

<b>سر مقاله</b>	۲	- سقوط آزاد سرمایه‌گذاری در صنعت
<b>خبرنامه</b>	۴	
<b>دیدگاه</b>	۸	- دست کوتاه واحدهای ریسندگی از پنبه باکیفیت
	۸	- تاکید نساجان بر ورود بی‌قید و شرط پنبه/علیمردان شیبانی
	۱۰	- موجودی پنبه، برای یک هفته کارخانه های نساجی/ محمدعلی عامری
	۱۰	- راهکار منطقی برای نجات واحدهای ریسندگی/ حسن کاردان
	۱۱	- انتقاد از اعمال سلیقه شخصی در واردات پنبه/محمدجعفر شهبلائی نژاد
	۱۲	- زنگ خطر تعطیلی برای واحدهای نساجی/احد کرمانی
<b>گفتگوی ویژه</b>	۱۳	- گفتگوی ماهنامه با شهرام صالحی مدیرعامل شرکت تولیدکا
<b>گزارش</b>	۱۷	- اقتصاد ایران، گرفتار در رکود شش لایه
	۲۰	- قلب تپنده نساجی کشور در خطر ورشکستگی
	۲۲	- اقتصاد جهان فقط برای ۴۰ درصد جوانان کار می‌آفریند
	۲۴	- ۴۰ کشور مشتری فرش ماشینی کاشان
	۲۶	- چالش‌های رقابت‌پذیری و بهره‌وری در صنعت ایران
	۳۰	- قاچاق، پدیده‌ای چندوجهی با متولیان بسیار
	۳۱	- دست مهربانی دولت بر سر تولیدکنندگان خرد
<b>گزارش ویژه</b>	۳۲	- الزامات ارتقای سهم صادرات صنعتی ایران در جهان
<b>دنیای نساجی</b>	۳۶	- شرکای تجاری اتحادیه اروپا در بخش نساجی و پوشاک
	۳۸	- امید ترکیه به افزایش تجارت نساجی با روسیه
	۳۹	- آغاز ساخت اولین پارک فناوری نساجی در ازبکستان
	۴۰	- میانمار قلب تولید ارزان قیمت برای شرکت‌های چینی
	۴۲	- عدم تحقق هدف صادرات پوشاک ویتنام در سال ۲۰۱۶
	۴۳	- منسوجاتی که ۱۸۰ ساعت نور ساطع می‌کنند
	۴۴	- روش های نانوفناورانه برای کندسوز کردن منسوجات
<b>گزارش آگهی</b>	۴۶	- اصول اندازه‌گیری رنگ (کالرمچینگ) در نساجی (بخش سوم)

**مطلب نویسندهگان انزومآ نظرنشریه**  
- منعت نساجی و پوشاک نیست.  
- نشریه در حکم و اصلاح و کوتاه کردن مقالات رسیده و ویرایش آنها آزاد است.  
- نقل با ذکر مأخذ آزاد است.  
- مطلب دریافتی مسترد نمی‌شود.

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهندس جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: مهندس علیرضا هاشمی

ویراستار مقالات فنی: مهندس محمد نیک پنجه

طراح و صفحه آر: حمیدرضا قائمی

امور اداری: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: مهندس حسین کیانی

توزیع: موسسه صمت

همکاران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، نوید عطارزاده، هادی خبسته، محسن فتوحی، محمد باقری مطلق، عبدالرحمن رحیمی، سامان پناهی، فهیمه ملک محمدی، شیدا رمزی

چاپ، بزرگراه فتح، زیر بل پاستوریزه، ابتدای ۴۵ متری زرد، نبش کوچه تلفنخانه، پلاک ۱۶۶ تلفن: ۶۶۷۹۷۹۱۱

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان توپچی، پلاک ۳، کدپستی: ۱۵۵۸۸۴۴۳۱۳، تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (خط ۱۰) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

مدیریت هنری و نظارت برچاپ: طرح سازگوه / www.tsgir.com

جذب آگهی: گروه یاران

## سقوط آزاد سرمایه‌گذاری در صنعت

جمشید بصیری

صنعت در کشور ما حال و روز خوبی ندارد. این ناخوشی البته مربوط به امروز و دیروز نیست، هرچند از نیمه دوم دهه ۸۰، با تزریق بی‌محابای درآمدهای افزایش یافته نفتی به بازار و آغاز بیماری هلندی، مشکلات صنعت رو به افزایش گذاشت و سپس با تشدید تحریم‌ها باز هم وخیم‌تر شد. سهم ۱۳ درصدی «صنعت» در تولید ناخالص داخلی و سهم ۳۳ درصدی آن در اشتغال کشور، تنها دلایلی نیستند که توجه ویژه به این بخش کلیدی اقتصاد کشور را ضروری می‌کند. واقعیت این است که «صنعت، موتور رشد اقتصادی است» و اگر این موتور دچار اشکال شود، هیچ‌یک از دیگر بخش‌های اقتصاد کشور از پیامدهای آن مصون نخواهد ماند. متأسفانه این موتور در کشور ما دچار مشکلاتی اساسی شده است. به روایت مرکز پژوهش‌های مجلس: «وضعیت شاخص‌های کلان بخش صنعت در سال‌های اخیر مؤید این موضوع است که با ادامه روند فعلی و کاهش رشد ارزش افزوده بخش صنعت و نیز کاهش سرمایه‌گذاری صنعتی، بخش صنعت کشور با رکود و تعطیلی واحدهای موجود مواجه خواهد شد و به دنبال آن اشتغال نیز تحت تأثیر قرار خواهد گرفت».

یکی از این «شاخص‌های کلان»، نرخ رشد ارزش افزوده بخش صنعت است که از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۱ افتی ۱۲ درصدی را تجربه کرده است. ارزش افزوده بخش صنعت که در سال ۹۱ رشد منفی ۸٫۵ درصدی و در سال ۹۲ رشد منفی چهار درصدی داشت، در سال ۹۳ به رشد مثبت ۶٫۷ درصدی دست یافت، هرچند ظاهراً در سال ۹۴ بار دیگر منفی شده است. کاهش ارزش افزوده صنعت که مهم‌ترین

عامل در نزول صنعتی کشور بوده، به معنی آن است که فرایند تبدیل مواد اولیه و کالاهای واسطه به محصول نهایی، در این بخش با موانعی جدی مواجه بوده است.

