که هم معیشت مرزنشینان را دربرمی‌گیرد، هم تولیدکننده و اشتغال صنعتی را و هم مصرف‌کننده را. راه‌حل پایدار نیز نه حذف ساده یک گروه از معادله، بلکه طراحی قواعدی است که در آن مرزنشین از فرصت اقتصادی پایدار برخوردار باشد، تولیدکننده با رقابت منصفانه مواجه شود و مصرف‌کننده از کالای باکیفیت، شفاف و قابل‌اعتماد بهره‌مند شود.

کولبری را نمی‌توان صرفاً با دوگانه «مجاز یا غیرمجاز» توضیح داد. پشت این پدیده، واقعیتی اجتماعی و اقتصادی قرار دارد: معیشت بخشی از مرزنشینان و محدودیت فرصت‌های شغلی در مناطق مرزی. اما در سوی دیگر، زمانی که کالای واردشده از مسیرهای مرزی وارد بازار گسترده کشور می‌شود، موضوع دیگر فقط به معیشت یک منطقه مرزی محدود نمی‌ماند؛ بلکه به مسئله‌ای برای تولید، اشتغال، رقابت و حتی حقوق مصرف‌کننده تبدیل می‌شود. این دو واقعیت نباید در مقابل یکدیگر قرار گیرند. حمایت از معیشت مرزنشینان یک ضرورت است، همان‌طور که ایجاد شرایط رقابت منصفانه برای تولیدکننده داخلی نیز ضرورتی اقتصادی است. چالش اصلی، یافتن نقطه‌ای است که این دو هدف در برابر یکدیگر قرار نگیرند.

وقتی یک رویه مرزی وارد بازار ملی می‌شود

قانون ساماندهی و نظارت بر تجارت مرزی با هدف ساماندهی کولبری و ملوانی و ایجاد اشتغال پایدار برای مرزنشینان شکل گرفته است. اصل چنین رویکردی، یعنی تبدیل یک فعالیت پرریسک و غیرشفاف به یک فعالیت اقتصادی سامان‌یافته، قابل دفاع است. اما تفاوت مهمی میان «تجارت مرزی برای تأمین معیشت» و «ورود کالا به بازار ملی با شرایط متفاوت از تولید داخلی» وجود دارد.

کالایی که از مسیرهای تجاری رسمی و معمول وارد می‌شود، در چارچوب مجموعه‌ای از الزامات گمرکی، مالیاتی، استاندارد و نظارتی قرار دارد. تولیدکننده داخلی نیز هزینه‌های نیروی انسانی، بیمه، مالیات، انرژی، تأمین مالی، مواد اولیه، استاندارد، توزیع و خدمات پس از فروش را تحمل می‌کند. بنابراین اگر کالایی با سازوکاری متفاوت و با هزینه‌های رقابتی متفاوت وارد همان بازار شود، مقایسه قیمت آن با محصول داخلی لزوماً مقایسه‌ای برابر نیست.

در این میان، نباید خود «کولبر» را با کل زنجیره ورود و توزیع کالا یکی دانست. فردی که برای تأمین معاش خود کالا را حمل می‌کند، یک مسئله است و شبکه‌ای که می‌تواند از این مسیر برای ورود حجم بالای کالا و عرضه آن در بازارهای مختلف کشور استفاده کند، مسئله‌ای دیگر. سیاست‌گذاری دقیق باید میان این دو تفاوت قائل شود.

لوازم خانگی؛ صنعتی که اثر را مستقیم‌تر احساس می‌کند

در صنعت لوازم خانگی، این موضوع اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. این صنعت تنها مجموعه‌ای از کارخانه‌های تولیدکننده محصول نهایی نیست؛ زنجیره‌ای از قطعه‌سازان، تأمین‌کنندگان، نیروی انسانی، شبکه توزیع و خدمات پس از فروش را دربرمی‌گیرد. بنابراین تغییر در شرایط

روایت دیگری از تهنجی و تولید لوازم خانگی

مستقیم تهران



نسرين اوجاقي
دبير كل انجمن صنايع لوازم خانگي ايران

هزینه ثابت تولید روی حجم کمتری از محصول سرشکن می‌شود، هزینه تمام‌شده افزایش می‌یابد و حاشیه سود کاهش پیدا می‌کند. اگر تولیدکننده رسمی تمام هزینه‌های قانونی تولید، مالیات، بیمه، استاندارد، تأمین مالی و خدمات پس از فروش را متحمل شود، اما کالای رقیب با ساختار هزینه متفاوت وارد بازار شود، مقایسه قیمت نهایی دیگر صرفاً مقایسه بهره‌وری دو تولیدکننده نیست. در چنین بازاری، مزیت قیمتی کالا از تفاوت در قواعد ورود به بازار ناشی می‌شود، نه از بهره‌وری بالاتر.

اگر سیاست تجاری به شکلی طراحی شود که بازده سرمایه‌گذاری تولید داخلی را کاهش دهد، در بلندمدت انگیزه سرمایه‌گذاری جدید نیز کاهش پیدا می‌کند. سرمایه‌گذار پیش از تصمیم به احداث خط تولید یا توسعه ظرفیت، فقط هزینه تولید امروز را محاسبه نمی‌کند؛ ریسک دسترسی به بازار در سال‌های آینده را نیز در محاسبات خود وارد می‌کند. از این منظر، مساله تهنجی و کولبری صرفاً حجم واردات نیست، مساله اثر این واردات بر حفظ اشتغال مولد، تصمیم سرمایه‌گذاری، استفاده از ظرفیت تولید و مزیت رقابتی بنگاه‌های داخلی است.

البته این بحث به معنای نفی تجارت مرزی یا نادیده گرفتن معیشت مرزنشینان نیست. مساله، نحوه طراحی سیاست است. اگر هدف، ایجاد درآمد پایدار در مناطق مرزی است، باید سنجید که کدام مدل بیشترین ارزش افزوده، اشتغال پایدار و درآمد قابل تداوم را برای این مناطق ایجاد می‌کند.

تجارت کالای نهایی می‌تواند برای قشر خاصی (و نه لزوماً مرزنشینان) درآمد ایجاد کند، اما توسعه زنجیره‌های تأمین، خدمات لجستیک، صنایع تبدیلی، قطعه‌سازی و فعالیت‌های تولیدی در مناطق مرزی، ظرفیت ایجاد ارزش افزوده و اشتغال پایدار بیشتری دارد.

در نهایت، ارزیابی سیاست تجارت مرزی باید با چند شاخص روشن انجام شود: نفع یا عدم النفع هر یک از ذینفعان این قانون در چه شرایطی است؟ دولت چه میزان از عدم دریافت عوارض و مالیات و ... دچار عدم النفع است؟ بازارچه‌های مرزی و مرزنشینان قبل از این قانون پر رونق‌تر بودند یا اکنون؟ تولیدکنندگان در چه شرایطی قرار دارند؟ تصویب این قانون تا چه میزان بر از دست رفتن ۶۳۰ هزار فرصت شغلی صنعتی از دست رفته (بنا بر اعلام سازمان تأمین اجتماعی) تأثیر گذاشته است؟ چه میزان سرمایه‌گذاری تولیدی در کشور ایجاد شده، چه میزان از ظرفیت آن مورد استفاده قرار می‌گیرد، این سیاست چه اثری بر بازده سرمایه و انگیزه سرمایه‌گذاری جدید دارد و سهم واقعی ارزش افزوده آن برای مرزنشینان چقدر است؟

اگر پاسخ این پرسش‌ها نشان دهد که افزایش واردات کالای نهایی از مسیرهای مرزی، هم‌زمان با کاهش اشتغال مولد و امنیت اجتماعی، کاهش استفاده از ظرفیت تولید داخلی و تضعیف انگیزه سرمایه‌گذاری اتفاق می‌افتد، اصلاح سازوکار موجود دیگر یک مطالبه صنفی نیست؛ یک ضرورت اقتصادی-اجتماعی است.

نزدیک دو سال است که واژگان ملوانی، تهنجی و کولبری در ادبیات ذینفعان صنعت لوازم خانگی بسیار پرتکرار شده‌اند، واژگانی که قبلاً بیشتر در بازارهای مرزی و محدود مورد استفاده قرار می‌گرفت و مردمان کوچه و بازار غالباً در فیلم زمانی برای مستی اسبها با این واژه‌ها آشنا شده بودند.

تردیدی نیست که برای داشتن یک کشور

پهناور و قدرتمند، حمایت از معیشت مرزنشینان، ضرورت است اما وقتی تجارت مرزی به بازارنهایی کالای مصرفی گره می‌خورد، دیگر نمی‌توان آثار آن را حتی بر مرزنشینان راحت ارزیابی کرد، مساله از جایی آغاز می‌شود که یک سیاست حمایتی، از مقیاس و هدف اولیه خود فاصله می‌گیرد و اثر آن دیگر محدود به همان جامعه هدف باقی نمی‌ماند. وقتی کالایی که از مسیر تجارت مرزی وارد کشور می‌شود، مستقیماً به بازار، علی‌الخصوص بازار تهران واصل می‌گردد، تصمیم درباره تجارت مرزی، به تصمیمی درباره سیاست تولید نیز تبدیل می‌شود.

در ابتدا تصور بر این بود که در تصویب این قانون فلسفه حمایت از مرزنشینان روشن است: ایجاد امکان درآمد برای جوامعی که در مناطق مرزی زندگی می‌کنند و بخشی از اقتصاد آنها به مبادلات مرزی وابسته است. تجارت خرد مرزی که به اشتغال، گردش اقتصادی و ماندگاری جمعیت در این مناطق کمک خواهد کرد، هرچند بعدها در جلسات گفتگوهای دیگری مطرح شد که کاملاً مسیری متفاوت ذهنی را پیش روی ما گذاشت، صحبت‌هایی از این دست که با این نام سعی در تصویب قانون شد. امروز اما کار به جایی رسیده که استانداران مناطق غیر مرزی برای ورود به عرصه امکان بهره‌مندی از این قانون با هم رقابت می‌کنند و به نظر می‌رسد بر خلاف سال‌های قبل رونق اقتصادی بازارهای مرزی مانند بانه و بوشهر با همین قانون از بین رفته است. تصویر سنتی از تهنجی، کالایی محدود است که وارد یک بندر می‌شود و در همان منطقه مصرف یا توزیع می‌شود. اما بازار امروز پیچیده‌تر از این است. وقتی قانوناً ده درصد کل واردات یک کشور می‌تواند از مسیری بدون عوارض (یا با حداقل عوارض) مستقیماً به بازار واصل شود و درخواست عمومی برای تخصیص بالای سی درصد از این مبلغ برای لوازم خانگی‌ست، تولید لوازم خانگی یک فانتزی غیراقتصادی است.

کالا با کشتی‌های حدود ۶۰۰ تنی می‌تواند از مرز وارد شود، در شبکه توزیع قرار بگیرد و مستقیماً به مصرف‌کننده‌ای برسد که صدها کیلومتر با نقطه ورود کالا فاصله دارد، در این حالت، بازارچه مرزی دیگر معنایی ندارد، مرز، دروازه بازارست.

ورود کالای نهایی دارای مشابه تولید داخل از مسیرهایی با ساختار هزینه و الزامات متفاوت از تولید رسمی و کاهش سهم تولید داخلی از بازار، ابتدا به افت فروش و استفاده از ظرفیت منجر می‌شود، سپس

ویژه



مرزی که تولید را دور می‌زند

اثرات پنهان و آشکار واردات از مسیر کولبری و ملوانی بر صنعت ایران

قانونگذار نیز دقیقاً با همین رویکرد، قانون ساماندهی و نظارت بر تجارت مرزی را تصویب کرده است. هدف قانون، علاوه بر تقویت معیشت مرزنشینان، افزایش شفافیت و کاهش مبادلات غیررسمی اعلام شده است. اما میان تجارت مرزی برای معیشت مرزنشین و ایجاد یک کانال موازی برای توزیع کالا در بازار ملی تفاوت اساسی وجود دارد.

اگر کالایی که از یک مسیر مرزی وارد می‌شود، در همان منطقه مرزی مصرف شود، اثر آن بر تولیدکننده ملی محدودتر است. اما زمانی که همان کالا از مرز عبور کرده و وارد شبکه توزیع سراسری می‌شود، دیگر با یک فعالیت صرفاً مرزنشینی مواجه نیستیم بلکه با یک رقیب تجاری برای واردکننده رسمی و تولیدکننده داخلی مواجه خواهیم بود. از اینجا مسئله سیاست‌گذاری آغاز می‌شود.

مسئله اصلی مزیت رقابتی نامتوازن است

تولیدکننده لوازم خانگی در ایران برای عرضه یک محصول با مجموعه‌ای از هزینه‌ها و الزامات مواجه است: هزینه انرژی، دستمزد، مالیات، تأمین مالی، بیمه، استاندارد، خدمات پس از فروش، هزینه تأمین قطعات، هزینه‌های لجستیک، هزینه انبارداری، هزینه‌های مربوط به شبکه فروش و در نهایت هزینه‌های مربوط به رعایت مقررات تجاری در مقابل، اگر کالای مشابه خارجی از مسیری وارد شود که برخی از این هزینه‌ها را به شکل متفاوتی پرداخت می‌کند، مقایسه قیمت نهایی دو محصول دیگر یک مقایسه اقتصادی عادلانه نخواهد بود، در چنین شرایطی ممکن است مصرف‌کننده در نقطه فروش تنها یک عدد را ببیند: قیمت. اما پشت این قیمت، دو ساختار متفاوت وجود دارد.

یک محصول حاصل سرمایه‌گذاری کارخانه، اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، خرید مواد اولیه از صدها تأمین‌کننده، پرداخت مالیات، هزینه تحقیق و توسعه و ایجاد شبکه خدمات پس از فروش است. محصول دیگر ممکن است عمدتاً بر مبنای یک فعالیت وارداتی شکل گرفته باشد. بنابراین اگر سیاست‌گذار بدون توجه به ساختار هزینه و آثار زنجیره‌ای، صرفاً به قیمت مصرف‌کننده نگاه کند، ممکن است در کوتاه‌مدت به کاهش قیمت برخی کالاها کمک کند، اما در بلندمدت ظرفیت تولید داخلی را تضعیف کند. این همان نقطه‌ای است که می‌توان از آن با عنوان مزیت رقابتی نامتوازن یاد کرد.



سیاست‌گذاری برای مناطق مرزی، همواره میان دو هدف مهم در نوسان بوده است؛ از یک سو ضرورت ایجاد اشتغال و تأمین معیشت مرزنشینان و از سوی دیگر، حفظ منافع تولید ملی و جلوگیری از شکل‌گیری مسیرهای غیرمعارف تجارت. رویه‌های کولبری و ملوانی نیز در همین نقطه تلاقی شکل گرفته‌اند؛ رویه‌هایی که در اصل با هدف حمایت از اقتصاد مرزی و کاهش مبادلات غیررسمی طراحی و طی سال‌های اخیر به تدریج قانونمند شده‌اند.

از این منظر، نمی‌توان اصل فلسفه تجارت مرزی را زیر سؤال برد. مسئله اصلی، نه مرزنشین است و نه معیشت مرزنشینان. مسئله، نحوه طراحی و اجرای سازوکاری است که در صورت برخورداری برخی کالاها از مزیت‌های غیرمعارف وارداتی، می‌تواند رقابت میان تولیدکننده داخلی و کالای وارداتی را از حالت متعارف خارج کند.

این مسئله در صنعت لوازم خانگی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. صنعت لوازم خانگی ایران طی سال‌های گذشته مسیر دشواری را برای توسعه ظرفیت تولید، داخلی‌سازی قطعات، ایجاد زنجیره تأمین و جایگزینی بخش قابل توجهی از کالاهای وارداتی طی کرده است. بنابراین هرگاه کالای مشابه خارجی با هزینه‌های گمرکی، مالیاتی یا نظارتی متفاوت وارد بازار شود، اثر آن صرفاً به کاهش فروش یک کارخانه محدود نمی‌شود؛ بلکه می‌تواند بر کل زنجیره ارزش صنعتی اثر بگذارد.

قانون ساماندهی و نظارت بر تجارت مرزی مصوب ۱۴۰۲، واردات از طریق کولبری و ملوانی را برای مدت پنج سال و در چارچوب مشخص قانونی مجاز کرده است. این قانون در عین حال بر ثبت آماری، شناسه کالا و رهگیری، ثبت اطلاعات انبار و تعیین منشأ ارز تأکید دارد. همچنین سقف کلی این واردات را حداکثر ۱۰ درصد ارزش واردات کل کشور تعیین کرده است.

با این حال، تجربه اجرای چنین سازوکارهایی نشان می‌دهد که مسئله مهم‌تر از میزان واردات است بلکه مسئله اصلی، ترکیب کالا، میزان مزیت وارداتی و نوع رقابتی است که این کالاها با تولید داخلی ایجاد می‌کنند. در صنعت لوازم خانگی، این تفاوت می‌تواند بسیار تعیین‌کننده باشد.

تجارت مرزی؛ ضرورت اقتصادی یا امتیاز تجاری؟

هیچ سیاست صنعتی واقع‌بینانه‌ای نمی‌تواند مشکلات اقتصادی مناطق مرزی را نادیده بگیرد. مناطق مرزی در بسیاری از نقاط کشور با محدودیت‌های زیرساختی، کمبود فرصت‌های شغلی پایدار و فاصله از مراکز اصلی صنعتی و تجاری مواجه‌اند. از این منظر، ایجاد یک مسیر قانونی برای فعالیت اقتصادی مرزنشینان می‌تواند بخشی از راه‌حل باشد.



چرا لوازم خانگی صنعت مناسبی برای سنجش این اثر است؟

لوازم خانگی یکی از صنایعی است که اثر واردات بر آن صرفاً به رقابت میان دو برند محدود نمی‌شود.

یک کارخانه تولید یخچال، ماشین لباسشویی یا ماشین ظرفشویی با مجموعه بزرگی از صنایع بالادستی و پایین‌دستی در ارتباط است. از فولاد و ورق گرفته تا مواد پلیمری، شیشه، موتور، کمپرسور، برد الکترونیکی، کابل، قطعات پلاستیکی، بسته‌بندی، حمل‌ونقل، فروش و خدمات پس از فروش به همین دلیل، افت تولید یک کارخانه می‌تواند به افت تقاضا برای ده‌ها یا حتی صدها تأمین‌کننده منجر شود.

فرض کنیم کارخانه‌ای به دلیل فشار رقابتی، تولید خود را ۲۰ درصد کاهش دهد. اثر اقتصادی این اتفاق فقط ۲۰ درصد کاهش خروجی همان کارخانه نیست. خرید مواد اولیه کاهش می‌یابد، ظرفیت خطوط تولید قطعه پایین می‌آید، هزینه ثابت سرشکن‌شده روی هر محصول افزایش پیدا می‌کند و انگیزه سرمایه‌گذاری برای توسعه خطوط جدید کاهش می‌یابد.

در مرحله بعد، کارخانه برای کاهش هزینه ممکن است استخدام نیروی جدید را متوقف کند، برنامه توسعه محصول را عقب بیندازد یا سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات را به تعویق بیندازد. بنابراین اثر واردات می‌تواند از یک شوک فروش به یک شوک سرمایه‌گذاری تبدیل شود و این شاید مهم‌ترین اثر منفی و کمتر دیده‌شده واردات غیرهم‌سطح با تولید داخلی باشد.

واردات ارزان همیشه به معنای اقتصاد ارزان‌تر نیست

در تحلیل اقتصادی، کاهش قیمت یک کالا در بازار لزوماً به معنای افزایش رفاه اقتصادی نیست. اگر کاهش قیمت از طریق افزایش بهره‌وری، فناوری، کاهش هزینه تولید یا رقابت سالم ایجاد شود، اتفاقی مثبت است اما اگر کاهش قیمت حاصل برخورداری یک مسیر تجاری از امتیازهایی باشد که تولیدکننده داخلی از آنها برخوردار نیست، نتیجه می‌تواند متفاوت باشد.

صرف‌کننده ممکن است امروز کالایی ارزان‌تر خریداری کند، اما اگر همین روند موجب خروج تولیدکننده از بازار شود، در آینده تعداد تولیدکنندگان کاهش یافته و وابستگی بازار به واردات افزایش می‌یابد. در صنعت لوازم خانگی، این خطر اهمیت دوچندان دارد زیرا خروج یک واحد تولیدی از بازار به‌سادگی قابل جبران نیست. ایجاد کارخانه، تربیت نیروی انسانی، ایجاد شبکه تأمین‌کنندگان، توسعه محصول و ایجاد خدمات پس از فروش، فرایندی چندساله است اما واردات می‌تواند بسیار سریع‌تر اتفاق بیفتد. به عبارت دیگر، تولید داخلی ظرفیت‌سازی می‌کند اما واردات صرفاً ظرفیت بازار را پر می‌کند.

فشار بر سرمایه‌گذاری، زیان پنهان تجارت موازی

سرمایه‌گذار زمانی حاضر به ورود سرمایه جدید به یک صنعت می‌شود که بتواند آینده بازار را تا حد قابل قبولی پیش‌بینی کند. اگر تولیدکننده نداند که در سال آینده چه میزان کالای مشابه از مسیرهای مختلف وارد بازار خواهد شد، تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری دشوار می‌شود. این مسئله در صنعت لوازم خانگی به دلیل سرمایه‌بر بودن تولید اهمیت زیادی دارد.

خرید تجهیزات جدید، توسعه خطوط تولید، احداث کارخانه قطعه‌سازی، توسعه فناوری و ایجاد آزمایشگاه‌های تخصصی، نیازمند سرمایه‌گذاری سنگین و افق زمانی چندساله است. اگر در همین مدت، واردات کالای مشابه با مزیت‌های تجاری متفاوت افزایش یابد، نرخ بازگشت سرمایه پروژه صنعتی کاهش پیدا می‌کند. در نتیجه ممکن است سرمایه‌گذار به جای سرمایه‌گذاری مولد، سرمایه خود را به حوزه‌های کم‌ریسک‌تر و کوتاه‌مدت منتقل کند. این اثر در آمار واردات و صادرات به سرعت دیده نمی‌شود، اما در بلندمدت می‌تواند یکی از جدی‌ترین هزینه‌های سیاست تجاری نامتوازن باشد.

اثر بر عمق ساخت داخل

یکی از اهداف مهم سیاست صنعتی ایران، افزایش عمق ساخت داخل است. اما داخلی سازی قطعات زمانی برای بنگاه اقتصادی توجیه دارد که بازار نهایی آن محصول نسبتاً قابل پیش بینی باشد. اگر تولیدکننده قطعه با این واقعیت مواجه شود که محصول نهایی مشابه می تواند از مسیر دیگری وارد کشور شود، تقاضای بالقوه برای قطعه داخلی کاهش پیدا می کند. این مسئله در لوازم خانگی بسیار مهم است.

فرض کنیم یک تولیدکننده داخلی تصمیم گرفته است تولید یک قطعه الکترونیکی یا مکانیکی را توسعه دهد. سرمایه گذاری او به شرط وجود بازار کافی توجیه اقتصادی دارد. اگر تولیدکنندگان لوازم خانگی داخلی به دلیل فشار واردات کاهش تولید دهند، سفارش این قطعه نیز کاهش خواهد یافت.

در چنین وضعیتی، سیاستی که در ظاهر تنها واردات یک محصول نهایی را تسهیل کرده، در عمل می تواند به کاهش تقاضا برای قطعات داخلی نیز منجر شود. بنابراین باید اثر واردات را نه فقط در سطح کالای نهایی، بلکه در تمام زنجیره ارزش محاسبه کرد.

خدمات پس از فروش؛ رقابتی که گاهی نادیده گرفته می شود

یکی از تفاوت های مهم تولید داخلی با واردات، مسئله خدمات پس از فروش است. تولیدکننده داخلی برای حفظ اعتبار برند خود ناچار است شبکه ای از نمایندگی ها، مراکز خدمات، تأمین قطعات و نیروی انسانی متخصص ایجاد کند. این شبکه هزینه دارد. اما اگر کالایی وارد بازار شود که بدون برخورداری از همین تعهدات و هزینه ها با محصول داخلی رقابت کند، تولیدکننده ای که به خدمات پس از فروش پایبند است عملاً با ساختار هزینه متفاوتی فعالیت می کند. در صنعت لوازم خانگی، خدمات پس از فروش بخشی از ارزش واقعی محصول است. یخچال، ماشین لباسشویی یا ظرفشویی کالایی نیست که مصرف کننده بتواند پس از خرابی به سادگی آن را دور بیندازد و کالای جدیدی خریداری کند. بنابراین سیاست وارداتی باید میان ورود کالا و پذیرش مسئولیت کالا در بازار ارتباط برقرار کند. اگر واردکننده از مزیت ورود برخوردار است اما مسئولیت خدمات، قطعات و گارانتی روشن نیست، هزینه واقعی آن کالا بخشی به دوش مصرف کننده منتقل می شود.

از منظر دولت نیز مسئله فقط حمایت از کارخانه نیست

گاهی بحث حمایت از تولید داخلی به اشتباه به تقابل میان تولیدکننده و مصرف کننده تقلیل داده می شود. در حالی که مسئله بسیار گسترده تر است. کارخانه ای که تولید می کند، مالیات می پردازد، اشتغال ایجاد می کند، از شبکه بانکی استفاده می کند، مواد اولیه خریداری می کند و به مجموعه ای از بنگاه های دیگر سفارش می دهد. بنابراین هر واحد تولیدی یک گره در

شبکه اقتصادی کشور است. اگر تولید کاهش یابد، درآمد مالیاتی، اشتغال، تقاضای صنعتی و سرمایه گذاری نیز تحت تأثیر قرار می گیرند.

از سوی دیگر، واردات نیز می تواند درآمد گمرکی و مالیاتی ایجاد کند اما تفاوت در این است که تولید داخلی علاوه بر درآمد مالی، ظرفیت تولیدی ایجاد می کند. به همین دلیل، سیاست گذار باید میان درآمد کوتاه مدت حاصل از واردات و ارزش بلندمدت ایجاد ظرفیت صنعتی تعادل برقرار کند.

قانون ساماندهی تجارت مرزی از این جهت اهمیت دارد که تلاش کرده تجارت مرزی را از وضعیت غیرشفاف به سمت یک چارچوب قابل رصد هدایت کند.

قانون، ثبت آماری، شناسه کالا و رهگیری، ثبت اطلاعات در سامانه جامع انبارها و تعیین منشأ ارز را مورد توجه قرار داده است. آیین نامه اجرایی نیز سقف واردات از طریق رویه ملوانی را حداکثر ۷ درصد و از طریق رویه کولبری را حداکثر ۳ درصد ارزش کل واردات تعیین کرده است. همچنین مقرر کرده کالاهای خارج از فهرست مجاز یا مازاد بر سهمیه، مشمول مقررات عمومی تجارت و گمرک شوند.

یکی از نشانه های اهمیت موضوع، تصمیم جدید درباره برخی اقلام بزرگ لوازم خانگی است. بر اساس مصوبات کارگروه ماده ۴ قانون ساماندهی تجارت مرزی، از اول تیر ۱۴۰۵ واردات و ترخیص قطعی یخچال و یخچال فریزر، ماشین لباسشویی و ماشین ظرفشویی در هر دو رویه کولبری و ملوانی ممنوع اعلام شده است. این تصمیم عملاً نشان می دهد که سیاست گذار میان کالاهای مختلف تمایز قائل شده و برای برخی اقلام، به دلیل وجود ظرفیت تولید داخلی، محدودیت بیشتری در نظر گرفته است. این رویکرد از نظر سیاست صنعتی قابل توجه است. به عبارت دیگر، اگر هدف از تجارت مرزی حمایت از معیشت مناطق مرزی است، ضرورتی ندارد همه گروه های کالایی با یک نسخه واحد مدیریت شوند. می توان کالاهایی را که تولید داخلی کافی ندارند، از کالاهایی که ظرفیت تولید داخلی آنها بالاست تفکیک کرد. می توان برای مواد اولیه، ماشین آلات و قطعات مورد نیاز تولید، مسیرهای تسهیل شده طراحی کرد در مقابل، برای کالاهای نهایی دارای تولید داخلی، محدودیت و نظارت بیشتری اعمال کرد. این همان چیزی است که می توان آن را تجارت مرزی همسو با سیاست صنعتی نامید.

در این بحث، دو رویکرد افراطی وجود دارد. رویکرد اول می گوید هر نوع واردات مرزی تهدیدی برای تولید است و باید حذف شود. رویکرد دوم می گوید هر نوع تجارت مرزی به دلیل نقش آن در معیشت مرزشینان باید آزاد باشد. هر دو نگاه می توانند به سیاست گذاری نادرست منجر شوند.

راه حل واقع بینانه، طراحی یک نظام تفکیکی است. در این نظام، کالاها باید بر اساس چند شاخص طبقه بندی شوند:

۱. میزان تولید داخلی
۲. ظرفیت بلااستفاده کارخانه های داخلی
۳. اهمیت کالا برای زنجیره تولید
۴. میزان داخلی سازی
۵. تعداد شاغلان زنجیره تولید
۶. حساسیت فناوری کالا
۷. امکان تأمین کالا از داخل
۸. اثر واردات بر سرمایه گذاری
۹. میزان نیاز واقعی مناطق مرزی به کالا
۱۰. و نهایتاً اثر کالا بر امنیت زنجیره تأمین.



بر اساس این شاخص ها می توان یک «فهرست سبز، زرد و قرمز» برای تجارت مرزی تعریف کرد. مواد اولیه و کالاهای مورد نیاز تولید می توانند در گروه های تسهیل شده قرار گیرند. کالاهایی که تولید داخلی محدود دارند، با کنترل وارد شوند و کالاهایی که ظرفیت تولید داخلی آنها بالاست و واردات آنها مستقیماً تولید را تهدید می کند، از مسیرهای ترجیحی مرزی خارج شوند.

یکی از راه های اصلاح سیاست تجارت مرزی، تغییر ترکیب کالاهای وارداتی است. اگر هدف، رونق اقتصادی مرزهاست، الزاماً نباید این رونق از طریق واردات کالای نهایی مصرفی ایجاد شود. می توان بخشی از ظرفیت تجارت مرزی را به واردات مواد اولیه، قطعات، تجهیزات و کالاهای واسطه ای مورد نیاز صنایع اختصاص داد. این مدل دو مزیت همزمان دارد.

از یک سو فعالیت تجاری مرزنشینان حفظ می شود و از سوی دیگر، واردات به جای رقابت مستقیم با کارخانه داخلی، به افزایش ظرفیت تولید کمک می کند.

برای مثال، اگر بخشی از کالاهای وارداتی مرزی به قطعات مورد نیاز صنعت لوازم خانگی اختصاص پیدا کند، نتیجه می تواند کاهش هزینه

تولید و افزایش رقابت پذیری کارخانه های داخلی باشد. در این صورت، تجارت مرزی از رقیب صنعت به تأمین کننده صنعت تبدیل می شود. صنعت لوازم خانگی امروز می تواند به یک آزمون مهم برای سیاست تجاری ایران تبدیل شود. اگر سیاست گذار بتواند میان منافع مرزنشینان، حقوق مصرف کنندگان، نیاز بازار و ظرفیت تولید داخلی تعادل ایجاد کند، می توان همین مدل را برای سایر صنایع نیز به کار گرفت. اما اگر واردات از مسیرهای مختلف بدون توجه به ظرفیت تولید داخلی مدیریت شود، ممکن است کشور در شرایطی قرار گیرد که از یک سو برای توسعه صنعت و داخلی سازی میلیاردها تومان سرمایه گذاری شود و از سوی دیگر، همان بازار با کانال های تجاری دیگری در اختیار کالاهای خارجی قرار گیرد. این تناقض باید برطرف شود. نمی توان همزمان از صنعتگر خواست داخلی سازی کند، سرمایه گذاری کند، اشتغال ایجاد کند و فناوری توسعه دهد و در همان بازار، بدون لحاظ ظرفیت تولید داخلی، رقیبی با هزینه متفاوت ایجاد کرد.

تجارت مرزی ذاتاً دشمن تولید نیست. کولبری و ملوانی نیز در صورت طراحی درست می توانند بخشی از اقتصاد رسمی مرزها باشند و به معیشت میلیون ها نفر از ساکنان مناطق مرزی کمک کنند.

مسئله از جایی آغاز می شود که یک سازوکار حمایتی برای مرزنشینان، به یک مسیر گسترده توزیع کالا در بازار ملی تبدیل شود و کالای وارداتی با مزیت های تجاری متفاوت، مستقیماً با تولیدکننده ای رقابت کند که تمام هزینه های رسمی تولید را پرداخت می کند. در چنین شرایطی، زیان واقعی واردات الزاماً در کاهش فروش یک کارخانه دیده نمی شود. این زیان می تواند در تعویق یک سرمایه گذاری، تعطیلی یک خط تولید، کاهش سفارش یک قطعه ساز، از دست رفتن یک شغل، کاهش بودجه تحقیق و توسعه یا منصرف شدن یک سرمایه گذار از اجرای یک پروژه صنعتی پنهان باشد. صنعت لوازم خانگی نمونه روشنی از این زنجیره است. تصمیم اخیر برای ممنوعیت واردات برخی لوازم خانگی بزرگ از مسیر کولبری و ملوانی، از این منظر قابل توجه است زیرا نشان می دهد امکان تفکیک کالاها بر مبنای ظرفیت تولید داخلی وجود دارد. گام بعدی باید آن باشد که این نگاه از چند قلم کالا فراتر رود و به یک اصل پایدار در سیاست تجاری تبدیل شود. هر امتیاز وارداتی باید با سیاست صنعتی کشور سازگار باشد. اگر قرار است مرزنشینان از تجارت منتفع شود، این منفعت نباید الزاماً از جیب کارخانه دار تأمین شود. اگر قرار است مصرف کننده به کالای خارجی دسترسی داشته باشد، این هدف نباید از مسیر تضعیف ظرفیت تولید ملی دنبال شود و اگر قرار است صنعت ایران رقابت پذیر شود، رقابت باید با رقیب واقعی و در زمین واقعی اتفاق بیفتد.

مرز می تواند محل اشتغال، تجارت و رونق اقتصادی باشد اما در یک سیاست صنعتی منسجم، باید به جای آنکه کارخانه داخلی را دور بزند، بخشی از زنجیره توسعه آن شود.

واردات ته‌لنجی، اشتغال و تولید داخلی را تحت فشار قرار داده است

از اقلام لوازم‌خانگی در فهرست کالاهای مشمول این رویه، فشار مضاعفی بر تولیدکنندگان داخلی وارد کرده و اشتغال ملی را تهدید می‌کند. محمدی دانیالی با تأکید بر اینکه سیاست‌گذاری اقتصادی باید در خدمت رشد تولید و اشتغال باشد، گفت: همه دولت‌ها در دنیا این دو شاخص را به‌عنوان اولویت اصلی خود دنبال می‌کنند، اما در ایران این قانون بدون بهره‌گیری از دیدگاه‌های بخش خصوصی و فعالان صنعت تدوین شده است.

به گفته او، باوجوداینکه مسئولیت اجرای این قانون بر عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت است، در فرآیند تدوین آن از نمایندگان بخش خصوصی و ذی‌نفعان اصلی دعوتی برای مشارکت نشده است. این فعال اقتصادی با اشاره به وضعیت تولید داخلی اظهار کرد: تقریباً تمامی کالاهایی که در فهرست ته‌لنجی قرار گرفته‌اند، در داخل کشور تولیدکننده دارند و این محصولات از نظر کیفیت و استاندارد نیز در سال‌های اخیر رشد قابل‌توجهی داشته‌اند و نیاز بازار داخلی را تأمین کرده‌اند.

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم‌خانگی ایران افزود: ممکن است در برخی اقلام خاص، نیاز محدودی به واردات وجود داشته باشد که حدود پنج درصد از نیاز بازار را شامل می‌شود؛ اما حجم واردات از مسیر ته‌لنجی با نیاز واقعی کشور همخوانی ندارد.

محمدی دانیالی همچنین به ضعف زیرساخت‌های نظارتی در مبادی ورودی اشاره کرد و گفت: از مجموع ۲۸ گمرکی که کالاهای ته‌لنجی از طریق آن‌ها وارد کشور می‌شوند، ۲۲ گمرک فاقد تجهیزات لازم ازجمله باسکول برای اندازه‌گیری وزن کالا هستند.

به اعتقاد او، چنین شرایطی امکان نظارت دقیق بر حجم و نوع کالاهای وارداتی را کاهش داده و زمینه بروز تخلفات را فراهم می‌کند.

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم‌خانگی ایران در پایان با طرح این پرسش که «آیا قرار است تولیدکنندگان نیز به‌جای تولید، از مسیر ته‌لنجی فعالیت کنند؟» خواستار ایجاد شرایط رقابتی برابر برای تولیدکنندگان شد و گفت: اگر قرار است واردکنندگان ته‌لنجی بدون ثبت سفارش و بدون انتقال ارز فعالیت کنند، حداقل همین تسهیلات برای تولیدکنندگان نیز در تأمین مواد اولیه و ماشین‌آلات فراهم شود تا واحدهای تولیدی ناچار نباشند ماه‌ها در انتظار ثبت سفارش و تخصیص ارز بمانند.

محمدی دانیالی تأکید کرد: بازنگری در منطق اجرایی این قانون و اصلاح رویه‌های موجود، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای حفظ تولید، اشتغال و رقابت‌پذیری صنعت داخلی است.

علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم‌خانگی ایران با انتقاد از نحوه اجرای قانون ساماندهی تجارت مرزی (ته‌لنجی) گفت: واردات کالا از این مسیر بدون ثبت سفارش و منشأ ارز، رقابت را برای تولیدکنندگان داخلی دشوار کرده و در شرایطی که صنعت لوازم‌خانگی با محدودیت‌های ارزی و مشکلات تولید روبه‌رو است، فشار مضاعفی بر این بخش وارد می‌کند.

علیرضا محمدی دانیالی رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم‌خانگی ایران در گفت‌وگو با اتاق ایران آنلاین، با اشاره به اجرای قانون ته‌لنجی از سال گذشته اظهار کرد: در سال نخست اجرای این قانون، ۵۰ درصد مالیات بر ارزش‌افزوده بخشوده شد و حقوق و عوارض گمرکی نیز به صفر رسید.

به گفته این عضو کمیسیون صنعت اتاق ایران، کالاها از این مسیر بدون ثبت سفارش و بدون ارائه منشأ ارز وارد کشور می‌شوند و این رویه در عمل واردات خارج از سازوکارهای معمول تجاری را رسمیت بخشیده است.



محمدی دانیالی با اشاره به جایگاه صنعت لوازم‌خانگی در اقتصاد کشور افزود: این صنعت حدود ۳۵۰ هزار شغل مستقیم و نزدیک به یک‌میلیون شغل غیرمستقیم ایجاد کرده و بیش از ۶۰۰ واحد تولیدی در آن فعالیت دارند.

همچنین میزان تولید لوازم‌خانگی از حدود هشت میلیون دستگاه در سال ۱۳۹۸ با سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده، در سال ۱۴۰۴ به حدود ۲۰ میلیون دستگاه رسیده و کیفیت محصولات داخلی نیز در این مدت به شکل قابل‌توجهی ارتقا یافته است.

رئیس هیات مدیره انجمن صنایع لوازم‌خانگی ایران ادامه داد: صنعت لوازم‌خانگی در سال گذشته با چالش‌هایی همچون محدودیت ثبت سفارش، مشکلات سامانه بهین‌یاب، تأخیر در تخصیص ارز، شرایط جنگی و فشارهای ناشی از تحریم‌ها مواجه بوده است.