در عین حال، کاهش ارزش افزوده بخش صنعت، سهم این بخش در تولید ناخالص داخلی کشور را کوچک‌تر کرده است. سهم بخش صنعت و معدن در تولید ناخالص داخلی کشور ما در ابتدای دهه ۱۳۸۰ حدود ۱۸ درصد بود. اما از سال ۸۱ این سهم رو به کاهش گذاشت و در سال ۹۱ به ۱۱٫۸ درصد رسید. در سال ۹۳ سهم صنعت اندکی افزایش یافت و به حدود ۱۳ درصد «GDP» بالغ شد، هرچند به نظر می‌رسد در سال ۹۴ بار دیگر سهم این بخش در کل اقتصاد کاهش یافته است. اینها همه به آن معناست که جایگاه نسبی صنعت در مقایسه با بخش‌های دیگر اقتصاد، تضعیف شده است.

اما گویاترین شاخص برای نشان دادن بیماری صنعت، (و قطعاً نگران‌کننده‌ترین آنها) شاخص «تشکیل سرمایه ثابت» (سرمایه‌گذاری) در این بخش است که به گفته رئیس مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، در سال‌های اخیر با «سقوط آزاد» مواجه شده است. سقوط سرمایه‌گذاری در بخش صنعت، هم نشانه آن است که صنعت جذابیت خود را برای سرمایه‌گذاران از دست داده است و هم چشم‌انداز نامساعدی را برای آینده ترسیم می‌کند.

قبل از آنکه دلایل کاهش شدید سرمایه‌گذاری در صنعت را بررسی کنیم، بد نیست به ابعاد این سقوط نگاهی بیندازیم. وزیر صنایع در گزارش اخیر خود به مجلس از کاهش ۴۱ درصدی سرمایه‌گذاری در بخش صنعت و معدن از سال ۱۳۹۰ تاکنون خبر داده

و از این مسئله و رشد منفی صنعت به‌عنوان فاجعه یاد کرده است و به گفته رئیس مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی «در سال‌های ۸۵ تا ۹۳ سرمایه‌گذاری در بخش صنعت افت چشمگیری را تجربه کرد... سرمایه‌گذاری به قیمت جاری در سال ۸۷ بیش از ۲۲ هزار میلیارد تومان بوده که این رقم در سال ۹۱ به پایین‌ترین رقم خود یعنی کمی بیش از شش هزار میلیارد تومان رسید و پس از آن با رشدی اندک در سال ۹۳ به ۹ هزار میلیارد تومان افزایش یافت». البته براساس گزارش‌هایی که برخی رسانه‌ها از آمار (هنوز اعلام عمومی نشده) مرکز آمار ایران منتشر کرده‌اند، در سال ۹۴ سرمایه‌گذاری در صنعت بار دیگر با رشد منفی مواجه شده است.

سقوط تشکیل سرمایه ثابت در بخش صنعت، بهتر از هر جای دیگر، در روند تشکیل سرمایه ثابت در ماشین‌آلات مشاهده می‌شود. سیر نزولی این متغیر کلیدی به‌راستی نگران‌کننده است. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، سرمایه‌گذاری در صنعت از سال‌های میانی دهه ۸۰ رو به کندی گذاشته است. اما، به‌ویژه از سال ۹۰ به بعد، روند نزولی سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات (مهم‌ترین جزء سرمایه‌گذاری ثابت در بخش صنعت) شدت کم‌سابقه‌ای گرفته است. میزان سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات در سال ۹۱ به قدری کاهش یافت که قدرمطلق آن حتی از سال‌های ابتدایی دهه ۸۰ نیز پایین‌تر بود.

به‌طور مشخص، اگر شاخص سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات صنعتی در سال ۱۳۸۴ را صد فرض کنیم، در سال ۹۲ این رقم به ۶۸ سقوط می‌کند. در سال ۹۳ تشکیل سرمایه ثابت در ماشین‌آلات افزایش می‌یابد و شاخص به ۷۴٫۳ می‌رسد و گرچه آمار

مشابه برای سال ۹۴ هنوز منتشر نشده، اما براساس شواهدی که در دست است، تشکیل سرمایه ثابت در ماشین‌آلات در سال ۹۴ بار دیگر نزولی شده و شاخص را به کمتر از ۶۴ رسانده است.

کاهش سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات تأثیر خود را در کاهش بهره‌وری نیروی کار و کندی رشد یا رشد منفی تولیدات صنعتی نشان می‌دهد. بسیاری از صنایع ما با فناوری و سرمایه فیزیکی (ماشین‌آلات) قدیمی فعالیت می‌کنند و اینها از جمله دلایل بهره‌وری نازل، هزینه تمام‌شده بالا و کاهش رقابت‌پذیری صنایع داخلی است. در این شرایط، دستیابی به هدف «سند چشم‌انداز ۱۴۰۴» و برنامه دولت برای رشد هشت درصد در سال اقتصاد کشور در سال‌های پیش‌رو، رژیایی دست‌نیافتنی به نظر می‌آید.

چرا سرمایه‌گذاری در صنعت جذابیت ندارد و چرا سرمایه‌گذاران انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری در این بخش را از دست داده‌اند؟ پاسخ به این سؤال چندان دشوار نیست. صنعت در کشور ما فعالیتی است بسیار پرچالش و در عین حال کم‌بازده. چالش‌ها، علاوه بر آزار روانی، بر هزینه تولید می‌افزایند و از سود می‌کاهند. شرایط اسفبار بنگاه‌های صنعتی ما که بخشی از آنها به تعطیلی کشانده شده‌اند و باقی‌مانده با ظرفیتی نازل و لنگ‌لنگان به فعالیت خود ادامه می‌دهند و اغلب در دخل و خرج خود مانده‌اند، دلیل روشنی بر این مدعا است. بدهی‌های معوق سربه‌فلک کشیده بنگاه‌های صنعتی (به بانک‌ها، به دارایی، به تأمین اجتماعی و گاه به پرسنل خود) نیز نشانه‌ای دیگر از شرایط نابسامان آنهاست.

۸۰ سال قبل آقای کینز، اقتصاددان شهیر انگلیسی، نوشته بود که «سود موردانتظار» و میزان اطمینانی که صاحبان سرمایه از پیش‌بینی خود درباره تحقق این سود دارند، مهم‌ترین عامل در تصمیم‌گیری آنها برای سرمایه‌گذاری است. «سود موردانتظار» در فعالیت‌های صنعتی در کشور ما بسیار نازل یا منفی است. بنابراین تعجبی ندارد که صاحبان سرمایه رغبت چندانی به ورود به حوزه صنعت نداشته باشند و محمل‌های کم‌چالش‌تر و سودآوری نظیر معاملات مقطعی، دلالی، واردات یا سپرده‌گذاری در بانک‌ها را ارجح بدانند.

تا آنجا که به جذابیت‌نداشتن صنعت و بی‌رغبتی سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در این حوزه مربوط می‌شود، پاسخ فوق قانع‌کننده است. البته خشک‌شدن منابع بانکی، نرخ بالای بهره و بی‌میلی بانک‌ها به پرداخت تسهیلات برای فعالیت‌های تولیدی نیز در این قضیه بی‌تأثیر نبوده‌اند، هرچند دلیل اصلی مسئله همان نرخ بازده ناچیز و جذابیت‌نداشتن صنعت در نظر سرمایه‌گذاران است. (در غیر این صورت چه دلیلی دارد که بخشی از وام‌هایی که ظاهراً برای صنعت دریافت شده‌اند، سر از حوزه‌های دیگر درمی‌آورند؟) اما سؤال اساسی‌تر این است که چرا بازده سرمایه در بخش صنعت ما نازل (یا منفی) است و چرا فعالیت در حوزه صنعت چنین پرچالش و عذاب‌دهنده است؟ ریشه مسئله به فقدان یک استراتژی مشخص و سنجیده برای صنعت کشور مربوط می‌شود که علاوه بر حیف و میل منابع ارزشمند، این حوزه را هربردی اقتصاد کشور را از سال‌ها پیش به آشفته‌بازاری سردرگم بدل کرده است. براساس آمار موجود، در کشور ما بیش از ۹۵۰ شرکت تولیدکننده فرش ماشینی (با پروانه بهره‌برداری) وجود دارد که البته بخش بزرگی از آنها یا راکد مانده یا با ظرفیت نازل فعالیت می‌کنند. در همین حال ۲۵۶ شرکت تولیدکننده فرش نیز تحت عنوان «دارای مجوز و در دست‌ساخت» طبقه‌بندی شده‌اند. شرایطی مشابه در بسیاری از صنایع دیگر قابل مشاهده است. ظاهراً این وضعیت ناشی از تلقی خاص سیاست‌گذاران ما از «رقابت» است، رقابتی که در اقتصاد جهانی شده امروز، ماهیتی یکسره متفاوت یافته است. عواملی از قبیل صرفه‌های مقیاس، هزینه‌های سربار، بهره‌وری و قیمت تمام‌شده، قربانی این تلقی از «رقابت» هستند.

در همین حال، قوانین و مقررات تولیدستیز، فساد اداری و انواع هزینه‌های مرئی و نامرئی که عملاً نوعی باج و خراج برای تولید به شمار می‌آیند و مجوزهای جورواجوری که حتی پس از شناسایی به دلایلی نامعلوم لغو نمی‌شوند، «فضای کسب‌وکار» بسیار نامساعدی را برای صنعت پدید آورده است. نرخ غیرواقعی ارز که بر دشواری رقابت تولیدکنندگان داخلی با کالاهای وارداتی دامن می‌زند

را هم می‌توان به این فهرست افزود تا دریابیم چرا فعالیت‌های صنعتی به مبارزه‌های دشوار و فرسایشی، با بازدهای غیرقابل قبول، بدل شده است. در این شرایط، بی‌رغبتی سرمایه‌گذاران به درگیر کردن سرمایه خود در این عرصه پرچالش و کم‌بازده، درست همان چیزی است که باید انتظارش را داشته باشیم.

انصافاً باید تأکید شود هیچ‌کدام از مشکلاتی که برشمرديم در سه سال گذشته ظهور نکرده‌اند. جدای از این، دولت یازدهم می‌تواند برای مهار تورم لجام‌گسیخته، برای تلاش در تنش‌زدایی و برای ایجاد فضایی بازتر و امیدوارکننده‌تر در جامعه به خود ببالد. این واقعیت هم نباید فراموش شود که «تنگنای مالی» ناشی از ولخرجی‌های گذشته و بدهی‌های به‌رث‌رسیده، همراه با سقوط درآمدهای نفتی، امکانات دولت را به‌شدت محدود و مقابله با مشکلات را دشوارتر کرده است. اما نه موفقیت‌های به‌دست‌آمده و نه تنگنای مالی، عذر موجهی برای کوتاهی در انجام برخی اقدامات راهگشا و کم‌هزینه در حوزه صنعت و تولید نیستند.

واقعیت این است که خواه به دلیل اختلاف نظر در تیم اقتصادی دولت و خواه به دلیل ملاحظات و مصلحت‌اندیشی‌هایی که ما از آن بی‌خبریم، برخورد دولت با مشکلات صنعت و تولید، متزلزل و سخت‌محافظه‌کارانه بوده است. تدوین یک استراتژی صنعتی، با بهره‌گیری (و البته نه گرت‌برداری) از تجربیات کشورهای موفق در عرصه تولید و صنعت، بهسازی فضای کسب و کار و مبارزه قاطع با رانت‌خواری و فساد اداری، هیچ‌کدام ربطی به «تنگنای مالی» ندارند. اصلاح نرخ ارز نیز، دست‌کم به اندازه‌ای که تفاضل تورم داخلی و خارجی سه سال گذشته را پوشش دهد، نه تنها رقابت‌پذیری تولیدات داخلی را بهبود می‌بخشد، بلکه در کاهش تنگنای مالی دولت هم تأثیرگذار خواهد بود.

اقداماتی از این دست، نه تنها می‌توانست گامی در مسیر اصلاحات موردنیاز و نویدبخش آینده‌ای بهتر برای صنعت کشور باشد، بلکه با امیدوار کردن تولیدکنندگان به عزم جدی دولت برای حمایت از صنعت پس از کاهش تنگنای مالی کنونی، تحمل فشارها و مقابله با چالش‌ها را نیز برای آنها آسان‌تر می‌کند.