او معتقد است: اضافه شدن قانون ته‌لنجی و قرار گرفتن بخش عمده‌ای

حمایت از مرزنشینان نباید به زیان تولید باشد

اصلی‌ترین تأمین‌کنندگان منابع عمومی کشور، بخش تولید است که مالیات خود را به صورت شفاف پرداخت می‌کند. بنابراین قابل قبول نیست که بخشی از واردات بدون پرداخت کامل حقوق و عوارض قانونی وارد چرخه تجارت کشور شود و در مقابل، تولیدکننده داخلی متحمل همه هزینه‌های قانونی باشد.

بسیاری از گمرکات امکانات لازم برای توزین دقیق کالاهای وارداتی را ندارند
وی یکی دیگر از ایرادات این قانون را نحوه ارزش‌گذاری کالاها دانست و گفت: قانون در این رویه، مبنای ارزش‌گذاری را ارزش وزنی کالا قرار داده است در حالی که در عمل و براساس گزارش‌های موجود، در بسیاری از گمرکات امکانات و زیرساخت لازم برای توزین دقیق کالاها وجود ندارد. دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران همچنین ادامه داد: از سوی دیگر، قانون‌گذار سقف این رویه را معادل ۱۰ درصد تجارت کشور در نظر گرفته، اما به دلیل نبود سازوکار دقیق اندازه‌گیری و کنترل، امکان تعیین میزان واقعی ورود کالا از این مسیر با ابهام مواجه است و همین موضوع می‌تواند زمینه‌ساز سوءاستفاده شود.

محدودیت عرضه کالاهای کولبری از بین رفته است
دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران همچنین به انحراف این قانون از هدف اولیه خود اشاره کرد و گفت: فلسفه تصویب این قانون، افزایش رفاه و بهبود معیشت ساکنان مناطق مرزی بود و بر همین اساس نیز مقرر شده بود کالاهای واردشده فقط در همان مناطق عرضه شوند اما با ابطال تبصره ۳ ماده ۶ قانون، عملاً این محدودیت از بین رفته و امروز شاهد آن هستیم که کالاها بدون پرداخت مالیات و عوارض متناسب، به بازار شهرهای بزرگ و سرزمین اصلی راه پیدا می‌کنند. اوجاقی تأکید کرد: این موضوع نشان می‌دهد که قانون از روح و فلسفه اولیه خود فاصله گرفته است. آنچه قرار بود ابزاری برای حمایت از مرزنشینان باشد، امروز در برخی موارد به عاملی برای ایجاد رقابت نابرابر با تولید داخلی تبدیل شده است که به زیان تولید ملی، سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده در صنعت و هم به زیان درآمدهای دولت خواهد بود.

تامین ارز واردات کالاهای کولبری اشکال جدی دارد
اوجاقی درباره تامین ارز واردات کالاها از مسیر کولبری نیز گفت: یکی از ابهامات جدی در اجرای این رویه، نحوه تأمین ارز برای واردات کالا است. در شرایطی که تولیدکنندگان داخلی برای تأمین مواد اولیه و قطعات مورد نیاز خود، ماه‌ها در صف تخصیص ارز قرار می‌گیرند و بسیاری از

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با تأکید بر ضرورت بازنگری در اجرای واردات از طریق کولبری گفت: اصل توجه به معیشت مرزنشینان اقدامی قابل درک و ارزشمند است، اما سازوکار اجرایی این قانون باید به گونه‌ای باشد که در کنار حمایت از مرزنشینان، به صنعت داخلی که طی سال‌های گذشته سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در آن انجام شده، آسیب وارد نکند.

نسرین اوجاقی اظهار داشت: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از همان ابتدای اجرای این رویه، ضمن احترام به اهداف قانون‌گذار، نسبت به تبعات آن برای تولید ملی هشدار داده و پیگیری‌های مستمری را انجام داده است. خوشبختانه نتیجه این پیگیری‌ها ممنوع شدن ورود سه کالای یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی و ماشین ظرفشویی از طریق رویه کولبری بود اما همچنان چالش‌های جدی دیگری پابرجاست که رقابت را برای تولیدکنندگان داخلی دشوار کرده است.

وی افزود: کالاهایی که از این مسیر وارد کشور می‌شوند، در بسیاری موارد فاقد استاندارد و اصالت کالای قابل احراز هستند، منشاء تأمین ارز آنها مشخص نیست و هزینه‌های قانونی که تولیدکننده داخلی ملزم به پرداخت آنهاست، برای این کالاها وجود ندارد.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ادامه داد: این در حالی است که تولیدکنندگان داخلی موظف به رعایت استانداردهای ملی، ارائه خدمات پس از فروش، پرداخت مالیات، تأمین قطعات، رعایت الزامات قانونی و تحمل هزینه‌های متعدد تولید هستند و در چنین شرایطی، رقابت با کالاهایی که این الزامات را ندارند، نابرابر خواهد بود.

مالیات اندک قانونی هم از واردات کولبری اخذ نمی‌شود
دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به گزارش اخیر سازمان امور مالیاتی درباره لزوم اخذ مالیات از واردات کولبری تصریح کرد: نکته قابل تأمل این است که به تازگی سازمان امور مالیاتی نیز اعلام کرده حتی همان میزان اندک مالیاتی که باید از این رویه دریافت می‌شد، وصول نشده است در حالی که بخش تولید، با وجود مشکلاتی چون تحریم‌ها، جنگ، ناترازی انرژی، محدودیت‌های ارزی، عدم تخصیص به‌موقع ارز و افزایش هزینه‌های تولید، همچنان مالیات خود را به طور کامل پرداخت کرده است.

اوجاقی ادامه داد: امروز که دولت به دلیل تحریم‌ها، محدودیت‌های تجاری و کاهش منابع درآمدی با فشارهای مالی مواجه است، یکی از

ظرفیت استفاده شود، اولویت باید واردات مواد اولیه، قطعات و مواد اولیه مورد نیاز تولید باشد، نه کالاهای نهایی که مستقیماً با تولید داخلی رقابت می‌کنند. چنین رویکردی هم به اشتغال مرزنشینان کمک می‌کند، هم به تقویت تولید ملی و هم از خروج بی‌رویه ارز برای واردات کالاهای مصرفی جلوگیری خواهد کرد.

وی خاطرنشان کرد: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران ضمن حمایت از سیاست‌های توسعه‌ای برای مناطق مرزی، معتقد است بازنگری در سازوکار اجرایی این رویه، ایجاد شفافیت در منشأ کالا و ارز، دریافت کامل حقوق و مالیات قانونی، محدود شدن واردات به مواد اولیه و عرضه به مناطق هدف و برقراری شرایط رقابت عادلانه میان تولیدکنندگان داخلی و کالاهای وارداتی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای حمایت همزمان از تولید، اشتغال و معیشت مرزنشینان است.

واحدهای تولیدی به دلیل تأخیر در تخصیص ارز با مشکلات جدی در برنامه‌ریزی و استمرار تولید مواجه هستند، این پرسش مطرح است که چگونه برای واردات کالا از طریق این رویه، ارز به وفور در دسترس است. وی ادامه داد: اگر منابع ارزی برای واردات وجود دارد، اولویت باید حفظ تولید، اشتغال و ارزش افزوده داخلی باشد. تخصیص این منابع به بخش تولید، علاوه بر جلوگیری از کاهش ظرفیت واحدهای صنعتی، به حفظ اشتغال هزاران نفر و تأمین پایدار نیاز بازار نیز کمک خواهد کرد.

رویه کولبری بر واردات مواد اولیه متمرکز باشد نه کالاهای نهایی

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تصریح کرد: موضع انجمن از ابتدا نیز کاملاً روشن بوده است. ما هیچ‌گاه مخالف حمایت از معیشت مرزنشینان نبوده‌ایم، بلکه همواره تأکید کرده‌ایم اگر قرار است از این



رویه کولبری و ملوانی دریچه‌ای قانونی برای دور زدن تولید ملی

سازوکار قانون و نقاط آسیب‌پذیر آن

بررسی جزئیات اجرایی قانون، چند ویژگی کلیدی را آشکار می‌کند که زمینه‌ساز نگرانی درباره اثرات آن بر تولید داخلی است: نخست، معافیت از تشریفات استاندارد واردات. کالاهایی که از مسیر کولبری و ملوانی وارد می‌شوند، عملاً از بسیاری از الزامات معمول واردات رسمی مانند ثبت سفارش، رعایت استانداردهای اجباری، تعرفه‌های حمایتی و کنترل‌های کیفی معاف یا نیمه‌معاف هستند. این معافیت، به معنای ایجاد یک مسیر ارزان‌تر برای ورود کالا به بازار داخلی است که در رقابت مستقیم با کالاهای تولید داخل قرار می‌گیرد، کالاهایی که تولیدکنندگان داخلی آنها ملزم به رعایت کامل استانداردها، پرداخت عوارض، بیمه کارگری و سایر هزینه‌های قانونی تولید هستند.

دوم، دامنه گسترده فهرست کالاهای مجاز. بر اساس دستورالعمل‌های اجرایی، تعداد قابل توجهی قلم کالا برای ورود از این دو مسیر مجاز شمرده شده است. هرچند در برخی دوره‌ها اقلامی مانند یخچال، ماشین لباسشویی و ماشین ظرفشویی از فهرست مجاز خارج شده‌اند که نشان‌دهنده حساسیت نسبی سیاست‌گذار به این موضوع است، اما همچنان طیف وسیعی از کالاهای مصرفی از جمله برخی اقلام تولید داخل در فهرست باقی مانده‌اند. این گستردگی، به‌جای تمرکز بر کالاهای واقعاً ضروری و فاقد تولید داخلی مشابه، عملاً بستری برای جایگزینی کالای وارداتی ارزان به‌جای کالای تولید داخل فراهم کرده است.

سوم، سقف‌های نسبتاً بالای واردات. سقف هفت‌درصدی برای رویه ملوانی و سه‌درصدی برای رویه کولبری، به نسبت کل واردات کشور، رقم کوچکی به نظر نمی‌رسد. وقتی این ارقام را در کنار ارزش کل واردات سالانه کشور قرار دهیم، حجم قابل توجهی از بازار داخلی به کالاهایی اختصاص می‌یابد که خارج از چرخه معمول نظارت کیفی و تعرفه‌ای وارد شده‌اند.

چهارم، دشواری ردیابی و نظارت مستمر. با وجود تشکیل کارگروه ماده ۴ با حضور نهادهای متعدد از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ماهیت پراکنده و مرزی این مبادلات، نظارت مستمر و کامل بر مقصد نهایی این کالاها را دشوار می‌سازد. تجربه نشان داده کالایی که تحت عنوان مصرف مرزنشینان یا سهمیه محلی وارد می‌شود، همواره در همان منطقه مصرف نمی‌شود و بخشی از آن به بازارهای مرکزی و شهرهای بزرگ کشور راه می‌یابد.

در سال‌های اخیر، «قانون ساماندهی و نظارت بر تجارت مرزی (کولبری و ملوانی) و ایجاد اشتغال پایدار مرزنشینان» به‌عنوان یکی از راهکارهای دولت برای ساماندهی مبادلات غیررسمی مرزی و بهبود معیشت مرزنشینان به تصویب رسید و آیین‌نامه‌های اجرایی آن نیز ابلاغ شد. بر اساس این قانون، واردات کالا از طریق دو رویه ملوانی (تهلنجی) در بنادر جنوبی و کولبری در استان‌های مرزی غرب و شرق کشور، برای مدتی مشخص و در چارچوب سقف‌های تعیین‌شده، مجاز شمرده شده است. سقف سالانه این واردات به ترتیب هفت درصد و سه درصد از کل ارزش واردات کشور تعیین شده و فهرستی از کالاهای مجاز نیز برای هر رویه مشخص گردیده است.

هدف اعلامی قانون‌گذار، شفاف‌سازی مبادلات مرزی، کاهش تلفات جانی کولبران، ایجاد اشتغال پایدار برای مرزنشینان و مهار قاچاق کالا از طریق قانونمند کردن آن بوده است. اما بررسی دقیق‌تر سازوکار این قانون نشان می‌دهد که در عمل، این رویه به جای مهار قاچاق و تقویت تولید داخلی، در حال تبدیل شدن به کانالی رسمی برای واردات کالاهای رقیب تولید داخلی با معافیت‌های گسترده از تشریفات استاندارد گمرکی است، روندی که می‌تواند در میان‌مدت به تضعیف جدی توان تولیدی کشور و در عمل، مشروعیت‌بخشی قانونی به پدیده قاچاق منجر شود. این نوشتار می‌کوشد با نگاهی تحلیلی، ابعاد اقتصادی و حقوقی این چالش را بررسی کند.

پیشینه‌ای کوتاه از کولبری و ملوانی

کولبری و ملوانی (تهلنجی) پدیده‌هایی تاریخی در اقتصاد سیاسی مناطق مرزی ایران هستند. ریشه شکل‌گیری این پدیده‌ها را باید در دوره‌ای جست‌وجو کرد که با انحصاری شدن تجارت خارجی و اختلاف قیمت محسوس کالا در دو سوی مرز، انگیزه اقتصادی قدرتمندی برای جابه‌جایی غیررسمی کالا شکل گرفت. در طول دهه‌های گذشته، این فعالیت‌ها عمدتاً در حاشیه اقتصاد رسمی و به‌صورت غیرقانونی جریان داشته‌اند. فعالیت‌هایی که برای بخش قابل توجهی از ساکنان مناطق محروم مرزی، به دلیل نبود فرصت‌های شغلی جایگزین، به منبع اصلی امرار معاش تبدیل شده‌اند.

تصویب قانون اخیر را باید تلاشی برای رسمیت بخشیدن به این واقعیت اجتماعی دانست اما پرسش اصلی این است که آیا رسمیت بخشیدن به یک رویه غیررسمی، لزوماً به معنای اصلاح آسیب‌های اقتصادی آن نیز هست، یا آنکه صرفاً چارچوبی قانونی برای تداوم و حتی گسترش همان آسیب‌ها فراهم می‌کند؟

چگونه این قانون عملاً به قانونی شدن قاچاق می‌انجامد؟

نکته حساس‌تر این است که مرز میان «تجارت مرزی ساماندهی‌شده» و «قاچاق قانونی‌شده» به‌شدت باریک است. قاچاق کالا، در تعریف اقتصادی خود، به معنای ورود کالا به کشور بدون طی تشریفات قانونی معمول و بدون پرداخت حقوق و عوارض متعلقه است. حال اگر قانون‌گذار مسیری رسمی ایجاد کند که در آن، کالا با تشریفات به‌مراتب سبک‌تر، عوارض کمتر و نظارت کیفی محدودتر وارد شود، در عمل همان کارکرد اقتصادی قاچاق را بازتولید کرده، اما این‌بار با پوششی قانونی.

چند شاهد این نگرانی را تقویت می‌کند:

نخست، تجربه تاریخی نشان می‌دهد اختلاف قیمت، محرک اصلی است، نه صرفاً غیرقانونی بودن مسیر. همان‌طور که در سابقه تاریخی این پدیده دیده شد، هرگاه میان قیمت داخلی و قیمت کالا در آن‌سوی مرز شکاف قابل توجهی ایجاد شود، انگیزه اقتصادی برای انتقال کالا از مسیرهای غیررسمی شکل می‌گیرد. قانونی کردن این مسیر، بدون از میان بردن شکاف قیمتی زمینه‌ساز آن، صرفاً نامش را تغییر می‌دهد، نه ماهیتش را.

دوم، ریسک نشت کالا به بازار سراسری. کالایی که تحت عنوان سهمیه مرزنشینی یا از طریق کارت‌های اعتباری تجاری مرزنشینان وارد می‌شود، در عمل قابلیت جابه‌جایی به بازارهای دوردست از مرز را دارد. وقتی این کالا وارد شبکه توزیع سراسری شود، دیگر تفاوتی با کالای قاچاق معمول ندارد با این تفاوت که اکنون از پوشش قانونی نیز برخوردار است و ردیابی و برخورد با آن دشوارتر شده است.

سوم، پیچیدگی نظارت بر مبدأ و مقصد واقعی کالا. با وجود آنکه مسئولان اجرای قانون تأکید کرده‌اند فرایندهای اداری و نظارت پلیس اقتصادی امکان سوءاستفاده از رویه قانونی کولبری را کاهش داده است، واقعیت میدانی نشان می‌دهد نظارت کامل بر مسیر نهایی حجم بالای کالاهای واردشده از مبادی متعدد و پراکنده مرزی، با ظرفیت فعلی دستگاه‌های نظارتی هم‌خوانی چندانی ندارد. هفت دستگاه اجرایی درگیر در کارگروه ماده ۴، هرچند نشان‌دهنده جدیت دولت در رصد این حوزه است، اما هماهنگی میان این نهادها در عمل، فرایندی پیچیده و کند است که خلأهای اجرایی قابل توجهی برجای می‌گذارد.

چهارم، اثر روانی و هنجاری بر بازار. وقتی دولت رسماً یک مسیر واردات با تشریفات سبک را به رسمیت می‌شناسد، این پیام به بازیگران اقتصادی مخابره می‌شود که دور زدن تشریفات کامل گمرکی، در عمل قابل تحمل و حتی قابل رسمیت‌بخشی است. این هنجارشکنی،

چرا این رویه توان تولید داخلی را تضعیف می‌کند؟

اقتصاد صنعتی هر کشوری بر پایه اصلی استوار است که رقابت باید در شرایط نسبتاً برابر صورت گیرد. وقتی کالای وارداتی از پرداخت بخشی از هزینه‌های قانونی، گمرکی و استاندارد می‌معاف باشد، در واقع یک مزیت رقابتی مصنوعی و غیرمنصفانه در اختیار آن قرار می‌گیرد. مزیتی که نه از بهره‌وری بالاتر یا کیفیت برتر، بلکه صرفاً از فرار از قواعد رسمی بازار ناشی می‌شود. این وضعیت دست‌کم از چند مسیر به تضعیف تولید داخلی می‌انجامد:

نخست، کاهش سهم بازار تولیدکنندگان داخلی. تولیدکننده‌ای که برای ساخت یک کالای خانگی یا مصرفی، باید هزینه‌های مالیات، بیمه، تأمین مواد اولیه با ارز رسمی یا نیمایی، و رعایت استانداردهای اجباری را متحمل شود، در رقابت با کالای مشابه وارداتی که از این هزینه‌ها معاف است، عملاً باخت می‌شود. نتیجه طبیعی این وضعیت، کاهش تقاضا برای محصول داخلی، کاهش ظرفیت تولید و در بلندمدت، تعطیلی یا کوچک‌سازی واحدهای تولیدی است.

دوم، بازدارندگی نسبت به سرمایه‌گذاری جدید. سرمایه‌گذار بخش خصوصی، پیش از ورود به یک صنعت، ریسک‌های رقابتی را می‌سنجد. وجود مسیرهای قانونی نیمه‌معاف برای واردات کالای مشابه، این پیام را به بازار مخابره می‌کند که سرمایه‌گذاری در تولید داخلی آن کالا، ریسک بالایی دارد چرا که رقیب وارداتی، از مزیت هزینه‌ای غیرقابل جبران برخوردار است. این بازدارندگی، به‌ویژه برای صنایع کوچک و متوسط که توان جذب شوک قیمتی ناشی از رقابت نابرابر را ندارند، اثری مخرب دارد.

سوم، اثر بر اشتغال صنعتی رسمی. اگرچه هدف اعلامی قانون، ایجاد اشتغال برای مرزنشینان است، اما این اشتغال از نوع اشتغال غیررسمی و کم‌بهره‌وری (حمل کالا) است، نه اشتغال مولد صنعتی. در مقابل، تضعیف واحدهای تولیدی داخلی به دلیل رقابت نابرابر، می‌تواند به از بین رفتن مشاغل رسمی، باثبات و دارای بیمه در بخش صنعت منجر شود. به بیان دیگر، این سیاست ممکن است اشتغال کم‌کیفیت مرزی را با هزینه اشتغال باکیفیت صنعتی جایگزین کند؛ معاوضه‌ای که از منظر توسعه اقتصادی بلندمدت، به‌صرفه نیست.

چهارم، کاهش انگیزه نوآوری و ارتقای کیفیت. وقتی کالای وارداتی ارزان‌تر بدون الزام به استانداردهای کامل در دسترس مصرف‌کننده قرار می‌گیرد، تولیدکننده داخلی نیز انگیزه کمتری برای سرمایه‌گذاری در بهبود کیفیت، طراحی و فناوری تولید پیدا می‌کند چراکه رقابت اصلی دیگر بر سر کیفیت نیست، بلکه بر سر قیمتی است که یک طرف آن از قواعد بازی معاف است.

چنین معافیت‌هایی، بسیار محتمل‌تر از حذف کامل آنهاست به‌ویژه در شرایطی که ذی‌نفعان اقتصادی و اجتماعی متعددی (از کولبران و ملوانان گرفته تا واسطه‌های تجاری) در تداوم آن منافع مستقیم دارند.

نکته دیگر آنکه، سیاست حمایت از اشتغال مناطق محروم مرزی، لزوماً نباید از مسیر تسهیل واردات کالای رقیب تولید داخل دنبال شود. این دو هدف اشتغال‌زایی مرزی و حمایت از تولید ملی می‌توانند و باید همسو باشند، نه در تقابل. تجربه بسیاری از کشورهای دارای مناطق مرزی مشابه نشان می‌دهد ابزارهایی مانند ایجاد مناطق ویژه اقتصادی تولیدی، توسعه صنایع تبدیلی و فرآوری محلی، یا سرمایه‌گذاری در زیرساخت حمل‌ونقل رسمی مرزی، می‌توانند اشتغال پایدار و باکیفیت‌تری نسبت به واردات کالای مصرفی خارجی ایجاد کنند.



موجود مانند برچسب‌گذاری دیجیتال و پایش الکترونیکی زنجیره توزیع، تا از نشت این کالاها به بازار سراسری جلوگیری شود. قانون ساماندهی و نظارت بر تجارت مرزی (کولبری و ملوانی)، در نیت اعلامی خود، تلاشی برای حل معضلی دیرینه در اقتصاد سیاسی مناطق مرزی ایران بوده است اما بررسی سازوکار اجرایی آن نشان می‌دهد که این قانون، در شکل کنونی خود، ریسک جدی تضعیف توان تولید داخلی و در عمل، رسمیت بخشیدن به کارکرد اقتصادی قاچاق کالا را در خود نهفته دارد. معافیت از تشریفات استاندارد، دامنه گسترده کالاهای مجاز، سقف‌های نسبتاً بالای واردات، و دشواری نظارت بر مقصد نهایی کالا، همگی زمینه‌ساز رقابتی نابرابر با تولیدکننده داخلی و بازتولید هنجاری هستند که در آن، دور زدن قواعد رسمی بازار، با پوششی قانونی تداوم می‌یابد. آینده این سیاست به میزان زیادی به اراده سیاست‌گذار برای بازنگری مستمر، محدودسازی هدفمند و جایگزین کردن ابزارهای حمایتی مولدتر به‌جای تسهیل واردات کالای رقیب بستگی دارد در غیر این صورت، آنچه امروز با عنوان ساماندهی عرضه می‌شود، ممکن است در فردای اقتصاد کشور، به یکی دیگر از موانع ساختاری تحقق شعار حمایت از تولید ملی تبدیل شود.

می‌تواند در بلندمدت فشار برای گسترش دامنه معافیت‌ها به کالاها و مناطق بیشتر را نیز تشدید کند. روندی که تجربه تاریخی این حوزه در ایران بارها آن را نشان داده است.

در ادبیات اقتصاد توسعه، بحث درباره سیاست‌های تجاری و حمایت از صنایع نوپا (infant industry) قدمتی طولانی دارد. اگرچه اقتصاددانان در میزان و شکل مطلوب حمایت اختلاف‌نظر دارند، اما اجماع نسبی وجود دارد که هرگونه معافیت یا رویه استثنایی در واردات، باید هدفمند، شفاف، زمان‌بند و قابل رصد باشد تا از تبدیل شدن به رانت دائمی جلوگیری شود. قانون کولبری و ملوانی نیز اگرچه در ظاهر محدودیت زمانی پنج‌ساله برای خود در نظر گرفته، اما تجربه بسیاری از قوانین موقت در حوزه تجارت خارجی ایران نشان داده که تمدید و گسترش

راهکارهای جایگزین

به‌جای تداوم و گسترش رویه‌ای که در عمل به رقابت نابرابر با تولید داخلی و باز شدن دریچه‌ای تازه برای قاچاق کالا می‌انجامد، می‌توان مسیرهای دیگری را در دستور کار قرار داد:

نخست، محدود کردن دقیق‌تر و مستمر فهرست کالاهای مجاز به اقلامی که واقعاً فاقد تولید داخلی مشابه هستند و بازنگری منظم و علمی این فهرست بر اساس داده‌های واقعی تولید داخلی، نه صرفاً بر اساس فشارهای محلی یا صنفی.

دوم، هدایت منابع حمایتی از مسیر واردات معاف به سمت سرمایه‌گذاری مستقیم در ایجاد واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در مناطق مرزی به‌گونه‌ای که مرزنشینان به‌جای حمل کالای وارداتی، در زنجیره تولید و فرآوری محصولات مشغول به کار شوند.

سوم، تقویت زیرساخت‌های گمرکی رسمی در نقاط مرزی به‌جای گسترش مسیرهای غیررسمی یا نیمه‌رسمی، تا هزینه و زمان تشریفات قانونی واردات رسمی برای تجار کاهش یابد و انگیزه استفاده از مسیرهای استثنایی کمتر شود.

چهارم، ایجاد سامانه‌های رهگیری دقیق‌تر و هوشمند برای ردیابی مقصد نهایی کالاهای واردشده از این دو رویه، با استفاده از فناوری‌های

سایه‌ی مرز بر کارخانه

مسیر کولبری و تهنجی برای فهرستی از کالاها از جمله برخی اقلام لوازم خانگی به صورت رسمی قانونی اعلام شد. هدف اعلام شده از این تصمیم، ساماندهی بازار غیررسمی، شفاف سازی آمار و کاهش قاچاق بی ضابطه بود اما آنچه در عمل رخ داد، نتیجه‌ای متفاوت بود، به جای کاهش حجم ورود غیررسمی کالا، صرفاً برچسب و عنوان آن تغییر کرد و حجم واردات از این مسیر به طور محسوسی افزایش یافت.

چرا رقابت با کالای کولبری و ملوانی ناعادلانه است؟

برای درک عمق آسیبی که این رویه‌ها به صنعت وارد می‌کنند، باید به تفاوت بنیادین میان تولیدکننده‌ی رسمی داخلی و واردکننده‌ی غیررسمی توجه کرد. یک واحد تولیدی لوازم خانگی در داخل کشور، در طول زنجیره‌ی تولید خود ملزم به پرداخت دستمزد قانونی کارگران، بیمه و تأمین اجتماعی، مالیات بر ارزش افزوده، هزینه‌ی انرژی با نرخ صنعتی، عوارض گمرکی مواد اولیه و قطعات وارداتی، و هزینه‌های مربوط به اخذ استانداردهای اجباری ملی (نظیر استاندارد مصرف انرژی، ایمنی برق و سازگاری الکترومغناطیسی) است. در مقابل، کالایی که از مسیر کولبری یا ملوانی وارد می‌شود، عمدتاً از پرداخت این هزینه‌ها معاف است یا بخش قابل توجهی از آن‌ها را دور می‌زند.

این شکاف هزینه‌ای به طور مستقیم در قیمت نهایی کالا بازتاب می‌یابد. یک یخچال، ماشین لباسشویی یا کولر گازی که از مسیر غیررسمی وارد شده، می‌تواند با قیمتی به مراتب پایین‌تر از نمونه‌ی داخلی مشابه در بازار عرضه شود، بدون آنکه این اختلاف قیمت لزوماً نشان‌دهنده‌ی برتری کیفی یا فناوری آن باشد. در نتیجه، مصرف‌کننده‌ای که تنها بر مبنای قیمت تصمیم می‌گیرد، به طور طبیعی به سمت کالای ارزان‌تر متمایل می‌شود، حتی اگر این تصمیم در بلندمدت به زیان خودش نیز تمام شود.

بعد دیگر این نابرابری به مسئله‌ی تضمین کیفیت و اصالت کالا بازمی‌گردد. فعالان صنفی بازار لوازم خانگی بارها هشدار داده‌اند که اصالت کالاهای وارد شده از مسیر کولبری و تهنجی قابل تأیید نیست. این کالاها معمولاً توسط بازرگانانی وارد می‌شوند که هویت مشخص و پاسخگویی قانونی ندارند، و همین امر زمینه را برای ورود کالای تقلبی یعنی محصولات با نام و لوگوی برندهای معتبر جهانی اما بدون تولید یا نظارت کیفی واقعی آن برندها فراهم می‌کند. وقتی مشکلی در این کالاها بروز کند، هیچ شرکت یا نهاد مشخصی مسئولیت آن را برعهده نمی‌گیرد و در عمل، مصرف‌کننده به تنهایی با پیامدهای این خرید روبه‌رو می‌ماند.

در سال‌های اخیر، دو واژه‌ی کولبری و ملوانی یا آنچه در ادبیات رسمی گمرکی و رسانه‌ای با عنوان تهنجی شناخته می‌شود، از حاشیه‌ی گفتمان اقتصادی کشور به متن سیاست‌گذاری صنعتی راه یافته‌اند. آنچه روزگاری راهکاری معیشتی برای ساکنان مناطق مرزی و جزایر جنوبی کشور تلقی می‌شد، امروز به یکی از بزرگ‌ترین کانال‌های واردات غیررسمی کالا، به‌ویژه در حوزه‌ی لوازم خانگی، بدل شده است. صنعتی که طی ۱۰ سال گذشته با سرمایه‌گذاری گسترده‌ی بخش خصوصی، ظرفیت تولید خود را از حدود شش میلیون قطعه به بیش از بیست میلیون قطعه در سال رسانده بود، اکنون با کاهشی بی‌سابقه در تولید، فروش و اشتغال روبه‌رو شده است. این گزارش تلاش می‌کند با نگاهی تحلیلی، مکانیسم آسیب رویه‌های کولبری و ملوانی به صنعت داخلی را واکاوی کند و با تکیه بر صنعت لوازم خانگی، ابعاد پنهان و آشکار این پدیده را روشن سازد.

از معیشت مرزنشینی تا کانال کلان واردات

کولبری در اصل به فعالیت افرادی اطلاق می‌شد که کالا را به صورت دستی یا با استفاده از چارپا از مرزهای غربی و شمال‌غربی کشور عبور می‌دادند. فعالیتی که در ابتدا بیشتر معیشتی بود و در مقیاسی محدود انجام می‌شد. ملوانی یا تهنجی نیز به واردات کالا از طریق شناورهای کوچک و لنج‌های تجاری در آب‌های جنوبی کشور، عمدتاً از بنادر امارات و عمان، اشاره دارد. تفاوت اساسی این دو شیوه با واردات رسمی در آن است که کالاهای وارد شده از این مسیرها معمولاً بدون طی کردن تشریفات کامل گمرکی، پرداخت حقوق و عوارض متعارف، و بدون رعایت استانداردهای اجباری ملی وارد بازار می‌شوند.

نکته‌ی مهم آن است که در سال‌های اخیر، این دو رویه از یک فعالیت خرد و پراکنده به یک زنجیره‌ی سازمان‌یافته و پرحجم تبدیل شده‌اند. برآوردهای فعالان صنفی نشان می‌دهد بیش از دوازده هزار لنج، هر یک با ظرفیتی در حدود پانصد تن، در مسیرهای جنوبی کشور فعال هستند و ارزش کل این بازار غیررسمی تا هفت میلیارد دلار تخمین زده شده است. برخی برآوردهای دیگر از خروج سالانه نزدیک به شش میلیارد دلار ارز از طریق واردات مرزی سخن می‌گویند. این ارقام به روشنی نشان می‌دهند که آنچه با عنوان حمایت معیشتی از مرزنشینان توجیه می‌شود، در عمل به یکی از بزرگ‌ترین کانال‌های تجارت غیررسمی کشور بدل شده که دیگر هیچ تناسبی با هدف اولیه‌ی خود ندارد.

نقطه‌ی عطف این ماجرا، تصمیمی بود که به موجب آن، واردات از

تصویری از یک بحران ساختاری

داده‌های منتشرشده توسط تشکلهای صنعت لوازم خانگی، تصویری نگران‌کننده از وضعیت این صنعت در سال جاری ترسیم می‌کنند. بر اساس اعلام دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، تولید این صنعت در سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۱۶ درصد کاهش یافته و در برخی زیرشاخه‌های تولیدی، این افت تا حد قابل توجهی عمیق‌تر بوده است. همزمان، فروش این صنعت نیز با کاهشی در حدود ۶۰ درصد مواجه شده است. این در حالی است که صنعت لوازم خانگی تنها یک سال پیش از این، در اوج ظرفیت تولیدی خود قرار داشت و توانسته بود با اتکا به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، جایگاه صادراتی نیز در بازارهای منطقه‌ای پیدا کند.

پیامد مستقیم این افت تولید، انباشت کالا در انبارهای واحدهای تولیدی، افزایش هزینه‌های سربار، و کاهش شدید نقدینگی بنگاه‌هاست. زنجیره‌ای که در نهایت می‌تواند به تعطیلی خطوط تولید و تعدیل نیروی انسانی منجر شود. گزارش‌های میدانی از فعالان این صنف حاکی از آن است که از میان بیش از پانصد واحد صنعتی فعال در حوزه لوازم خانگی بزرگ و الکترونیک، تعداد قابل توجهی در شرف تعطیل هستند و باقی واحدها نیز عمدتاً با ظرفیتی میان بیست تا شصت درصد مشغول فعالیت‌اند. این وضعیت به‌روشنی نشان می‌دهد که آنچه در حال رخ‌دادن است، یک نوسان موقتی و فصلی نیست، بلکه یک بحران ساختاری در یکی از صنایع مصرفی و اشتغال‌زای کشور است.

بازتاب این بحران در بازار کار نیز محسوس است. بررسی‌های اخیر بازار کار نشان می‌دهند سطح اشتغال در کشور برای چند ماه متوالی روند نزولی داشته و بخش قابل توجهی از این کاهش، ناشی از توقف فرآیند استخدام و تعدیل نیرو در بنگاه‌های صنعتی است که با همزمانی رکود تقاضا و افزایش هزینه‌های تولید دست‌وپنجه نرم می‌کنند. گروه‌های سنی جوان که بخش عمده‌ی نیروی کار جدید در واحدهای تولیدی را تشکیل می‌دهند، بیش از سایر گروه‌ها از این روند آسیب دیده‌اند. صنعت لوازم خانگی، به دلیل زنجیره‌ی تأمین گسترده‌ای که از قطعه‌سازی تا تولید و توزیع را در برمی‌گیرد، یکی از صنایعی است که هر واحد شغلی مستقیم در آن، چند برابر شغل غیرمستقیم در صنایع بالادستی و پایین‌دستی ایجاد می‌کند به همین دلیل، تعطیلی یا کاهش ظرفیت این صنعت، اثری موجی و گسترده بر کل زنجیره‌ی اشتغال مرتبط با آن برجای می‌گذارد.

فقدان گارانتی و خدمات پس از فروش

یکی از جنبه‌هایی که کمتر در تحلیل‌های اقتصادی به آن پرداخته می‌شود، آسیبی است که این رویه به خود مصرف‌کننده وارد می‌کند. بسیاری از کالاهایی که از مسیر کولبری و ملوانی وارد بازار می‌شوند،

فاقد هرگونه گارانتی معتبر و خدمات پس از فروش هستند. در صنعتی مانند لوازم خانگی که کالاهای آن نظیر یخچال، لباسشویی، کولر گازی و اجاق گاز کالاهایی بادوام و پرکاربرد در زندگی روزمره‌ی خانوارها محسوب می‌شوند، نبود شبکه‌ی خدمات پس از فروش و عدم دسترسی به قطعات یدکی، مصرف‌کننده را در بلندمدت با هزینه‌های پنهان و مشکلات جدی مواجه می‌کند.

این وضعیت، تصویری متناقض از منافع کوتاه‌مدت و بلندمدت مصرف‌کننده ترسیم می‌کند. خریدار در لحظه‌ی خرید، به دلیل قیمت پایین‌تر احساس می‌کند تصمیم اقتصادی درستی گرفته است، اما در طول عمر مفید کالا، به دلیل نبود گارانتی، عدم تطابق با استانداردهای ایمنی و مصرف انرژی، و نبود قطعات یدکی اصلی، عملاً هزینه‌ی نگهداری بالاتری متحمل می‌شود. این پدیده در نهایت به کاهش اعتماد عمومی به کل بازار لوازم خانگی اعم از داخلی و وارداتی منجر می‌شود، زیرا مصرف‌کننده در تشخیص کالای اصیل از کالای فاقد پشتوانه با دشواری روبه‌رو می‌شود.



خروج ارز و کاهش درآمدهای گمرکی دولت

از منظر کلان اقتصادی، رویه‌های کولبری و ملوانی پیامد دیگری نیز دارند که کمتر مورد توجه عموم قرار می‌گیرد؛ خروج غیررسمی ارز از کشور. خرید کالای واردشده از این مسیرها معمولاً از طریق شبکه‌های غیررسمی صراف و بازار سیاه ارز تأمین مالی می‌شود. این بدان معناست که ارز موردنیاز برای خرید این کالاها، بدون عبور از چرخه‌ی رسمی بانکی و بدون ثبت در آمار تجارت خارجی کشور، به خارج از مرزها منتقل می‌شود. فرآیندی که هیچ سود مستقیمی برای نظام مالی و بانکی کشور به همراه ندارد و در عین حال، فشار مضاعفی بر بازار ارز و نرخ برابری آن با ریال وارد می‌کند.

از سوی دیگر، دولت نیز از این معادله متضرر می‌شود. واردات رسمی کالا، به‌ویژه در حوزه‌ی لوازم خانگی، منبع درآمدی قابل توجه برای خزانه‌ی دولت از طریق حقوق ورودی و مالیات بر ارزش‌افزوده محسوب می‌شود.

چرا رصد این رویه‌ها دشوار است؟

یکی از دلایل اصلی گسترش این پدیده، دشواری نظارت بر آن است. گستردگی مرزهای آبی کشور در سواحل جنوبی، امکان رصد کامل تردد لنج‌ها و شناورهای کوچک را برای نهادهای نظارتی به شدت محدود کرده است. از سوی دیگر، پدیده‌ی کم‌اظهاری در واردات یعنی اعلام ارزش یا حجم کمتر از واقعیت کالای وارداتی برای کاهش پرداخت حقوق گمرکی این مشکل را تشدید کرده است. نبود سامانه‌ی یکپارچه و به‌روز میان گمرک ایران، به‌عنوان مرجع رسمی آمار تجارت خارجی، و وزارت صنعت، معدن و تجارت، به‌عنوان متولی حمایت از تولید داخلی، باعث شده آمار دقیقی از حجم واقعی این واردات در دسترس نباشد. این فقدان شفافیت آماری، خود یکی از موانع اصلی سیاست‌گذاری مؤثر در این حوزه است، زیرا بدون داده‌ی دقیق، هرگونه تصمیم‌گیری درباره‌ی فهرست کالاهای مشمول یا میزان سهمیه‌ی مجاز، بر پایه‌ی برآوردهای تقریبی و گاه متناقض صورت می‌گیرد.