## خروج ۳ هزار واحد تولید پوشاک از شهر تهران با ایجاد شهرک تخصصی

رییس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهران از آماده شدن مقدمات ایجاد شهرک تولیدکنندگان پوشاک این استان خبر داد و گفت: با ایجاد این شهرک حدود ۳ هزار تولیدی پوشاک از شهر تهران خارج می‌شود. به گزارش خبرگزاری تسنیم، نعمت الله ترکی با اشاره به اینکه اتحادیه تولیدکنندگان صنف پوشاک طرحی را برای ایجاد شهرک پوشاک آماده کرده است، گفت: امروز می‌توانیم اعلام کنیم که زمینه‌های ایجاد این شهرک آماده شده است و در بخش تامین زمین و زیرساخت

نظیر آب، برق و گاز کارها را پیگیری می‌کنیم. وی با بیان اینکه با ایجاد این شهرک حدود ۳ هزار تولیدی پوشاک از شهر تهران خارج می‌شود، گفت: این طرح ۲۰۰ هزار فرصت شغلی در پی خواهد داشت. وی گفت: تا پایان امسال زمین واگذار می‌شود و تقریباً از اوایل سال آینده استقرار این واحدها در این شهرک آغاز خواهد شد. رییس اتحادیه صنف تولید و فروشندگان لباس و پوشاک هم گفت: طرح ایجاد شهرک پوشاک استان تهران بعد از مطالعات کارشناسی

وارد اجرا شده است. ابوالقاسم شیرازی با تاکید بر ساماندهی صنف تولیدکنندگان پوشاک استان تهران گفت: امروز تصمیم گرفته شد به کمک دولت در مناطق شرق، جنوب و غرب تهران شهرک تولیدی پوشاک استان به صورت خوشه‌ای ایجاد شود. وی گفت: با این طرح ۲۰۰ هزار شغل ایجاد خواهد شد و تولیدکنندگان پوشاک از تهران خارج و به این شهرک‌ها منتقل می‌شوند تا علاوه بر استفاده از امکانات بهتر بتوانند از تولید متمرکز بهره‌مند شوند.

## راه‌اندازی ۳۵۰۰ واحد تولید پوشاک در نقاط روستایی کشور

مشاور مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت: با پرداخت تسهیلات لازم امسال سه هزار و ۵۰۰ واحد تولید پوشاک در نقاط روستایی و کمتر توسعه یافته راه‌اندازی می‌شود. به گزارش خبرگزاری تسنیم، حامد قادرمزی در آئین راه‌اندازی واحد صنعتی دانه‌گستر در ناحیه صنعتی روستایی دشتی، با اشاره به اهمیت حفظ اشتغال و ایجاد صنایع روستایی در روستاهای کشور و ارائه برنامه‌های در دست اقدام با همکاری معاونت توسعه روستایی ریاست‌جمهوری اظهار داشت: توسعه صنایع روستایی سبب ماندگاری روستائیان، رونق اقتصادی و نقش مهم و تاثیرگذار روستاها در اقتصاد ملی می‌شود. وی از اجرای طرح‌های خرد و کوچک در نقاط روستایی و کم‌برخوردار خبر داد و خاطر نشان کرد: برای ایجاد طرح‌های کوچک و خرد در روستاهای محروم، تسهیلات ارزان قیمت برای راه‌اندازی واحدهای تولیدی پوشاک پرداخت می‌شود. مشاور سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران از پرداخت ۳۰

هزار میلیارد ریال تسهیلات ارزان قیمت به روستائیان خبرداد و خاطر نشان کرد: با پرداخت ۳۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات ارزان قیمت به متقاضیان در روستاهای محروم و کم‌برخوردار ۳ هزار و ۵۰۰ واحد تولید پوشاک در این نقاط راه‌اندازی می‌شود. راه‌اندازی این واحدهای تولیدی در روستاها ضمن تامین پوشاک مورد نیاز کشور، نقش مهمی در اشتغال‌زایی نقاط روستایی و جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهرها دارد. وی از اشتغال بیش از ۲۱۴ هزار نفر در نقاط روستایی و محروم خبرداد و گفت: با راه‌اندازی واحدهای پوشاک در نقاط روستایی و کم‌برخوردار زمینه اشتغال مستقیم و غیرمستقیم بیش از ۲۱۴ هزار نفر در نقاط روستایی و محروم کشور فراهم می‌شود. قادرمزی ظرفیت روستاهای استان بوشهر برای راه‌اندازی واحدهای پوشاک را قابل توجه دانست و خاطر نشان کرد: برای راه‌اندازی واحدهای پوشاک در نقاط روستایی دشتی ۸۵ میلیارد ریال تسهیلات ارزان قیمت برای راه‌اندازی ۱۰ واحد تولید پوشاک پرداخت می‌شود.

## نساجی ترکیه از رونق افتاد

و فروش در شش ماهه دوم سال صورت می‌گیرد، بنابراین آمار قاچاق در این تاریخ بیشتر خواهد بود. وی با ابراز امیدواری از اینکه این زمان فرصتی برای خودنمایی صنعت نساجی ایران و خروج از رکود باشد، گفت: متوجه این نکته شده‌ایم که سرمایه‌گذاران ترکیه‌ای بر روی صنعت نساجی ایران در حال مطالعه و بررسی هستند و علاقه‌مندی‌هایی برای سرمایه‌گذاری در این بازار نشان داده‌اند که این نشئت گرفته از شرایط نامطلوب پیش آمده در این کشور و از دست دادن بازارهای مصرفی دیگر کشورها است. رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران اظهار کرد: تاکنون نیز قراردادهای کوچک در صنعت نساجی با این کشور صورت گرفته، همچنین ترک‌ها در حال حاضر در بسیاری از فروشگاه‌های سطح کشور و با نزدیک مرز به صورت مستقل در حال فعالیت هستند.