مسیر پیش رو چیست؟

بررسی این پدیده نشان می‌دهد که راه‌حل مسئله، نه در حذف کامل و غیرواقع‌بینانه‌ی رویه‌های مرزی که به دلیل ریشه‌های معیشتی و اجتماعی آن عملاً غیرممکن است بلکه در ساماندهی هوشمندانه و هدفمند آن نهفته است. چند محور اصلی در این زمینه قابل طرح است: نخست، بازنگری در فهرست کالاهای مشمول واردات کولبری و ملوانی، به‌گونه‌ای که کالاهایی که توان تولید داخلی رقابتی برای آن‌ها وجود دارد از جمله بسیاری از اقلام لوازم خانگی بزرگ نظیر یخچال، لباسشویی و کولر گازی از این فهرست حذف شوند. دوم، ایجاد سامانه‌ی یکپارچه‌ی ثبت و ردیابی کالا، مشابه آنچه در واردات رسمی اعمال می‌شود، برای کالاهای واردشده از مسیر کولبری و ملوانی، به‌گونه‌ای که حداقل استانداردهای ایمنی و کیفی رعایت شده

و مسئولیت پاسخگویی به مصرف‌کننده مشخص باشد. سوم، شفاف‌سازی آماری از طریق هماهنگی میان گمرک ایران و وزارت صمت، تا سیاست‌گذاران بتوانند بر پایه‌ی داده‌های واقعی و به‌روز، تصمیم‌گیری کنند، نه بر مبنای برآوردهای پراکنده‌ی فعالان صنفی. چهارم، حمایت مالی و اعتباری هدفمند از واحدهای تولیدی داخلی که در معرض تعطیلی یا کاهش ظرفیت قرار دارند، به‌ویژه از طریق تسهیل دسترسی به مواد اولیه و کاهش هزینه‌های تأمین مالی، تا این واحدها بتوانند دوران گذار سیاست‌گذاری را پشت سر بگذارند. آنچه امروز صنعت لوازم خانگی ایران با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند، نمونه‌ای روشن از پیامدهای ناخواسته‌ی سیاست‌گذاری‌های نیم‌بند در حوزه‌ی تجارت خارجی است. رویه‌های کولبری و ملوانی که در ابتدا با هدف حمایت معیشتی از مناطق مرزی و کاهش قاچاق بی‌ضابطه توجیه می‌شدند، در غیاب نظارت مؤثر و سیاست‌گذاری هدفمند، به کانالی برای ورود گسترده‌ی کالای بدون گارانتی، فاقد استاندارد و با رقابت قیمتی ناعادلانه تبدیل شده‌اند. نتیجه‌ی این روند، کاهش چشمگیر تولید و فروش در صنعتی بوده که تا یک سال پیش در اوج ظرفیت خود قرار داشت، تعطیلی ده‌ها واحد صنعتی، تهدید هزاران فرصت شغلی، و در نهایت، کاهش اعتماد مصرف‌کننده به کیفیت کالای موجود در بازار.

عبور از این بحران نیازمند رویکردی است که هم واقعیت‌های اجتماعی و معیشتی مناطق مرزی را در نظر بگیرد و هم از منافع بلندمدت صنعت ملی و مصرف‌کننده داخلی صیانت کند. تجربه نشان داده قانونی‌سازی بدون ضابطه‌ی واردات غیررسمی، پاسخ درستی به این معادله‌ی پیچیده نیست. آنچه صنعت لوازم خانگی ایران در این برهه به آن نیاز دارد، سیاستی متوازن، شفاف و مبتنی بر داده است که بتواند میان حمایت از تولید داخلی و حقوق مصرف‌کننده، تعادلی پایدار برقرار کند.



پاگرد

شاید یک اتفاق ساده!

گاهی نیمه شب، وقتی برای آب خوردن از خواب بیدار می شدم، پرده را کنار می زدم و می دیدم هنوز روشن است. گاهی صبح زود، پیش از آنکه هوا کاملاً روشن شود، یکی دو پنجره ی آن خانه همچنان نور داشتند انگار شب در آنجا دیرتر تمام می شد یا شاید اصلاً تمام نمی شد و این، به تدریج، در ذهن من به یک قانون تبدیل شده بود. قانونی کوچک و بی اهمیت، اما از آن قانون هایی که زندگی بی آنکه بفهمیم به آن ها تکیه می کند. مثل اینکه بدانیم صبح، حتی اگر خواب مانده باشیم، خورشید طلوع خواهد کرد. یا اینکه بدانیم صدای خاصی از راهرو خواهد آمد، یا آسانسور در ساعت معینی روشن خواهد شد، یا درختی که هر روز از پنجره می بینیم، هنوز سر جایش هست.

ما بیش از آنکه با آدم ها زندگی کنیم، با تکرارها زندگی می کنیم و خانه ی روبه رو یکی از تکرارهای زندگی من شده بود.

تا آن شب. آن شب، یکی از چراغ ها خاموش بود. اول فکر کردم اشتباه دیده ام. چشم هایم در تاریکی، مثل همیشه، میان نورها و سایه ها جابه جا می شدند. شاید پنجره را از زاویه ی دیگری می دیدم. شاید پرده کشیده شده بود. شاید چراغ روشن بود و چیزی جلوی آن را گرفته بود.

چند دقیقه بعد دوباره نگاه کردم. خاموش بود و ناگهان احساس کردم چیزی در خیابان تغییر کرده است. خیابان همان خیابان بود. درخت ها همان طور در امتداد پیاده رو ایستاده بودند. ماشین سیاهی همان نزدیکی پارک شده بود. نور چراغ خیابان روی آسفالت افتاده بود و

آن شب، برای نخستین بار، یکی از چراغ های خانه ی روبه رو خاموش بود شاید اگر آن خانه را هر شب نمی دیدم، اگر پنجره هایش در طول ماه ها و سال ها، بی آنکه من صاحب هیچ کدامشان باشم، در حافظه ام جای نگرفته بودند، هرگز متوجه این تغییر نمی شدم. آدم از میان هزاران چیز که در برابر چشمش قرار می گیرند، فقط چیزهایی را می بیند که به نحوی نامرئی، پیش تر در انتظار دیده شدن بوده اند. باقی، مثل صدای عبور اتومبیلی در خیابان یا حرکت برگ های درختی در باد، از حاشیه ی ادراک عبور می کنند و پیش از آنکه نامی پیدا کنند، فراموش می شوند. اما من چراغ های آن خانه را می شناختم. نه اینکه بدانم چه کسی آن ها را روشن می کند. نه اینکه بدانم پشت آن شیشه های زرد و سفید چه اتفاقی قرار دارند، یا مردی که شاید هر شب در یکی از آن اتاق ها بنشیند، چه شکلی است، چه می خواند، چه می خورد، یا اصلاً آیا کسی در آن خانه زندگی می کند یا نه. من فقط به چراغ ها عادت کرده بودم و شاید عجیب ترین شکل آشنایی همین باشد، آشنایی با چیزی که هیچ وقت حقیقتش را ندانسته ایم.

خانه ی روبه رو همیشه شب ها روشن بود. این «همیشه» البته معنای دقیقی نداشت. هیچ وقت ننشسته بودم و چراغ هایش را از غروب تا صبح نشمرده بودم. اما در ذهن من، آن خانه به این صورت وجود داشت؛ خانه ای که شب، وقتی همه چیز کم کم از شکل واقعی خودش بیرون می آید و شهر به مجموعه ای از پنجره ها و لکه های نور تبدیل می شود، چراغ هایش را خاموش نمی کند. همین کافی بود.



در تاریکی، هر چیزی ممکن بود. اما با روشن شدن چراغ، خانه دوباره به همان خانه‌ی واقعی و دست‌نیافتنی تبدیل شد. آن نور، تمام رازها را حل نکرد فقط نشان داد که هنوز رازی وجود دارد. شاید این یکی از کارهای عجیب نور باشد.

ما خیال می‌کنیم تاریکی چیزها را پنهان می‌کند، در حالی که گاهی نور است که آن‌ها را از دسترس ما دور می‌کند. تاریکی به ما اجازه می‌دهد چیزی را که نمی‌دانیم با تمام احتمالاتش تصور کنیم اما نور، با آنکه چیزی را نشان می‌دهد، همیشه کمتر از آن چیزی نشان می‌دهد که خیال کرده‌ایم.

به پنجره نگاه کردم. هیچ‌کس دیده نمی‌شد. نه سایه‌ای. نه حرکت پرده‌ای. نه دستی که از کنار شیشه عبور کند. هیچ نشانه‌ای از زندگی. فقط نور و همان لحظه بود که صدای ویولنسل را در ذهنم شنیدم.

نه اینکه واقعاً صدایی از خانه آمده باشد. هیچ موسیقی‌ای در خیابان نبود اما ذهن، وقتی چیزی را نمی‌داند، گاهی برای پر کردن جای خالی، موسیقی می‌سازد. من در آن سکوت، باخ را تصور کردم. سونات ویولنسل.

آن بخش‌های آرام و کش‌دار که در آن یک نت، پیش از آنکه تمام شود، به نت دیگری راه می‌دهد گویی موسیقی نه از صداها، بلکه از فاصله‌ی میان صداها ساخته شده است خانه‌ی روبه‌رو ناگهان برای من شبیه یکی از همان قطعات شد. چراغ‌ها، نت‌ها بودند. پنجره‌های خاموش، سکوت میان آن‌ها. درخت‌ها، مکت. خیابان، خطی طولانی که کسی روی آن آرشه می‌کشید و من، پشت پنجره‌ی خودم، شنونده‌ی موسیقی‌ای بودم که اصلاً وجود نداشت. شاید به همین دلیل است که بعضی شب‌ها را بعدها نمی‌توانیم برای دیگران توضیح دهیم.

اگر بگوییم چه اتفاقی افتاد، اتفاق بسیار کوچک است. یک چراغ خاموش شد و دوباره روشن شد. همین. هیچ داستانی در آن نیست اما اگر بگوییم در آن لحظه چه چیزی در ما حرکت کرد، ناگهان داستانی ساخته می‌شود که ممکن است تمام عمر ادامه پیدا کند.

من نمی‌دانم چرا آن خانه برایم اهمیت پیدا کرده بود شاید چون هیچ‌وقت چیزی از من نخواست بود. آدم‌ها معمولاً وقتی وارد زندگی ما می‌شوند، چیزی با خود می‌آورند و چیزی هم از ما می‌خواهند. عشق، دوستی، خشم، پاسخ، حضور، وفاداری، توضیح اما خانه‌ی روبه‌رو چیزی نمی‌خواست. فقط بود. هر شب همان‌جا بود. با چراغ‌هایش. با دیوارهای قدیمی‌اش. با درخت‌هایی که بخشی از پنجره‌هایش را پوشانده بودند. با آن سکوتی که گاهی چنان کامل می‌شد که آدم شک می‌کرد پشت این دیوارها واقعاً زندگی جریان دارد یا نه. شاید به همین دلیل دوستش داشتم. چون به من اجازه می‌داد چیزی را بدون شناختنش دوست داشته باشم.

من هیچ‌وقت نمی‌دانستم ساکنانش چه کسانی‌اند و همین ندانستن، خانه را از زندگی روزمره نجات می‌داد. اگر می‌دانستم آنجا مثلاً خانواده‌ای پنج‌نفره زندگی می‌کنند، پدرشان کارمند است، مادرشان معلم است، پسرشان دانشجویست و دخترشان هر صبح زود از خانه بیرون می‌رود، خانه ناگهان معمولی می‌شد اما بی‌خبری، آن را به چیزی دیگر تبدیل کرده بود. به یک امکان و ما گاهی بیشتر از واقعیت، به امکان‌ها وابسته‌ایم.

جایی دورتر، صدای مبهم موتوری آمد و بعد خاموش شد. هیچ چیز تغییر نکرده بود و با این حال، همه‌چیز تغییر کرده بود. آن پنجره‌ی تاریک، کوچک بود. آن قدر کوچک که اگر کسی آن را نشانم می‌داد و می‌گفت این پنجره قرار است امشب تو را ناراحت کند، احتمالاً می‌خندیدم اما آدم برای ناراحتی‌هایش همیشه دلیل‌های بزرگ ندارد. گاهی یک چراغ خاموش کافی است.

نشستم و مدتی نگاهش کردم. در ذهنم، بی‌اختیار، زندگی کسی را ساختم که نمی‌شناختم. شاید زنی در آن اتاق زندگی می‌کرد. زنی که هر شب ساعت مشخصی چراغ را روشن می‌کرد و کنار پنجره می‌نشست. شاید سال‌ها بود همین کار را می‌کرد. شاید چراغ، برای او نه فقط چراغ اتاق، که نشانه‌ی آغاز شب بود مثل اینکه کسی کتابی را باز کند، چای بریزد، عینکش را روی صورت بگذارد و جهان بیرون را برای چند ساعت کنار بگذارد. شاید آن شب حالش خوب نبود. شاید خوابیده بود. شاید بیرون رفته



بود. شاید کسی برای نخستین بار پس از سال‌ها به او گفته بود که دیگر نیازی نیست چراغ را روشن بگذارد و از میان تمام این احتمال‌ها، هیچ‌کدام نمی‌توانستند به من ربطی داشته باشند اما مگر خاطره‌ها همیشه به چیزی مربوط‌اند که مستقیماً به ما مربوط بوده؟

بخش بزرگی از گذشته‌ی ما از چیزهایی ساخته شده که هرگز واقعاً متعلق به ما نبوده‌اند، صدای قدم‌های کسی در راهرو، بوی خانه‌ای که در آن مهمان بوده‌ایم، پنجره‌ای که از اتاق کودکی دیده‌ایم، صدای رادیویی از آپارتمان همسایه، یا حتی صورت مردی که یک‌بار در ایستگاه اتوبوس دیده‌ایم و دیگر هرگز ندیده‌ایم. زمان، چیزها را از صاحب اصلی‌شان جدا می‌کند و بعد آن‌ها را به ما می‌دهد. بی‌آنکه اجازه‌ای بگیرد.

آن شب، من داشتم به پنجره‌ای نگاه می‌کردم که شاید هیچ‌کس در آن زندگی نمی‌کرد، اما عجیب بود که خاموشی‌اش برای من معنای غیبت داشت. درست در همین فکرها بودم که چراغ دوباره روشن شد. یک‌باره. بدون مقدمه. انگار دستی نامرئی کلید را زده باشد.

نور زرد از پشت پرده برگشت و همان اتاق، همان‌طور که پیش از خاموشی بود، دوباره در جهان قرار گرفت و من، به جای آنکه خوشحال شوم، برای لحظه‌ای احساس کردم چیزی را از دست داده‌ام چون در آن فاصله‌ی کوتاه که چراغ خاموش بود، خانه به روی تخیل من گشوده شده بود.

خانه‌ای دیگر را می‌بیند که چراغی در آن روشن مانده و اگر چنین باشد، چقدر عجیب است که ممکن است دو انسان، بدون آنکه هرگز یکدیگر را بشناسند، در دو سوی یک شب بیدار باشند و فقط با روشن ماندن چراغی کوچک، به‌طور ناخواسته، به هم خبر دهند که هنوز هستند. این فکر آن شب مرا آرام کرد. صبح، وقتی بیدار شدم، دیگر هیچ چراغی روشن نبود نور روز همه چیز را بی‌رحمانه عادی کرده بود، ساختمان همان ساختمان بود، پنجره‌ها همان پنجره‌ها، درخت‌ها سبز و خاموش، خیابان تقریباً خالی و من برای نخستین بار متوجه شدم که در روز، خانه‌ی روبه‌رو چقدر معمولی است تقریباً زشت. دیوارهایش لکه‌دار بودند. رنگ بعضی قسمت‌ها ریخته بود. پنجره‌ها قدیمی بودند. سیمی از کنار دیوار پایین آمده بود. یکی از پرده‌ها کج بود. هیچ چیز از آن شکوه شبانه باقی نمانده بود و آنجا فهمیدم که شاید شب، چیزی را به خانه اضافه نمی‌کند. شب فقط چیزهایی را که روز پنهان کرده آشکار می‌کند. در روز، ساختمان‌ها خانه‌اند. در شب، خاطره می‌شوند از

آن روز به بعد، گاهی چراغ آن خانه را نگاه می‌کنم؛ بعضی شب‌ها همه روشن‌اند، بعضی شب‌ها، یکی خاموش است گاهی دو تا خاموش‌اند. یک بار چند شب پیاپی هیچ چراغی روشن نبود و من، برخلاف انتظار خودم، دلم گرفت آن قدر که انگار کسی را که هرگز ندیده بودم، از دست داده‌ام. بعد یک شب، دوباره همه‌ی پنجره‌ها روشن شدند و من لبخند زدم نه از اینکه فهمیده باشم کسی برگشته بلکه از اینکه هنوز چیزی برای ندانستن باقی مانده بود. شاید این همان چیزی است که ما از گذشته می‌خواهیم، نه اینکه همه چیز را به ما پس بدهد فقط اینکه چند چیز را دست‌نخورده باقی بگذارد، یک بو، یک صدا، یک خیابان، یک پنجره، یک چراغ چیزی که بتوانیم سال‌ها بعد، در لحظه‌ای که انتظارش را نداریم، به آن برگردیم و احساس کنیم زمان، با تمام بی‌رحمی‌اش، نتوانسته کاملاً پیروز شود. شاید به همین دلیل است که من دیگر از چراغ‌های خانه‌ی روبه‌رو نمی‌پرسم چه کسی آن‌ها را روشن می‌کند. نمی‌خواهم بدانم. اگر روزی بفهمم چه کسی آنجا زندگی می‌کند، بخشی از زیبایی این خانه برای همیشه از بین خواهد رفت. من ترجیح می‌دهم آنجا همچنان کسی باشد که نمی‌شناسم، کسی که شاید هر شب دیر می‌خوابد، کسی که شاید کتابی را بارها می‌خواند، کسی که شاید کنار پنجره می‌ایستد و به خیابان نگاه می‌کند، کسی که شاید اصلاً نمی‌داند از پنجره‌ی خانه‌ی دیگری، انسانی دیگر هر شب به چراغ اتاق او نگاه می‌کند و شاید بهتر باشد هیچ‌وقت نداند. بعضی ارتباط‌ها فقط تا وقتی زیبا هستند که دو طرف از وجود یکدیگر بی‌خبر بمانند. اکنون هر وقت شب می‌شود و چراغ‌های خانه‌ی روبه‌رو یکی یکی روشن می‌شوند، من به موسیقی باخ فکر می‌کنم به آن نت‌هایی که در سکوت حل می‌شوند به اینکه موسیقی، بیش از آنکه درباره‌ی صدا باشد، درباره‌ی چیزی است که پس از صدا باقی می‌ماند. خانه هم همین‌طور است. شاید آدم‌ها رفته باشند، شاید سال‌ها پیش رفته باشند، شاید آن خانه خالی باشد اما چراغی که روشن می‌شود، برای چند ساعت، نبودن را قابل تحمل می‌کند و شاید ما هم در زندگی، همین کار را می‌کنیم چراغ‌هایی کوچک روشن نگه می‌داریم، بی‌آنکه بدانیم چه کسی از دور آن‌ها را می‌بیند، چراغ اتاق، چراغ آشپزخانه، چراغ راهرو، پیامی که بی‌دلیل می‌فرستیم، کتابی که نیمه‌شب باز می‌کنیم، موسیقی‌ای که در سکوت می‌گذاریم، همه‌ی این‌ها شاید شکل‌های مختلف یک جمله باشند: من هنوز اینجا هستم و شاید هیچ‌کس آن جمله را نشنود اما مهم نیست گاهی کافی است چراغ روشن باشد گاهی کافی است در پنجره‌ای دور، در شهری که خوابیده، نقطه‌ای از نور باقی مانده باشد تا آدم احساس کند جهان هنوز کاملاً از دست نرفته است.

آن شب که یکی از چراغ‌ها خاموش شد، من ترسیدم امشب، اگر دوباره خاموش شود، شاید فقط نگاهش کنم صبر می‌کنم، نه از سر کنج‌کاوی

سال‌ها پیش، در کودکی، پنجره‌ی خانه‌ی مادر بزرگم هم برای من چنین معنایی داشت. شب‌ها از پشت شیشه به خانه‌ی همسایه نگاه می‌کردم. آن خانه هم همیشه یک پنجره‌ی روشن داشت. هیچ‌وقت نمی‌دانستم چه کسی آنجاست. بعدها خانه تخریب شد، پنجره رفت، ساختمان دیگری جایش ساخته شد، آدم‌هایی آمدند که حتی نامشان را نمی‌دانستم اما عجیب این بود که در حافظه‌ی من، آن پنجره باقی ماند نه ساختمان نه خیابان نه آدم‌ها فقط یک مستطیل کوچک از نور. سال‌ها بعد فهمیدم حافظه، آن‌طور که ما فکر می‌کنیم، گذشته را نگه نمی‌دارد. حافظه انتخاب می‌کند و گاهی از یک زندگی کامل، فقط یک چراغ را برای ما نگه می‌دارد شاید روزی، سال‌ها بعد، من دیگر در این خانه نباشم. شاید این خیابان عوض شده باشد. شاید درخت‌هایش بریده شده باشند و جای ساختمان روبه‌رو ساختمان دیگری ساخته شود. شاید پنجره‌ای که امشب به آن نگاه می‌کنم دیگر وجود نداشته باشد اما احتمال دارد در یک شب نامعلوم، در شهری دیگر، از پنجره‌ای به ساختمانی نگاه کنم و ناگهان یاد همین خانه بی‌فتم نه به خاطر شکلش نه به خاطر رنگ دیوارهایش حتی شاید چهره‌ی واقعی آن ساختمان را هم نتوانم به یاد بیاورم فقط یادم خواهد آمد که شبی، یک چراغ خاموش شد و بعد دوباره روشن شد و من، بی‌آنکه بدانم چرا، مدتی طولانی به آن نگاه کردم.

چه کسی می‌تواند بگوید این خاطره از چه زمانی آغاز شده است؟ شاید همان شب شاید خیلی پیش‌تر شاید حتی پیش از آنکه خانه را ببینم زیرا گاهی چیزی که ما خاطره‌ی یک اتفاق می‌نامیم، در واقع خاطره‌ی احساسی است که هنوز اتفاق نیفتاده بود و بعد، سال‌ها بعد، یک منظره آن را پیدا می‌کند مثل کلیدی که مدت‌ها در جیبمان بوده و ناگهان دری را پیدا می‌کند که نمی‌دانستیم وجود دارد.

آن شب، من در آن خانه کسی را ندیدم اما از آن به بعد، هر بار که چراغش روشن می‌شد، دیگر نمی‌توانستم مثل گذشته به آن نگاه کنم. چراغ برای من تبدیل شده بود به نشانه‌ی حضور نه حضور یک آدم حضور چیزی نامعلوم چیزی که نمی‌توانستم اسمش را بگذارم شاید زندگی شاید تنهایی شاید انتظار شاید فقط عادت و مگر تنهایی چیزی جز عادت به حضور کسی نیست که دیگر حضور ندارد؟

گاهی فکر می‌کنم شاید خانه‌ی روبه‌رو اصلاً رازآلود نیست. شاید تمام راز آن از دور بودنش ساخته شده. اگر از آن خیابان عبور می‌کردم، اگر وارد ساختمان می‌شدم، اگر از پله‌ها بالا می‌رفتم و در یکی از آن آپارتمان‌ها را می‌زد، احتمالاً همه چیز عادی بود. یک راهرو، یک جاکفشی، بوی غذا، صدای تلویزیون، یک گلدان روی طاقچه، قبضی روی میز، لباسی روی صندلی و آدم‌هایی معمولی که صبح از خواب بیدار می‌شوند و شب به خواب می‌روند.

راز، شاید فقط فاصله است. همان چند ده متر خیابان که میان من و آن پنجره قرار گرفته فاصله‌ای که اجازه می‌دهد آدم‌ها به رویا تبدیل شوند. ما اگر به اندازه‌ی کافی از کسی دور باشیم، دیگر او را نمی‌بینیم او را می‌سازیم و شاید تمام عشق‌های بزرگ، تمام دل‌تنگی‌های عجیب، تمام حسرت‌های بی‌دلیل، در همین فاصله‌ها متولد می‌شوند.

آن شب دیر خوابیدم. چند بار دیگر از کنار پنجره رد شدم. هر بار چراغ روشن بود. یک‌بار ساعت دو و نیم. یک‌بار نزدیک چهار و بار آخر، درست پیش از آنکه پرده را بکشم، هنوز روشن بود با خودم فکر کردم شاید کسی آنجا بیدار است شاید او هم مثل من خوابش نمی‌برد شاید او هم به پنجره‌ای دیگر نگاه می‌کند شاید حتی از پنجره‌ی خودش،

همه چیز به اندازه‌ای نزدیک است که خیال کنیم می‌توانیم آن را بشناسیم و به اندازه‌ای دور که هرگز نتوانیم.

هاپر استاد همین فاصله بود. در نقاشی‌هایش، آدم‌ها اغلب در جایی حضور دارند که باید مامن زندگی باشد اما هنوز تنها به نظر می‌رسند. گویی خانه‌ها، اتاق‌ها، رستوران‌ها و هتل‌ها به جای آنکه آدم‌ها را به هم نزدیک کنند، فقط شکل‌های دقیق‌تری از تنهایی برایشان ساخته‌اند و من فکر کردم خانه‌ی روبه‌رو نیز چیزی از همین جنس است.

آن خانه هم از دور روشن بود و از نزدیک، ناشناخته، پنجره‌هایش مثل پنجره‌های هاپر، بیش از آنکه چیزی را نشان دهند، چیزی را از ما پنهان می‌کردند.

در آن نقاشی، آدم به وسوسه می‌افتد که داستانی برای آنچه می‌بیند بسازد. چه کسی آنجاست؟ چرا بیدار است؟ پیش از این چه اتفاقی افتاده؟ بعد از این چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اما هیچ جوابی وجود ندارد، هاپر داستان را تمام نمی‌کند و شاید زیبایی نقاشی دقیقاً در همین ناتمامی باشد.

من هم دربارهِ خانه‌ی روبه‌رو چیزی بیشتر از این نمی‌دانستم، فقط چند پنجره، چند چراغ چند پرده و سکوتی که آن قدر کامل بود که گاهی فکر می‌کردم اگر شیشه‌ی پنجره را بشکنم، به جای صدای خرد شدن شیشه، صدای سال‌هایی را خواهم شنید که در آن خانه گذشته‌اند.

خانه‌ی روبه‌رو برای من کم‌کم شبیه یک نقاشی هاپر شده بود با این تفاوت که من نمی‌توانستم از کنار آن عبور کنم و نقاشی را در موزه پشت سر بگذارم. هر شب دوباره ساخته می‌شد، هر شب نورهایش ترکیب تازه‌ای پیدا می‌کردند، هر شب یکی از پنجره‌ها خاموش می‌شد و دیگری روشن می‌ماند، و من ناخواسته برای آن‌ها معنایی می‌ساختم که شاید هیچ ارتباطی با حقیقت نداشت و اینجا بود که فهمیدم چرا نقاشی‌های هاپر تا این اندازه با خاطره نسبت دارند.

از سر نوعی احترام، احترام به آن سکوتی که میان دو روشنایی وجود دارد و اگر دوباره روشن شود، شاید دیگر نپرسم چرا، فقط می‌گذارم نورش روی دیوار روبه‌رو بیفتد، روی برگ‌های درخت، روی آسفالت خیس، روی شیشه‌ی پنجره‌ی من و برای چند دقیقه، به خودم اجازه می‌دهم باور کنم کسی آنجاست، کسی که من نمی‌شناسم، کسی که شاید هرگز نخواهم شناخت، کسی که شاید وجود خارجی نداشته باشد و با این حال، در یکی از اتاق‌های تاریک حافظه‌ی من، سال‌هاست زندگی می‌کند، شاید این هم یکی از اشکال زمان از دست‌رفته باشد؛ چیزهایی که هرگز واقعاً نداشتیم، اما وقتی زمان از کنارمان می‌گذرد، تازه می‌فهمیم چقدر به آن‌ها وابسته بوده‌ایم و آن چراغ، اگر روزی برای همیشه خاموش شود، شاید من هرگز نفهمم چه کسی آن را خاموش کرده است اما مطمئنم یک شب، سال‌ها بعد، در خانه‌ای دیگر، پشت پنجره‌ای دیگر، ناگهان یادش خواهم افتاد.

یک شب، وقتی دوباره به پنجره‌های خانه نگاه می‌کردم، ناگهان یاد نقاشی‌ای از ادوارد هاپر افتادم «پنجره‌های شب»، سال‌ها پیش آن نقاشی را دیده بودم، اما آن شب برای نخستین بار فهمیدم چرا بعضی تصاویر، پیش از آنکه معنای خودشان را به ما بگویند، سال‌ها در حافظه می‌مانند تا روزی منظره‌ای در جهان بیرون، معنای پنهانشان را به آن‌ها برگرداند.

در نقاشی هاپر، شب شهر نه کاملاً تاریک است و نه روشن. تاریکی همه‌جا هست اما ناگهان پنجره‌ای از دل آن بیرون می‌آید، پنجره‌ای روشن، بی‌آنکه چیزی از زندگی‌ای که درونش جریان دارد به ما واگذار کند. ما از بیرون نگاه می‌کنیم. این نکته مهم است ما داخل نیستیم. هیچ‌گاه داخل نیستیم، انگار شهر، خودش را فقط از طریق شکاف‌های کوچکی به ما نشان می‌دهد.

نور زرد اتاق، بدن انسان، پرده، دیوار، گوشه‌ای از یک زندگی خصوصی



تاریک شب کشیده شد، خاموشی، رنگ تیره‌ی نقاشی بود، روشنایی، لکه‌ی کوچک و گرم آن و خانه، میان این دو، ایستاده بود نه کاملاً زنده و نه کاملاً مرده، چیزی میان خاطره و حضور، چیزی شبیه انسانی که در عکس قدیمی‌اش هنوز جوان است، در حالی که می‌دانیم آن جوانی مدت‌هاست از میان رفته، شاید به همین دلیل بود که از آن شب به بعد، هر بار چراغ خانه را می‌دیدم، دیگر فقط به این فکر نمی‌کردم که چه کسی آن را روشن کرده، به این فکر می‌کردم که چه کسی ممکن است روزی چراغ را برای همیشه خاموش کند و این پرسش، بسیار غمگین‌تر بود زیرا خاموش شدن یک چراغ، اگر موقتی باشد، فقط خاموشی است اما اگر آخرین بار باشد، تبدیل به خاطره می‌شود و هیچ‌کس هنگام آخرین بار بودن چیزی، نمی‌داند که آن لحظه آخرین بار است؛ شاید این غمگین‌ترین حقیقت زمان باشد.

ما همیشه آخرین بارها را در لحظه‌ی وقوعشان معمولی می‌بینیم، آخرین باری که از خانه‌ای بیرون می‌رویم، آخرین باری که صدای کسی را می‌شنویم، آخرین باری که کنار پنجره‌ای می‌ایستیم، آخرین شبی که چراغی روشن می‌ماند.

هیچ موسیقی‌ای اعلام نمی‌کند: این آخرین بار است، هیچ دستی پرده را کنار نمی‌زند، فقط صبح می‌شود و بعد، یک روز، سال‌ها بعد، ناگهان چیزی کوچک در حافظه‌مان روشن می‌شود و می‌فهمیم، آه، آن شب، آن شب آخرین بار بود.

شاید به همین دلیل خانه‌ی روبه‌رو را دوست دارم چون هنوز نمی‌دانم کدام شب، شب آخر خواهد بود. هنوز چراغ‌ها روشن می‌شوند، هنوز خیابان در تاریکی فرو می‌رود، هنوز درخت‌ها روی دیوارها سایه می‌اندازند، هنوز کسی، هر که باشد، در جایی از آن خانه، کلیدی را فشار می‌دهد و اتفاقی روشن می‌شود و من، از این سوی خیابان، آن نور را می‌بینم؛ مثل تماشاگر نقاشی‌ای که هرگز پایانش را نخواهد فهمید. شاید هاپر اگر این خانه را می‌دید، چیزی نمی‌گفت فقط پنجره را می‌کشید، نور را کمی زردتر می‌کرد، تاریکی را عمیق‌تر و آدم‌ها را با اصلا نشان نمی‌داد، یا آن‌قدر دور می‌گذاشت که چهره‌هایشان خوانده نشود. بعد قلم‌مو را زمین می‌گذاشت و می‌رفت و ما می‌ماندیم با این پرسش که پشت آن نور چه گذشته است.

من هم حالا می‌مانم با همان پرسش، فقط تفاوت این است که نقاشی هاپر را می‌توان در یک قاب بست اما خانه‌ی روبه‌رو هنوز زنده است، هنوز هر شب تغییر می‌کند، هنوز ممکن است ناگهان یکی از چراغ‌هایش خاموش شود و شاید، چند دقیقه بعد، دوباره روشن درست مثل آن شب درست مثل حافظه درست مثل موسیقی باخ که یک نت را رها می‌کند تا سکوت، برای لحظه‌ای، جای آن را پر کند و بعد، بی‌آنکه بفهمیم چرا، نت بعدی از راه می‌رسد و در آن لحظه، برای یک ثانیه‌ی کوتاه، تمام آنچه از دست رفته است، نه به شکل آدم‌ها و اتفاقات، بلکه به شکل نوری زرد و لرزان، دوباره به جهان بازگردد آن‌وقت شاید بفهمم که تمام این سال‌ها، من واقعاً به خانه‌ی روبه‌رو نگاه نمی‌کردم به گذشته نگاه می‌کردم. به همه‌ی پنجره‌هایی که روزی روشن بودند و حالا نیستند به همه‌ی آدم‌هایی که روزی پشت آن‌ها زندگی می‌کردند و حالا فقط نامی محو در حافظه‌اند، به اتاق‌هایی که دیگر وجود ندارند، به صداهایی که دیگر کسی تولید نمی‌کند، به شب‌هایی که فکر می‌کردیم تمام‌نشدنی‌اند و با این حال تمام شدند و شاید، در نهایت، به خودم.

به کسی که هنوز، با وجود گذشت این همه شب، کنار پنجره ایستاده و به چراغ خانه‌ای ناشناس نگاه می‌کند، نه برای اینکه بداند چه کسی آنجاست بلکه فقط برای اینکه مطمئن شود هنوز، در جایی از این شهر، نوری هست که او را نمی‌شناسد و با این حال، بی‌آنکه بداند، به او یادآوری می‌کند شب هرچقدر هم طولانی باشد، همه‌ی چراغ‌ها همیشه، برای همیشه خاموش نمی‌مانند.

خاطره هم چیزی را روشن می‌کند، اما نه همه‌چیز را، یک اتاق را روشن می‌کند و بقیه‌ی خانه را در تاریکی نگه می‌دارد، چهره‌ای را به یاد می‌آورد و صدای صاحب آن چهره را فراموش می‌کند، یک عصر را با تمام جزئیات حفظ می‌کند، اما سالی را که آن عصر در آن اتفاق افتاده از یاد می‌برد مثل همان خانه.

من چراغی را به یاد داشتم، اما صاحبش را نه، پنجره‌ای را می‌شناختم، اما اتاق را نه، ساعت‌هایی را که چراغ روشن بود می‌توانستم در ذهنم بازسازی کنم، اما حتی یک بار هم نمی‌توانستم بگویم چه کسی آن سوی شیشه ایستاده بود، شاید هنر هاپر همین باشد او ما را به جایی می‌برد که خاطره و مشاهده از هم قابل تشخیص نیستند به جایی که دیگر نمی‌دانیم چیزی را دیده‌ایم یا فقط آن را تصور کرده‌ایم.

آن شب، به خانه نگاه کردم و ناگهان متوجه شدم چیزی در آن وجود دارد که از نقاشی هاپر هم غمگین‌تر است. در «پنجره‌های شب»، نور هنوز متعلق به یک زندگی است حتی اگر ما ندانیم آن زندگی چیست اما در خانه‌ی روبه‌رو، من گاهی شک می‌کردم که آیا اصلاً کسی در آنجا زندگی می‌کند، شاید چراغ‌ها سال‌هاست به عادت روشن می‌شوند، شاید خانه خالی است، شاید آدمی که روزی آن‌ها را روشن می‌کرد، مدت‌هاست مرده یا رفته است و کلیدها هنوز در حافظه‌ی خانه مانده‌اند، شاید خانه، بعد از رفتن آدم‌ها، مدتی طولانی‌تر از آن‌ها به زندگی ادامه می‌دهد. این فکر مرا به یاد بعضی خانه‌های قدیمی می‌انداخت که وقتی واردشان می‌شوی، نخستین چیزی که حس می‌کنی حضور آدم‌ها نیست، بلکه غیبت آن‌هاست، ردی از زندگی باقی مانده، قاب عکسی روی دیوار، لکه‌ای از نور روی فرش، صدای لولای دری که هنوز به همان شیوه باز می‌شود و چراغی که کسی، حتی پس از آنکه دیگر کسی برای دیدنش نیست، روشن می‌کند آن وقت خانه دیگر فقط خانه نیست به حافظه‌ای تبدیل می‌شود که صاحب ندارد و شاید خانه‌ی روبه‌رو برای من از همان جنس بودیک حافظه‌ی بی‌صاحب. من هرگز در آن زندگی نکرده بودم، اما انگار بخشی از گذشته‌ام را آنجا گذاشته بودم، شاید این همان چیزی است که در نقاشی هاپر، آن‌همه مرا متوقف می‌کند، آدم‌ها در جهان او اغلب به نظر نمی‌رسد منتظر کسی باشند اما ما، تماشاگران، ناخواسته منتظر می‌شویم، منتظر یک حرکت، یک نگاه، باز شدن دری، خاموش شدن چراغ، چیزی که داستان را آغاز کند اما هیچ‌چیز اتفاق نمی‌افتد و همین «هیچ‌چیز» به مرور تبدیل به داستان می‌شود.

خانه‌ی روبه‌رو نیز همین‌طور بود، هیچ‌کس نمی‌آمد، هیچ‌کس نمی‌رفت اما من به رفت‌وآمدهایی فکر می‌کردم که ندیده بودم، به صبح‌هایی که شاید کسی در آن خانه بیدار شده بود، به شب‌هایی که شاید کسی در آن گریه کرده بود، به بیماری‌هایی که شاید در یکی از اتاق‌ها پنهان مانده بود، به عشقی که شاید زمانی در آن خانه آغاز شده و بعد، مثل چراغی که آن شب خاموش شد، ناگهان از میان رفته بود، به مردی که شاید یک روز چمدانش را بسته و در را پشت سرش کشیده بود، به زنی که شاید هنوز هر شب منتظر صدای کلید اوست، به کودکی که شاید سال‌ها پیش از یکی از همین پنجره‌ها به خیابان نگاه می‌کرده و امروز در شهری دیگر زندگی می‌کند، بی‌آنکه بداند پنجره‌ی کودکی‌اش هنوز در ذهن یک غریبه روشن است.

من هیچ‌کدام را نمی‌دانستم اما نقاشی به من اجازه می‌داد همه را باور کنم و شاید ادبیات نیز همین کار را می‌کند؛ از یک چراغ، یک زندگی می‌سازد، از یک پنجره، یک گذشته از سکوت، صدای کسی را که دیگر وجود ندارد و از یک خانه‌ی معمولی، جهانی که هرگز نمی‌توانیم ثابت کنیم واقعاً وجود داشته است. برای همین بود که آن شب، وقتی چراغ خاموش شد و چند دقیقه بعد دوباره روشن شد، من دیگر آن را یک اتفاق ساده ندیدم آن چراغ، برای لحظه‌ای، مثل یک قلم‌مو روی بوم

نیم‌نگاه



آخرین تحولات صنعت لوازم خانگی

هزینه تولید از قیمت فروش جلوزد

تولید با سرعتی بیشتر از قیمت فروش افزایش یافته است. این مسئله زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که به جزئیات قیمت مواد اولیه نیز توجه کنیم. بر اساس داده‌های منتشر شده، قیمت برخی از نهادهای مورد استفاده در این صنعت طی یک سال افزایش‌های قابل توجهی داشته است. قیمت ABS حدود ۱۸۸.۵ درصد، ورق سرد حدود ۱۴۳ درصد، ورق رنگی حدود ۱۹۱ درصد، ورق گرم حدود ۱۵۷ درصد و پلی‌پروپیلن حدود ۲۹۶ درصد افزایش داشته است.

خبرگزاری‌ها از عبور تورم نقطه‌به‌نقطه لوازم خانگی از ۱۱۷.۸ درصد و جهش دوبرابری قیمت این کالاها خبر داده‌اند؛ عددی که طبیعتاً برای مصرف‌کننده نگران‌کننده است. افزایش بیش از دو برابری قیمت کالاهایی مانند یخچال، ماشین لباسشویی، اجاق گاز و سایر لوازم خانگی، مستقیماً بر سبد هزینه خانوار اثر می‌گذارد و در شرایطی که قدرت خرید خانوارها تحت فشار قرار دارد، اهمیت این موضوع دوچندان می‌شود.

با این حال، در تحلیل چنین آماری یک پرسش اساسی وجود دارد: این افزایش قیمت دقیقاً از کجا آمده است؟ آیا تنها با افزایش قیمت

محصول نهایی مواجه هستیم یا در سمت دیگر بازار، یعنی در فرآیند تولید نیز هزینه‌ها با سرعتی مشابه یا حتی بیشتر افزایش یافته‌اند؟

داده‌های منتشرشده از سوی مرکز آمار، شامخ و همچنین بورس کالا نشان می‌دهد برای پاسخ به این پرسش باید نگاهی جدی‌تر به ساختار هزینه تولید داشت. این داده‌ها تصویری متفاوت از یک روایت صرفاً مبتنی بر «گران شدن لوازم خانگی» ارائه می‌کنند، تصویری که در آن، تولیدکننده نیز با افزایش قابل توجه هزینه‌ها روبه‌رو بوده است. بر اساس این اطلاعات، طی یک سال شاخص مواد اولیه به حدود ۲۴۸ رسیده است یعنی نسبت به نقطه آغاز دوره، حدود ۱۴۸ درصد افزایش داشته است. در همین مدت، شاخص بهای تمام‌شده تولید به ۲۷۱ رسیده، رشدی حدود ۱۷۱ درصدی. در مقابل، شاخص قیمت کالا ۲۵۲ ثبت شده است به این معنا که قیمت فروش کالا حدود ۱۵۲ درصد افزایش پیدا کرده است.

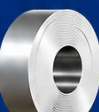
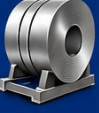
همین سه عدد، یعنی ۲۴۸ برای مواد اولیه، ۲۷۱ برای بهای تمام‌شده و ۲۵۲ برای قیمت کالا، بخش مهمی از داستان را روایت می‌کنند.

اگر قیمت محصول نهایی افزایش یافته، اما بهای تمام‌شده تولید با سرعت بیشتری افزایش پیدا کرده باشد، نمی‌توان افزایش قیمت را صرفاً از زاویه قیمت‌گذاری محصول نهایی بررسی کرد. در چنین شرایطی، تولیدکننده با افزایش هزینه‌هایی مواجه است که الزاماً همه آنها امکان انتقال کامل به مصرف‌کننده را پیدا نکرده‌اند. به بیان ساده‌تر، هزینه

افزایش قیمت مواد اولیه

صنعت لوازم خانگی

در یک سال اخیر

درصد افزایش قیمت	قیمت پایانی میانگین موزون (ریال)	تاریخ معامله	
۱۸۸/۵٪	۱,۱۵۷,۶۲۵ ۳,۳۳۹,۴۵۵	۱۴۰۴/۰۶/۱۸ ۱۴۰۵/۰۴/۲۴	 ABS از پتروشیمی قاند بصیر
۱۴۳٪	۴۰۹,۰۷۳ ۹۹۴,۳۴۰	۱۴۰۴/۰۵/۱۱ ۱۴۰۵/۰۴/۲۹	 ورق سرد از فولاد مبارکه اصفهان
۱۹۱/۲۹٪	۴۶۵,۰۰۰ ۱,۳۵۴,۴۹۹	۱۴۰۴/۰۴/۲۳ ۱۴۰۵/۰۴/۳۰	 ورق رنگی از صنایع هفت الماس
۱۵۷/۳٪	۳۶۳,۶۳۰ ۹۳۵,۸۶۰	۱۴۰۴/۰۷/۰۹ ۱۴۰۵/۰۵/۰۷	 ورق گرم از فولاد آتیه خاورمیانه
۲۹۶/۳٪	۷۹۶,۰۴۵ ۳,۱۵۴,۷۰۶	۱۴۰۴/۰۴/۰۲ ۱۴۰۵/۰۵/۰۵	 پلی پروپیلن از پتروشیمی جم پیلن

بررسی معاملات بورس کالا در یک سال اخیر نشان می‌دهد که قیمت تمامی مواد اولیه مهم صنعت لوازم خانگی با افزایش چشمگیری روبه‌رو بوده است.



نشان می‌دهد افزایش قیمت محصول لزوماً به معنای افزایش متناسب سود تولیدکننده نیست.

به عبارت دیگر، ممکن است مصرف‌کننده با افزایش شدید قیمت مواجه شده باشد، اما در همان زمان تولیدکننده نیز با افزایش شدیدتر هزینه‌های خود روبه‌رو شده باشد.

این موضوع البته به معنای نادیده گرفتن فشار وارد شده به مصرف‌کننده نیست. برای خانوار، تفاوت چندانی ندارد که افزایش قیمت یک یخچال یا ماشین لباسشویی ناشی از افزایش قیمت ورق فولادی، مواد پتروشیمی، نرخ ارز یا سایر هزینه‌ها باشد آنچه مصرف‌کننده در نهایت می‌بیند، افزایش قیمت کالای نهایی است. اما برای تحلیل علت تورم، این تفاوت بسیار مهم است.

وقتی از تورم لوازم خانگی صحبت می‌کنیم، باید زنجیره‌ای را که از مواد اولیه آغاز می‌شود و به کالای نهایی می‌رسد، در نظر بگیریم این زنجیره البته همیشه به شکل یک‌به‌یک و با همان درصدها عمل نمی‌کند. اگر یک ماده اولیه ۱۰۰ درصد گران شود، نمی‌توان انتظار داشت محصول نهایی نیز دقیقاً ۱۰۰ درصد گران شود زیرا آن ماده تنها بخشی از هزینه تمام‌شده محصول است. از سوی دیگر، اگر چند نهاده به‌طور هم‌زمان گران شوند، اثر تجمعی آنها می‌تواند بسیار جدی باشد.

از همین منظر، مقایسه داده‌ها با آمار تورم منتشرشده از سوی خبرگزاری‌ها، یک نکته مهم را روشن می‌کند. عدد ۱۱۷.۸ درصدی تورم نقطه‌به‌نقطه لوازم خانگی را نباید بدون بررسی ساختار هزینه تولید تفسیر کرد.

این عدد به ما می‌گوید کالا برای مصرف‌کننده چقدر گران شده است اما به‌تنهایی توضیح نمی‌دهد که چرا گران شده است.

این اعداد نشان می‌دهند که فشار هزینه‌ای در بخش مواد اولیه موضوعی حاشیه‌ای یا جزئی نیست. وقتی یکی از مواد اولیه مورد استفاده در تولید لوازم خانگی در فاصله یک سال نزدیک به سه برابر می‌شود، طبیعی است که این اتفاق نمی‌تواند بدون اثر بر هزینه تولید باقی بماند.

البته از اینجا نباید به یک نتیجه ساده و قطعی رسید و گفت «تورم ۱۱۷.۸ درصدی لوازم خانگی تماماً ناشی از افزایش قیمت مواد اولیه است». چنین نتیجه‌ای از داده‌های موجود به دست نمی‌آید. قیمت نهایی یک محصول تنها به مواد اولیه وابسته نیست. دستمزد، انرژی، حمل‌ونقل، هزینه‌های مالی، قطعات، نرخ ارز، هزینه‌های سربار، بسته‌بندی و سایر هزینه‌های تولید نیز در قیمت تمام‌شده نقش دارند. علاوه بر این، شرایط بازار، میزان تقاضا و سیاست‌های قیمت‌گذاری شرکت‌ها نیز می‌توانند بر قیمت نهایی اثرگذار باشند.

بنابراین، اگر بخواهیم از منظر اقتصادی و حرفه‌ای به موضوع نگاه کنیم، بهتر است به جای نسبت دادن کل تورم لوازم خانگی به یک عامل مشخص، از «فشار هزینه‌ای» سخن بگوییم.

در واقع، داده‌های موجود نشان می‌دهد افزایش قیمت مواد اولیه یکی از عوامل مهم این فشار بوده است. اما مسئله فقط مواد اولیه نیست بلکه مجموعه‌ای از هزینه‌های تولید در حال افزایش بوده‌اند و نتیجه آن در شاخص بهای تمام‌شده دیده می‌شود.

در این میان، یک نکته درخور توجه نیز وجود دارد. اگر شاخص بهای تمام‌شده از ۱۰۰ به ۲۷۱ رسیده، اما شاخص قیمت کالا از ۱۰۰ به ۲۵۲ افزایش یافته است، به این معناست که رشد هزینه تولید از رشد قیمت فروش جلوزده است. این فاصله برای صنعت اهمیت زیادی دارد زیرا

عوامل مؤثر بر افزایش قیمت لوازم خانگی

افزایش هزینه‌های لجستیک و نرخ ارز، قیمت تمام‌شده لوازم خانگی را تحت تأثیر قرار داده است.

اعداد سال ۱۴۰۵ مربوط به ماه مرداد است.

۱ افزایش هزینه لجستیک

افزایش چشمگیر هزینه‌های حمل‌ونقل بین‌المللی

ردیف	عنوان	۱۴۰۵ (دلار)	۱۴۰۵ (دلار)	درصد تغییرات
۱	حمل دریایی کانتینر ۲۰ فوت	۱,۱۰۰	۶,۲۰۰	۴۶۴٪ ▲
۲	حمل دریایی کانتینر ۴۰ فوت	۲,۴۰۰	۹,۲۰۰	۲۸۳٪ ▲
۳	حمل زمینی	—	۲۰,۲۵۰	۱۰۰٪ ▲

افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل، به‌ویژه حمل زمینی، یکی از عوامل اصلی افزایش هزینه‌های لجستیک است.

۲ افزایش نرخ ارز

افزایش قابل توجه نرخ ارز و هزینه‌های گمرکی

ردیف	عنوان	۱۴۰۴ (ریال)	۱۴۰۵ (ریال)	درصد تغییرات
۱	نرخ ارز جهت خرید	۶۹,۰۰۰	۱,۵۳۰,۰۰۰	۱۲۲٪ ▲
۲	نرخ هزینه‌های گمرکی	۶۸۰,۰۰۰	۱,۴۰۰,۰۰۰	۱۰۶٪ ▲

افزایش نرخ ارز و هزینه‌های گمرکی از عوامل مهم مؤثر بر رشد قیمت لوازم خانگی است.

افزایش هزینه لجستیک + افزایش نرخ ارز و هزینه‌های گمرکی → فشار مستقیم بر قیمت تمام‌شده لوازم خانگی

بخواهد با تورم لوازم خانگی مقابله کند، صرفاً کنترل قیمت محصول نهایی کافی نخواهد بود. باید زنجیره تأمین، قیمت مواد اولیه، نرخ ارز، هزینه‌های تولید و شرایط عرضه نیز مورد توجه قرار گیرد. به همین دلیل، داده‌های موجود بیش از آنکه یک پاسخ ساده برای «چه کسی باعث گرانی شده؟» ارائه کنند، یک واقعیت مهم را نشان می‌دهند: صنعت لوازم خانگی در یک سال گذشته هم‌زمان با افزایش قیمت محصولات، با افزایش بسیار شدید هزینه‌های تولید نیز مواجه بوده است.

برای پاسخ به «چرا»، باید به سمت تولید نیز نگاه کرد. در آنجا با افزایش ۱۴۸ درصدی شاخص مواد اولیه و افزایش ۱۷۱ درصدی شاخص بهای تمام‌شده مواجه هستیم. حتی در برخی نهادهای مشخص، رشد قیمت بسیار بالاتر از این ارقام بوده است. بنابراین، اگر قرار است درباره جهش قیمت لوازم خانگی بحث شود، بهتر است روایت کامل‌تری ارائه شود. روایتی که هم فشار واردشده به مصرف‌کننده را ببیند و هم فشار هزینه‌ای واردشده به تولیدکننده را. در نهایت، مسئله فقط این نیست که لوازم خانگی برای مردم چقدر گران شده است، مسئله این است که تولید این کالاها نیز با چه سرعتی گران شده است. اگر سیاست‌گذار



الگوی حمایت از صنعت لوازم خانگی، در ترکیه و جایگاه آن در صنعت جهانی



موجب شکل‌گیری یک زنجیره صنعتی نسبتاً کامل در این کشور شده است. موقعیت جغرافیایی ترکیه و دسترسی مناسب به بازار اروپا نیز یکی از مزیت‌های اساسی این صنعت محسوب می‌شود.

چارچوب سیاست حمایت از صنعت

سیاست صنعتی ترکیه در حوزه لوازم خانگی را می‌توان مجموعه‌ای از سیاست‌های مکمل دانست که هدف مشترک آنها افزایش ظرفیت تولید و ارتقای توان رقابت بین‌المللی بنگاه‌ها بوده است.

در مرحله نخست، دولت از طریق مشوق‌های سرمایه‌گذاری، هزینه ایجاد و توسعه واحدهای تولیدی را کاهش داده است. معافیت یا تخفیف در مالیات بر ارزش افزوده و حقوق گمرکی ماشین‌آلات، کاهش مالیات، حمایت از هزینه‌های بیمه نیروی کار و تخصیص زمین از جمله ابزارهای مورد استفاده در این زمینه هستند.

در مرحله دوم، سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک و دارای ارزش افزوده بالا مورد حمایت بیشتری قرار گرفته‌اند. این رویکرد موجب شده منابع حمایتی صرفاً به افزایش ظرفیت تولید محدود نشود و به سمت فناوری، کاهش وابستگی به واردات و توسعه محصولات رقابت‌پذیر هدایت شود.

محور مهم دیگر، تحقیق و توسعه، طراحی و نوآوری است. ترکیه با حمایت از فعالیتهای تحقیقاتی، طراحی محصول، توسعه فناوری و تربیت نیروی متخصص تلاش کرده است مزیت رقابتی صنعت خود را از نیروی کار و هزینه تولید پایین، به سمت فناوری، کیفیت، بهره‌وری و نوآوری ارتقا دهد.

همچنین توسعه صادرات یکی از ارکان اصلی سیاست صنعتی این کشور بوده است. بازار داخلی به‌عنوان سکوی اولیه رشد تولیدکنندگان مورد استفاده قرار گرفته، اما هدف نهایی ایجاد بنگاه‌هایی بوده است که توان

فعالین و کارآفرینان صنعت لوازم خانگی ایران اخیراً با وجود مشکلات عدیده صنعت، شاهد فشار برخی فروشگاه‌ها و واردات چیان برای آزادسازی واردات محصولات لوازم خانگی هستند. واحدهای تولیدی طی سال‌های مدیدی با وجود تحریم‌های سنگین و ظالمانه رسالت خود را ثابت کرده‌اند. به نظر بسیاری از فعالین واقعی صنعت، طرح این موضوع در این شرایط پاشیدن نمک بر زخم و نایده گرفتن تلاش بهترین فرزندان این مرز و بوم است. کجای دنیا سراغ داریم که کشوری بازار بزرگ یک صنعت پرجمعیت را به راحتی در اختیار دیگر کشورها قرار دهد همین کشور سوریه در شرایط جنگی اجازه واردات کالای ساخته شده را نداده و نمی‌دهد. در این مقاله صنعت لوازم خانگی برای نمونه بررسی شده که امیدوارم مورد توجه عزیزان و کسانی که غیر کارشناسی و عامیانه در این مورد اظهار نظر می‌کنند قرار گیرد.

مقدمه

کشور ترکیه طی چند دهه گذشته با اتخاذ مجموعه‌ای هماهنگ از سیاست‌های صنعتی، تجاری، سرمایه‌گذاری و فناوری، توانسته است صنعت لوازم خانگی خود را به یکی از قطب‌های مهم تولید و صادرات در جهان تبدیل کند. ترکیه در حال حاضر بزرگ‌ترین مرکز تولید لوازم خانگی سفید در اروپا و پس از چین، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان این محصولات در جهان محسوب می‌شود.

اهمیت تجربه ترکیه در آن است که توسعه این صنعت صرفاً از طریق اعمال محدودیت بر واردات و حمایت تعرفه‌ای صورت نگرفته، بلکه دولت با ایجاد زیرساخت‌های مناسب، حمایت از سرمایه‌گذاری، توسعه زنجیره تأمین، تقویت تحقیق و توسعه، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و تسهیل صادرات، زمینه ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های داخلی را فراهم کرده است.

جایگاه ترکیه در صنعت لوازم خانگی جهان

صنعت لوازم خانگی ترکیه از ظرفیت تولید قابل توجهی برخوردار است و بخش عمده تولید آن به بازارهای خارجی اختصاص دارد. ظرفیت تولید سالانه لوازم خانگی سفید در این کشور حدود ۲۹ میلیون دستگاه برآورد می‌شود و سهم ترکیه از تولید جهانی این محصولات حدود ۷ درصد است. همچنین بخش قابل توجهی از تولید داخلی، حدود ۷۰ درصد، صادر می‌شود.

وجود شرکت‌های بزرگ و بین‌المللی، از جمله Vestel و Arcelik/Beko، در کنار شبکه گسترده‌ای از تولیدکنندگان قطعات و تأمین‌کنندگان،



از این منظر، مهم‌ترین ویژگی الگوی ترکیه را می‌توان «حمایت برای ایجاد رقابت‌پذیری» و نه «حمایت برای حذف رقابت» دانست. در این رویکرد، حمایت دولتی باید به ایجاد ظرفیت‌های جدید، توسعه فناوری، کاهش هزینه تولید و حضور در بازارهای بین‌المللی منجر شود. البته صنعت لوازم خانگی ترکیه نیز با چالش‌هایی همچون افزایش هزینه انرژی و مواد اولیه، هزینه بالای تأمین مالی و رقابت فزاینده تولیدکنندگان آسیایی، به‌ویژه چین، مواجه است. بنابراین حتی یک صنعت بالغ و صادرات‌محور نیز برای حفظ جایگاه خود نیازمند سیاست‌های مستمر در حوزه فناوری، بهره‌وری و نوآوری است.

الگوی ترکیه در صنعت لوازم خانگی نشان می‌دهد که تبدیل یک صنعت داخلی به یک صنعت رقابت‌پذیر در سطح جهانی، نیازمند مجموعه‌ای هماهنگ از سیاست‌های صنعتی است. حمایت از سرمایه‌گذاری، توسعه زنجیره تأمین، افزایش داخلی‌سازی، حمایت از تحقیق و توسعه، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه برندهای داخلی و تمرکز بر صادرات اجزای اصلی این الگو را تشکیل می‌دهند.

بر این اساس، مهم‌ترین درس سیاستی تجربه ترکیه آن است که حمایت از تولید داخلی باید از یک سیاست صرفاً حمایتی به یک سیاست توسعه صنعتی هدفمند تبدیل شود؛ سیاستی که در آن حمایت‌های دولتی با شاخص‌هایی همچون افزایش بهره‌وری، ارتقای کیفیت، توسعه فناوری، افزایش صادرات و کاهش وابستگی به واردات پیوند داشته باشد.

در چنین چارچوبی، هدف نهایی حمایت از صنعت لوازم خانگی نه صرفاً افزایش تعداد تولیدکنندگان یا حجم تولید، بلکه ایجاد بنگاه‌های توانمند، زنجیره تأمین رقابت‌پذیر و برندهای ملی با قابلیت حضور پایدار در بازارهای منطقه‌ای و جهانی خواهد بود.

حسن پیرسا (مدیرعامل گروه صنعتی تولیدی لیدر)

۸ شهریور ۱۴۰۵، فعال صنعت لوازم خانگی

حضور پایدار در بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه بازار اروپا، را داشته باشند. از سوی دیگر، توسعه زنجیره تأمین و افزایش داخلی‌سازی نقش مهمی در سیاست صنعتی ترکیه داشته است. ایجاد و توسعه شبکه قطعه‌سازان در حوزه‌هایی مانند قطعات فلزی و پلاستیکی، تجهیزات الکترونیکی، موتور و سایر اجزای اصلی، ضمن کاهش وابستگی به واردات، ارزش افزوده بیشتری در داخل کشور ایجاد کرده است. جذب سرمایه‌گذاری خارجی نیز بخش دیگری از این الگو است. حضور شرکت‌های بین‌المللی در ترکیه علاوه بر ایجاد ظرفیت تولید، زمینه انتقال فناوری، دانش مدیریتی، استانداردهای تولید و اتصال بنگاه‌های داخلی به زنجیره ارزش جهانی را فراهم کرده است.

عوامل اصلی موفقیت مدل ترکیه

موفقیت ترکیه در صنعت لوازم خانگی حاصل یک سیاست منفرد نبوده، بلکه نتیجه هم‌افزایی چند عامل است. وجود بازار داخلی مناسب، تولید در مقیاس بالا، شرکت‌های بزرگ و دارای برند، شبکه قطعه‌سازی، نیروی انسانی متخصص، دسترسی جغرافیایی به بازار اروپا، حمایت از تحقیق و توسعه و سیاست‌های صادرات‌محور، مجموعه‌ای از مزیت‌های به‌هم‌پیوسته را ایجاد کرده‌اند. یکی از ویژگی‌های مهم این مدل، پیوند میان بازار داخلی و بازار صادراتی است. تولیدکنندگان ابتدا از ظرفیت بازار داخلی برای دستیابی به مقیاس اقتصادی استفاده کرده‌اند، اما توسعه آنها در نهایت بر پایه صادرات و حضور در بازارهای جهانی شکل گرفته است.

ارزیابی سیاستی

تجربه ترکیه نشان می‌دهد که حمایت مؤثر از صنعت لوازم خانگی نمی‌تواند صرفاً به افزایش تعرفه واردات یا محدود کردن رقابت خارجی محدود شود. حمایت پایدار زمانی می‌تواند به توسعه صنعتی منجر شود که هم‌زمان با آن، بهره‌وری، کیفیت، فناوری، داخلی‌سازی، تحقیق و توسعه و توان صادراتی بنگاه‌ها نیز ارتقا یابد.

وقتی بهره‌وری انرژی از هوش مصنوعی مهم‌تر می‌شود

کرد. همین منطق باعث شده است که موضوع Energy Efficiency دیگر فقط در حوزه محیط‌زیست یا مقررات دولتی مطرح نباشد و به یکی از عناصر اصلی ارزش پیشنهادی برندها تبدیل شود.

اهمیت این مسئله در اروپا حتی بیشتر دیده می‌شود. داده‌های جدید NielsenIQ نشان می‌دهد سهم فروش محصولات دارای بالاترین رتبه‌های بهره‌وری انرژی در برخی بازارهای اروپایی در حال افزایش است. این روند در شرایطی اتفاق می‌افتد که هزینه انرژی همچنان یکی از دغدغه‌های خانوارهاست. بنابراین، وقتی یک تولیدکننده درباره محصول کم‌مصرف صحبت می‌کند، در واقع فقط درباره حفاظت از محیط‌زیست حرف نمی‌زند بلکه درباره کاهش هزینه‌های خانوار و پایین آوردن هزینه مالکیت محصول نیز صحبت می‌کند.

در این میان، هوش مصنوعی می‌تواند نقش مهمی داشته باشد، اما نه لزوماً به‌عنوان محصول نهایی. ارزش واقعی AI زمانی آشکار می‌شود که بتواند بهره‌وری محصول را افزایش دهد. یک لباسشویی هوشمند زمانی برای مصرف‌کننده ارزشمندتر می‌شود که بتواند وزن لباس‌ها را تشخیص دهد، میزان آب و مواد شوینده را متناسب با آن تنظیم کند و برنامه‌ای را انتخاب کند که ضمن حفظ کیفیت شست‌وشو، مصرف انرژی را کاهش دهد. در یک سیستم تهویه، AI زمانی معنا پیدا می‌کند که بتواند الگوی حضور افراد در خانه را تشخیص دهد و سرمایش یا گرمایش را بدون ایجاد افت محسوس در آسایش، بهینه کند. در یخچال نیز هوش مصنوعی زمانی ارزشمند است که به مدیریت بهتر دما، کاهش مصرف انرژی، تشخیص شرایط غیرعادی و جلوگیری از خرابی کمک کند.

این تغییر نگاه، یک پیام مهم برای مدیران صنعت لوازم خانگی دارد، دوران فروش فناوری به‌عنوان یک ویژگی مستقل در حال پایان یافتن است. مصرف‌کننده امروز الزاماً نمی‌پرسد «این محصول چند قابلیت هوش مصنوعی دارد؟» بلکه بیشتر می‌پرسد «این فناوری چه چیزی برای من بهتر می‌کند؟» اگر پاسخ این سؤال کاهش مصرف برق، صرفه‌جویی در آب، عملکرد بهتر، عمر طولانی‌تر یا راحتی بیشتر باشد، AI ارزش پیدا می‌کند. اما اگر قابلیت هوشمند صرفاً یک امکان جدید باشد که مصرف‌کننده به‌ندرت از آن استفاده می‌کند، احتمالاً تأثیر آن بر تصمیم خرید بسیار محدودتر خواهد بود.

از سوی دیگر، فشار برای افزایش بهره‌وری انرژی فقط از سوی بازار ایجاد نمی‌شود. سیاست‌گذاری‌های دولتی و استانداردهای جدید نیز صنعت

در صنعت لوازم خانگی، هوش مصنوعی به یکی از پرتکرارترین واژه‌های سال‌های اخیر تبدیل شده است. تقریباً هر برند بزرگی تلاش می‌کند بخشی از محصولات خود را با عنوان AI، Smart یا Connected معرفی کند و از نسلی تازه از لوازم خانگی سخن بگوید که می‌توانند رفتار مصرف‌کننده را یاد بگیرند، تصمیم بگیرند و حتی بخشی از کارهای روزمره خانه را به‌صورت خودکار انجام دهند اما پشت این موج فناوری، یک پرسش مهم‌تر وجود دارد: آیا مصرف‌کننده واقعاً برای هوش مصنوعی پول بیشتری پرداخت می‌کند یا برای نتیجه‌ای که این فناوری برای او ایجاد می‌کند؟

بررسی روندهای بازار نشان می‌دهد پاسخ چندان پیچیده نیست. مصرف‌کننده در نهایت به دنبال محصولی است که زندگی را ساده‌تر، هزینه استفاده را کمتر و عملکرد را مطمئن‌تر کند. به همین دلیل، در بسیاری از گروه‌های اصلی لوازم خانگی، بهره‌وری انرژی همچنان می‌تواند از قابلیت‌های هوش مصنوعی اهمیت بیشتری داشته باشد. گزارش NielsenIQ درباره چشم‌انداز صنعت لوازم خانگی در سال ۲۰۲۶ نیز تصویری روشن از این تغییر ارائه می‌کند. در داده‌های این گزارش، تنها ۷ درصد از خریداران ماشین لباسشویی گفته‌اند قابلیت‌های AI عامل مهمی در تصمیم خرید آنها بوده است، در حالی که ۵۳ درصد بهره‌وری انرژی را عامل مهم دانسته‌اند. در جاروبرقی‌های رباتیک نیز ۱۲ درصد به AI اهمیت داده‌اند، اما ۴۶ درصد قابلیت تی‌کشیدن را در تصمیم خود مؤثر دانسته‌اند. این اعداد به‌خوبی نشان می‌دهند که فناوری زمانی ارزشمند می‌شود که یک نیاز واقعی را پاسخ دهد.

اهمیت بهره‌وری انرژی زمانی بیشتر مشخص می‌شود که ماهیت لوازم خانگی را در نظر بگیریم. خرید یک یخچال، ماشین لباسشویی، ظرفشویی، خشک‌کن یا سیستم تهویه، برخلاف بسیاری از کالاهای مصرفی، تصمیمی نیست که هر سال تکرار شود. این محصولات معمولاً سال‌ها در خانه باقی می‌مانند و بخش قابل‌توجهی از هزینه واقعی آنها پس از خرید و در زمان استفاده پرداخت می‌شود. بنابراین قیمت درج‌شده روی محصول تنها بخشی از هزینه مالکیت است. میزان مصرف برق و آب، هزینه تعمیرات، طول عمر محصول و کیفیت خدمات پس از فروش نیز در نهایت تعیین می‌کنند که یک محصول واقعاً ارزان‌تر یا گران‌تر بوده است.

در چنین شرایطی، بهره‌وری انرژی از یک ویژگی فنی به یک مزیت اقتصادی تبدیل می‌شود. مصرف‌کننده ممکن است برای خرید محصولی کم‌مصرف در ابتدا مبلغ بیشتری بپردازد اما اگر این محصول طی سال‌های استفاده برق و آب کمتری مصرف کند، بخشی از هزینه اولیه خود را جبران خواهد



خانگی می‌تواند از قیمت اولیه به سمت Total Cost of Ownership یا همان هزینه کل مالکیت حرکت کند.

از این منظر، شاید اشتباه باشد که AI و بهره‌وری انرژی را دو رقیب بدانیم. آینده متعلق به برندهایی نیست که یکی را انتخاب کنند و دیگری را کنار بگذارند. برنده واقعی برندی است که بتواند از هوش مصنوعی برای ایجاد بهره‌وری بیشتر استفاده کند AI باید از یک ابزار تبلیغاتی به موتور کاهش مصرف، افزایش دوام، بهبود عملکرد و ساده‌تر شدن تجربه استفاده از محصول تبدیل شود. در این مدل، هوش مصنوعی دیگر هدف نیست بلکه ابزار رسیدن به ارزش واقعی است.

صنعت لوازم خانگی در حال عبور از دوره‌ای است که «هوشمند بودن» به‌تنهایی یک مزیت رقابتی محسوب می‌شد. در مرحله بعد، مصرف‌کننده احتمالاً از برندها خواهد پرسید: این هوشمندی چه چیزی را برای من بهتر کرده است؟ آیا قبض برق من کمتر شده؟ آیا آب کمتری مصرف می‌شود؟ آیا محصول عمر بیشتری دارد؟ آیا خرابی‌ها زودتر تشخیص داده می‌شوند؟ آیا استفاده از دستگاه واقعاً ساده‌تر شده است؟ پاسخ به همین پرسش‌هاست که ارزش واقعی فناوری را تعیین خواهد کرد.

بنابراین، شاید پیام اصلی بازار لوازم خانگی در سال‌های آینده این نباشد که AI آینده صنعت است، بلکه این باشد که AI زمانی آینده صنعت خواهد بود که بتواند بهره‌وری، صرفه‌جویی و آسایش بیشتری برای مصرف‌کننده ایجاد کند. در این معادله، بهره‌وری انرژی همچنان یکی از ملموس‌ترین و قابل‌اندازه‌گیری‌ترین ارزش‌هایی است که یک محصول می‌تواند ارائه کند. به همین دلیل، در رقابت میان هیجان فناوری و منفعت اقتصادی، ممکن است در نهایت این بهره‌وری انرژی باشد که تصمیم خرید مصرف‌کننده را تعیین می‌کند.

را به سمت محصولات کارآمدتر سوق می‌دهند. آژانس بین‌المللی انرژی تأکید کرده است که لوازم خانگی سهم قابل‌توجهی از مصرف برق ساختمان‌ها را به خود اختصاص می‌دهند و افزایش بهره‌وری تجهیزات یکی از مسیرهای مهم کاهش مصرف انرژی است. در نتیجه، تولیدکنندگان در سال‌های آینده نه‌تنها با تغییر سلیقه مصرف‌کننده بلکه با الزامات سخت‌گیرانه‌تر در زمینه مصرف انرژی نیز مواجه خواهند بود.

این موضوع می‌تواند ساختار رقابت در صنعت را نیز تغییر دهد. در گذشته، رقابت میان برندها بیشتر بر سر قیمت، طراحی، ظرفیت، امکانات و نام تجاری شکل می‌گرفت سپس قابلیت‌های هوشمند به این فهرست اضافه شدند اما در مرحله بعدی، احتمالاً «هزینه واقعی مالکیت» اهمیت بیشتری پیدا خواهد کرد. برندی که بتواند نشان دهد محصولش در طول ده سال استفاده چه میزان برق و آب کمتری مصرف می‌کند، چه مقدار هزینه تعمیرات را کاهش می‌دهد و چه مدت عمر مفید بیشتری دارد، ممکن است بتواند ارزش محصول خود را بهتر از برندی که صرفاً فهرستی بلند از قابلیت‌های هوشمند ارائه می‌کند به مصرف‌کننده توضیح دهد.

برای بازارهایی مانند ایران، این مسئله حتی می‌تواند اهمیت بیشتری داشته باشد. در شرایطی که قیمت اولیه خرید برای خانوارها اهمیت بالایی دارد، هزینه‌های جاری نیز نمی‌توانند نادیده گرفته شوند. افزایش هزینه انرژی، اهمیت مصرف برق و آب را بیشتر می‌کند و باعث می‌شود مصرف‌کننده در بلندمدت به محصولی توجه کند که فقط در زمان خرید ارزان نیست بلکه در سال‌های استفاده نیز هزینه کمتری به خانواده تحمیل می‌کند بنابراین، مفهوم «ارزش خرید» در صنعت لوازم

وقتی قیمت دیگر کافی نیست، تغییر رفتار مصرف کننده در بازار لوازم خانگی

هزینه یک خرید اشتباه برای این گروه کمتر است. اگر یک ماشین لباسشویی ارزان قیمت پس از مدت کوتاهی خراب شود و هزینه تعمیر یا جایگزینی آن بالا باشد، صرفه جویی اولیه دیگر معنای چندانی نخواهد داشت. بنابراین برای مشتری اقتصادی، اعتماد به برند و اطمینان از کیفیت می تواند بخشی از ارزش اقتصادی محصول محسوب شود. در مقابل، مشتریان پردرآمد معمولاً آمادگی بیشتری برای پرداخت دارند اما انتظارات بالاتری نیز دارند. برای این گروه، کیفیت خدمات، نصب، طراحی، سهولت استفاده، تجربه خرید، امکانات هوشمند و خدمات ویژه می توانند در تصمیم نهایی نقش مهمی ایفا کنند. به این ترتیب، یک محصول واحد ممکن است برای دو گروه مختلف مشتری، ارزش کاملاً متفاوتی ایجاد کند: برای یک مشتری قیمت و دوام در مرکز تصمیم قرار دارد و برای دیگری تجربه، خدمات و فناوری.

این تغییر رفتار، معنای تخفیف و پروموشن را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. در شرایطی که قدرت خرید کاهش پیدا می کند، واکنش طبیعی بسیاری از شرکت ها افزایش تخفیف و اجرای کمپین های فروش است. تخفیف می تواند در کوتاه مدت به تحریک تقاضا کمک کند اما در بازار لوازم خانگی همیشه راه حل اصلی نیست. خرید یک محصول کوچک و کم قیمت ممکن است صرفاً با یک تخفیف جذاب به تصمیم خرید منجر شود، اما خرید یخچال یا ماشین لباسشویی تصمیمی پیچیده تر است. مشتری ممکن است حاضر باشد برای محصولی که به آن اعتماد دارد، مبلغ بیشتری بپردازد اما در مقابل محصول ارزان تری که درباره دوام یا خدمات آن تردید دارد، مقاومت کند. بنابراین سؤال مهم برای تولیدکنندگان دیگر فقط این نیست که «چقدر تخفیف بدهیم» بلکه این است که «چگونه ارزش قابل درک محصول را افزایش دهیم». این تغییر نگرش می تواند شرکت ها را به سمت سرمایه گذاری بیشتر در کیفیت، خدمات پس از فروش، گارانتی، طراحی و تجربه مشتری سوق دهد. در این میان، خدمات پس از فروش می تواند از یک هزینه عملیاتی به یک مزیت رقابتی تبدیل شود. برای مشتری که محصولی گران قیمت خریداری می کند، داشتن گارانتی معتبر، شبکه خدمات گسترده، دسترسی سریع به قطعات و تعمیرکار و پاسخگویی مناسب شرکت می تواند ریسک خرید را به میزان قابل توجهی کاهش دهد. به همین دلیل دو محصول با مشخصات فنی مشابه الزاماً ارزش یکسانی برای مشتری ندارند. محصولی که در کنار خود یک شبکه خدمات قابل اعتماد دارد، می تواند حتی با قیمت بالاتر نیز جذاب باشد. این موضوع به ویژه در بازارهایی که نگرانی درباره قطعات و تعمیرات بالاست، اهمیت بیشتری پیدا می کند. در چنین شرایطی، خدمات پس از فروش دیگر صرفاً بخشی از تعهد

بازار لوازم خانگی در حال تجربه تغییری مهم در رفتار مصرف کنندگان است، تغییری که می تواند در سال های آینده قواعد رقابت میان تولیدکنندگان و برندهای این صنعت را دگرگون کند. بررسی تازه مؤسسه Boston Consulting Group یا BCG درباره رفتار مصرف کنندگان نشان می دهد فشارهای اقتصادی، افزایش هزینه های زندگی و کاهش قدرت خرید باعث نشده است خانوارها خرید کالاهای بزرگ و گران قیمت را به طور کامل کنار بگذارند بلکه شیوه تصمیم گیری آنها تغییر کرده است. مصرف کننده امروز بیش از گذشته می خواهد بداند در برابر پولی که پرداخت می کند، دقیقاً چه ارزشی دریافت خواهد کرد. این تغییر برای صنعت لوازم خانگی اهمیت ویژه ای دارد، زیرا محصولاتی مانند یخچال، ماشین لباسشویی، ظرفشویی، اجاق و خشک کن معمولاً خریدهایی پرهزینه، کم تکرار و همراه با ریسک هستند. مصرف کننده در چنین خریدی فقط قیمت را مقایسه نمی کند، بلکه همزمان به دوام محصول، اعتبار برند، کیفیت خدمات پس از فروش، دسترسی به قطعات، مصرف انرژی، سهولت استفاده و احتمال خرابی نیز توجه دارد. به همین دلیل مفهوم «ارزش در برابر پول» در حال تبدیل شدن به یکی از مهم ترین عوامل تصمیم گیری در این بازار است.

لوازم خانگی در موقعیتی متفاوت از بسیاری از کالاهای مصرفی قرار دارند. از یک سو، محصولاتی مانند یخچال یا ماشین لباسشویی برای زندگی روزمره ضروری هستند و در بسیاری از موارد نمی توان خرید آنها را برای مدت نامحدود به تعویق انداخت. از سوی دیگر، قیمت بالای این محصولات باعث می شود خانوار هنگام خرید با دقت بیشتری تصمیم بگیرد. وقتی یک خانواده برای خرید یک یخچال یا ماشین لباسشویی بخش قابل توجهی از درآمد خود را هزینه می کند، مسئله فقط پیدا کردن ارزان ترین محصول نیست بلکه اطمینان از درست بودن تصمیم است. مشتری می خواهد مطمئن باشد محصولی که امروز می خرد، چند سال بعد نیز کار خواهد کرد، در صورت خرابی امکان تعمیر آن وجود دارد و شرکت تولیدکننده در برابر تعهدات خود پاسخگو خواهد بود. از این منظر، قیمت پایین اگر با کیفیت پایین، عمر کوتاه یا خدمات ضعیف همراه باشد، الزاماً به معنای ارزش بیشتر نیست. حتی ممکن است محصولی که در زمان خرید ارزان تر است، در طول عمر خود هزینه بیشتری به مشتری تحمیل کند.