مسافر را به دنبال داشته که امیدواریم با تغییر مقصد مسافران شاهد واردات از کشورهای دیگر نباشیم. وی در خصوص قاچاق کالا از ترکیه به ایران گفت: حجم قابل توجهی از کالاهای وارداتی از ترکیه چینی است، کالاهای تولیدی ترکیه کالای چینی و لوکس هستند که حداکثر واردات از این کشور به ۲۰ درصد می‌رسد، اما مصرف عمومی پوشاک کشور چینی است که نصف آن از دبی و مابقی از کشور ترکیه وارد می‌شود. وی افزود: آمار رسمی از قاچاق در دست نیست اما تخمین‌های ما نشان‌دهنده واردات و قاچاق ۵۵ تا ۶۰ درصد منسوجات است و ۴۰ درصد تولید داخل و ورود از مبادی رسمی صورت می‌گیرد. مروج با اشاره به تلاش‌های صورت گرفته برای جلوگیری از قاچاق کالای چینی از مرز کشورهای دیگر مثل ارمنستان و گرجستان تصریح کرد: قاچاقچیان انبارهای خود را برای فصل فروش که شش ماهه دوم سال است پر می‌کنند و بیشتر تولید

رییس هیئت مدیره انجمن نساجی ایران در خصوص وضعیت فعلی صنعت نساجی کشور گفت: صنعت نساجی در حال حاضر با ظرفیت ۳۰ الی ۳۵ درصد فعالیت می‌کند که دلیل آن را می‌توان در قاچاق و رکود بازار صنعت نساجی پیگیری کرد که باعث افزایش تعداد واحدهای نیمه تعطیل شده است. محمد مروج حسینی در گفتگو با خبرنگاری میزان، با اشاره به ناامنی‌های کشور ترکیه به بیان تاثیر آن در صنعت نساجی ایران پرداخت و گفت: با وجود ناآرامی‌ها همچنان قاچاق منسوجات از این کشور به ایران ادامه دارد و در صورت تعطیل شدن قاچاق، آثار آن در ماه‌های آینده مشخص می‌شود، البته شنیده‌ها حاکی از آن است که تلاش‌هایی برای جلوگیری از قاچاق صورت گرفته ولی همچنان اثرات قابل لمسی دیده نشده است. رییس هیئت مدیره انجمن نساجی ایران عنوان کرد: کاهش مسافرت‌ها به ترکیه کاهش بار همراه با

## بزرگترین کارخانه نساجی زنجان در ابهر به بهره‌برداری می‌رسد



واحد نساجی «سرچین بافت» زمینه اشتغال مستقیم یک هزار و ۵۰۰ نفر تا سال ۹۶ فراهم شود. با راه‌اندازی این واحد نساجی در استان زنجان زمینه اشتغال غیرمستقیم برای ۴ هزار و ۵۰۰ نفر ایجاد می‌شود.

رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان از افتتاح بزرگترین واحد نساجی استان تحت عنوان «سرچین بافت» در ابهر خبر داد. ناصر فغفوری در گفتگو با خبرنگار تسنیم در زنجان با اشاره به برنامه‌های توسعه بخش صنعت و معدن استان در قالب ارائه راهبردها اظهار داشت: توسعه صنایع تبدیلی، تقویت زیرساخت‌های مورد نیاز توسعه صنعت و معدن، ایجاد صنایع بزرگ و تکمیل زنجیره‌های تولید با ارزش افزوده بالا با هدف رونق و آبادانی استان زنجان از جمله راهبردهای تعیین شده سازمان صنعت، معدن و تجارت است. وی بر اصلاح و بهبود فرآیندهای کسب و کار در زنجان تاکید کرد و تدوین برنامه‌های مشخص در این زمینه را در راستای توسعه بخش اقتصادی استان دانست.

رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان با اشاره به برنامه‌های سازمان در حوزه سرمایه‌گذاری و توجه به تولید افزود: بزرگترین کارخانه نساجی استان زنجان تحت عنوان «سرچین بافت» در ابهر به بهره‌برداری می‌رسد. وی با بیان اینکه تا دو ماه آینده فرآیند جذب نیرو در این واحد انجام می‌شود خاطر نشان کرد: بیش از ۹۰ درصد نیروهای این مجموعه را بانوان تشکیل می‌دهند. به گزارش تسنیم پیش‌بینی می‌شود با راه‌اندازی

## ۹۰ درصد برندهای پوشاک در ایران تقلبی هستند!

دبیر انجمن صنایع نساجی ایران درباره علت جذابیت داشتن قاچاق پوشاک عنوان کرد: جذابیت در قاچاق پوشاک تابع علل مختلفی است. یکسری علل اصلی در این زمینه وجود دارد. بخشی از آن به بخش فرهنگی برمی گردد. باید بپذیریم که پوشاک تابع سلیقه مصرف کننده است. مصرف کنندگان پوشاک که عموماً نسل جوان هستند، طبیعتاً دوست دارند تابع مد روز باشند.

محمد مهدی رییس زاده ادامه داد: بحث دیگر در این خصوص به عرق ملی برمی گردد. یعنی اینکه مصرف کنندگان علاقه مند باشند که کالاهای تولید داخل را مصرف کنند. تاریخ نشان داده است که در دنیا کشورهایی همچون چین، هند، کره و ژاپن و امثال اینها برای حمایت از تولید داخلی شان حتی در شرایط نامناسب، تولیدات نامرغوب کشور خود را خریداری کرده و به این وسیله از آن حمایت کرده اند. در بعضی از کشورها مثل ایران، به دلیل فراز و نشیب هایی که به واسطه تغییر حکومت ها ایجاد شده است، این موضوع، تا حد زیادی نادیده گرفته شده است.

رییس زاده که با «تجارت فردا» گفتگو می کرد، افزود: در یک برهه از زمان، ما در ایران مورد هجوم تبلیغات وسیع استفاده از کالاهای خارجی بودیم. در نتیجه از تولیدات داخلی حمایت چندانی صورت نگرفت. جا افتادن استفاده از کالای داخلی یک موضوع زمان بر است و وظیفه رسانه هاست که آن را اشاعه دهند. مردم باید بدانند که هر کالایی که نام خارجی را یدک می کشد، صرفاً کیفیتی بهتر از کالای ایرانی ندارد. بنابراین فعالیت رسانه های در این زمینه می تواند در بخش فرهنگی بسیار مثرتر باشد. اما بحث دیگر نیز همان بحث مد و رنگ است که باید به روز باشد. همچنین به دلیل شرایط رکودی که در ایران وجود دارد، بحث قیمت هم مطرح می شود. مردم در حال حاضر با قدرت خرید اندکی روبه رو هستند. در نتیجه کالاهایی که به واسطه قاچاق وارد کشور می شوند، به دلیل اینکه حقوق ورودی را پرداخت نمی کنند، با قیمت تمام شده کمتری به دست مصرف کننده می رسند و قیمت فروش کمتری هم دارند.

وی تصریح کرد: مسلماً مشتری ها برای خرید به قیمت کالا توجه ویژه ای دارند. مضاف بر اینها اگر پوشاک خریداری شده دارای برند معروف نیز باشند، خرید آن برای مشتریان جذاب تر خواهد بود. البته اخیراً مشخص شده است که ۹۰ درصد برندها در ایران تقلبی هستند. اما مشتریان به واسطه حک شدن مارک های معروف بر لباس ها، حاضرند آنها را خریداری کنند. چه بسا در برخی مواقع هزینه های زیادی را متحمل می شوند. در حالی که در بسیاری از موارد، دیده شده است که برخی از کالاهای داخلی ایران که بسیار با کیفیت نیز هستند، در بازار با برندهای خارجی عرضه می شوند و مشتریان فکر می کنند اینها پوشاک خارجی هستند.

## ایران، هشتمین تولید کننده نخ ابریشم در جهان



رییس مرکز توسعه نوغانداری کشور گفت: ایران با تولید ۱۴۵ تن نخ ابریشم، رتبه هشتم جهان را در اختیار دارد. رییس مرکز توسعه نوغانداری کشور با اعلام این مطلب بیان داشت: در سال جاری با توزیع نزدیک به ۲۸ هزار جعبه تخم نوغان هیبرید در کشور و پرورش آن توسط نوغانداران حدود ۹۰۰ تن پيله تر ابریشم تولید و برآورد می شود از این حجم پيله، ۱۴۵ تن نخ ابریشم به دست آید. مهندس علی اصغر داداش پور با اشاره به قیمت تضمینی ۱۶ هزار و ۶۱۰ تومان برای هر کیلوگرم پيله ابریشم در سال ۹۵ اظهار داشت: به علت وجود کشش بازار، تمام پيله های تولیدی توسط بخش خصوصی، بالاتر از قیمت تضمینی خریداری شده است. وی افزود: هر کیلوگرم پيله ابریشم به طور متوسط بالاتر از ۲۱ هزار تومان به صورت توافقی و نقدی فروش رفته و هیچگونه بار مالی ناشی از خرید برای دولت ایجاد نشده است.

داداش پور ادامه داد: به دلیل فعال نبودن چهار کارخانه بزرگ صنایع ابریشم کشور، تمام پيله های تولیدی در سال جاری توسط خریداران توافقی پيله ابریشم، به کارگاه های سنتی ابریشم کشی منتقل شده اند. رییس مرکز توسعه نوغانداری کشور اضافه کرد: پيله های وارداتی به کشور نیز در همین کارگاه های سنتی و خانگی به نخ ابریشم تبدیل می شوند.

وی هدف از تاسیس مرکز توسعه نوغانداری کشور در سال ۹۳ در زیر مجموعه معاونت امور تولیدات دامی را احیای این حرفه دانست و گفت: امسال در ۲۶ استان کشور تخم نوغان هیبرید توزیع شد و نتایج پرورش کرم ابریشم در ۱۰ استان جدید نیز بیانگر موفقیت آمیز بودن تولید پيله تر ابریشمی در عمده مناطق کشور به علت وجود مزیت های نسبی نوغانداری به عنوان حرفه ای برای توسعه روستایی است. داداش پور استان های گیلان، خراسان رضوی، گلستان، خراسان شمالی، مازندران، آذربایجان شرقی و اصفهان را از مناطق عمده پرورش کرم ابریشم ایران برشمرد و اعلام کرد: این استان ها ۹۹ درصد نوغانداری را به خود اختصاص داده اند.

## نساجی مازندران بعد از ۴۵ روز فعالیت خود را از سر گرفت

مشکل زیرساختی این واحد، واگذاری به سازمان گسترش و نوسازی و یا فروش به سرمایه‌گذار دارای اهلیت دانست. محمدپور گفت، این واحد در فاز اول نیاز به نوسازی دارد و پس از این کار باید در یک پروسه زمانی مدت‌دار فاز دوم آن در قالب طرح بازسازی پیگیری شود. وی افزود تا قبل از طرح بازسازی، این واحد صنعتی در مکان فعلی می‌تواند ادامه فعالیت دهد. این مسئول به دلیل قدمت نساجی شماره یک مازندران بازسازی و نوسازی را اولویت اول و آخر آن اعلام کرده است. وی در مورد مطالبات کارگری گفت که این واحد تمام مطالبات کارگری را پرداخت کرد و هیچ گونه بدهی به کارگران ندارد و این یک گام به جلو برای نوسازی و بازسازی است.

برای رفع بالاتکلیفی این واحد صنعتی در مکاتباتی به سازمان خصوصی‌سازی، خواهان بازگشت پنج‌ساله این واحد به دولت شد. محمدپور افزود: در صورت تحقق این امر سازمان گسترش و نوسازی می‌تواند برای نوسازی و بازسازی این واحد صنعتی که با فرسودگی ماشین‌آلات نیز مواجه است، بودجه اختصاص دهد. به گفته وی، در شرایط فعلی که این واحد در فهرست فروش سازمان خصوصی‌سازی قرار دارد، امکان سرمایه‌گذاری سازمان گسترش از لحاظ قانونی وجود ندارد. وی میزان اعتبار مورد نیاز برای نوسازی این واحد را حدود ۴۰ میلیارد ریال اعلام کرد. دبیرشورای توسعه صادرات مازندران راهکارهای پیشنهادی وزارتخانه متبوع خود را برای رفع

مدیرکل صنعت، معدن و تجارت مازندران گفت که واحد صنعتی شماره یک نساجی مازندران واقع در شهر قائمشهر پس از ۴۵ روز توقف فعالیت تولیدی خود را از سرگرفت. به گزارش ایرنا، محمد محمدپور در آیین راه‌اندازی مجدد این واحد صنعتی افزود: این واحد صنعتی هم‌اکنون در سه شیفت کامل در بخش ریسندگی، مقدماتی و بافندگی در حال فعالیت است. نساجی شماره یک قائمشهر ۴۵ روز پیش به دلیل مشکلات مدیریتی و مالی فعالیت خود را متوقف کرده بود که با رویکرد دولت تدبیر و امید برای احیای این صنعت قدیمی در مازندران، با کمک مالی سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران بار دیگر فعالیت خود را از سر گرفت.