تحلیل BCG همچنین نشان می دهد که مشتریان مختلف لزوماً ارزش را به یک شکل تعریف نمی کنند. برای خانوارهای کم درآمد، اعتبار برند، دوام و اطمینان از عملکرد محصول اهمیت زیادی دارد، زیرا امکان تحمل

شرکت پس از فروش محصول نیست، بلکه بخشی از خود محصول و بخشی از ارزش پیشنهادی برند محسوب می‌شود.

همزمان با این تغییرات، هوش مصنوعی نیز در حال ورود جدی‌تر به صنعت لوازم خانگی است. شرکت‌های بزرگ جهانی تلاش می‌کنند یخچال، ماشین لباسشویی، خشک‌کن، اجاق و سایر تجهیزات را به اجزای یک اکوسیستم هوشمند تبدیل کنند. اما مسئله مهم این است که مصرف‌کننده لزوماً فقط به دلیل وجود قابلیت AI حاضر نیست پول بیشتری بپردازد. هوش مصنوعی زمانی می‌تواند به یک مزیت واقعی تبدیل شود که یک مشکل مشخص را برای مصرف‌کننده حل کند. اگر ماشین لباسشویی بتواند میزان کثیفی لباس را تشخیص دهد و برنامه مناسب را انتخاب کند، اگر یخچال بتواند مصرف مواد غذایی را تحلیل کند و زمان خرید بعدی را پیشنهاد دهد، اگر دستگاه بتواند خرابی احتمالی را پیش از وقوع تشخیص دهد یا مصرف انرژی را به شکل هوشمند کاهش دهد، آنگاه AI از یک ویژگی تبلیغاتی به یک ارزش واقعی تبدیل می‌شود. بنابراین رقابت آینده احتمالاً میان شرکت‌هایی نخواهد بود که صرفاً بیشترین قابلیت هوش مصنوعی را روی محصولات خود قرار می‌دهند، بلکه میان شرکت‌هایی خواهد بود که بتوانند این فناوری را به مزیتی ساده، ملموس و قابل فهم برای مشتری تبدیل کنند. در کنار فناوری، مصرف انرژی نیز همچنان یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده بازار لوازم خانگی است. افزایش هزینه انرژی و سخت‌گیرانه‌تر شدن مقررات زیست‌محیطی باعث شده بهره‌وری انرژی همزمان به یک مزیت اقتصادی، فنی و بازاریابی تبدیل شود. مشتری ممکن است برای خرید یک محصول کم‌مصرف مبلغ بیشتری بپردازد، اما اگر بداند هزینه برق آن در طول چند سال کمتر خواهد بود، پرداخت اولیه بیشتر برای او قابل توجیه است. بنابراین مقایسه محصولات در آینده بیش از گذشته باید بر اساس هزینه کل مالکیت انجام شود یعنی قیمت خرید، هزینه مصرف انرژی، هزینه تعمیر و طول عمر محصول در کنار یکدیگر قرار گیرند. در چنین شرایطی، محصولی که در زمان خرید ارزان‌تر است اما انرژی بیشتری مصرف می‌کند و عمر کوتاه‌تری دارد، الزاماً انتخاب اقتصادی‌تری نخواهد بود.

از سوی دیگر، رشد تجارت الکترونیک به معنای پایان نقش فروشگاه‌های فیزیکی در بازار لوازم خانگی نیست. این محصولات برخلاف بسیاری از کالاهای کوچک همچنان نیازمند تجربه فیزیکی و مشاوره هستند. مشتری ممکن است پیش از خرید یک یخچال یا ماشین لباسشویی، محصول را از نزدیک ببیند، ابعاد آن را بررسی کند، کیفیت ساخت را ارزیابی کند، درباره نصب و گارانتی سؤال بپرسد و با فروشنده مشورت کند. به همین دلیل آینده صنعت به احتمال زیاد به سمت مدل Omnichannel حرکت خواهد کرد، مدلی که در آن مشتری ممکن است جست‌وجو و مقایسه

اولیه را به صورت آنلاین انجام دهد، از ابزارهای هوش مصنوعی برای شناخت گزینه‌ها استفاده کند و در نهایت برای مشاهده محصول یا دریافت خدمات مشاوره به فروشگاه مراجعه کند. در این مدل، فروشگاه حذف نمی‌شود، بلکه نقش آن از محل صرفاً انجام معامله به بخشی از تجربه تصمیم‌گیری مشتری تغییر می‌کند.

این روندها برای بازار ایران نیز قابل توجه است. در شرایطی که قدرت خرید خانوارها تحت فشار قرار دارد، رقابت صرفاً بر سر پایین‌ترین قیمت می‌تواند تولیدکنندگان را وارد یک چرخه فرسایشی کند. کاهش قیمت ممکن است در کوتاه‌مدت فروش را افزایش دهد، اما اگر با کاهش حاشیه سود، افت کیفیت یا تضعیف خدمات همراه شود، در بلندمدت می‌تواند به برند آسیب بزند. راهبرد پایدارتر آن است که شرکت‌ها برای گروه‌های مختلف مشتریان، ترکیب متفاوتی از ارزش ایجاد کنند. مشتری اقتصادی بیش از همه به قیمت، دوام، مصرف انرژی و اعتماد توجه می‌کند. مشتری میان‌رده ترکیبی از قیمت، امکانات، کیفیت و اعتبار برند را می‌خواهد و مشتری پرمیوم علاوه بر کیفیت، به طراحی، فناوری، تجربه کاربری و خدمات اهمیت می‌دهد. در این میان، گارانتی معتبر، شبکه خدمات پس از فروش، دسترسی به قطعات و شفافیت در تعهدات شرکت می‌تواند به اندازه یک ویژگی فنی جدید در تصمیم خرید مؤثر باشد.

در نهایت، شاید بتوان مهم‌ترین تغییر در صنعت لوازم خانگی را در یک جمله خلاصه کرد: مصرف‌کننده امروز فقط یک محصول نمی‌خرد بلکه اطمینان از یک تصمیم بزرگ را خریداری می‌کند. هرچه فشار اقتصادی بیشتر شود، هزینه یک تصمیم اشتباه نیز برای خانوار بالاتر می‌رود و به همین دلیل اعتماد، دوام، خدمات و بهره‌وری اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. از طرف دیگر، فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی می‌توانند ارزش تازه‌ای به محصولات اضافه کنند، اما تنها زمانی که این فناوری‌ها یک مسئله واقعی را برای مشتری حل کنند. بنابراین رقابت صنعت لوازم خانگی در سال‌های آینده از رقابت ساده بر سر قیمت و مشخصات فنی فاصله خواهد گرفت و به سمت ترکیبی از قیمت، کیفیت، اعتماد، خدمات، بهره‌وری انرژی، تجربه کاربری و فناوری حرکت خواهد کرد. در این بازار، برنده الزاماً شرکتی نیست که ارزان‌ترین محصول یا پیشرفته‌ترین محصول را تولید می‌کند، برنده شرکتی است که بتواند برای مشتری به شکل روشن و قابل اثبات توضیح دهد که چرا محصولش ارزش پولی را که برای آن پرداخت می‌شود، دارد.

منبع: Boston Consulting Group (BCG)، اوت ۲۰۲۶.

یخچال خوب را چگونه انتخاب کنیم؟

یخچال برخلاف بسیاری از لوازم خانگی، تقریباً هیچ وقت خاموش نمی شود بنابراین حتی اختلاف نسبتاً کوچک در مصرف برق می تواند طی سال های استفاده به مبلغ قابل توجهی تبدیل شود ENERGY STAR اعلام می کند یخچال های دارای این گواهی حدود ۹ درصد از حداقل استاندارد بهره وری انرژی فدرال آمریکا کارآمدتر هستند و انتخاب یک مدل کارآمد می تواند در طول عمر محصول به صرفه جویی اقتصادی منجر شود. بنابراین هنگام مقایسه دو مدل، بهتر است خریدار فقط قیمت روی برچسب را نبیند و مصرف سالانه انرژی را نیز در محاسبات خود وارد کند. در واقع سؤال درست این نیست که «این یخچال چقدر قیمت دارد؟» بلکه این است که «این یخچال در طول سال های استفاده چقدر برای من هزینه خواهد داشت؟»

نوع کمپرسور نیز باید در این محاسبه دیده شود. کمپرسور مهم ترین بخش سیستم سرمایش است و بر مصرف انرژی، صدای دستگاه و عملکرد آن تأثیر دارد. در بسیاری از مدل های جدید از کمپرسورهای اینورتر استفاده می شود که می توانند سرعت کار خود را متناسب با نیاز سرمایشی تغییر دهند. اما نکته مهم این است که خریدار نباید صرفاً به کلمه «Inverter» اکتفا کند. وجود یک فناوری روی کاغذ به تنهایی تضمین کننده عملکرد بهتر نیست و باید کیفیت کلی سیستم سرمایش، سابقه محصول، دسترسی به قطعات و خدمات پس از فروش نیز بررسی شود.

وقتی قرار است یک یخچال جدید بخریم، معمولاً اولین سؤال این است که «کدام برند بهتر است؟» اما برند، هرچقدر هم معتبر باشد، تنها بخشی از داستان خرید است. یخچال محصولی نیست که صرفاً بر اساس نام سازنده انتخاب شود بلکه وسیله ای است که قرار است سال ها، شبانه روز و بدون توقف کار کند و مستقیماً با هزینه انرژی، کیفیت نگهداری مواد غذایی، راحتی خانواده و هزینه های تعمیر و نگهداری در ارتباط باشد. بنابراین یک انتخاب حرفه ای باید از نام برند فراتر برود و خود محصول را از چند زاویه مختلف ارزیابی کند.

شاید مهم ترین نکته ای که باید پیش از خرید بررسی شود، اندازه و ظرفیت واقعی یخچال باشد. بزرگتر بودن لزوماً به معنای بهتر بودن نیست. هرچه حجم یخچال بیشتر شود، معمولاً انرژی بیشتری نیز برای سرمایش آن مورد نیاز است. راهنمای رسمی ENERGY STAR نیز توصیه می کند یخچالی با اندازه متناسب با نیاز خانواده انتخاب شود و اشاره می کند که مدل های بسیار بزرگ الزاماً کارآمدترین انتخاب نیستند. این موضوع اهمیت ویژه ای دارد، زیرا بسیاری از خریداران تنها به فضای داخلی نگاه می کنند، در حالی که باید فضای نصب، فاصله از دیوار، امکان باز شدن کامل درها و دسترسی به کشوها را نیز در نظر گرفت. یخچالی که از نظر ظرفیت مناسب است اما در آشپزخانه فضای کافی برای گردش هوا یا باز شدن در ندارد، در عمل انتخاب مناسبی نخواهد بود.

بعد از ظرفیت، مصرف انرژی یکی از مهم ترین معیارهای خرید است.



نمایشگر بزرگ یا طراحی لوکس جلب توجه نکند، اما در استفاده روزمره اهمیت بسیار بیشتری دارد.

عایق بندی و کیفیت لاستیک دور در نیز از مواردی هستند که نباید نادیده گرفته شوند. هر بار که هوای سرد از کابین خارج شود، کمپرسور باید انرژی بیشتری برای بازگرداندن دما مصرف کند. ENERGY STAR نیز بر اهمیت آب بندی مناسب درها تأکید می کند و توصیه می کند خریدار هنگام انتخاب محصول به کیفیت درزگیرها و میزان خروج هوای سرد توجه داشته باشد. بنابراین حتی یک ویژگی ظاهراً ساده مانند

معیار مهم بعدی ثبات دما و کیفیت سیستم سرمایش است. وظیفه یخچال فقط پایین آوردن دما نیست بلکه باید بتواند دما را در محدوده مناسب و تا حد امکان پایدار نگه دارد. طراحی گردش هوا، محل قرارگیری دریچه های سرمایش، کیفیت عایق بندی و عملکرد سنسورها می توانند روی این موضوع تأثیر بگذارند. در یک محصول خوب، نقاط مختلف کابین نباید اختلاف دمای شدیدی داشته باشند و سیستم سرمایش باید بتواند پس از باز و بسته شدن در، دما را دوباره به وضعیت مطلوب برگرداند. این ویژگی شاید در فروشگاه به اندازه یک



خانواده هماهنگ باشد، نه صرفاً بر اساس یک ویژگی فنی. سیستم No Frost و کنترل رطوبت نیز از قابلیت‌هایی هستند که می‌توانند تجربه استفاده را بهتر کنند. جلوگیری از تشکیل برفک، نیاز به نگهداری دستی را کاهش می‌دهد و سیستم‌های مناسب کنترل رطوبت می‌توانند به حفظ کیفیت برخی مواد غذایی کمک کنند. اما اینجا نیز یک اصل مهم وجود دارد هر فناوری زمانی ارزشمند است که عملکرد واقعی و قابل‌اعتمادی داشته باشد. تعداد فناوری‌های بیشتر لزوماً به معنای یخچال بهتر نیست.

این موضوع درباره آبرسردن، یخ‌ساز و قابلیت‌های هوشمند نیز صدق می‌کند. این امکانات می‌توانند بسیار کاربردی باشند، اما هر سیستم اضافی در کنار مزیت خود، قطعات و پیچیدگی بیشتری نیز ایجاد می‌کند. اگر خانواده‌ای روزانه از یخ‌ساز و آبرسردن استفاده می‌کند، کیفیت این سیستم‌ها و امکان تعمیر آنها اهمیت زیادی دارد. اما اگر این امکانات صرفاً به دلیل ظاهر جذاب محصول انتخاب شوند و استفاده چندان از آنها نشود، پرداخت هزینه بیشتر ممکن است توجیه اقتصادی نداشته باشد.

موضوع هوشمندی و اتصال به اینترنت در سال‌های اخیر اهمیت بیشتری پیدا کرده است، اما داده‌های مربوط به تجربه مصرف‌کنندگان نشان می‌دهد که نباید امکانات هوشمند را به‌تنهایی نشانه کیفیت بالاتر دانست. مطالعه J.D. Power در سال ۲۰۲۵ نشان داد لوازم خانگی دارای Wi-Fi و Bluetooth در مجموع مشکلات بیشتری را تجربه کرده‌اند: به‌طور متوسط ۸۷ مشکل به ازای هر ۱۰۰ دستگاه در محصولات دارای اتصال، در برابر ۶۳ مشکل برای دستگاه‌های بدون قابلیت اتصال. این یافته به معنای بد بودن لوازم هوشمند نیست، اما یک پیام مهم برای خریدار دارد: هر قابلیت اضافی باید در کنار ارزش واقعی آن، از نظر پیچیدگی و قابلیت اطمینان نیز ارزیابی شود.

البته روند جدید نشان می‌دهد صنعت در حال بهبود این وضعیت است. در مطالعه J.D. Power در سال ۲۰۲۶، رضایت کلی مصرف‌کنندگان

کیفیت لاستیک دور در می‌تواند در مصرف انرژی و عملکرد بلندمدت دستگاه تأثیرگذار باشد.

سطح صدای یخچال یکی دیگر از معیارهایی است که معمولاً در فروشگاه کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد اما بعد از خرید می‌تواند به یکی از مهم‌ترین عوامل رضایت یا نارضایتی تبدیل شود. یخچال دائماً در حال کار است و صدای کمپرسور، فن و چرخه‌های مختلف سرمایش در خانه باقی می‌ماند. اگر آشپزخانه به فضای نشیمن متصل باشد، این موضوع اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. بنابراین بررسی عدد دسی‌بل اعلام‌شده توسط سازنده و مقایسه آن با مدل‌های مشابه می‌تواند تصمیم خرید را دقیق‌تر کند.

در کنار عملکرد فنی، طراحی داخلی یخچال نیز باید جدی گرفته شود. تعداد طبقات، قابلیت تنظیم ارتفاع قفسه‌ها، اندازه کشوها، فضای در، نحوه دسترسی به مواد غذایی و نسبت فضای یخچال به فریزر در زندگی روزمره بسیار مهم‌تر از بسیاری از امکانات تبلیغاتی هستند. یک یخچال ممکن است ظرفیت اسمی بالایی داشته باشد اما به دلیل طراحی نامناسب، فضای مفید کمتری در اختیار خانواده قرار دهد. به همین دلیل، بهتر است خریدار در فروشگاه در یخچال را باز کند، کشوها را بیرون بکشد، ارتفاع طبقات را بررسی کند و تصور کند مواد غذایی معمول خانواده چگونه قرار است داخل آن چیده شوند.

نوع چیدمان یخچال و فریزر نیز باید متناسب با سبک زندگی خانواده انتخاب شود. خانواده‌ای که بیشتر مواد غذایی تازه مصرف می‌کند ممکن است به فضای یخچال بیشتری نیاز داشته باشد، در حالی که خانواده‌ای که خریدهای عمده و فریزری انجام می‌دهد باید به ظرفیت و دسترسی فریزر توجه بیشتری داشته باشد. حتی محل قرار گرفتن فریزر بالا، پایین یا در کنار یخچال می‌تواند روی راحتی استفاده و مصرف انرژی تأثیر بگذارد. ENERGY STAR اشاره می‌کند که در میان طراحی‌های مختلف، مدل‌های فریزر بالا معمولاً از نظر مصرف انرژی کارآمدتر هستند. البته انتخاب نهایی باید با نیاز و الگوی استفاده

کند، کیفیت سرمایش و طراحی داخلی را بسنجد، میزان صدا و امکانات موردنیاز را بررسی کند و در نهایت به دوام، خدمات و قطعات توجه کند. پس از این مراحل است که برند معنا پیدا می‌کند زیرا حالا خریدار می‌تواند میان چند محصول هم‌سطح، برندی را انتخاب کند که سابقه و خدمات بهتری دارد.

در بازار امروز، یخچال خوب الزاماً محصولی نیست که بیشترین امکانات یا بزرگ‌ترین نمایشگر را داشته باشد. یخچال خوب محصولی است که برای نیاز خانواده اندازه مناسبی داشته باشد، انرژی کمتری مصرف کند، دمای پایدار و سرمایش مناسبی ارائه دهد، صدای آزاردهنده نداشته باشد، طراحی داخلی کاربردی داشته باشد، دوام قابل‌قبولی ارائه کند و در صورت بروز مشکل، تعمیر و تأمین قطعات آن امکان‌پذیر باشد. امکانات هوشمند زمانی ارزش افزوده ایجاد می‌کنند که این پایه‌ها را تقویت کنند، نه اینکه جای آنها را بگیرند.

در نهایت، بهترین سؤال هنگام خرید یخچال شاید این نباشد که «کدام برند بهتر است؟» بلکه این باشد که «کدام محصول در طول سال‌هایی که قرار است در خانه من کار کند، بهترین ترکیب از مصرف انرژی، عملکرد، دوام، راحتی و هزینه مالکیت را ارائه می‌دهد؟» پاسخ به این سؤال می‌تواند خرید یخچال را از یک انتخاب احساسی و تبلیغاتی به یک تصمیم اقتصادی و آگاهانه تبدیل کند.

منابع

- ENERGY STAR
- J.D. Power - ۲۰۲۶ U.S. Appliance Satisfaction Study
- J.D. Power - ۲۰۲۵ U.S. Appliance Reliability & Service Study



از لوازم خانگی نسبت به سال قبل ۶ امتیاز افزایش یافت و رضایت از دوام محصولات نیز ۸ امتیاز بهتر شد. این موضوع نشان می‌دهد که برای مصرف‌کننده امروز، دوام و تجربه مالکیت همچنان از مهم‌ترین عوامل رضایت هستند. به عبارت دیگر، حتی در دوره‌ای که تولیدکنندگان روی AI و اتصال تمرکز کرده‌اند، محصولی که دوام و عملکرد قابل‌اعتماد داشته باشد همچنان می‌تواند مزیت مهمی ایجاد کند.

به همین دلیل، دوام و قابلیت اطمینان باید یکی از معیارهای اصلی خرید یخچال باشد. خریدار بهتر است درباره سابقه مدل موردنظر، میزان خرابی‌های رایج، کیفیت کمپرسور و سایر قطعات و تجربه مصرف‌کنندگان تحقیق کند. بررسی نظرات کاربران نیز زمانی ارزشمندتر است که به جای تمرکز صرف بر ظاهر یا امکانات، درباره مشکلات واقعی محصول در یک یا دو سال نخست استفاده اطلاعات ارائه دهد. در این میان، خدمات پس از فروش و دسترسی به قطعات شاید حتی از برخی مشخصات فنی مهم‌تر باشد. یخچال وسیله‌ای نیست که در صورت خرابی بتوان به‌سادگی آن را کنار گذاشت. خرابی کمپرسور، برد الکترونیکی، فن، سنسورها یا سیستم یخ‌ساز می‌تواند هزینه قابل‌توجهی ایجاد کند. بنابراین پیش از خرید باید مشخص شود قطعات اصلی محصول در بازار قابل دسترسی هستند، تعمیرکار متخصص برای آن وجود دارد و شرکت ارائه‌دهنده خدمات چه سابقه‌ای در تأمین قطعه و تعمیر دارد.

در واقع گارانتی را نیز باید به‌عنوان بخشی از کیفیت محصول دید، نه صرفاً یک برگه همراه کالا. مدت گارانتی مهم است، اما مهم‌تر از آن شرایط واقعی استفاده از گارانتی است. آیا تعمیرکار در محل حاضر می‌شود؟ آیا قطعات اصلی تحت پوشش هستند؟ زمان تأمین قطعه چقدر است؟ شرکت در شهر محل سکونت خریدار خدمات دارد؟ پاسخ این پرسش‌ها می‌تواند ارزش واقعی گارانتی را مشخص کند.

نکته دیگری که در خرید یخچال باید مورد توجه قرار گیرد، هزینه کل مالکیت است. قیمت خرید تنها بخش اول هزینه است. مصرف برق، هزینه فیلترها، تعمیرات، قطعات، سرویس و حتی هزینه احتمالی تعویض دستگاه در آینده باید در نگاه بلندمدت دیده شوند. ممکن است یک یخچال در زمان خرید ارزان‌تر باشد اما به دلیل مصرف بالاتر یا هزینه تعمیر بیشتر، در طول چند سال هزینه نهایی بیشتری به خانواده تحمیل کند. در مقابل، محصولی که قیمت اولیه بیشتری دارد اما مصرف انرژی، خرابی و هزینه نگهداری کمتری دارد، می‌تواند انتخاب اقتصادی‌تری باشد.

در نهایت، برند باید نتیجه فرآیند انتخاب باشد، نه نقطه شروع آن. خریدار بهتر است ابتدا نیاز خود را مشخص کند، سپس ظرفیت و ابعاد مناسب را انتخاب کند، مصرف انرژی و نوع کمپرسور را بررسی

چشم انداز

آمار چه می گوید؟

شامخ تیرماه ۱۴۰۵ کاهش شدت رکود، اما تداوم انقباض اقتصاد ایران

نتایج کلیدی

- شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در تیر ماه ۱۴۰۵ با ثبت عدد ۴۸/۳ همچنان برای شانزدهمین ماه متوالی کمتر از سطح متوسط و خنثی (۵۰) قرار گرفته است.
- شاخص مقدار تولید محصول و ارائه خدمات در تیرماه برای اولین بار بعد از چهارده ماه متوالی رکود افزایش یافته و بالاتر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته است.
- شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان نیز برای شانزدهمین ماه متوالی در محدوده رکودی قرار گرفته اگر چه شدت کاهش نسبت به ماه قبل کمتر شده است.
- شاخص میزان صادرات کالا و خدمات همچنان در محدوده رکودی قرار دارد و شدت کاهش در صادرات نسبت به ماه قبل نیز بیشتر شده است.
- شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده برای پانزدهمین ماه متوالی کاهش یافت.
- شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی در تیرماه برای چهاردهمین ماه متوالی کمتر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته است.
- شاخص میزان انتظارات در مورد فعالیت اقتصادی ماه آینده نسبت به ماه های گذشته خوشبینانه تر ارزیابی شده است.

شامخ بخش صنعت تعدیل فصلی نشده: ۴۶/۱ تعدیل فصلی شده: ۴۸/۳

- شاخص مدیران خرید صنعت ایران تعدیل شده در تیر ماه با ثبت عدد ۴۸/۳ برای نهمین ماه متوالی کمتر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته است.
- شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعت برای نهمین ماه متوالی کمتر از نقطه مرزی ۵۰ ثبت شده و با شدت بیشتری نسبت به ماه قبل ماه قبل کاهش یافته است.
- شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان برای هفتمین ماه متوالی کاهش یافته اگرچه شدت افت نسبت به ماه گذشته کمتر بوده است.
- شاخص موجودی مواد اولیه خریداری شده همچنان برای پانزدهمین ماه متوالی روندی نزولی دارد و شدت کاهش موجودی مواد اولیه نسبت به ماه قبل بیشتر شده و در سطوح پایین خود قرار دارد.
- شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی برای پانزدهمین ماه متوالی کمتر از سطح خنثی قرار گرفته است.
- شاخص قیمت خرید مواد اولیه نسبت به ماه قبل با سرعت بیشتری افزایش یافته است.
- شاخص میزان صادرات کالا همچنان برای بیست و یکمین ماه

اقتصاد از شدت شوک فاصله گرفته اما هنوز منقبض است شامخ کل اقتصاد با رقم ۳/۴۸ برای شانزدهمین ماه متوالی کمتر از ۵۰ قرار دارد؛ بنابراین کاهش شدت افت نباید با رونق یا احیای پایدار اشتباه گرفته شود. عبور شاخص تولید و ارائه خدمات از نقطه مرزی ۵۰ نشان دهنده از سرگیری بخشی از فعالیت هاست اما با توجه به تداوم ضعف تقاضا قطعی برق و مشکلات زنجیره تامین بیانگر بازگشت پایدار اقتصاد به مسیر عادی نیست.

تولید بهبود یافته اما تقاضا هنوز ضعیف است تولید و ارائه خدمات برای نخستین بار پس از ۱۴ ماه از مرز ۵۰ عبور کرده اما سفارش های جدید همچنان منقبض است؛ در نتیجه پایداری افزایش تولید هنوز تضمین شده نبوده و بهبود تولید بیشتر بازتاب بازگشایی و فعال شدن بخشی از ظرفیت های متوقف گردیده و هنوز از تقویت پایدار تقاضا پشتیبانی نمی کند.

محدودیت های سمت عرضه پابرجاست، شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده برای پانزدهمین ماه متوالی کاهش یافته است و شاخص میزان اشتغال و به کارگیری نیروی انسانی نیز برای پانزدهمین ماه کمتر از سطح ۵۰ قرار گرفته است. کاهش مداوم موجودی مواد اولیه محدودیت ارز و واردات قطعی انرژی کمبود نقدینگی و ضعف اشتغال همچنان مانع بازگشت بنگاه ها به ظرفیت عادی هستند.

بهبود فعلی شکننده است: اگر چه بخشی از اختلالات ناشی از جنگ کاهش یافته اما افزایش هزینه انرژی، مشکلات واردات و صادرات، محدودیت های لجستیکی و تداوم نا اطمینانی همچنان بر بنگاه ها فشار وارد می کند. از این رو، تداوم بهبود به ثبات شرایط و رفع محدودیت های اصلی تولید و تقاضا در ماه های آینده وابسته است.

پیام کلیدی شامخ تیر ماه ۱۴۰۵ اکنون زمان تثبیت تولید ملی و جلوگیری از بازگشت رکود است؛ بنابراین رفع فوری گلوگاه های انرژی ارز و مواد اولیه تأمین سرمایه در گردش و تقویت تقاضای مؤثر باید در اولویت سیاست گذاری قرار گیرد.

شامخ کل اقتصاد

تعدیل فصلی نشده: ۴۹/۵

تعدیل فصلی شده: ۴۸/۳

متوالی در محدوده رکودی قرار دارد.

- شاخص میزان فروش محصولات برای نهمین ماه متوالی همچنان در محدوده رکودی قرار دارد.
- شاخص میزان انتظارات تولید در ماه آینده برای دومین ماه متوالی بهبود نسبی را نشان می دهد.

شاخص مدیران خرید کل اقتصاد

تداوم انقباض فعالیت های اقتصادی با کاهش شدت افت اقتصاد هنوز در مسیر بازگشت به شرایط عادی قرار نگرفته است. تغییر و تحولات اقتصاد ایران در دوره پس از جنگ برای صاحبان و فعالان اقتصادی از اهمیت ویژه ای برخوردار است و شناخت دقیق تر و موشکافانه تر این تحولات برای ارزیابی چشم انداز فعالیت تولید سرمایه گذاری و کسب و کار ضروری است. در این میان برخورداری از نماگرها و شاخص های جامع که بتواند تصویری به روز از وضعیت اقتصاد ارائه دهد اهمیت ویژه ای دارد. شاخص مدیران خرید شامخ کل اقتصاد یکی از مهمترین نماگر و یا اسکن شده اقتصاد برای وضع موجود بوده که تصویری از وضعیت جاری فعالیت های اقتصادی تولید و کسب و کار و همچنین ارزیابی و انتظارات فعالان اقتصادی نسبت به آینده ارائه می کند.

بر اساس نتایج نظرسنجی میدانی و عملیاتی مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران شاخص مدیران خرید کل اقتصاد تعدیل شده فصلی در تیرماه ۱۴۰۵ به ۴۸/۳ رسیده است. بدین ترتیب شاخص برای شانزدهمین ماه متوالی پایین تر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته و همچنان از تداوم انقباض فعالیت های اقتصادی حکایت دارد. با این حال، افزایش شاخص از ۴۶/۹ در خرداد ماه به ۳۸/۳ در تیرماه معادل ۱/۴ واحد نشان دهنده کاهش محسوس شدت افت فعالیت های اقتصادی نسبت به ماه قبل است.

این افزایش را البته نباید به عنوان آغاز یک دوره رونق تعبیر کرد. در ادبیات شاخص مدیران خرید قرار گرفتن شاخص در محدوده پایین تر از ۵۰ همچنان به معنای کاهش فعالیت نسبت به ماه قبل است؛ بنابراین افزایش شامخ از ۴۶/۹ به ۴۸/۳، بیش از آنکه نشان دهنده ورود اقتصاد به فاز رونق باشد، بیانگر کاهش سرعت انقباض و نزدیک شدن تدریجی فعالیت ها به سطح خنثی است. از این منظر عملکرد تیر ماه نسبت به ماه های بحرانی پس از جنگ بهبود یافته اما هنوز برای سخن گفتن از بازگشت پایدار اقتصاد به مسیر رشد زود است.

در میان مؤلفه های اصلی شامخ تنها شاخص مقدار تولید محصول و ارائه خدمات و شاخص سرعت انجام و تحویل سفارش از سطح خنثی ۵۰ عبور کرده اند. این وضعیت نشان می دهد بخشی از بنگاه ها پس از اختلالات شدید ماه های گذشته فعالیت خود را از سر گرفته اند و

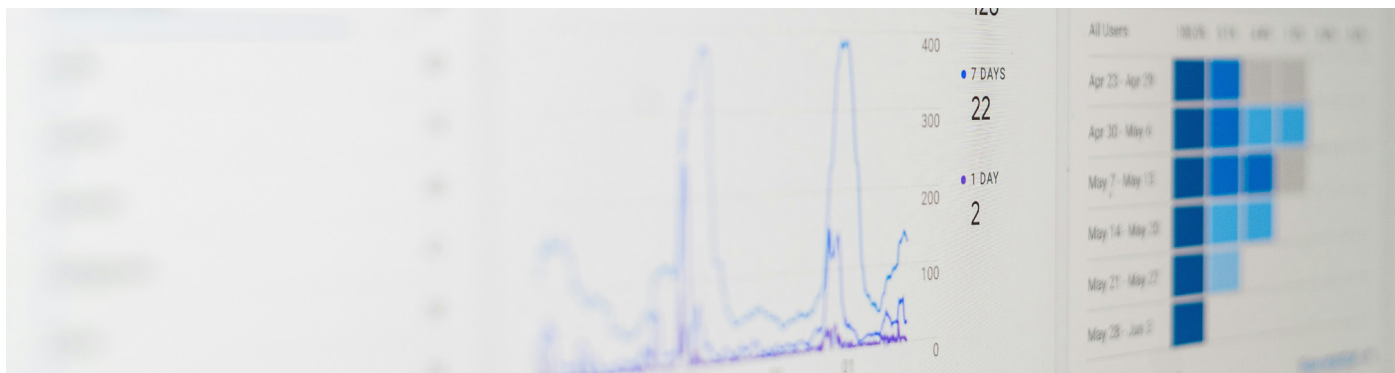
ظرفیت های عملیاتی تا حدودی احیا شده است؛ با این حال ضعف تقاضا محدودیت های تأمین و نا اطمینانی بالا همچنان مانع از آن است که این بهبود به یک روند فراگیر و پایدار تبدیل شود. اگرچه آثار مستقیم شوک های ناشی از جنگ نسبت به ماه های بحرانی اسفند فروردین و اردیبهشت کاهش یافته است، اما بخش قابل توجهی از مشکلات انباشته شده همچنان پابرجاست؛ محدودیت های ارزی، دشواری واردات و تأمین مواد اولیه، کمبود نقدینگی، ناترازی و محدودیت در تأمین برق و سوخت، ضعف تقاضای مؤثر و نا اطمینانی نسبت به آینده همچنان ظرفیت فعالیت بسیاری از بنگاه ها را محدود کرده است. از این رو روند احیای فعالیت اقتصادی را باید همچنان شکننده و ناپایدار ارزیابی کرد؛ روندی که تداوم آن به میزان زیادی به ثبات شرایط سیاسی و اقتصادی بهبود دسترسی بنگاه ها به منابع مالی و ارزی رفع اختلالات زنجیره تأمین و تقویت تقاضای مؤثر وابسته است.

تولید و ارائه خدمات نخستین عبور از مرز ۵۰ پس از چهارده ماه

شاخص مقدار تولید محصول و ارائه خدمات در تیرماه برای نخستین بار پس از چهارده ماه متوالی از سطح خنثی ۵۰ عبور کرده و وارد محدوده افزایش فعالیت شده است. این تحول یکی از مهمترین نشانه های بهبود شرایط نسبت به ماه های بحرانی اخیر است. با این حال، افزایش تولید را باید با احتیاط تفسیر کرد. بخشی از این افزایش می تواند ناشی از از سرگیری فعالیت بنگاه هایی باشد که در ماه های گذشته با اختلال یا توقف مواجه شده بودند و لزوماً به معنای افزایش عمومی ظرفیت تولید در اقتصاد نیست. بخش قابل توجهی از بنگاه ها به ویژه در بخش های صنعت و خدمات همچنان با ظرفیت کمتر از سطح معمول فعالیت می کنند. بنابراین برای ارزیابی پایداری این بهبود استمرار رشد این مؤلفه در ماه های آینده اهمیت بیشتری خواهد داشت.

سفارش های جدید تقاضای مؤثر همچنان ضعیف است

شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در تیر ماه برای شانزدهمین ماه متوالی در محدوده انقباضی قرار داشته است. اگرچه شدت کاهش سفارش های جدید نسبت به ماه قبل کمتر شده اما فاصله آن با سطح ۵۰ همچنان نشان دهنده ضعف تقاضای مؤثر در اقتصاد است. کاهش قدرت خرید خانوارها، تورم بالا، رکود بازار و احتیاط مشتریان در تصمیم گیری برای خرید و سرمایه گذاری موجب شده است جریان سفارش های جدید هنوز به سطحی نرسد که بتواند محرک یک افزایش پایدار در تولید باشد. به بیان دیگر بهبود سمت عرضه هنوز با بهبود متناسب در سمت تقاضا همراه نشده است و این موضوع یکی از مهمترین محدودیت های تداوم روند احیای اقتصاد محسوب می شود.



سو هزینه های تولید افزایش می یابد و از سوی دیگر امکان انتقال کامل این افزایش هزینه به قیمت فروش به دلیل ضعف تقاضا و محدودیت قدرت خرید مشتریان وجود ندارد. این وضعیت می تواند حاشیه سود بنگاه ها و در نهایت انگیزه سرمایه گذاری و توسعه ظرفیت تولید را تحت فشار قرار دهد.

موجودی مواد اولیه پانزدهمین ماه کاهش متوالی

شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده در تیر ماه برای پانزدهمین ماه متوالی کاهش یافته است. اختلال در حمل و نقل و لجستیک، مشکلات واردات، محدودیت های ارزی و کمبود نقدینگی باعث شده بسیاری از بنگاه ها همچنان با سطح پایینی از موجودی مواد اولیه مواجه باشند. در برخی بنگاه ها نیز بخشی از نیاز تولید از محل موجودی های قبلی تأمین شده است. ادامه این وضعیت در صورت تداوم محدودیت های تأمین می تواند در ماه های آینده به یکی از موانع اصلی افزایش تولید تبدیل شود؛ به ویژه آنکه افزایش تولید بدون احیای زنجیره تأمین و دسترسی پایدار به مواد اولیه قابلیت تداوم محدودی خواهد داشت.

اشتغال احتیاط بنگاه ها در جذب نیروی جدید

شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی در تیرماه برای چهاردهمین ماه متوالی پایین تر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته است. اگرچه سرعت کاهش اشتغال نسبت به ماه های بحرانی گذشته کمتر شده اما ضعف تقاضا، محدودیت نقدینگی و نا اطمینانی نسبت به تداوم فعالیت اقتصادی موجب شده بسیاری از بنگاه ها همچنان از جذب نیروی جدید خودداری کنند. تداوم این روند صرفاً به معنای محدود شدن اشتغال در کوتاه مدت نیست، بلکه در صورت استمرار می تواند بر ورود نیروی جدید به بازار کار، گسترش اشتغال رسمی و در نتیجه جریان ورودی منابع بیمه ای به صندوق های تأمین اجتماعی نیز اثرگذار باشد. از این رو، تحولات این مؤلفه باید علاوه بر منظر بنگاه ها از منظر بازار کار و پایداری منابع بیمه ای نیز مورد توجه قرار گیرد.

صادرات تداوم فشار بر تجارت خارجی

شاخص میزان صادرات کالا و خدمات همچنان در محدوده انقباضی قرار دارد و صادرات در تیرماه نسبت به ماه قبل با شدت بیشتری کاهش یافته است. مشکلات حمل و نقل محدودیت های مالی و ارزی، تحولات منطقه ای، دشواری مبادلات تجاری و کاهش رقابت پذیری صادراتی همچنان بر عملکرد صادر کنندگان فشار وارد می کند. تداوم این شرایط علاوه بر محدود کردن فعالیت بنگاه های صادرات محور می تواند بر درآمدهای ارزی حاصل از صادرات غیر نفتی نیز اثرگذار باشد. در شرایط نا اطمینانی بالا تداوم محدودیت های تجاری همچنین این خطر را افزایش می دهد که برخی مشتریان و بازارهای خارجی به سمت تأمین کنندگان رقیب حرکت کنند و بازگشت آنها در آینده با دشواری بیشتری همراه شود.

فروش بهبود نسبی اما ادامه ضعف تقاضا

در نتیجه ضعف سفارش های جدید شاخص فروش کالا و خدمات نیز همچنان برای هفتمین ماه متوالی پایین تر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته است. هر چند شدت کاهش فروش نسبت به ماه قبل کمتر شده اما استمرار این شاخص در محدوده انقباضی نشان می دهد بهبود فعالیت بنگاه ها هنوز به افزایش پایدار تقاضای بازار منجر نشده است. از این منظر یکی از مهمترین تفاوت های شرایط تیر ماه با یک دوره رونق واقعی آن است که افزایش نسبی تولید هنوز با افزایش پایدار فروش و سفارش های جدید همراه نشده است؛ بنابراین تداوم این روند بدون تقویت تقاضا می تواند در ماه های آینده با محدودیت مواجه شود.