دبیر ستاد تسهیل و رفع موانع تولید مازندران بروز مشکل این واحد صنعتی را بالاتکلیفی مدیریتی به دلیل قرارگیری در فهرست فروش سازمان خصوصی‌سازی از سوی دولت گذشته و منع قانونی برای کمک مالی برای نوسازی و بازسازی آن بیان کرد. محمدپور افزود: این واحد صنعتی در سال ۸۹ در قبال رد دیون دولت، به بانک مسکن واگذار شده بود که این بانک نیز حاضر به تحویل این واحد نشد. وی اضافه کرد: در اواخر سال ۹۲ پس از چند سال بالاتکلیفی بار دیگر این واحد صنعتی در فهرست فروش سازمان خصوصی‌سازی قرار گرفت که این فروش به دلیل نبود متقاضی انجام نشد. وی گفت که وزارت صنعت، معدن و تجارت دولت یازدهم



## مدیریت محترم مجتمع رنگدانه، نانونخ و گرانول سیرجان

کسب گواهینامه استانی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، گواهینامه رتبه سیمین از مرکز ملی رتبه‌بندی اتاق ایران و همچنین دریافت تایید نانومقیاس برای محصول «کامپاند پلی پروپیلن حاوی نانوذرات اکسید روی با دو گرید AD01 و AD02 دارای خاصیت آنتی باکتریال» را صمیمانه به جنابعالی و کلیه پرسنل و کارکنان این مجتمع تبریک عرض می‌نمایم.

جمشید بصیری مدیر مسئول



## دست کوتاه واحدهای ریسندگی از پنبه با کیفیت

### معضل کمبود پنبه گریبان واحدهای ریسندگی کشور را گرفت

شدید پنبه در حال توقف هستند، بتوانند از این بحران فراگیر عبور کنند. در این مدت نیز باید وزارت جهاد کشاورزی و نهادهای ذی ربط با اتخاذ سیاست‌های کارآمد و اجرایی مثل اصلاح بذر، بهبود زمین‌های تحت کشت، کوتاه کردن دوران برداشت پنبه و ... اقدامات علمی و اجرایی را در دستور کار فوری خود قرار دهند تا در آینده دچار چنین کمبودهایی نشویم.»

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، شرایط فعلی واحدهای ریسندگی پنبه‌ای را از نظر تامین مواد اولیه خود به دلیل عدم امکان خرید و واردات به موقع بسیار نامطلوب خواند و افزود: «اطمینان داشته باشید در صورت عدم تصمیم‌گیری سریع و منطقی برای واردات پنبه از تمام کشورهای که مجاز به دادوستد با آنها هستیم، کارخانه‌های ریسندگی پنبه‌ای تعطیل و تعداد بسیار قابل توجهی از نیروهای شاغل در آن، بیکار خواهند شد.»

به گفته این صنعتگر نساجی، «متأسفانه



شرط واردات پنبه برای گذر از بحران کنونی ناشی از کمبود پنبه در داخل کشور از تمام کشورهای مجاز به دادوستد با ایران برای نجات واحدهای ریسندگی از خطر تعطیلی قریب‌الوقوع آنها شد. علیمردان شیبانی تاکید کرد: «ورود بی‌قید و شرط و فوری پنبه حداقل به اندازه مصرف سه تا شش ماه واحدهای نساجی باید از تمام کشورهای مجاز به دادوستد با جمهوری اسلامی ایران آزاد اعلام شود تا واحدهای ریسندگی که به دلیل کمبود

اشاره

در ماه گذشته، کاهش شدید پنبه در دسترس برای کارخانجات ریسندگی کشور و در عین حال، ممنوعیت‌های اعمال شده برای واردات این ماده اولیه مهم نساجی به بهانه‌هایی نظیر وجود کرم سرخ، فعالیت واحدهای ریسندگی پنبه‌ای را تحت‌الشعاع خود قرار داد و اکثر فعالان و دست‌اندرکاران صنایع نساجی نسبت به این موضوع واکنش نشان دادند و خواستار مساعدت وزارت جهاد کشاورزی و مسئولان مربوطه برای تامین پنبه مورد نیاز کارخانجات شدند. در ادامه مهم‌ترین اظهارنظرهای مطرح شده پیرامون این موضوع به نقل از اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی و مدیران واحدهای نساجی کشور، به سمع و نظر خوانندگان گرامی می‌رسد:

#### تاکید نساجان بر ورود بی‌قید و شرط پنبه

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی خواستار آزادسازی سریع و بی‌قید و



سازمان حفظ نباتات وزارت جهاد کشاورزی بر اساس ضوابط و مقررات موجود که بسیار قدیمی هستند، اعتقاد دارد که پنبه‌های وارداتی از سراسر دنیا (به جز پنبه‌های ازبکستان، ترکمنستان و تاجیکستان) آلوده به کرم سرخ و سایر آفت‌های گیاهی هستند، بنابراین ورود این قبیل پنبه‌ها به کشور را ممنوع و یا هم تحت شرایط بسیار دست نیافتنی و مشکل اعلام می‌کند و این در حالی است که نیاز واحدهای نساجی به پنبه حدود ۱۵۰ هزار تن در سال است و پنبه تولید داخل در سال‌های اخیر فقط حدود ۴۵-۵۰ هزار تن است.»

شیبانی تصریح کرد: «این در شرایطی است که کشوری مانند ترکیه، سالانه صدها هزار تن پنبه از تمام کشورهای پنبه‌خیز برای واحدهای نساجی خود وارد می‌کند و نگران کرم سرخ و آفت‌های مختلف دیگر نیست و می‌بینیم که به دلیل همین شرایط سهل‌تأمین پنبه متأسفانه بازار کشور ما نیز پر از محصولات تمام‌شده نساجی کشور ترکیه شده است.»

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران عنوان کرد: «تا زمانی که

چنین قوانین و مقررات ناکارآمد و دست و پاگیری از بین نرود، واردکنندگان پنبه نخواهند توانست نیاز واحدهای نساجی را برطرف کنند.» شیبانی افزود: «متأسفانه در حال حاضر روش‌هایی که بخش قرنطینه و بهداشت گیاهی سازمان حفظ نباتات کشور اعمال می‌کند، روشی منسوخ شده و بسیار مشکل‌زاست که شاید این روش‌ها مربوط به سال‌های بسیار دوری است که برداشت پنبه ما حتی بالای ۲۵۰ هزار تن در سال بوده است.»