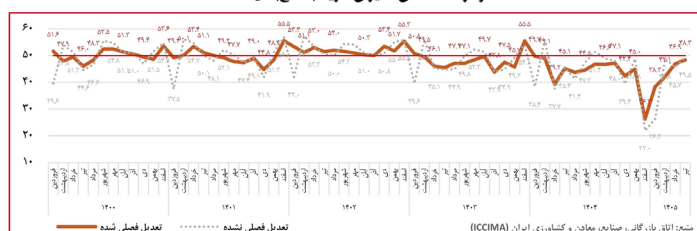
افزایش فشار هزینه ای بر بنگاه ها

شاخص قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری شده همچنان در سطوح بالایی قرار دارد و شدت افزایش قیمت ها نسبت به ماه قبل بیشتر شده است. افزایش هزینه تأمین مواد اولیه، انرژی، حمل و نقل و سایر نهاده های تولید فشار قابل توجهی بر هزینه تمام شده بنگاه ها وارد می کند. تداوم این روند در شرایطی که تقاضای مؤثر نیز ضعیف است، بنگاه ها را در وضعیت دشواری قرار می دهد؛ زیرا از یک

بهبود نسبی انتظارات، خوش بینی محتاطانه فعالان اقتصادی

تداوم این روند در ماه های آینده به توان اقتصاد برای بازسازی زنجیره تأمین، تقویت تقاضای مؤثر، کاهش محدودیت های ارزی و تجاری، تأمین پایدار انرژی بهبود دسترسی بنگاه ها به نقدینگی و مهم تر از همه کاهش نااطمینانی های سیاسی و اقتصادی وابسته خواهد بود. از این منظر شامخ ماه های آینده اهمیت مضاعفی خواهد داشت؛ زیرا استمرار قرار گرفتن شاخص کل و مؤلفه های اصلی در مسیر صعودی و عبور تدریجی آنها از سطح ۵۰ می تواند نشانه ای معتبرتر از بازگشت اقتصاد به مسیر رشد باشد، در حالی که توقف یا معکوس شدن این روند شکنندگی بهبود فعلی را آشکار خواهد کرد.

نمودار ۱: شاخص مدیران خرید (شامخ) کل اقتصاد



جدول ۱: شاخص مدیران خرید (شامخ) کل اقتصاد در دو ماه منتهی به تیر ۱۴۰۵

شاخص	تعدیل فصلی نشده		تعدیل فصلی شده	
	خرداد ۱۴۰۵	تیر ۱۴۰۵	خرداد ۱۴۰۵	تیر ۱۴۰۵
شامخ کل اقتصاد	۴۵٫۷	۴۹٫۵	۴۶٫۹	۴۸٫۳
میزان تولید محصول یا ارائه خدمت	۴۷٫۹	۵۲٫۷	۴۷٫۷	۵۱٫۰
میزان سفارشات جدید مشتریان	۴۰٫۶	۴۷٫۰	۴۳٫۷	۴۷٫۲
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۰٫۰	۵۲٫۷	۵۱٫۰	۵۰٫۰
موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده	۴۳٫۷	۴۴٫۲	۴۴٫۷	۴۴٫۷
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۴۸٫۱	۴۹٫۶	۴۸٫۵	۴۷٫۳
قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری شده	۸۱٫۶	۸۵٫۸	۸۱٫۶	۸۵٫۸
موجودی محصول نهایی در انبار یا کارهای در حال تکمیل	۵۲٫۷	۵۰٫۴	۵۰٫۶	۴۸٫۸
میزان صادرات کالا یا خدمات	۴۸٫۴	۴۴٫۵	۴۷٫۵	۴۴٫۱
قیمت محصولات تولید شده و خدمات ارائه شده	۶۲٫۴	۶۲٫۲	۶۲٫۴	۶۲٫۲
مصرف حامل های انرژی	۵۸٫۶	۵۵٫۸	۵۴٫۴	۵۱٫۹
میزان فروش کالاها یا خدمات	۳۶٫۸	۴۶٫۸	۴۱٫۵	۴۷٫۸
انتظارات در مورد میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده	۴۵٫۷	۵۱٫۹	۴۵٫۵	۵۴٫۹

منبع: مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، خرداد و تیر ۱۴۰۵

نمودار ۲: شاخص مدیران خرید (شامخ) کل اقتصاد در دو ماه منتهی به تیر ۱۴۰۵، تعدیل فصلی شده



شاخص مدیران خرید کل اقتصاد با تغییرات تولید اقتصاد

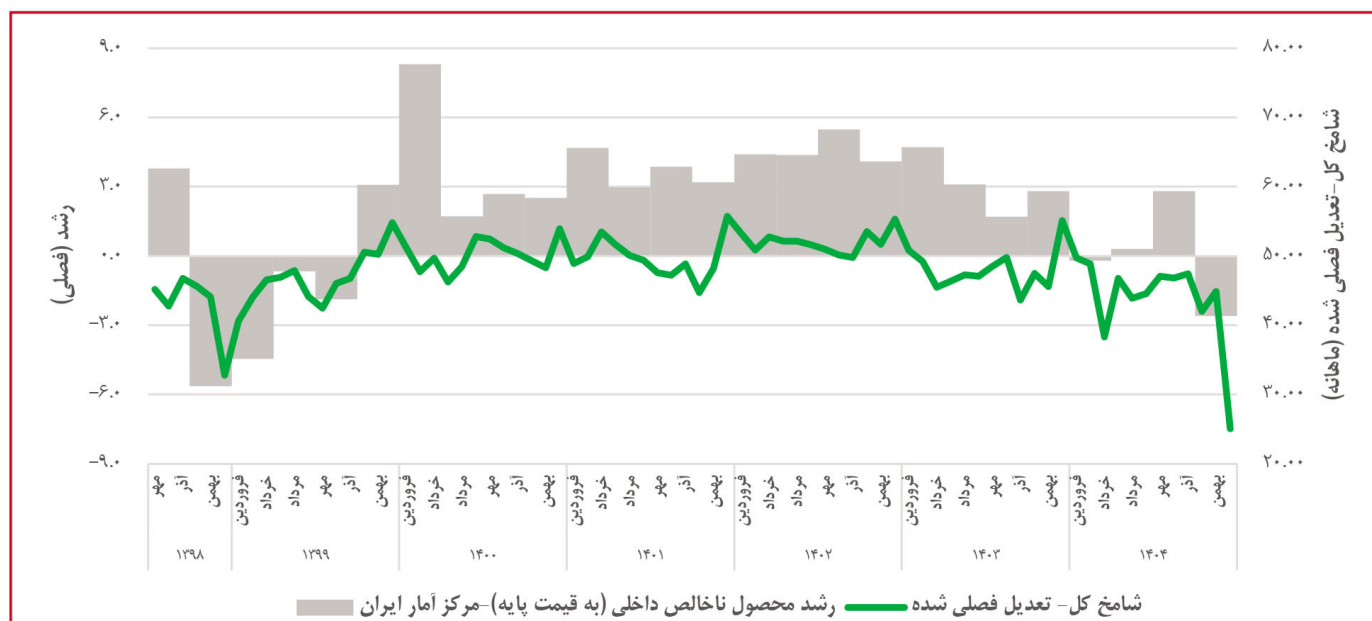
راستایی روندها در نظر گرفت و نه لزوماً رابطه ای قطعی و مستقیم میان آنها.

از سوی دیگر محدودیت انتشار آمار ماهانه تولید ناخالص داخلی در کشور امکان مقایسه مستقیم و ماهانه شامخ با تولید واقعی اقتصاد را محدود می کند. به همین دلیل برای بررسی هم راستایی میان این دو از داده های فصلی محصول ناخالص داخلی منتشر شده توسط مرکز آمار ایران و بانک مرکزی استفاده می شود.

این مقایسه نشان می دهد که در سال های اخیر و در شرایط نسبتاً عادی اقتصادی روند فصلی شامخ کل اقتصاد با روند تغییرات رشد محصول ناخالص داخلی به ویژه در داده های مرکز آمار ایران هم راستایی نسبی داشته است. از این منظر پایش مستمر شامخ در کنار آمارهای رسمی تولید و رشد اقتصادی می تواند ابزار مکملی برای ارزیابی وضعیت جاری اقتصاد و تحلیل تحولات کوتاه مدت آن باشد.

بررسی روند شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در کنار آمار رشد تولید ناخالص داخلی نشان می دهد که در دوره های عادی میان تغییرات شامخ و روند تغییرات تولید اقتصاد هم راستایی نسبی وجود داشته است. این هم راستایی به ویژه در مقایسه روند فصلی شامخ کل اقتصاد با رشد محصول ناخالص داخلی منتشر شده توسط مرکز آمار ایران و رشد تولید ناخالص داخلی قابل مشاهده است. با این حال باید توجه داشت که شامخ و حساب های ملی از نظر ماهیت روش محاسبه و دوره زمانی پوشش داده ها با یکدیگر متفاوت هستند. شامخ بر اساس نظرسنجی از فعالان اقتصادی و ارزیابی آنها از تغییرات جاری و انتظارات آینده تهیه می شود، در حالی که رشد تولید ناخالص داخلی بر پایه داده ها و حساب های ملی محاسبه می شود. بنابراین هم حرکتی این دو شاخص را باید به عنوان شاهدهی از هم

نمودار ۳: روند شامخ کل اقتصاد با رشد محصول ناخالص داخلی (مرکز آمار ایران) طی سال های اخیر



شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعت در تیرماه برای نهمین ماه متوالی پایین تر از مقدار مرزی ۵۰ قرار گرفته و نسبت به ماه قبل با شدت بیشتری کاهش یافته است. اگرچه تأثیر مستقیم شوک های ناشی از جنگ کاهش یافته اما محدودیت های انرژی، مشکلات موجود در زنجیره تأمین مواد اولیه و لجستیک در کنار ضعف تقاضای مشتریان موجب شده است بسیاری از واحدهای صنعتی همچنان با ظرفیتی پایین تر از سطح معمول فعالیت کنند.

شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان برای هفتمین ماه متوالی کاهش یافته است؛ اگرچه شدت این افت نسبت به ماه گذشته کمتر بوده است. ضعف قدرت خرید، رکود بازار و احتیاط مشتریان در خرید

شاخص مدیران خرید بخش صنعت

شاخص مدیران خرید صنعت کشور صنایع کارخانه ای و تولیدی نمایی گویاتر و بارزتر از وضعیت کسب و کار و روند تغییرات تولید و فروش واحدهای اقتصادی و صنعتی در شرایط عادی و همچنین شرایط خاص و بحرانی ارائه می دهد. بر اساس داده های حاصل از نظر سنجی میدانی از بنگاه های بخش صنعت که توسط مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی ایران انجام شده است شاخص مدیران خرید صنعت ایران تعدیل شده در تیر ماه با ثبت عدد ۴۸/۳ برای نهمین ماه متوالی پایین تر از سطح خنثی ۵۰ قرار گرفته است. با این حال شدت رکود نسبت به ماه های بحرانی گذشته کاهش یافته و عملکرد شاخص تقریباً مشابه ماه قبل بوده است.

از مهم ترین موانع بازگشت صادرات صنعتی به سطح عادی هستند. برخی فعالان اقتصادی همچنین از تغییر مسیر خریداران خارجی به سمت تأمین کنندگان سایر کشورها در نتیجه افزایش بی ثباتی ها و ریسک های تجاری ایران خبر داده اند.

شاخص میزان فروش محصولات نیز برای نهمین ماه متوالی در محدوده رکودی قرار دارد. اگرچه شدت کاهش فروش نسبت به ماه های بحرانی گذشته کمتر شده و این شاخص بالاترین مقدار خود را طی ۹ ماه اخیر به ثبت رسانده است، اما ضعف سفارشات داخلی و مشکلات صادراتی موجب شده درآمد حاصل از فروش بسیاری از بنگاه ها برای تأمین سرمایه در گردش و حفظ ظرفیت تولید کافی نباشد.

با توجه به داده های شامخ صنعت در تیرماه سال جاری رکود بخش صنعت در تیر ماه همچنان ادامه دارد، اما شدت آن نسبت به ماه های بحرانی گذشته کاهش یافته است؛ با این حال، ضعف تقاضا محدودیت انرژی و مواد اولیه افزایش هزینه های تولید و مشکلات صادراتی همچنان مهمترین موانع بازگشت پایدار صنعت به مسیر رشد هستند.

شاخص میزان انتظارات تولید در ماه آینده برای دومین ماه متوالی بهبود نسبی را نشان می دهد؛ هر چند این بهبود در مقایسه با ماه قبل ضعیف تر و محتاطانه تر بوده است. بخشی از صنایع در صورت تداوم ثبات نسبی انتظار افزایش فعالیت را دارند؛ با این حال بسیاری از فعالان اقتصادی قطعی برق دشواری تأمین مواد اولیه و ابهام نسبت به شرایط اقتصادی و سیاسی را از مهم ترین ریسک های پیش روی تولید می دانند و نسبت به پایداری این روند بهبود با احتیاط و تردید نگاه می کنند.

با توجه به داده های شامخ صنعت در تیرماه سال جاری رکود بخش صنعت در تیر ماه همچنان ادامه دارد، اما شدت آن نسبت به ماه های بحرانی گذشته کاهش یافته است؛ با این حال، ضعف تقاضا محدودیت انرژی و مواد اولیه افزایش هزینه های تولید و مشکلات صادراتی همچنان مهمترین موانع بازگشت پایدار صنعت به مسیر رشد هستند.

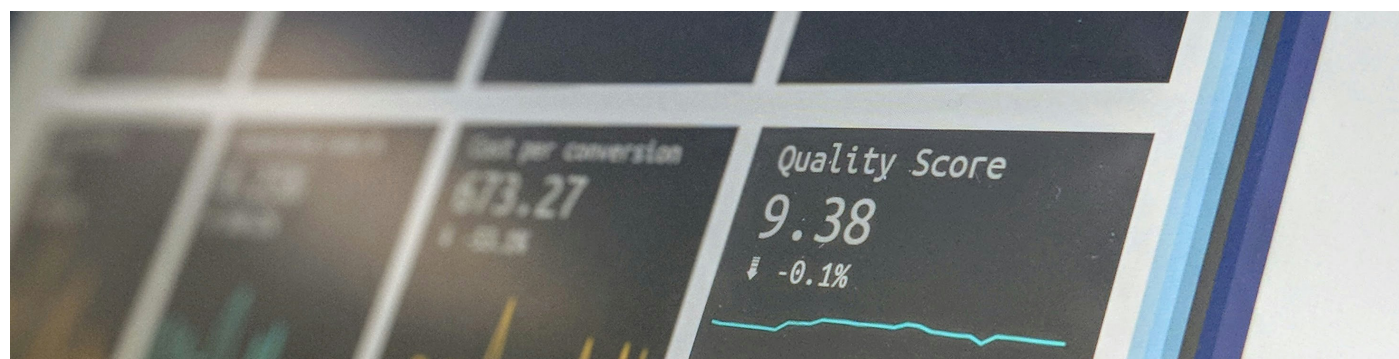
کالاهای مصرفی واسطه ای و سرمایه ای همچنان جریان سفارشات صنعتی را محدود کرده است. تداوم ضعف سفارشات نشان می دهد تقاضای داخلی هنوز به اندازه ای تقویت نشده است که بتواند از افزایش پایدار تولید صنعتی پشتیبانی کند.

در همین حال شاخص موجودی مواد اولیه خریداری شده برای پانزدهمین ماه متوالی روندی نزولی داشته و شدت کاهش موجودی مواد اولیه نسبت به ماه قبل نیز بیشتر شده است؛ به گونه ای که این شاخص همچنان در سطوح پایین قرار دارد. محدودیت در ورود مواد اولیه و اختلال در مسیرهای دریایی و شبکه حمل و نقل و لجستیک از مهمترین عوامل تداوم این وضعیت است. استمرار کاهش موجودی نهاده های تولید در صورت برطرف نشدن محدودیت ها ریسک کاهش ظرفیت تولید و توقف برخی خطوط تولید را افزایش می دهد.

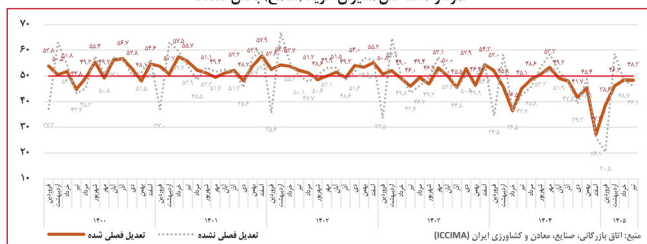
شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی نیز برای پانزدهمین ماه متوالی پایین تر از سطح خنثی قرار گرفته است. اگرچه شدت کاهش اشتغال نسبت به دوره های بحرانی کاهش یافته اما تداوم ضعف فروش محدودیت نقدینگی افزایش هزینه های تولید و نااطمینانی نسبت به آینده همچنان مانع افزایش اشتغال در بخش صنعت شده است.

شاخص قیمت خرید مواد اولیه نسبت به ماه قبل با سرعت بیشتری افزایش یافته و فشار هزینه ای قابل توجهی بر واحدهای صنعتی وارد کرده است. افزایش هزینه انرژی حمل و نقل و نهاده های تولید در کنار نوسانات ارزی، موجب شده است قیمت تمام شده تولید همچنان در سطح بالایی قرار داشته باشد. در چنین شرایطی شاخص قیمت محصولات تولید شده نیز با افزایش بیشتری نسبت به ماه قبل همراه شده است.

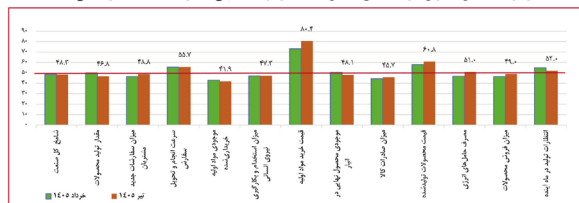
شاخص میزان صادرات کالا همچنان برای بیست و یکمین ماه متوالی در محدوده رکودی قرار دارد. مشکلات حمل و نقل، محدودیت های مالی و ارزی اختلال در مسیرهای تجاری و کاهش رقابت پذیری صادراتی



نمودار ۴: شاخص مدیران خرید (شامخ) بخش صنعت



نمودار ۵: شاخص مدیران خرید (شامخ) بخش صنعت در دو ماه منتهی به خرداد ۱۴۰۵، تعدیل فصلی شده



جدول ۳: شاخص مدیران خرید (شامخ) زیربخش های صنعت، تعدیل فصلی نشده، تیر ۱۴۰۵

شاخص	صنایع غذایی	صنایع نساجی	پوشاک و چرم	چوب، کاغذ و میلمان	صنایع فلزی و فلزات	صنایع شیمیایی	صنایع لاستیک و پلاستیک	صنایع کانی غیر فلزی	صنایع فلزی	ماشین سازی و لوازم خانگی	وسایل نقلیه و قطعات وابسته	سایر صنایع
شاخص کل فعالیت	۳۵٫۸	۳۹٫۳	۳۹٫۸	۵۳٫۶	۴۰٫۲	۴۸٫۶	۵۰٫۴	۵۲٫۹	۴۵٫۸	۴۳٫۴	۵۸٫۸	۵۴٫۲
مقدار تولید محصولات	۲۸٫۰	۳۶٫۴	۳۷٫۵	۵۳٫۶	۴۰٫۲	۴۸٫۶	۵۰٫۴	۵۲٫۹	۴۵٫۸	۴۳٫۴	۵۸٫۸	۵۴٫۲
میزان سفارشات جدید	۲۴٫۰	۳۳٫۵	۳۳٫۵	۵۳٫۶	۴۰٫۲	۴۸٫۶	۵۰٫۴	۵۲٫۹	۴۵٫۸	۴۳٫۴	۵۸٫۸	۵۴٫۲
سرعت انجام و تحویل سفارشات	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰
موجودی مواد اولیه	۴۲٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰	۴۰٫۰
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۴۶٫۰	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵	۴۵٫۵
قیمت خرید مواد اولیه	۷۸٫۰	۶۳٫۶	۸۰٫۰	۶۷٫۹	۷۸٫۰	۸۷٫۸	۵۸٫۳	۹۶٫۴	۸۱٫۳	۸۵٫۰	۸۰٫۸	۶۶٫۷
موجودی محصول (انبار)	۶٫۰	۵۴٫۵	۵۵٫۰	۵۷٫۱	۲۵٫۰	۴۵٫۱	۴۶٫۴	۴۶٫۴	۳۸٫۸	۵۵٫۰	۳۸٫۵	۶۶٫۷
میزان صادرات کالا	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰	۴۵٫۰
قیمت محصولات تولیدشده	۶۲٫۰	۴۵٫۵	۷۵٫۰	۵۳٫۶	۵۸٫۳	۶۳٫۳	۵۸٫۳	۶۳٫۳	۶۳٫۳	۶۳٫۳	۶۳٫۳	۶۳٫۳
مصرف حامل های انرژی	۴۶٫۰	۳۱٫۸	۴۶٫۰	۴۶٫۳	۳۵٫۷	۲۸٫۴	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳
میزان فروش محصولات	۲۶٫۰	۳۱٫۸	۴۶٫۰	۴۶٫۳	۳۵٫۷	۲۸٫۴	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳	۴۶٫۳
انتظارات تولید در ماه آینده	۳۴٫۰	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱	۵۹٫۱

ماخذ: مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، تیر ۱۴۰۵

جدول ۴: شاخص مدیران خرید (شامخ) زیربخش های صنعت، تعدیل فصلی شده، تیر ۱۴۰۵

شاخص	صنایع غذایی	صنایع نساجی	پوشاک و چرم	چوب، کاغذ و میلمان	صنایع فلزی و فلزات	صنایع شیمیایی	صنایع لاستیک و پلاستیک	صنایع کانی غیر فلزی	صنایع فلزی	ماشین سازی و لوازم خانگی	وسایل نقلیه و قطعات وابسته	سایر صنایع
شاخص کل فعالیت	۳۸٫۷	۴۵٫۰	۴۶٫۲	۵۴٫۱	۳۸٫۹	۴۸٫۹	۵۱٫۶	۵۵٫۱	۴۸٫۲	۴۴٫۰	۵۹٫۱	۵۳٫۶
مقدار تولید محصولات	۳۳٫۳	۴۸٫۱	۴۶٫۶	۵۷٫۸	۳۸٫۶	۵۰٫۱	۵۹٫۲	۵۴٫۹	۴۵٫۶	۴۱٫۰	۶۰٫۷	۴۹٫۴
میزان سفارشات جدید	۳۳٫۶	۳۶٫۰	۴۵٫۲	۵۱٫۳	۳۶٫۱	۵۰٫۳	۵۷٫۴	۶۴٫۰	۵۰٫۱	۵۳٫۴	۶۰٫۹	۵۵٫۷
سرعت انجام و تحویل سفارشات	۴۸٫۴	۵۶٫۸	۵۵٫۵	۵۹٫۵	۵۰٫۴	۵۳٫۰	۵۴٫۲	۵۹٫۶	۵۳٫۴	۵۲٫۰	۷۰٫۳	۵۳٫۸
موجودی مواد اولیه	۳۸٫۲	۴۰٫۹	۳۷٫۵	۵۳٫۷	۳۹٫۳	۳۸٫۱	۵۲٫۶	۳۹٫۳	۴۶٫۹	۲۱٫۱	۴۷٫۶	۵۰٫۰
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۴۵٫۹	۴۷٫۹	۴۴٫۵	۵۰٫۰	۳۴٫۷	۴۷٫۶	۴۵٫۸	۴۶٫۴	۴۵٫۳	۳۸٫۹	۵۱٫۹	۵۷٫۴
قیمت خرید مواد اولیه	۷۸٫۰	۶۳٫۶	۸۰٫۰	۶۷٫۹	۷۸٫۰	۸۷٫۸	۵۸٫۳	۹۶٫۴	۸۱٫۳	۸۵٫۰	۸۰٫۸	۶۶٫۷
موجودی محصول نهایی در انبار	۵۷٫۳	۵۴٫۵	۵۵٫۰	۵۷٫۱	۲۵٫۰	۴۵٫۱	۴۶٫۷	۴۶٫۷	۳۸٫۸	۵۵٫۰	۳۸٫۵	۶۶٫۷
میزان صادرات کالا	۳۸٫۸	۴۱٫۸	۴۱٫۶	۵۲٫۹	۴۴٫۳	۴۱٫۱	۴۴٫۵	۵۷٫۱	۵۲٫۲	۴۸٫۷	۴۹٫۵	۵۰٫۰
قیمت محصولات تولیدشده	۶۲٫۰	۴۵٫۵	۷۵٫۰	۵۰٫۰	۶۴٫۳	۶۵٫۹	۵۸٫۳	۶۰٫۷	۶۳٫۸	۶۲٫۵	۵۹٫۶	۴۱٫۷
مصرف حامل های انرژی	۴۸٫۰	۵۸٫۳	۴۸٫۴	۶۶٫۶	۳۵٫۵	۵۷٫۴	۵۵٫۱	۵۰٫۵	۴۵٫۷	۳۹٫۱	۵۱٫۵	۷۱٫۴
میزان فروش محصولات	۳۱٫۹	۴۵٫۶	۴۵٫۷	۵۵٫۷	۲۸٫۴	۴۸٫۰	۵۲٫۸	۵۴٫۹	۵۴٫۷	۵۰٫۷	۶۰٫۳	۵۲٫۷
انتظارات تولید در ماه آینده	۳۷٫۸	۷۰٫۱	۶۵٫۸	۶۱٫۵	۳۶٫۸	۵۶٫۴	۵۶٫۶	۶۷٫۴	۴۴٫۷	۶۲٫۷	۴۵٫۰	۴۱٫۰

ماخذ: مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، تیر ۱۴۰۵

انطباق شاخص مدیران خرید صنعت با تغییرات تولید صنعتی

بررسی هم زمان شاخص مدیران خرید بخش صنعت و آمار رسمی تولید صنعتی می تواند اطلاعات مکملی برای ارزیابی وضعیت جاری بخش تولید و شناسایی تغییرات کوتاه مدت فعالیت های صنعتی فراهم کند. شامخ بر اساس ارزیابی و انتظارات فعالان اقتصادی تهیه می شود و از این نظر نسبت به بسیاری از آمارهای رسمی که با وقفه منتشر می شوند امکان ارائه تصویر سریع تری از شرایط کسب و کار و تولید را فراهم می کند.

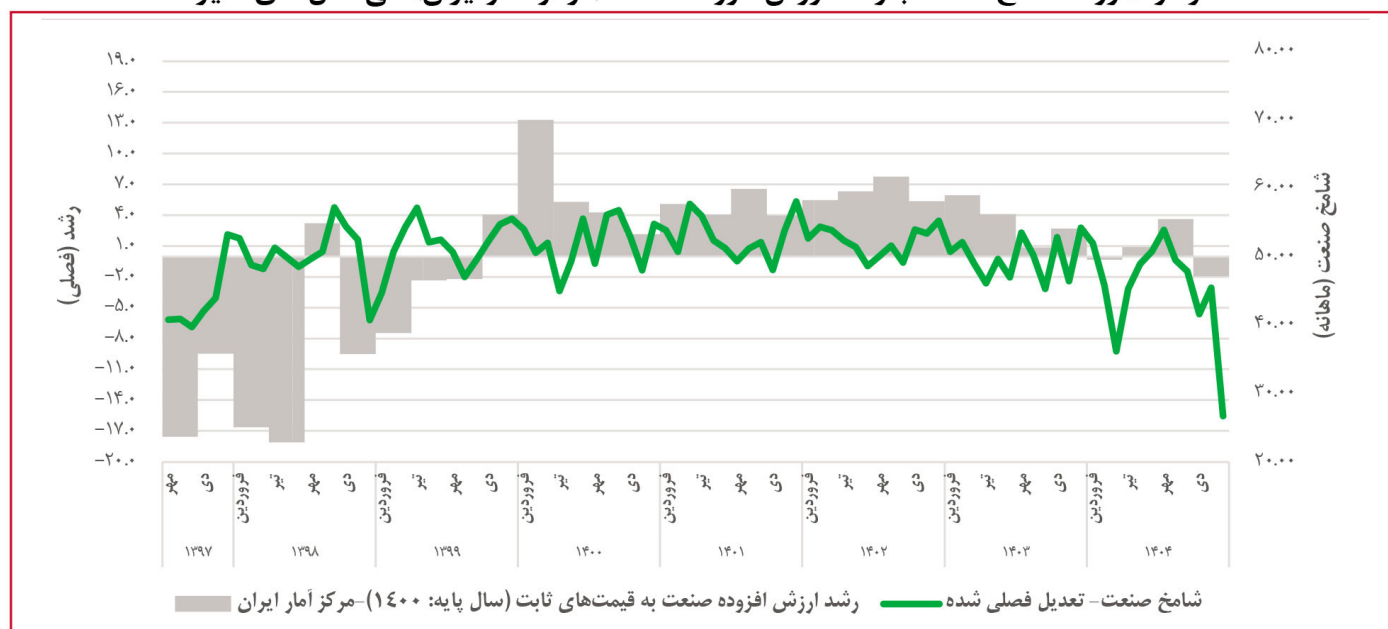
برای بررسی میزان هم راستایی شامخ صنعت با تحولات واقعی تولید روند این شاخص با رشد ارزش افزوده بخش صنعت به قیمت ثابت بر اساس داده های مرکز آمار ایران مقایسه شده است. به دلیل محدودیت انتشار آمار ماهانه ارزش افزوده بخش صنعت مقایسه در سطح داده های فصلی انجام می شود.

بررسی روندهای گذشته نشان می دهد که در دوره های عادی اقتصادی میان تغییرات شامخ صنعت و روند رشد ارزش افزوده بخش صنعت هم

راستایی نسبی وجود داشته است. این موضوع می تواند نشان دهنده آن باشد که ارزیابی فعالان صنعتی از وضعیت تولید و کسب و کار، تا حدی با تغییرات ثبت شده در تولید واقعی صنعت هم جهت است. با این حال این هم راستایی به معنای رابطه قطعی و مستقیم میان دو شاخص نیست. شامخ بر پایه نظرسنجی از بنگاه ها و تغییرات ادراک شده در فعالیت اقتصادی محاسبه می شود در حالی که ارزش افزوده صنعتی بر اساس حساب های ملی و داده های آماری محاسبه می شود. تفاوت در روش محاسبه دوره پوشش و زمان انتشار داده ها باید در تفسیر نتایج مورد توجه قرار گیرد.

در مجموع پایش همزمان شامخ صنعت و شاخص های رسمی تولید می تواند به عنوان ابزاری مکمل برای سیاست گذاری مورد استفاده قرار گیرد؛ به ویژه از این جهت که شامخ امکان شناسایی سریع تر تغییرات در سفارش ها تولید فروش اشتغال موجودی نهاده ها و انتظارات بنگاه ها را فراهم می کند و آمار رسمی تصویر دقیق تری از عملکرد تحقق یافته اقتصاد ارائه می دهد.

نمودار ۶: روند شامخ صنعت با رشد ارزش افزوده صنعت (مرکز آمار ایران) طی سال های اخیر



چالش ها و رهیافتها از دید برخی از فعالان اقتصادی در تیر ۱۴۰۵

بررسی پاسخ های بنگاه های مشارکت کننده در طرح شامخ نشان می دهد که در تیر ماه ۱۴۰۵، فعالان اقتصادی همچنان با مجموعه ای از محدودیت های هم زمان در سمت لت تقاضا، تأمین نهاده ها انرژی نقدینگی تجارت خارجی و نا اطمینانی نسبت به آینده مواجه بوده اند. استمرار همزمان این مشکلات باعث شده بخشی از بنگاه ها نتوانند به ظرفیت عادی فعالیت بازگردند و برخی نیز با کاهش تولید افزایش موجودی انبار و افت حاشیه سود مواجه شوند. مهمترین مشکلات مطرح شده عبارت اند از:

کاهش سفارش های جدید و ضعف تقاضا کاهش سفارش های جدید کمبود مشتری و رکود فراگیر بازار همچنان از مهمترین مشکلات بنگاه ها بوده است. برخی بنگاه ها به دلیل دریافت نکردن سفارش یا تحویل نگرفتن کالا توسط مشتریان به ویژه به دلیل کمبود نقدینگی مشتریان با افزایش موجودی محصولات در انبار مواجه شده اند تداوم تورم و کاهش قدرت خرید خانوارها و مشتریان نیز موجب تشدید رکود در بازار و کاهش فروش شده است. این شرایط نشان می دهد حتی در مواردی که ظرفیت تولید بنگاه فراهم است، ضعف تقاضای مؤثر مانع افزایش تولید و فروش می شود.

کاهش حاشیه سود و در برخی موارد با زیان عملیاتی مواجه شده اند. این وضعیت در صورت استمرار می تواند منابع بنگاه ها برای سرمایه گذاری نوسازی تجهیزات و توسعه ظرفیت تولید را نیز کاهش دهد. اختلالات لجستیکی و حمل و نقل، عدم حمل کالا از مبدأ، محدودیت در برخی مسیرهای دریایی، اختلال در زنجیره حمل و نقل و ناکارآمدی یا افزایش هزینه برخی مسیرهای ریلی و جاده ای هم تأمین مواد اولیه و هم ارسال محصولات را با مشکل مواجه کرده است. این اختلالات علاوه بر ایجاد تأخیر در تولید و تحویل سفارش ها هزینه های لجستیکی بنگاه ها را افزایش داده و در برخی موارد موجب افزایش موجودی یا توقف بخشی از فعالیت ها شده است.

نااطمینانی و تضعیف چشم انداز فعالیت اقتصادی تداوم بی ثباتی اقتصادی پیامدهای جنگ تعطیلی ها و وقفه های متعدد در فعالیت قطعی انرژی نوسانات بازار ارز و نبود چشم انداز روشن از شرایط آینده اعتماد فعالان اقتصادی را کاهش داده است. در چنین شرایطی بسیاری از بنگاه ها تصمیم های مربوط به سرمایه گذاری توسعه ظرفیت و استخدام نیروی جدید را به تعویق انداخته اند. برخی فعالان اقتصادی نیز نسبت به تداوم فعالیت در شرایط موجود ابراز نگرانی کرده و احتمال تعطیلی واحدهایی با سابقه طولانی فعالیت را مطرح کرده اند. کاهش ظرفیت تولید و افزایش ریسک تعطیلی بنگاه ها، برآیند ضعف تقاضا، محدودیت انرژی، کمبود مواد اولیه، مشکلات نقدینگی و افزایش هزینه های تولید موجب شده است بخشی از بنگاه ها از ابتدای سال با ظرفیتی پایین تر از ظرفیت عادی فعالیت کنند و هنوز نتوانند به سطح معمول تولید بازگردند. در برخی موارد نیز توقف موقت تولید و احتمال تعطیلی واحدهای با سابقه مطرح شده است. تداوم این روند می تواند علاوه بر کاهش اشتغال به فرسایش سرمایه تولیدی و از دست رفتن ظرفیت های موجود صنعتی منجر شود؛ ظرفیتی که احیای مجدد آن در آینده مستلزم زمان و منابع قابل توجه خواهد بود.

ضرورت حمایت مؤثر و متناسب با شرایط بنگاه ها

فعالان اقتصادی بر ضرورت حمایت عملی و هدفمند از تولید، تأمین نقدینگی و سرمایه در گردش تسهیل فرآیند واردات و تخصیص ارز، تأمین پایدار برق و سوخت و لحاظ شرایط بنگاه ها در وصول مطالبات و بدهی ها تأکید کرده اند. از دید فعالان اقتصادی در شرایط کنونی صرف اعلام حمایت از تولید کافی نیست و رفع موانع عملیاتی و کاهش هزینه های تحمیل شده به بنگاه ها شرط اصلی جلوگیری از کاهش بیشتر ظرفیت تولید و تعطیلی واحدهای اقتصادی است.

در مجموع اظهارات بنگاه ها نشان می دهد که مشکلات تیرماه صرفاً ناشی از یک عامل منفرد نیست بلکه حاصل هم زمانی ضعف تقاضا با

ناترازی انرژی قطعی برق و کمبود سوخت قطعی های مکرر برق در برخی موارد چند روز در هفته و برای ساعات طولانی از مهمترین عوامل کاهش ظرفیت تولید و افزایش هزینه تمام شده بوده است. کمبود و افزایش شدید قیمت گازوئیل مورد نیاز ژنراتورها و سایر محدودیت های انرژی فشار بیشتری بر بنگاه ها وارد کرده و در برخی واحدها به توقف موقت تولید یا فعالیت با ظرفیتی در حدود ۵۰ درصد منجر شده است. استمرار این وضعیت علاوه بر کاهش تولید موجب افزایش هزینه های تعمیرات استفاده از سوخت جایگزین و اختلال در برنامه ریزی تولید شده است.

کمبود و اختلال در تأمین مواد اولیه، کمبود برخی مواد اولیه داخلی و خارجی، کاهش عرضه بعضی نهاده ها از سوی صنایع بالادستی و دشواری ورود مواد اولیه وارداتی از مهمترین موانع تولید بوده است. اختلال در حمل و نقل و محدودیت در مسیرهای دریایی نیز دسترسی به نهاده های وارداتی را دشوارتر کرده و نگرانی بنگاه ها نسبت به تداوم تولید را افزایش داده است. استمرار این محدودیت ها در کنار کاهش موجودی مواد اولیه می تواند در ماه های آینده به یکی از مهمترین عوامل محدود کننده ظرفیت تولید تبدیل شود.

مشکلات ارزی واردات و صادرات، عدم تخصیص یا تأخیر در تخصیص ارز، طولانی شدن فرآیند تأمین ارز و ثبت سفارش و محدودیت های وارداتی روند تأمین مواد اولیه قطعات و تجهیزات را با اختلال مواجه کرده است. از سوی دیگر، صادر کنندگان با مشکلاتی از جمله عدم امکان یا تأخیر در حمل کالا از مبدأ، محدودیت در مسیرهای تجاری و تغییر رفتار خریداران خارجی مواجه بوده اند. برخی بنگاه ها از انتقال بخشی از سفارش های خارجی به تأمین کنندگان سایر کشورها به دلیل افزایش ریسک و نااطمینانی تجارت با ایران خبر داده اند. تداوم این روند می تواند علاوه بر کاهش صادرات، موجب از دست رفتن بخشی از بازارهای خارجی و دشوارتر شدن بازگشت به این بازارها شود.

مشکلات بانکی و کمبود نقدینگی، محدودیت دسترسی به منابع مالی، مشکلات انتقال وجه و کمبود نقدینگی، توان بنگاه ها برای تأمین مواد اولیه، حفظ ظرفیت تولید و پرداخت هزینه های جاری را کاهش داده است. در شرایطی که فروش بسیاری از بنگاه ها کاهش یافته طولانی شدن دوره وصول مطالبات نیز فشار بیشتری بر سرمایه در گردش وارد کرده است. همچنین مطالبه باز پرداخت بدهی ها و مطالبات معوق از سوی برخی دستگاه ها در شرایط رکودی بر فشار مالی بنگاه ها افزوده است.

افزایش هزینه های تولید و تشدید فشارهای تورمی افزایش قیمت مواد اولیه انرژی حمل و نقل و سایر نهاده های تولید موجب افزایش هزینه تمام شده بنگاه ها شده است. در عین حال، ضعف تقاضا و محدودیت قدرت خرید مشتریان امکان انتقال کامل افزایش هزینه ها به قیمت فروش را کاهش داده است. در نتیجه بخشی از بنگاه ها با



نشانه های بهبود در همه بخش ها یکسان نیست. شاخص مقدار تولید و ارائه خدمات کل اقتصاد با رسیدن به ۵۱ از سطح ۵۰ عبور کرده است اما میزان سفارش های جدید با رقم ۴۷/۲ همچنان در محدوده انقباضی قرار دارد. بنابراین افزایش فعالیت های تیر ماه هنوز از پشتوانه کافی در سمت تقاضا برخوردار نیست. کاهش قدرت خرید، تورم، رکود بازار و احتیاط مشتریان در تصمیم گیری های خرید همچنان از مهمترین محدودیت های فعالیت بنگاه هاست. افزایش موجودی محصول نهایی در برخی بنگاه ها نیز می تواند نشانه ای از ضعف تقاضا و دشواری فروش و تحویل محصولات باشد.

در بخش صنعت وضعیت همچنان شکننده تر از آن است که بتوان از بازگشت تولید به شرایط عادی سخن گفت. شاخص تولید محصولات با رقم ۴۶/۸ برای نهمین ماه متوالی زیر سطح ۵۰ قرار گرفته و نسبت به خرداد ماه نیز ۱/۳ واحد کاهش یافته است. در مقابل شاخص سفارش های جدید به ۴۸/۰ و شاخص فروش به ۴۹/۰ افزایش یافته اند. هم زمانی کاهش تولید با بهبود نسبی سفارش ها و فروش یکی از مهمترین پیام های شامخ تیرماه است. در صورت تداوم تقاضا محدودیت های موجود در مواد اولیه، انرژی، نقدینگی و زنجیره تأمین می تواند مانع تبدیل این بهبود تقاضا به افزایش تولید شود.

از سوی دیگر کاهش موجودی مواد اولیه برای پانزدهمین ماه متوالی همچنان یک ریسک مهم برای استمرار تولید است. شاخص موجودی مواد اولیه صنعت در تیرماه ۴۱/۹ بوده و نسبت به خردادماه نیز کاهش یافته است. مشکلات ارزی و وارداتی اختلالات لجستیکی محدودیت حمل و نقل و دشواری تأمین نهاده ها به ویژه برای صنایع وابسته به مواد اولیه وارداتی یا محصولات صنایع بالادستی می تواند ظرفیت تولید ماه های آینده را محدود کند.

در بازار کار هنوز نشانه ای از بازگشت کامل به شرایط عادی دیده نمی شود. شاخص اشتغال کل اقتصاد با رقم ۴۷/۳ و شاخص اشتغال

محدودیت های سمت عرضه و افزایش نا اطمینانی است. از یک سو کاهش قدرت خرید و ضعف سفارش ها مانع افزایش فروش شده و از سوی دیگر کمبود مواد اولیه، قطعی انرژی، مشکلات ارزی و لجستیکی و کمبود نقدینگی امکان واکنش بنگاه ها به تقاضای موجود را محدود کرده است. به این ترتیب بخشی از بنگاه ها در شرایطی قرار گرفته اند که همزمان با کاهش درآمد با افزایش هزینه و کاهش ظرفیت تولید نیز مواجه اند؛ وضعیتی که در صورت استمرار می تواند به کاهش سرمایه گذاری افت اشتغال فرسایش سرمایه تولیدی و افزایش ریسک خروج برخی بنگاه ها از بازار منجر شود.

از منظر سیاست گذاری، بنابراین اولویت اصلی در کوتاه مدت باید حفظ ظرفیت های موجود تولید و جلوگیری از تشدید محدودیت های عرضه باشد؛ به ویژه از طریق تأمین پایدار انرژی تسهیل دسترسی به مواد اولیه و ارز، تأمین سرمایه در گردش و کاهش اختلالات تجاری و لجستیکی هم زمان بدون تقویت قدرت خرید و تقاضای مؤثر رفع موانع سمت عرضه به تنهایی برای بازگشت پایدار تولید کافی نخواهد بود.

جمع بندی کلی

نتایج شاخص مدیران خرید در تیرماه ۱۴۰۵ نشان می دهد که اقتصاد ایران نسبت به دوره بحرانی اسفند ۱۴۰۴ فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۵ از شدت افت فعالیت فاصله گرفته است، اما هنوز وارد مرحله احیای پایدار نشده است. شاخص مدیران خرید کل اقتصاد با ثبت ۴۸/۳ و شاخص مدیران خرید بخش صنعت نیز با ثبت ۴۸/۳ همچنان پایینتر از سطح خنثی ۵۰ قرار دارند و به ترتیب برای شانزدهمین و نهمین ماه متوالی در محدوده انقباضی هستند. بنابراین تحولات تیرماه را باید عمدتاً کاهش شدت انقباض و از سرگیری بخشی از فعالیت های متوقف شده دانست نه آغاز یک چرخه جدید رونق.

در عین حال ترکیب مؤلفه های شامخ کل اقتصاد نشان می دهد که

بررسی زیر بخش‌های صنعت نیز نشان می‌دهد که روند بهبود در میان رشته‌های مختلف صنعتی بسیار ناهمگون است. در تیرماه، شاخص تعدیل شده صنایع وسایل نقلیه و قطعات وابسته با ۵۹/۱، کانی‌های غیر فلزی با ۵۵/۱ و چوب کاغذ و مبلمان با ۵۴/۱ بالاتر از سطح خنثی قرار داشته‌اند. در حالی که صنایع فرآورده‌های نفت و گاز با ۳۸۹ و صنایع غذایی با ۳۸۷ در پایین‌ترین سطوح قرار گرفته‌اند. این اختلاف ۲۰/۲ واحدی میان بالاترین و پایین‌ترین شاخص زیر بخش‌ها نشان می‌دهد که آثار شوک‌های اخیر بر صنایع مختلف به شدت ناهمگون بوده است. در مجموع اقتصاد ایران در تیر ماه از مرحله شوک شدید و توقف گسترده فعالیت‌ها فاصله گرفته اما هنوز وارد مرحله تثبیت و احیای پایدار نشده است. بهبود برخی مؤلفه‌ها به ویژه تولید و ارائه خدمات در کل اقتصاد، سفارش‌های جدید و فروش علامتی مثبت است؛ اما تداوم انقباض شاخص کل و صنعت کاهش تولید صنعتی افت موجودی مواد اولیه ضعف اشتغال فشار هزینه‌ای و استمرار مشکلات صادراتی نشان می‌دهد که این بهبود همچنان شکننده است.

از این منظر مهم‌ترین ریسک‌های پیش روی اقتصاد در ماه‌های آینده عبارت‌اند از ضعف تقاضای مؤثر محدودیت تأمین مواد اولیه و ارز ناترازی انرژی کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش افزایش هزینه‌های تولید اختلالات تجاری و لجستیکی و نا اطمینانی نسبت به شرایط اقتصادی و سیاسی و تداوم همزمان این عوامل می‌تواند مانع تبدیل بهبود موقت فعالیت‌ها به یک روند پایدار شود.

بنابراین کاهش شدت انقباض در تیر ماه نباید به عنوان بازگشت اقتصاد به مسیر عادی تلقی شود. برای تثبیت روند بهبود، سیاست‌های اقتصادی باید به طور همزمان بر حفظ ظرفیت‌های موجود تولید، تقویت تقاضای مؤثر، تأمین سرمایه در گردش، تسهیل واردات و تخصیص ارز، تأمین پایدار انرژی و کاهش اختلالات تجاری و لجستیکی متمرکز شوند. در این میان مشارکت فعال بخش خصوصی و تشکلهای اقتصادی در طراحی و اجرای سیاست‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا بخش مهمی از محدودیت‌های کنونی ماهیتی عملیاتی و اجرایی دارند.

در نهایت تداوم بهبود در ماه‌های آینده به این بستگی دارد که آیا افزایش نسبی سفارش‌ها و فروش می‌تواند به افزایش تولید اشتغال و سرمایه‌گذاری منجر شود یا خیر. اگر محدودیت‌های سمت عرضه و تقاضا همچنان پابرجا بمانند، هرگونه شوک جدید ارزی، انرژی تجاری یا ژئوپلیتیکی می‌تواند روند شکننده بهبود را معکوس کرده و مجدداً فشار بر تولید اشتغال و سرمایه‌گذاری را افزایش دهد.

صنعت با رقم ۴۷/۳ همچنان پایین‌تر از سطح ۵۰ قرار دارند. اگر چه شدت کاهش اشتغال نسبت به دوره‌های بحرانی گذشته کمتر شده است، بنگاه‌ها همچنان به دلیل ضعف فروش کمبود نقدینگی و نا اطمینانی نسبت به آینده از افزایش جذب نیروی جدید خودداری می‌کنند. تداوم این وضعیت می‌تواند علاوه بر کاهش فرصت‌های شغلی جدید در میان مدت بر منابع بیمه‌ای و توان بنگاه‌ها برای توسعه فعالیت و سرمایه‌گذاری نیز اثر گذار باشد.

ناترازی انرژی و قطعی برق نیز همچنان یکی از مهمترین محدودیت‌های مستقیم تولید است. محدودیت برق کمبود سوخت مورد نیاز ژنراتورها و افزایش هزینه انرژی از یک سو ظرفیت عملیاتی بنگاه‌ها را کاهش داده و از سوی دیگر هزینه تمام شده تولید را افزایش داده است. این فشار در شرایطی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بنگاه‌ها همزمان با ضعف فروش و کمبود نقدینگی مواجه‌اند و امکان انتقال کامل افزایش هزینه‌ها به قیمت فروش را ندارند.

فشار هزینه‌ای در ارقام شاخص نیز به وضوح قابل مشاهده است. شاخص قیمت خرید مواد اولیه صنعت از ۷۳ در خرداد ماه به ۸۰/۴ در تیرماه افزایش یافته است و شاخص قیمت محصولات تولید شده نیز از ۵۷/۹ به ۶۰/۸ رسیده است. بنابراین افزایش هزینه‌های تولید همچنان یکی از عوامل اصلی فشار بر حاشیه سود بنگاه‌هاست.

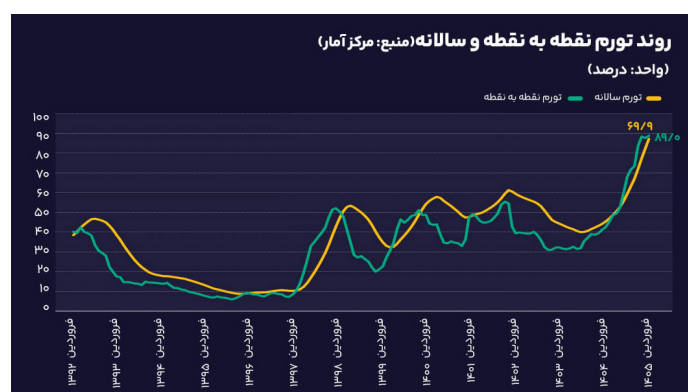
در حوزه تجارت خارجی نیز صادرات هنوز به شرایط عادی بازنگشته است. شاخص صادرات صنعت در تیرماه ۴۵/۷ بوده و اگرچه نسبت به خرداد ماه اندکی بهبود یافته همچنان در محدوده انقباضی قرار دارد. مشکلات بانکی، ارزی، حمل و نقل و لجستیکی، محدودیت در مسیرهای تجاری و تحولات منطقه‌ای بازگشت صادرات به سطح عادی را دشوار کرده‌اند. تداوم این وضعیت علاوه بر کاهش درآمدهای ارزی بنگاه‌ها خطر از دست رفتن تدریجی بازارهای صادراتی و جایگزین شدن تأمین کنندگان رقیب را افزایش می‌دهد.

در مقابل انتظارات تولید در ماه آینده همچنان بالاتر از سطح خنثی قرار دارد. شاخص انتظارات تولید صنعت در تیر ماه ۵۲ و شاخص انتظارات فعالیت اقتصادی کل اقتصاد ۵۴/۹ بوده است. با این حال کاهش انتظارات تولید صنعت نسبت به ۵۴/۹ در خرداد ماه نشان می‌دهد که خوش بینی فعالان صنعتی نسبت به تداوم روند بهبود کاهش یافته و همچنان با احتیاط همراه است. بنابراین انتظارات مثبت موجود را باید بیشتر نشانه امید محتاطانه به تثبیت شرایط دانست تا نشانه اطمینان از آغاز رونق.

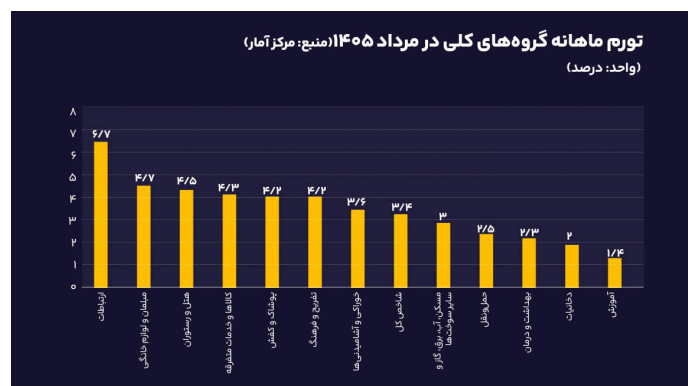


مرکز آمار تورم مرداد ۱۴۰۵ را اعلام کرد؛

۳/۶ درصد به ۳/۷ درصد رسیده که باز هم نمایانگر افزایش تورم است. به همین ترتیب تورم نقطه به نقطه که تغییرات شاخص قیمت مصرف کننده در یک ماه نسبت به ماه مشابه در سال گذشته را اندازه گیری می کند، در مرداد معادل ۸۹ درصد برآورد شده که در مقایسه با تیرماه ۱/۱ واحد درصد بالاتر رفته است. امری که در داده های بانک مرکزی نیز قابل مشاهده است؛ تورم نقطه به نقطه اعلامی بانک مرکزی در شهرها از ۸۳/۹ درصد به ۸۴/۴ درصد افزایش پیدا کرده است. در نهایت نیز متوسط شاخص قیمت مصرف کننده در ۱۲ ماه منتهی به مرداد ۱۴۰۵ یعنی همان تورم سالانه معادل ۶۹/۹ درصد برآورد شده است. این شاخص در تیرماه معادل ۶۶ درصد بوده است. همچنین در این بازه زمانی طبق آمار بانک مرکزی تورم سالانه از ۶۱/۴ درصد به ۶۵/۱ درصد افزایش یافته است.

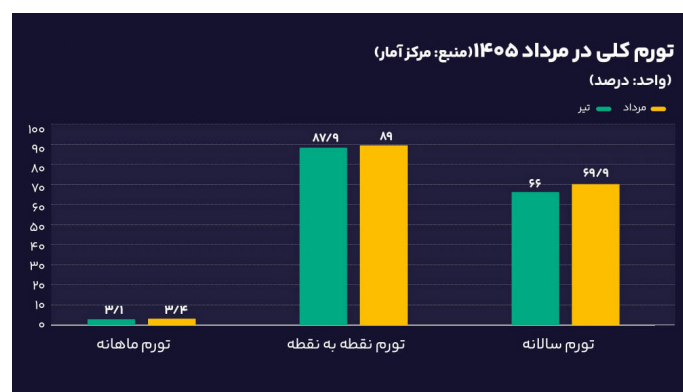


در این بین شاید مقایسه مرداد نسبت به تیر شاید نتواند دید مطلوبی از شرایط کلی تورم ارائه دهد و از همین رو مطالعه و بررسی روند تورم در این زمینه کمک کننده است. اگر داده های تورم را از سال ۱۳۹۲ در نظر بگیریم، تورم نقطه به نقطه و سالانه ای که توسط مرکز آمار در مرداد امسال اعلام شده حاکی از آن است که این شاخص به بالاترین مقدار تاریخی رسیده است. به گواه آمار این تورم حتی از بعد از پایان جنگ جهانی دوم نیز بی سابقه محسوب می شود.



سه شاخص تورمی ماهانه، نقطه به نقطه و سالانه در مرداد امسال نسبت به تیرماه افزایش یافته و همچنین تورم نقطه به نقطه و سالانه به رکوردشکنی ادامه داده اند. موضوعی که نشان از تداوم فشار تورمی در ماه های اخیر داشته و ضرورت اقدام فوری دولت برای کنترل تورم را یادآور می شود.

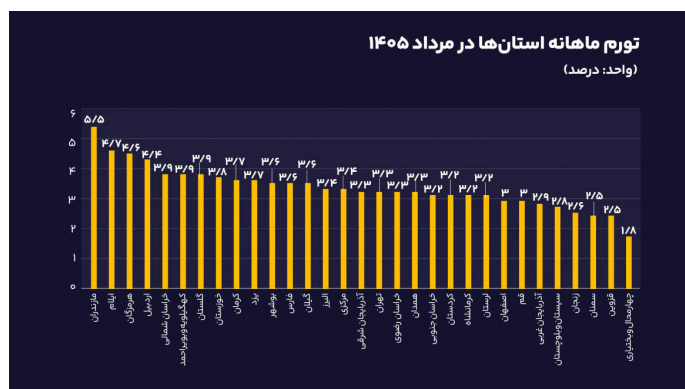
شاید بتوان تورم را مهم ترین شاخص حال حاضر اقتصاد ایران تلقی کرد. ایرانیان صبح و شب و ظهر و عصر مدام در فکر تغییرات قیمت اقلام و کالاهای مختلف و در واقع تامین معیشت درخور برای خود هستند. با این حال اعداد و ارقامی که به خصوص بعد از اصلاحات مربوط به ارز ترجیحی در دی سال ۱۴۰۴ توسط نهادهای آماری از جمله بانک مرکزی و مرکز آمار اعلام شده نشان می دهد که روند تورم افزایشی و اندازه سفره ها کاهشی است. در نتیجه اگر شهروندان ایرانی انتظار کنترل تورم و البته ایجاد محیطی مناسب جهت کسب درآمد و دستمزد را از سیاستگذار دارند، این انتظار نه تنها به حق بلکه کاملاً ضروری است. بنابر نظر کارشناسان کاهش کسری بودجه دولت و کنترل رشد نقدینگی راه حل پایدار بحران تورم در اقتصاد ایران تلقی می شود. کنترل تورم و کشیدن افسار آن بدون مراجعه به اعداد مربوط به این شاخص امری اگر نگوییم ناممکن اما بسیار محال است. از همین رو ارزیابی برآوردهای تورمی و تحلیل روند شاخص ها از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین در این گزارش سعی شده به صورت کلی و البته به شکلی مختصر به جدیدترین داده های تورم که توسط مرکز آمار در مرداد سال ۱۴۰۵ اعلام شده پرداخته شود.



افزایش سه شاخص تورم در مرداد ۱۴۰۵

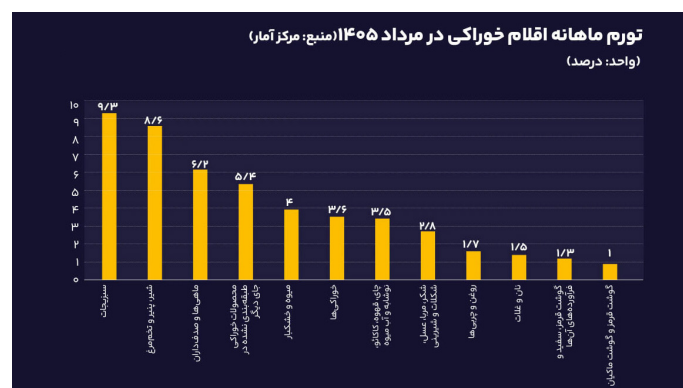
قیمت یک سبد مشخص از کالا و خدمات در مرداد سال جاری ۳/۴ درصد نسبت به تیرماه افزایش یافته است؛ بنابراین به بیان دیگر تورم ماهانه که در تیرماه ۳/۱ درصد بوده، در مرداد به ۳/۴ درصد افزایش یافته است. این شاخص به گواه بانک مرکزی نیز در مناطق شهری از

ثروتمندترین فرد برسیم، کل مردم به ۱۰ گروه تقسیم می‌شوند که به این گروه‌ها دهک گفته می‌شود. در مرداد امسال تورم دهک‌ها مطابق با ماه‌های گذشته در اقشار فقیرتر بیشتر از اقشار برخوردارتر بوده است. به بیان دقیق‌تر تورم ماهانه دهک اول معادل ۳/۹ درصد بوده، در حالی که تورم ماهانه دهک دهم به عنوان ثروتمندترین افراد برابر با ۳/۱ درصد محاسبه شده است. نیروی تورمی که موجب فشار بیشتر تورمی به اقشار فقیرتر شده ناشی از افزایش قیمت‌های خوراکی‌ها است. چرا که خوراکی‌ها اهمیت زیادی در سبد خانوارهای کمتر برخوردار دارند و این افراد وزن بالاتری به خوراکی‌ها در مصرف روزانه خود می‌دهند. همچنین در میان استان‌ها نیز بالاترین تورم ماهانه در مرداد ۱۴۰۵ به مازندران رسیده و رتبه‌های بعدی استان‌های ایلام و هرمزگان هستند. در انتهای جدول تورم استانی نیز چهارمحال و بختیاری، قزوین و سمنان قرار گرفته‌اند. استان تهران نیز در شاخص تورم ماهانه در میانه‌های جدول جای گرفته است.

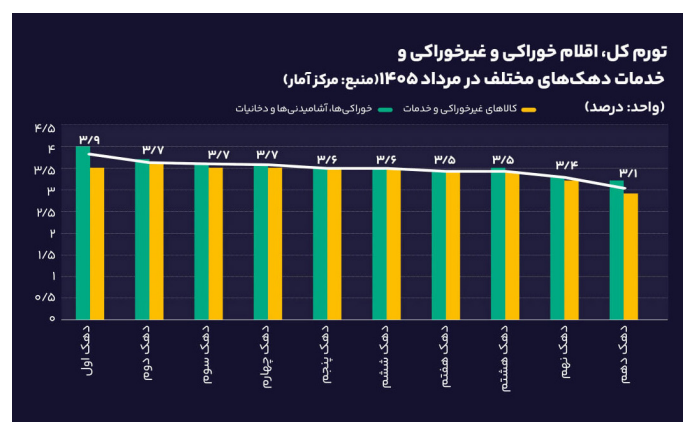


جزئیات تورم مرداد ۱۴۰۵

فارغ از اینکه رقم کلی تورم چه عددی است، آنچه که به ما در رسیدن به ارزیابی دقیق‌تری می‌رساند، اجزای تورم است. برای محاسبه تورم از اقلام و اجزای زیادی استفاده می‌شود که از آن‌ها به عنوان گروه‌های کلی و اصلی یاد می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تورم ماهانه گروه ارتباطات در مرداد ۱۴۰۵ معادل ۶/۷ درصد بوده که بالاترین میزان بین سایر گروه‌ها به حساب می‌آید. بعد از ارتباطات نیز مبلمان و لوازم خانگی و هتل و رستوران بیشترین تورم را تجربه کرده‌اند. در مقابل گروه‌های بهداشت و درمان، آموزش و پایین‌ترین تورم را در مرداد داشته‌اند. آموزش با تورم ماهانه‌ای به میزان ۱/۴ درصد در مرداد کمترین تورم را به خود اختصاص داده است. از طرف دیگر تورم اقلام خوراکی و آشامیدنی نیز بالاتر از تورم ماهانه کل کشور به ثبت رسیده است.



با توجه به اینکه اقلام خوراکی در سفره اقشار آسیب‌پذیر و فقیرتر نقش مهم‌تری دارند، بررسی تورم این اقلام از اهمیت بالایی برخوردار است. تورم ماهانه سبزیجات با رقم ۹/۳ درصد بالاترین تورم را در بین خوراکی‌ها داشته و در مقابل تورم گوشت قرمز و گوشت ماکیان نیز با یک درصد کمترین تورم را در بین خوراکی‌ها تجربه کرده است.



وضعیت تورم در دهک‌ها و استان‌های مختلف

زمانی که از فقیرترین فرد جامعه ۱۰ درصد، ۱۰ درصد جلو برویم و به

تورم تولیدکننده ۱۰۹ درصد شد

به عنوان مواد اولیه، نهاده یا تجهیزات در سایر واحدهای صنعتی مورد استفاده قرار می گیرد. در نتیجه، افزایش قیمت در یک حلقه می تواند هزینه تولید حلقه بعدی را افزایش دهد و فشار قیمتی را در بخش های مختلف صنعت گسترش دهد.

مواد غذایی؛ فشار قیمتی نزدیک به سفره خانوار

در صنایع نزدیک تر به بازار مصرف نیز رشد قیمت ها قابل توجه بوده است. تولید محصولات غذایی با ضریب اهمیت ۹.۸۵ درصد در بهار تورم فصلی ۳۵.۳ درصدی و تورم نقطه به نقطه ۱۳۷.۶ درصدی را ثبت کرده است.

این نرخ نشان می دهد یکی از بخش هایی که ارتباط مستقیم تری با سبد مصرف خانوار دارد، با افزایش شدید قیمت های تولیدکننده مواجه شده است. در چنین شرایطی، میزان انتقال این افزایش به قیمت نهایی به قدرت خرید، وضعیت تقاضا و شرایط رقابتی بازار بستگی خواهد داشت.

مواد شیمیایی؛ موج دوم افزایش هزینه در تولید

در بخش مواد شیمیایی نیز تورم فصلی ۵۵.۳ درصد و تورم نقطه به نقطه ۱۲۹ درصد ثبت شده است. اهمیت این ارقام از آنجا بیشتر می شود که محصولات شیمیایی در بسیاری از صنایع به عنوان مواد اولیه و نهاده تولید مورد استفاده قرار می گیرند.

به این ترتیب، رشد قیمت در این بخش می تواند هزینه تولید سایر صنایع را نیز افزایش دهد. در واقع، فشار قیمتی در صنایع واسطه ای این ظرفیت را دارد که در حلقه های بعدی زنجیره تولید تکرار شود و هزینه تمام شده محصولات مختلف را بالا ببرد.

خودرو هم از موج تورمی در امان نماند

صنعت خودرو نیز از این روند مستثنی نبوده است. تورم نقطه به نقطه تولیدکننده در این بخش به ۹۴.۹ درصد و تورم فصلی به ۴۰.۸ درصد رسیده است.

رشد قیمت در این صنعت نشان می دهد فشار هزینه ای علاوه بر صنایع تولیدکننده مواد اولیه، در بخش هایی که مستقیماً با بازار کالاهای نهایی ارتباط دارند نیز ادامه داشته است. این موضوع می تواند تصمیم بنگاه ها درباره قیمت گذاری، تولید و سرمایه گذاری را تحت تأثیر قرار دهد.

صنعت جلوتر از تورم کل تولیدکننده

در مجموع، شدت رشد قیمت های تولیدکننده در صنعت بالاتر از

تورم تولیدکننده صنعت در بهار ۱۴۰۵ با جهش ۱۰۹ درصدی از مرز ۱۰۰ درصد گذشت؛ جهشی که از تشدید هزینه در کارخانه ها خبر می دهد و می تواند به طور فشار بیشتر بر قیمت کالاها در بازار مصرف ایجاد کند. آمارهای مرکز آمار ایران از شاخص قیمت تولیدکننده در بهار ۱۴۰۵ از تشدید فشار قیمتی در بخش صنعت حکایت دارد؛ به طوری که شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت به ۶۰۵.۳ رسیده و تورم فصلی این بخش ۳۶.۲ درصد، تورم نقطه به نقطه ۱۰۹ درصد و تورم سالانه ۷۰.۹ درصد ثبت شده است. این ارقام در حالی به ثبت رسیده که هر سه شاخص نسبت به فصل قبل افزایش یافته اند و نشان می دهند فشار قیمتی در صنعت هم در مقایسه با سال گذشته و هم در مقیاس فصلی تشدید شده است.

بررسی روند شاخص ها نشان می دهد تورم فصلی صنعت از ۲۷.۱ درصد در زمستان به ۳۶.۲ درصد در بهار رسیده است. تورم نقطه به نقطه نیز از ۶۶.۳ درصد به ۱۰۹ درصد افزایش یافته و تورم سالانه از ۵۱.۸ درصد به ۷۰.۹ درصد رسیده است. بنابراین رشد قیمت های تولیدکننده در صنعت تنها به اثر مقایسه ای با سال گذشته محدود نیست و در خود فصل بهار نیز شتاب گرفته است.

افزایش هزینه تولید؛ سود یا قیمت فروش زیر فشار؟

این وضعیت از منظر تولید اهمیت بیشتری پیدا می کند؛ چراکه افزایش قیمت تولیدکننده در نهایت بنگاه را با دو مسیر مواجه می کند، انتقال بخشی از افزایش هزینه ها به قیمت فروش یا جذب آن از محل حاشیه سود. در شرایطی که امکان افزایش قیمت برای همه بنگاه ها یکسان نیست، بخشی از فشار می تواند به سودآوری تولیدکننده منتقل شود و در ادامه بر سرمایه گذاری، تأمین سرمایه در گردش و توسعه ظرفیت اثر بگذارد. از سوی دیگر، هرچه افزایش قیمت در حلقه های بالادستی گسترده تر شود، امکان انتقال آن به سایر بخش های تولید نیز بیشتر خواهد شد. آمارهای بهار نشان می دهد این اتفاق در برخی صنایع واسطه ای با شدت بالایی رخ داده است.

تورم سنگین در صنایع واسطه ای

تورم نقطه به نقطه تولید در بخش فرآورده های لاستیکی و پلاستیکی به ۱۶۳.۴ درصد، کاغذ و محصولات کاغذی به ۱۳۸.۸ درصد، مواد شیمیایی به ۱۲۹ درصد و تجهیزات برقی به ۱۱۵ درصد رسیده است. این ارقام برای زنجیره تولید اهمیت ویژه ای دارد؛ زیرا محصولات این صنایع صرفاً برای مصرف نهایی تولید نمی شوند و بخشی از آنها

پیام آمار بهار برای تولید

آمارهای بهار ۱۴۰۵ نشان می‌دهد مسئله بخش صنعت صرفاً افزایش قیمت چند محصول یا چند رشته صنعتی نیست. تورم فصلی ۳۶.۲ درصدی، تورم نقطه‌به‌نقطه ۱۰۹ درصدی و تورم سالانه ۷۰.۹ درصدی در کنار رشد قابل توجه قیمت در صنایع غذایی، شیمیایی، پلاستیک و لاستیک، کاغذ، تجهیزات برقی و خودرو، از گسترده شدن فشار قیمتی در زنجیره تولید حکایت دارد.

در این میان، مهم‌ترین متغیر برای ماه‌های آینده نحوه انتقال این فشار خواهد بود؛ اینکه چه میزان از افزایش هزینه‌های تولید به قیمت کالاهای نهایی منتقل می‌شود و چه میزان از آن از محل حاشیه سود تولیدکنندگان و توان سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها جبران خواهد شد. اگر روند رشد قیمت‌های تولیدکننده ادامه پیدا کند، اثر آن می‌تواند هم در قیمت کالاهای نهایی و هم در تصمیم بنگاه‌ها برای تولید و سرمایه‌گذاری نمایان شود. از همین رو، شاخص قیمت تولیدکننده در ماه‌های آینده تنها یک شاخص قیمتی نخواهد بود، بلکه می‌تواند تصویری از وضعیت هزینه، سودآوری و توان تولید بنگاه‌های صنعتی ارائه دهد.



متوسط کل اقتصاد بوده است. تورم فصلی شاخص کل تولیدکننده در بهار ۲۸.۳ درصد ثبت شده، در حالی که این نرخ در بخش صنعت ۳۶.۲ درصد بوده است.

همچنین تورم نقطه‌به‌نقطه صنعت با ثبت ۱۰۹ درصد از تورم ۹۸.۹ درصدی شاخص کل تولیدکننده فراتر رفته است. این اختلاف نشان می‌دهد صنعت در بهار نه تنها با افزایش قیمت مواجه بوده، بلکه سرعت افزایش قیمت‌ها در این بخش از متوسط شاخص کل تولیدکننده بیشتر بوده است.

بازار چقدر از افزایش هزینه را می‌پذیرد؟

با وجود این، تورم بالای تولیدکننده به تنهایی به معنای افزایش معادل قیمت مصرف‌کننده نیست. میزان انتقال هزینه به بازار نهایی به عواملی مانند قدرت خرید، کشش تقاضا، رقابت میان تولیدکنندگان و قدرت قیمت‌گذاری بنگاه‌ها بستگی دارد.

اگر بازار توان پذیرش افزایش قیمت را داشته باشد، بخشی از فشار هزینه‌ای به مصرف‌کننده منتقل می‌شود؛ اما اگر تقاضا توان همراهی با قیمت‌های جدید را نداشته باشد، فشار بیشتری بر حاشیه سود تولیدکننده وارد خواهد شد.

در این شرایط، بنگاه میان افزایش قیمت فروش و حفظ سهم بازار از یک سو و کاهش حاشیه سود از سوی دیگر قرار می‌گیرد. ادامه این وضعیت می‌تواند توان بنگاه برای تأمین سرمایه در گردش، تعمیر و نگهداری تجهیزات و اجرای طرح‌های توسعه‌ای را محدود کند.

خطر انتقال تورم از قیمت به تولید

در سناریوی دوم، یعنی زمانی که تولیدکننده امکان انتقال کامل افزایش هزینه‌ها به قیمت فروش را نداشته باشد، پیامدهای تورم تولیدکننده می‌تواند از حوزه قیمت فراتر برود. کاهش سودآوری ممکن است سرمایه‌گذاری را به تأخیر بیندازد و در صورت تداوم فشار هزینه‌ای، ظرفیت تولید نیز تحت تأثیر قرار گیرد.

به این ترتیب، تورم تولیدکننده می‌تواند ابتدا هزینه بنگاه را افزایش دهد، سپس قیمت فروش را تحت فشار قرار دهد و در صورت محدود بودن قدرت خرید، بخشی از این فشار را به حاشیه سود و سرمایه‌گذاری منتقل کند. در نهایت، اگر کاهش تولید یا سرمایه‌گذاری رخ دهد، سمت عرضه نیز می‌تواند تحت تأثیر قرار گرفته و زمینه برای فشار قیمتی فراهم شود. تورم تولیدکننده می‌تواند ابتدا هزینه بنگاه را افزایش دهد، سپس قیمت فروش را تحت فشار قرار دهد و در صورت محدود بودن قدرت خرید، بخشی از این فشار را به حاشیه سود و سرمایه‌گذاری منتقل کند. در نهایت، اگر کاهش تولید یا سرمایه‌گذاری رخ دهد، سمت عرضه نیز می‌تواند تحت تأثیر قرار گرفته و زمینه برای تداوم فشار قیمتی فراهم شود.

اثر جنگ بر اقتصاد ایران و جهان

هرمز از ۱۳۰ کشتی به حدود ۱۵ کشتی در روز کاهش پیدا کرده است و دولت‌های گروه هفت تاکنون حدود ۱۶ میلیارد دلار هزینه اضافی بابت تامین مالی بدهی‌های دولتی خود به خاطر جنگ متحمل شده‌اند. علاوه بر این، تورم و نرخ ارز و بیکاری در ایران با افزایش روبه‌رو شده و پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول برای رشد اقتصادی ایران در سال جاری منفی ۵/۴ درصد بوده است.

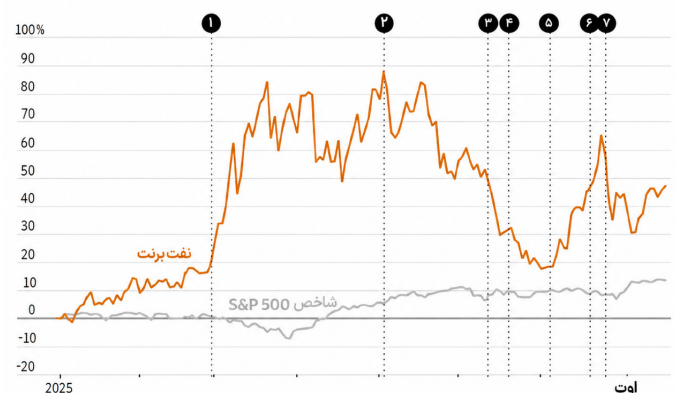
تنها چند ساعت بعد از آغاز جنگ بود که پهنادهای ایرانی به دبی اصابت کردند. حملات ایران، نخستین ضربه‌ها را به شهرت این امیرنشین به‌عنوان پناهگاهی با ثبات در خاورمیانه وارد کرد. دامنه درگیری‌ها به سرعت گسترش یافت؛ جنگ در سراسر منطقه امتداد پیدا کرد و برخی مدعی شدند پایگاه‌های آمریکا حتی در نقاط دوردستی مانند دیپ‌گو گارسیا هدف قرار گرفته‌اند. به گزارش وال‌استریت ژورنال، بسته شدن تنگه هرمز، در عمل به تهران یک «کلید خاموش» برای جریان جهانی انرژی داد و جنگ را به نبردی برای برتری در این آبراه تبدیل کرد. بر اساس داده‌های شرکت‌های ردیابی کشتی، تردد روزانه از تنگه هرمز که پیش از جنگ به‌طور میانگین حدود ۱۳۰ کشتی بود، در ماه اوت به میانگین روزانه ۱۵ کشتی سقوط کرده است. حملات ایران و محاصره بنادر ایران از سوی آمریکا عامل این کاهش بوده‌اند. هر دو طرف تلاش کرده‌اند مسیرهای جدیدی را در این تنگه بین‌المللی ایجاد کنند؛ ایران مسیری را نزدیک به ساحل خود و آمریکا نیز مسیری را از کانالی در نزدیکی ساحل عمان پیشنهاد کرده است؛ جایی که بخش عمده حملات در آن رخ داده است.

فشار اقتصادی و تغییر رویکرد ایران

اگر چه توان نظامی ایران در جریان جنگ آسیب دید، اما بخش عمده‌ای از آن بازیابی شد. آمریکا پیش از آتش‌بس ۸ آوریل بیش از ۱۳ هزار هدف را در ایران مورد حمله قرار داد و به بخشی از نیروی دریایی ایران صدمه زد؛ ناوگان قایق‌های تندرو، پهپادها و موشک‌های ایران همچنان فعال هستند. درحالی‌که دونالد ترامپ مدعی نابودی کامل توان نظامی ایران و کاهش شدید ذخایر موشکی این کشور شده، شواهد از تطبیق نیروهای ایرانی با شرایط جدید حکایت دارد. مقام‌های آمریکایی نیز گفته‌اند موشک‌های بالستیک ایران اکنون سریع‌تر و دارای قابلیت مانور بیشتری هستند. ایران همچنین از دوره آتش‌بس برای جابه‌جایی تجهیزات و سازمان‌دهی نیروهای خود استفاده کرده است. از سوی دیگر، ایران موضعی تهاجمی‌تر اتخاذ کرده است.

۶ ماه پس از آغاز تهاجم علیه ایران، منطقه و جهان با پیامدهای اقتصادی گسترده‌ای روبه‌رو شده‌اند. در ایران، اقتصاد با تورم نقطه به نقطه ۸۹ درصد، رشد نرخ ارز به حدود ۲۰۰ هزار تومان، ریزش آمار اشتغال و پیش‌بینی رشد منفی ۵.۴ درصد اقتصاد مواجه است. صادرات نفت و میعانات نیز در پی محاصره آمریکا از بیش از ۲.۲ میلیون بشکه در روز در فوریه به کمتر از ۵۰۰ هزار بشکه در ماه‌های اخیر رسیده است؛ هر چند آمار دقیقی از صادرات نفت در هفته‌های اخیر وجود ندارد. در سوی دیگر، جنگ برای آمریکا نیز تاکنون دست‌کم ۳۷.۵ میلیارد دلار هزینه داشته و هزینه‌های نظامی را افزایش داده است. در سطح جهانی، قیمت نفت برخلاف پیش‌بینی‌ها از ۱۵ دلار عبور نکرد، اما هزینه حمل‌ونقل، بیمه و انرژی افزایش یافت و تورم جهانی را تشدید کرد. این درگیری نظامی، همچنین هزینه تامین مالی دولت‌های گروه هفت را تاکنون حدود ۱۶ میلیارد دلار افزایش داده است.

تغییرات بازار سهام آمریکا و قیمت نفت در شش ماه گذشته



- ۱ ۲۸ فوریه: آغاز جنگ
- ۲ ۴ مه: پروژه آزادی، تلاش نافرجام ایالات متحده برای بازگشایی تنگه هرمز، آغاز شد
- ۳ ۱۷ ژوئن: امضای تفاهم‌نامه در ورسای
- ۴ ۲۰ ژوئیه: ترامپ در تروت سوشال اعلام کرد: «به یک توافق قطعی بسیار نزدیک شده‌ایم»
- ۵ ۲۰ ژوئیه: حوثی‌ها محاصره دریایی عربستان سعودی در دریای سرخ را اعلام کردند
- ۶ ۲۴ ژوئیه: ترامپ طرح‌هایی را برای تشدید حملات علیه ایران ارائه کرد
- ۷ ۲۴ اوت: ایالات متحده «دی دی (D-Day)» اقتصادی را با هدف قرار دادن ایران و کشورهای حامی آن اعلام کرد

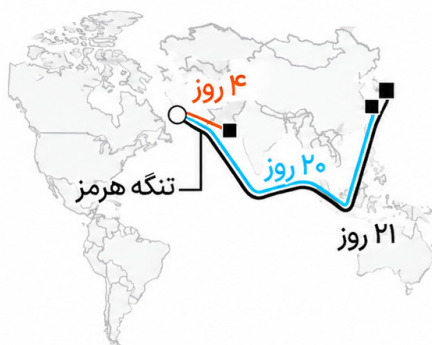
از ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۹ شهریور ۱۴۰۵، ایران و تمام کشورهای منطقه، درگیر جنگی بودند که با حمله مشترک آمریکا و اسرائیل به ایران آغاز شد. این جنگ پیامدهای اقتصادی گسترده‌ای را بر کشورهای منطقه و ایران تحمیل کرد اما این پیامدها از منطقه فراتر رفت و بر بازارهای جهانی انرژی و تامین مالی اثر گذاشت. ایران اعلام کرد تنگه هرمز مسدود است و حدود ۲۰ درصد از عرضه نفت جهان با اختلال مواجه شد، همچنین آمریکا با محاصره دریایی تلاش کرد ایران را تحت فشار قرار دهد. براساس داده‌ها اکنون تعداد کشتی‌های خروجی از تنگه

«کپلر»، چین از ابتدای ماه اوت تاکنون روزانه بیش از ۵۰۰ هزار بشکه نفت از ایران وارد کرده است. تعداد شاغلان کشور نسبت به بهار سال گذشته حدود ۴۵۰ هزار نفر کاهش یافته، نرخ بیکاری با رشد ۱/۸ واحد درصدی به ۹/۱ درصد رسیده و به بالاترین سطح چهار سال اخیر صعود کرده است.

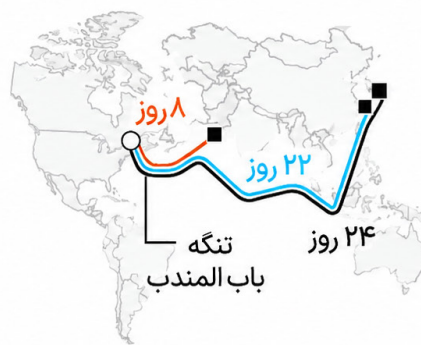
همزمان، اقتصاد ایران ضربه سنگینی خورده است. طبق اعلام مرکز آمار، تورم نقطه به نقطه به سطح ۸۹ درصد رسیده است و صندوق بین‌المللی پول رشد منفی ۵/۴ درصدی برای اقتصاد ایران پیش‌بینی می‌کند. صادرات نفت خام و میعانات نیز در جریان محاصره آمریکا از بیش از ۲/۲ میلیون بشکه در روز در فوریه به حدود ۲۸۰ هزار بشکه در روز در ماه مه سقوط کرده است. بر اساس داده‌های شرکت اطلاعاتی

تغییر مسیر کشتی‌ها بر اثر جنگ

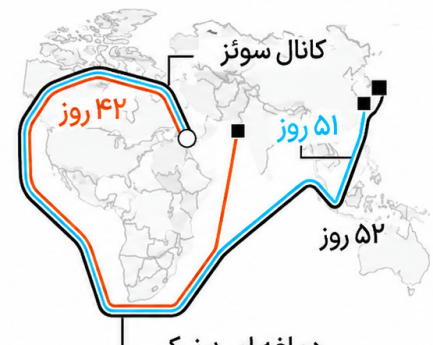
مقصد ■ مبدا ○



قبل از جنگ



بعد از بسته شدن تنگه هرمز



بعد از تهدید شدن باب المندب

بازآرایی تجارت جهانی

جنگ ساختار تجارت و اقتصاد جهانی را نیز تحت‌تاثیر قرار داده است. برخلاف پیش‌بینی‌های اولیه، قیمت نفت از ۱۵۰ دلار در هر بشکه عبور نکرده و اکنون در محدوده بالای ۸۰ دلار قرار دارد؛ زیرا مسیرهای جایگزین انتقال نفت از خلیج فارس و کاهش واردات چین بخشی از اثر بسته شدن تنگه هرمز را خنثی کرده است. با این حال، هزینه حمل‌ونقل به‌شدت افزایش یافته و هزینه حرکت یک نفتکش بسیار بزرگ از خلیج فارس به چین به بیش از ۵۰۰ هزار دلار در روز رسیده است. افزایش هزینه‌های بیمه و کاهش تمایل شرکت‌های کشتیرانی به حرکت در مسیرهای پرخطر، از عوامل اصلی این جهش بوده‌اند. از سوی دیگر، مسیرهای دریایی طولانی‌تر شده‌اند. بسته شدن تنگه هرمز و تحولات دریای سرخ، شرکت‌های کشتیرانی را وادار کرده است مسیرهای جایگزین و طولانی‌تری را انتخاب کنند و در برخی موارد زمان انتقال محموله به آسیا حدود ۳۰ روز افزایش یافته است. نفت عربستان نیز در مراحل مختلف جنگ برای رسیدن به بنادر هند، چین و کره جنوبی مجبور به تغییر مسیر شده است.

این تحولات، کشورهای تولیدکننده انرژی خلیج فارس را به بازطراحی نقشه لجستیک منطقه واداشته است. امارات متحده عربی، کویت

افزایش هزینه‌های جنگ برای آمریکا

جنگ برای آمریکا نیز هزینه‌های مالی و نظامی قابل‌توجهی به همراه داشته است. پیت هگست، وزیر دفاع آمریکا، پیش از آخرین موج حملات در اوت، هزینه جنگ را ۳۷/۵ میلیارد دلار برآورد کرد. در عین حال، پایگاه‌های آمریکا در خلیج فارس که پیش‌تر به‌عنوان سپر نظامی واشنگتن عمل می‌کردند، اکنون خود به اهدافی آسیب‌پذیر تبدیل شده‌اند. حملات ایران به تاسیسات آمریکایی، از جمله حمله پهپادی به یک برج ارتباطات ماهواره‌ای آمریکا در بحرین، و خسارت به پایگاه دریایی آمریکا در این کشور، واشنگتن را واداشته است حضور نظامی خود را در منطقه بازنگری کند. پیش از جنگ نیز مقام‌های نظامی درباره آسیب‌پذیری پایگاه‌های آمریکا در خلیج فارس هشدار داده بودند. آمریکا همچنین به‌سرعت ذخایر نفتی خود را مصرف کرده و ذخایر نفت خام در ذخیره استراتژیک نفت به پایین‌ترین سطح از دهه ۱۹۸۰ رسیده است. از نظر سیاسی نیز حمایت داخلی از جنگ کاهش یافته و بر اساس نظرسنجی فاکس‌نیوز، میزان حمایت رأی‌دهندگان ثبت‌نام‌شده از اقدام نظامی از ۵۰ درصد در پایان فوریه به ۴۳ درصد در اواسط ژوئیه کاهش یافته است. در این جنگ حدود ۱۸ نیروی نظامی آمریکا کشته و صدها نفر زخمی شده‌اند.

اسید سولفوریک نیز افزایش یافته است. این ماده در تولید مواد غذایی، فلزات، کاغذ، تراشه‌های رایانه‌ای و تصفیه آب نقش مهمی دارد. عرضه نفتا نیز، که ماده اولیه تولید پلاستیک، حلال‌ها و رنگ‌هاست، تحت فشار قرار گرفته است. پیامد کمبود نفتا حتی به صنایع مصرفی نیز رسیده و شرکت ژاپنی تولید کننده تنقلات «کالبی» اعلام کرده به دلیل این کمبود، ممکن است بسته‌بندی برخی از محبوب‌ترین چیپس‌های سیب‌زمینی خود را به رنگ سیاه‌وسفید تغییر دهد.

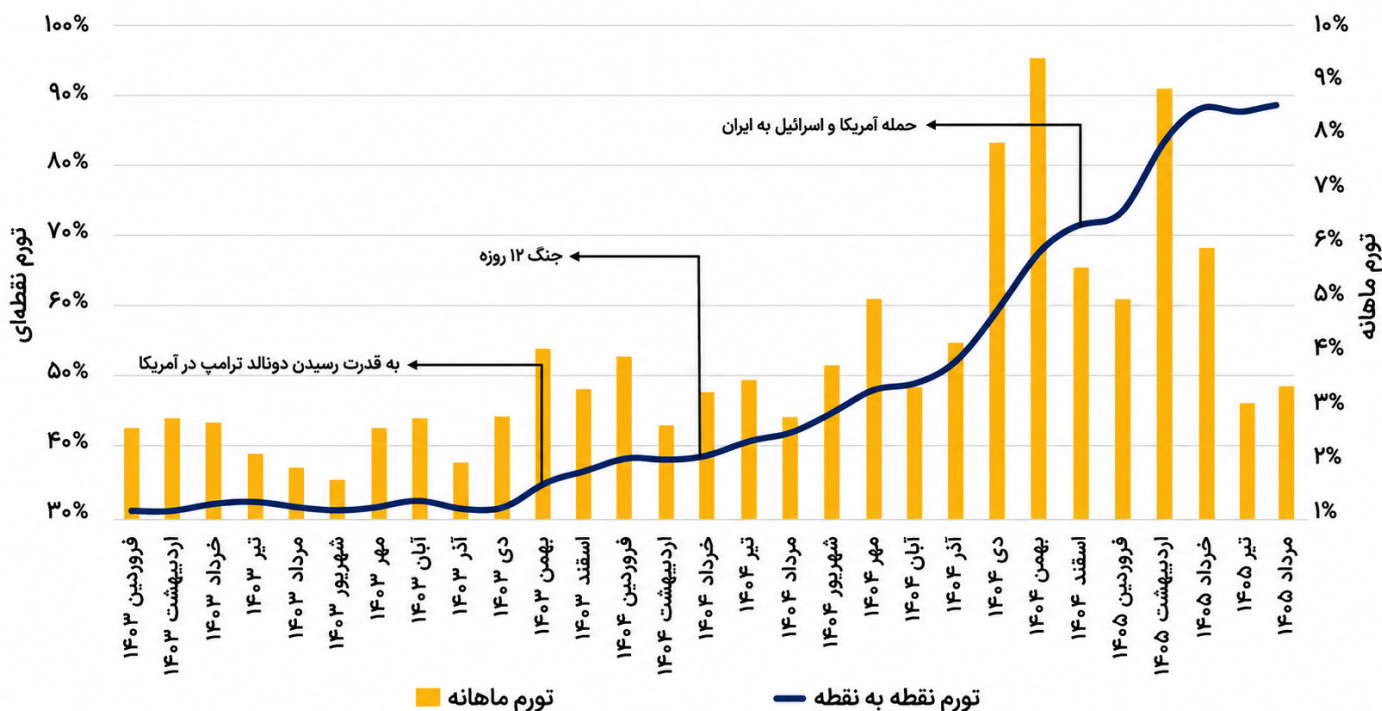
این تحولات نشان می‌دهد اثر جنگ از بازار نفت فراتر رفته و به بخش‌هایی از اقتصاد جهانی سرایت کرده که در نگاه نخست ارتباط مستقیمی با خلیج فارس ندارند. در عرصه ژئوپلیتیک نیز جنگ به شکل‌گیری ائتلاف‌های جدید منجر شده است. متحدان آمریکا، یعنی ترکیه، عربستان سعودی و پاکستان، اوایل اوت یک پیمان دفاع جمعی امضا کردند. این اقدام تا حد زیادی بازتاب نگرانی این کشورها درباره میزان قابلیت اتکای چتر امنیتی آمریکا بود. همزمان، رقبای آمریکا از شرایط جنگی سود بردند. روسیه در اوج جنگ، به لطف افزایش قیمت نفت و معافیت موقت از تحریم‌های نفتی آمریکا، درآمد قابل‌توجهی به دست آورد. بر اساس گفته مقام‌های اتحادیه اروپا، درآمد ماهانه روسیه در این دوره به ۱۲/۷ میلیارد دلار رسید، هرچند معافیت موقت از تحریم‌های نفتی آمریکا در ژوئن پایان یافت.

و عراق میلیارد‌ها دلار در خطوط لوله جدید سرمایه‌گذاری می‌کنند تا وابستگی خود به مسیرهای دریایی پرخطر را کاهش دهند. همزمان، تجارت منطقه به سمت ترکیبی از حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی و استفاده از بنادر جدید حرکت می‌کند. به این ترتیب، جنگ تنها باعث اختلال موقت در جریان انرژی نشده، بلکه می‌تواند مسیرهای انتقال نفت و تجارت منطقه‌ای را در بلندمدت نیز تغییر دهد.

شوک جنگ همچنین فشار تورمی تازه‌ای بر اقتصاد جهانی وارد کرده است. افزایش قیمت نفت، گاز، کودهای شیمیایی و هزینه‌های حمل‌ونقل، بیش از همه به اقتصادهای واردکننده انرژی در اروپا و آسیا آسیب زده است. صندوق بین‌المللی پول اکنون انتظار دارد تورم جهانی در سال جاری از ۴/۱ درصد در سال ۲۰۲۵ به ۴/۷ درصد برسد. این تغییر روند نزولی تورم جهانی از سال ۲۰۲۴ را متوقف کرده است. این وضعیت بانک‌های مرکزی را نیز با مشکل جدیدی روبه‌رو کرده، زیرا افزایش قیمت انرژی و مواد اولیه، استدلالی برای احتیاط بیشتر در کاهش نرخ‌های بهره ایجاد کرده است.

دامنه اثرات جنگ به بازار مواد اولیه نیز کشیده شده است. اختلال در تولید و عرضه هلیوم در قطر، قیمت این ماده را افزایش داده است؛ ماده‌ای که برای تولید نیمه‌رساناهای مورد استفاده در صنعت هوش مصنوعی و همچنین دستگاه‌های تصویربرداری MRI اهمیت دارد. قیمت

تورم نقطه به نقطه و ماهانه از سال ۱۴۰۳



اثر جنگ بر تامین مالی دولت‌های گروه هفت

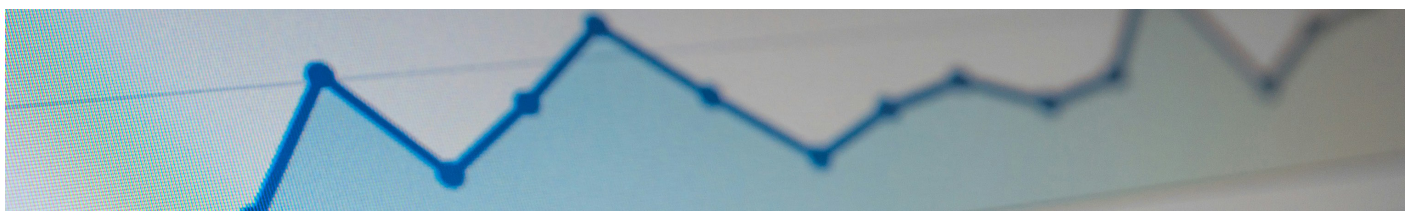
افزایش بازدهی اوراق بدهی دولت‌های بزرگ جهان از زمان آغاز جنگ آمریکا علیه ایران در ماه فوریه، هزینه تامین مالی کشورهای عضو گروه هفت را ده‌ها میلیارد دلار افزایش داده است. این روند در شرایطی رخ داده که بسیاری از دولت‌های بزرگ با کسری بودجه، بدهی‌های سنگین و فشار فزاینده برای افزایش هزینه‌های عمومی روبه‌رو هستند. پیامدهای اقتصادی جنگ، از افزایش هزینه انرژی تا تشدید نگرانی‌های تورمی، فشار مضاعفی بر بازارهای بدهی وارد کرده است. براساس گزارش فایننشال تایمز، بررسی اطلاعات مربوط به انتشار اوراق بدهی دولت‌های گروه هفت نشان می‌دهد این کشورها تاکنون حدود ۱۶ میلیارد دلار هزینه اضافی بابت تامین مالی بدهی‌های دولتی خود متحمل شده‌اند.

اگر افزایش نرخ‌های بهره ادامه پیدا کند، این رقم می‌تواند تا پایان فصل نخست سال آینده به حدود ۳۴ میلیارد دلار برسد. این محاسبه، هزینه واقعی استقراض دولت‌ها را با نرخ‌هایی که پیش از آغاز جنگ وجود داشت مقایسه کرده است. تقریباً همه اوراق بدهی دولت‌های گروه هفت در سررسیدهای مختلف، اکنون با نرخ‌های بالاتری نسبت به ماه فوریه معامله می‌شوند. این موضوع به آن معناست که دولت‌ها برای تامین مالی بدهی‌های جدید خود باید بهره بیشتری بپردازند. اگرچه رقم افزایش هزینه‌ها در مقایسه با کل مخارج عمومی این کشورها چندان بزرگ نیست، اما در شرایطی که تراز مالی دولت‌ها از پیش تحت فشار قرار دارد، می‌تواند مشکلات بودجه‌ای را تشدید کند.

بیشترین سهم از افزایش هزینه‌ها مربوط به آمریکا است. برآوردها نشان می‌دهد دولت این کشور تاکنون حدود ۱۰/۶ میلیارد دلار هزینه اضافی بابت افزایش نرخ‌های بهره پرداخت کرده است. دلیل اصلی آن نیز اندازه بسیار بزرگ اقتصاد آمریکا و حجم عظیم بازار بدهی این کشور است. در صورتی که نرخ‌های فعلی تا پایان فصل نخست سال ۲۰۲۷ ادامه پیدا کند، هزینه اضافی تامین مالی دولت آمریکا می‌تواند حدود ۲۱/۷ میلیارد دلار دیگر افزایش یابد. افزایش نرخ سود اوراق خزانه آمریکا در هفته‌های اخیر در حالی ادامه یافته که نگرانی سرمایه‌گذاران درباره رشد بدهی عمومی این کشور بیشتر شده است. همزمان، نگرانی درباره افزایش تورم ناشی از جنگ آمریکا علیه ایران نیز بر بازارها اثر گذاشته است. تلاش دولت آمریکا برای مهار نرخ‌های بهره از طریق افزایش خرید

اوراق بلندمدت تاکنون نتوانسته این روند را به طور کامل متوقف کند. پیامدهای جنگ تنها به آمریکا محدود نمانده است. کشورهایمانند بریتانیا، ایتالیا، آلمان و ژاپن که وابستگی بیشتری به واردات انرژی دارند، از بحران ایجاد شده در بازار انرژی آسیب دیده‌اند. بسته شدن تنگه هرمز و اختلال در مسیر انتقال انرژی، انتظارات تورمی را افزایش داده و همین مساله فشار بیشتری بر نرخ بهره و بازار اوراق بدهی وارد کرده است. از سوی دیگر، افزایش هزینه استقراض در شرایطی رخ داده که دولت‌های بزرگ همزمان با نیازهای بیشتری برای هزینه‌کرد مواجه هستند. افزایش هزینه‌های دفاعی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، حمایت‌های اجتماعی ناشی از تغییرات جمعیتی و هزینه‌های مربوط به گذار انرژی، همگی منابع مالی بیشتری طلب می‌کنند. در چنین شرایطی، افزایش نرخ بهره می‌تواند کاهش کسری بودجه را دشوارتر کند. اقتصاددانان همچنین نسبت به پیامدهای این وضعیت برای بازارهای سهام و اعتباری هشدار داده‌اند. افزایش بازدهی اوراق دولتی، جذابیت سرمایه‌گذاری در سهام را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر هزینه تامین مالی شرکت‌ها را بالا می‌برد. در نتیجه، افزایش نرخ بهره می‌تواند به سودآوری شرکت‌ها و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی فشار وارد کند. در آمریکا این اثر می‌تواند جدی‌تر باشد. افزایش هزینه وام‌گیری خانوارها و شرکت‌ها در حال تبدیل شدن به مانعی برای فعالیت اقتصادی است.

بازار مسکن نیز تحت تاثیر نرخ‌های بالاتر وام قرار گرفته و در صورت ادامه افزایش بازدهی اوراق، هزینه دریافت وام مسکن می‌تواند دوباره افزایش یابد. بخشی از فشار موجود بر بازار بدهی به تغییر ساختار تقاضا برای سرمایه در اقتصاد جهانی مربوط می‌شود. دولت‌ها برای تامین هزینه‌های دفاعی و زیرساختی به منابع بیشتری نیاز دارند و همزمان سرمایه‌گذاری گسترده در فناوری‌های جدید نیز منابع مالی قابل توجهی جذب می‌کند. در نتیجه، دولت‌ها برای تامین مالی با رقابت بیشتری بر سر پس‌اندازها و سرمایه‌های موجود مواجه شده‌اند. با این حال، برخی اقتصاددانان معتقدند افزایش نرخ‌های بهره لزوماً به معنای آغاز یک دوره بلندمدت نرخ‌های بالا نیست. اگر رشد اقتصادی در کشورهای بزرگ همچنان مناسب باقی بماند، نسبت هزینه بدهی به اندازه اقتصاد می‌تواند قابل مدیریت باشد. با این حال، ادامه جنگ و پیامدهای آن برای انرژی و تورم می‌تواند این محاسبات را تغییر دهد.



تازه‌ترین گزارش اتاق بازرگانی ایران از قرار گرفتن شرایط فعالیت اقتصادی در نامساعدترین سطح ۸ سال اخیر حکایت دارد

محیط جنگ‌زده کسب‌وکارها

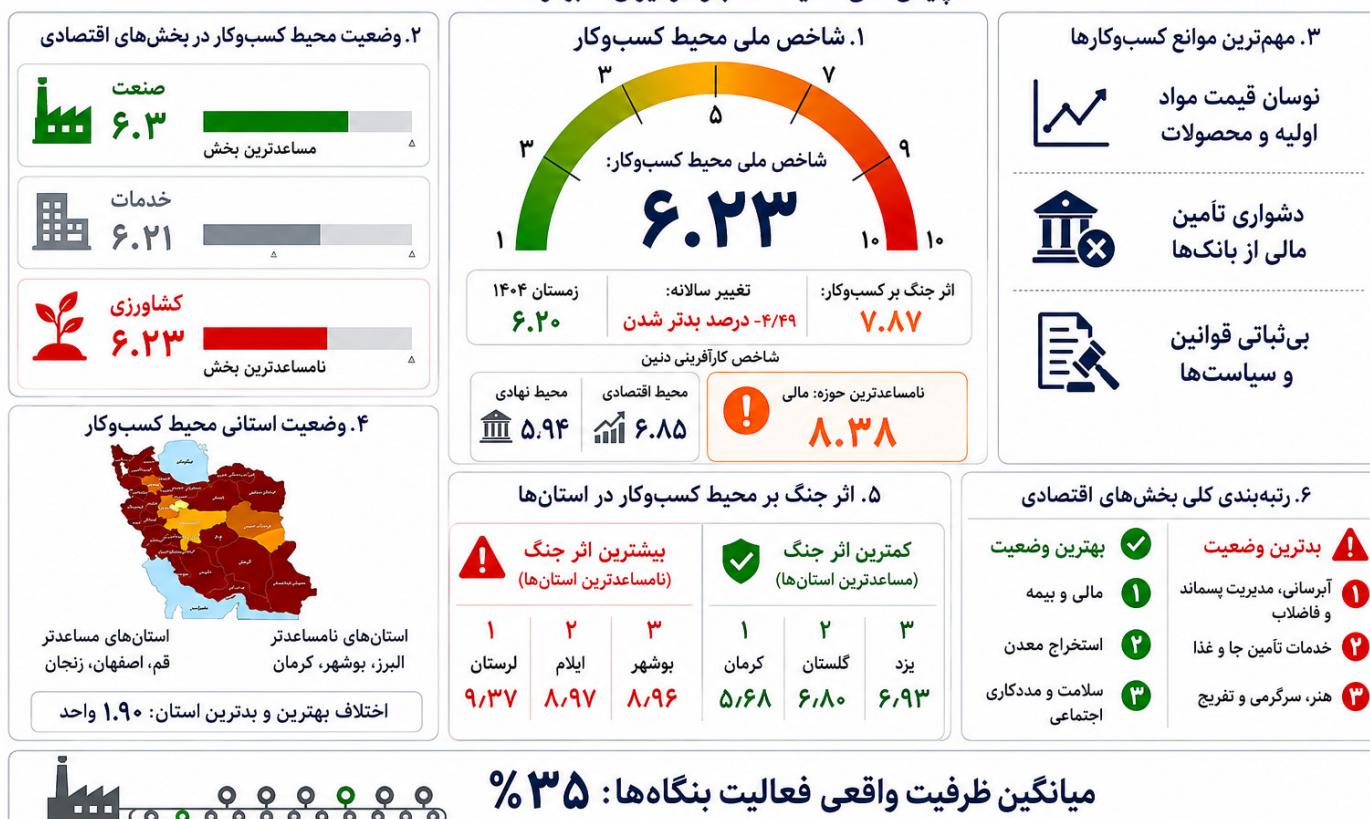
فاطمه صالحی

بر کسب‌وکارها در سطح بالایی قرار گرفته و نشان می‌دهد شوک‌های بیرونی، بر مشکلات موجود افزوده‌اند. تجربه استان‌ها نیز یکسان نبوده است؛ قم، اصفهان و زنجان بهترین وضعیت را ثبت کرده‌اند؛ درحالی‌که ایلام، کهگیلویه و بویراحمد و هرمزگان در رتبه‌های پایین‌تر قرار گرفته‌اند. ظرفیت واقعی فعالیت بنگاه‌ها نیز تنها ۳۵ درصد گزارش شده که نشانه‌ای از خاموش ماندن بخشی از توان اقتصاد در پی افزایش ریسک و موانع محیطی است. گزارش تاکید می‌کند بهبود این شرایط، به ثبات سیاستی و کاهش نااطمینانی وابسته است.

فضای کسب‌وکار ایران در بهار ۱۴۰۵ به نامساعدترین سطح هشت سال اخیر، پس از پایان دوره برجام رسید. ثبت عدد ۶.۲۳ برای این شاخص، از تشدید نااطمینانی و دشوارتر شدن مسیر فعالیت اقتصادی بنگاه‌ها حکایت دارد. تازه‌ترین گزارش پایش ملی محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد فشار بر فعالان اقتصادی حاصل ترکیبی از نوسان قیمت‌ها، دشواری تامین مالی و تغییرات مقرراتی است؛ عواملی که امکان برنامه‌ریزی برای تولید و سرمایه‌گذاری را محدود کرده‌اند. همزمان، اثرگذاری جنگ

محیط کسب‌وکار در وضعیت هشدار

پایش ملی محیط کسب‌وکار ایران - بهار ۱۴۰۵



شاخص محیط کسب‌وکار این بخش از ۶/۱۷ در زمستان به ۶/۱۳ در بهار کاهش یافته و به این ترتیب تنها بخش اصلی اقتصاد بوده که نسبت به فصل قبل اندکی بهبود داشته است. با این حال، این کاهش نباید به معنای خروج صنعت از مشکلات تعبیر شود؛ زیرا شاخص صنعت همچنان نسبت به ۵/۸۸ در بهار سال گذشته بالاتر است. این تفاوت میان عملکرد فصلی و سالانه صنعت نکته مهمی را نشان می‌دهد. بهبود صنعت در بهار بیشتر به معنای کاهش بخشی از فشار نسبت به زمستان است، نه بازگشت به شرایط مناسب. وقتی شاخص یک بخش نسبت به فصل قبل اندکی پایین می‌آید، اما هنوز از سطح سال گذشته بالاتر است، نمی‌توان از تغییر روند سخن گفت. صنعت همچنان با مجموعه‌ای از محدودیت‌های مالی، انرژی، مواد اولیه و سیاستی دست‌وپنجه نرم می‌کند و کاهش محدود شاخص بیشتر به معنای توقف بخشی از روند نزولی است.

دو مسیر متفاوت کشاورزی و صنعت

تفکیک شاخص میان سه بخش اصلی اقتصاد نشان می‌دهد فشار محیط کسب‌وکار به شکل یکسان بر همه بخش‌ها توزیع نشده است. در بهار ۱۴۰۵، شاخص بخش کشاورزی ۶/۲۳ بوده که نسبت به ۶/۰۳ در زمستان افزایش یافته است. کشاورزی از این منظر نامساعدترین وضعیت را در میان سه بخش اصلی اقتصاد داشته و فاصله آن با شرایط بهار سال قبل نیز بیشتر شده است. در بخش خدمات نیز شاخص به ۶/۲۱ رسیده است؛ درحالی‌که این رقم در زمستان ۶/۱۱ بود.

بنابراین خدمات در فصل مورد بررسی با وخامت شرایط مواجه شده و از نظر تغییر سالانه نیز افزایش شاخص آن از دو بخش دیگر بیشتر بوده است. اما صنعت مسیر متفاوتی را طی کرده است.

نقشه استانی محیط کسب و کار

تفاوت میان استان‌ها نیز در این گزارش قابل توجه است. قم با شاخص ۴/۷۸ بهترین وضعیت محیط کسب و کار را در میان استان‌ها داشته و نسبت به زمستان ۱۴۰۴ نیز جهشی قابل توجه ثبت کرده است. پس از قم، اصفهان با ۵/۶۲ و زنجان با ۵/۸۷ در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفته‌اند. در نقطه مقابل، ایلام با ۶/۶۹ نامساعدترین وضعیت را داشته است. پس از آن کهگیلویه و بویراحمد با ۶/۶۳ و هرمزگان با ۶/۶۱ قرار دارند.

فاصله میان قم و ایلام به ۱/۹۱ واحد می‌رسد؛ فاصله‌ای که نشان می‌دهد تجربه بنگاه‌ها در نقاط مختلف کشور یکسان نیست. البته بخشی از این تفاوت می‌تواند به ساختار اقتصادی، نوع فعالیت غالب، زیرساخت‌ها و اندازه بازار هر استان مربوط باشد، اما همین پراکندگی نشان می‌دهد سیاست بهبود محیط کسب و کار را نمی‌توان با یک نسخه یکسان برای کل کشور دنبال کرد. در این میان، حدود ۴۸ درصد استان‌ها شاخصی بهتر از میانگین ملی داشته‌اند. بنابراین اگرچه مساله محیط کسب و کار یک مشکل عمومی است، شدت آن در مناطق مختلف تفاوت دارد و سیاستگذار باید علاوه بر اصلاحات ملی، به موانع منطقه‌ای نیز توجه کند.

پایتخت عقب‌تر از میانگین

تهران نیز برخلاف تصور رایج از مزیت‌های ناشی از تمرکز فعالیت اقتصادی، در بهار ۱۴۰۵ نتوانسته وضعیت مطلوب‌تری از میانگین کشور ثبت کند. شاخص محیط کسب و کار پایتخت به ۶/۲۶ رسیده؛ درحالی‌که شاخص ملی ۶/۲۳ بوده است. شاخص تهران در زمستان ۱۴۰۴ رقم ۶/۱۷ بود و بنابراین در یک فصل افزایش یافته است. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که تهران از نظر تمرکز بازار، خدمات تخصصی، دسترسی به شبکه مالی و زیرساخت‌های اقتصادی، از مزیت‌هایی برخوردار است که بسیاری از استان‌ها فاقد آن هستند. با این حال، وقتی شاخص پایتخت نیز بالاتر از میانگین کشور قرار می‌گیرد، می‌توان دریافت که بخشی از مشکلات موجود ماهیتی فراقطری و ملی دارد و با مزیت‌های محلی قابل جبران نیست.

مساله اصلی؛ غیرقابل پیش‌بینی بدون اقتصاد

در نهایت، تصویر بهار ۱۴۰۵ بیش از آنکه یک بحران واحد را تفسیر کند، از انباشت نااطمینانی خبر می‌دهد. فعال اقتصادی همزمان با افزایش و نوسان هزینه‌ها، دشواری تامین مالی و تغییر قواعد فعالیت روبه‌رو است. نتیجه چنین محیطی را می‌توان در همان ظرفیت واقعی ۳۵ درصدی بنگاه‌ها دید؛ یعنی بخش قابل توجهی از توان موجود اقتصاد به فعالیت تبدیل نمی‌شود. از این منظر، افزایش شاخص نسبت به زمستان شاید به تنهایی عدد بزرگی نباشد، اما در کنار فاصله با بهار سال گذشته، کاهش ظرفیت واقعی بنگاه‌ها و قرار گرفتن بی‌ثباتی سیاستی در میان سه مانع اصلی، معنای بزرگ‌تری پیدا می‌کند. اقتصاد برای رشد فقط به سرمایه، نیروی کار و زیرساخت نیاز ندارد؛ سرمایه‌گذار باید بتواند درباره فردای کسب و کار خود نیز حداقلی از پیش‌بینی‌پذیری داشته باشد.

گزارش بهار ۱۴۰۵ نشان می‌دهد این پیش‌شرط همچنان فراهم نشده است. مساله اصلی بنابراین فقط این نیست که محیط کسب و کار یک پله بدتر شده؛ مساله این است که بنگاه‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که تصمیم‌گیری بلندمدت در آن هر روز پریسک‌تر می‌شود. تا زمانی که نوسان قیمت‌ها، محدودیت تامین مالی و بی‌ثباتی سیاست‌ها همزمان بر دوش بنگاه باشد، حتی بهبودهای مقطعی در یک بخش یا یک استان نیز نمی‌تواند به معنای تغییر پایدار مسیر اقتصاد باشد.

قیمت؛ مساله‌ای فراتر از تورم

غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات در هر سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات، نامساعدترین مولفه محیط کسب و کار بوده است. در سطح کل کشور، شاخص این مولفه به ۸/۵۰ رسیده که فاصله قابل توجهی با سایر مشکلات دارد. این موضوع از منظر بنگاهداری اهمیت زیادی دارد. افزایش قیمت نهاده به خودی خود به معنای بحران نیست؛ بنگاه می‌تواند در صورت امکان، قیمت فروش خود را نیز متناسب با هزینه‌ها تغییر دهد. مساله اصلی زمانی ایجاد می‌شود که فعال اقتصادی آگاهی نسبت به هزینه تولید در ماه‌های آینده نداشته باشد. در چنین فضایی، محاسبه سودآوری پروژه‌های جدید دشوار می‌شود و سرمایه‌گذار برای تعهد منابع در طرح‌های بلندمدت با احتیاط بیشتری رفتار می‌کند. پس از این عامل، دشواری تامین مالی از بانک‌ها با شاخص ۷/۶۷ قرار دارد. این مولفه نیز نشان می‌دهد مساله تولید فقط افزایش هزینه نیست؛ حتی اگر بنگاه بخواهد خود را با شرایط جدید تطبیق دهد، دسترسی به منابع لازم برای تامین سرمایه در گردش یا سرمایه‌گذاری جدید نیز آسان نیست.

عامل سوم، بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب و کار با شاخص ۷/۳۷ است. قرار گرفتن این مؤلفه در جایگاه سوم از آن جهت مهم است که نشان می‌دهد نااطمینانی در اقتصاد تنها از بازار و قیمت‌ها ناشی نمی‌شود، بلکه بخشی از آن به محیط سیاستگذاری بازمی‌گردد. در سوی دیگر، محدودیت دسترسی به آب با شاخص ۴/۱۱، نحوه استقبال مشتریان از نوآوری و ابتکار در ارائه خدمات و محصول با ۴/۵۶ و محدودیت دسترسی به حامل‌های انرژی با ۵/۱۸ مساعدترین مؤلفه‌ها بوده‌اند. این رتبه‌بندی البته به معنای بی‌اهمیت بودن آب یا انرژی نیست؛ بلکه در مقایسه با فشار ناشی از قیمت‌ها، تامین مالی و بی‌ثباتی مقررات، شدت مشکل آنها در ارزیابی کلی فعالان اقتصادی پایین‌تر بوده است.

بی‌ثباتی جای قطعی اینترنت را گرفت

در بهار ۱۴۰۵، سه مانع اصلی به ترتیب غیرقابل پیش‌بینی بودن قیمت مواد اولیه و محصولات، دشواری تامین مالی از بانک‌ها و بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات بوده‌اند. در این میان، جابه‌جایی رتبه سوم قابل توجه است. محدودیت دسترسی به شبکه تلفن همراه و اینترنت در زمستان ۱۴۰۴ برای نخستین بار در میان سه مشکل اصلی فعالان اقتصادی قرار گرفت؛ اما در بهار ۱۴۰۵ از این جمع خارج شد و جای آن را بی‌ثباتی سیاست‌ها و مقررات گرفته است.

این جابه‌جایی را می‌توان نشانه‌ای از تغییر اولویت نگرانی‌های بنگاه‌ها دانست. اختلال ارتباطی در مقطعی آن‌قدر جدی شده بود که به یکی از سه مانع اصلی فعالیت اقتصادی تبدیل شد، اما در بهار، مساله‌ای قدیمی‌تر و ساختاری‌تر دوباره جای خود را در صدر مشکلات باز کرد. در واقع، برای بنگاه اقتصادی دسترسی به اینترنت تنها زمانی می‌تواند مساله اصلی باشد که در کنار آن امکان برنامه‌ریزی اقتصادی وجود داشته باشد؛ وقتی قیمت‌ها غیرقابل پیش‌بینی است و مقررات نیز مرتب تغییر می‌کند، نااطمینانی سیاستی به مساله‌ای بنیادی‌تر تبدیل می‌شود. پس از سه مانع نخست نیز رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات و وجود انحصار، امتیاز یا هر نوع رانت قرار گرفته‌اند. نکته مهم آن است که سه مانع نخست در هر سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات مشترک بوده‌اند. بنابراین با یک مشکل محدود به یک صنعت خاص مواجه نیستیم؛ بلکه بخش‌های مختلف اقتصاد در حال تجربه مجموعه‌ای تقریباً مشابه از موانع هستند.



محک

مؤسسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org



فرصتی برای ماندگار شدن نام برند شما یکج محصولات چاپی و هدایای سازمانی محک



محصولات قابل ارائه:

۱. انواع تقویم‌های رومیزی با طرح عمومی یا اختصاصی
۲. انواع سررسیدهای عمومی یا اختصاصی
۳. انواع دفترچه یادداشت

مزایای اسپانسر محصولات چاپی و هدایای سازمانی محک برای برند شما:

- هموارسازی مسیر تامین دارو و درمان
- کودکان مبتلا به سرطان
- بهره‌مندی از ظرفیت معافیت مالیاتی با حمایت از محک
- تعهد به مسئولیت اجتماعی
- و تقویت برند سازمانی و برند کارفرمایی
- فرصت حضور مستمر در یک ابزار روزمره تبلیغات