وی با اشاره به مجوز واردات پنبه از کشورهای ازبکستان، تاجیکستان و ترکمنستان، گفت: «تولیدکنندگان پنبه این کشورها در جریان محدودیت ایران برای واردات پنبه از دیگر نقاط جهان قرار دارند. به همین دلیل به خود اجازه می‌دهند هر نوع رفتاری با خریداران ایرانی داشته باشند.»

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران با بیان این‌که قیمت نخ وارداتی از بسیاری از کشورهای پنبه‌خیز مانند هندوستان و...، برابر با قیمت پنبه وارداتی است، یادآور شد: «چگونه امکان دارد از این

کشورها صدها تن نخ بدون دغدغه و هراس از وجود آفت وارد کرد، اما واردات پنبه از همین کشورها همراه اما و اگرهای فراوان باشد؟! نتیجه چنین سیاستی غلطی توقف و بسته شدن واحدهای ریسندگی و بیکاری پرسنل خوب آن خواهند بود.»

این صنعتگر نساجی اذعان داشت: «چگونه این امکان وجود دارد واردات پنبه مصر (که به دلیل طول بلند به‌عنوان بهترین پنبه و گران‌قیمت‌تر از پنبه سایر کشورهاست)، در هیچ کجای دنیا ممنوع اعلام نشود و محصول بافته‌شده از آن برند برتر باشد، اما در ایران باید به بهانه وجود کرم سرخ و امثال آن از قرنطینه و ده‌ها مرحله غیر ممکن دیگر بگذرد؟»

شیبانی ضمن انتقاد از کم‌توجهی وزارت صنعت نسبت به معضل جدی تأمین پنبه واحدهای ریسندگی به‌عنوان ماده اولیه و موتور محرکه صنایع نساجی در مورد کمبود پنبه، گفت: «کارخانه‌های ریسندگی بیشترین سطح اشتغال این صنعت را دارا هستند و با توقف هر یک از این واحدها، صدها نفر بیکار خواهند شد و آسیب‌های اجتماعی ناشی از این بیکاری محدود به بخش خصوصی نخواهد شد و طبعاً دامنگیر جامعه، هیت حاکمه و همه دلسوزان کشور خواهد شد.»

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در پاسخ به این سوال که دلیل افزایش قیمت پنبه در بازار داخلی، کمبود پنبه است یا نوسانات جهانی قیمت این محصول، عنوان کرد: «اگرچه در بازارهای جهانی قیمت پنبه اندکی افزایش یافته، اما در ایران کاملاً طبیعی است که کمبود شدید یک محصول، نیاز منطقی به آن طبعاً قیمت آن را افزایش دهد، به طوری که طی هفته‌های گذشته این افزایش چشمگیر قیمت در بازار داخلی با توجه به کمبود و به عبارتی نبود پنبه اعم از داخلی و خارجی بسیار محدود بوده است.»

شیبانی از طرف انجمن صنایع نساجی ایران



ضمن تاکید بر خرید هر مقدار پنبه تولید داخل، اظهار داشت: «وضع هر گونه تعرفه گمرکی و سود بازرگانی به مواد اولیه و به خصوص به مواد اولیه‌ای که در داخل کشور کمبود شدید دارد، امری کاملاً اشتباه است که باید وزارت صنعت در این مورد تا مادامی که در داخل کشور نیاز کامل صنعت ریسندگی به پنبه تامین نشود، هر گونه تعرفه‌ای را مانند بسیاری از کشورهای دارای صنعت ریسندگی به طور کامل حذف کند.»

وی ابراز امیدواری کرد که «با توجه به اهمیت این صنعت به خصوص در بعد اشتغال‌زایی و ارزش افزوده و توجه ویژه شخص وزیر صنعت و مدیرکل دفتر صنایع نساجی و کارشناسان این بخش اقدامی عملی و هرچه سریع‌تر در جهت حذف این مقررات و امکان ورود آن از تمام کشورهای مجاز به دادوستد بین وزارتخانه‌های دخیل اخذ شود.»

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در پایان خاطرنشان کرد: توجه داشته باشیم که با سراب برنامه‌ریزی آینده دور برای امکان برداشت بیشتر تولید داخل که امید داریم با همت متولیان امر به آن هرچه زودتر دسترسی پیدا کنیم، در حال حاضر بحران جدی موجود در این صنعت را به دلیل نبود مواد اولیه فراموش نکنیم.»

### موجودی انبارهای پنبه، برای یک هفته کارخانه‌های نساجی کافی است

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران نیز موجودی کنونی (اواخر مردادماه) پنبه کشور را دو تا سه هزار تن اعلام کرد و گفت: این میزان، پاسخگوی مصرف بیش از یک هفته کارخانه‌های ریسندگی نیست. محمدعلی عامری افزود: نیاز واحدهای نساجی به پنبه سالانه ۱۳۰ هزار تا ۱۵۰ هزار تن است. عامری اضافه کرد: پنبه‌های موجود نیز کیفیت مطلوبی ندارد و قابل استفاده

کرد و مسئولان وزارت جهاد کشاورزی اعلام کردند باید تحت قرنطینه خاص و دفع آفات قرار گیرد. این واحد تولیدی کامیون‌های حامل پنبه را از بندرعباس به ایرانشهر فرستاد. پنبه‌ها پس از گندزایی با گاز متیل بروماید به سمت مشهد (کارخانه نساجی مقصد) بارگیری شد.

به گفته وی، این چرخه طولانی و هزینه‌بر مقرون‌به‌صرفه نیست و زیان‌های مالی بسیاری به همراه دارد. عامری به صدور مجوز وزارت جهاد کشاورزی برای واردات پنبه از پاکستان (با شرایط خاص) اشاره کرد و گفت: کیفیت پنبه پاکستان به مراتب پایین‌تر از پنبه ازبکستان است و اگر کمبود پنبه به همین منوال ادامه پیدا کند، شمار قابل توجهی از کارخانه‌های ریسندگی از ادامه فعالیت باز می‌مانند. عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران افزود: شرکت‌های اروپایی که پنبه ازبکستان را با بهره پایین بانکی خریدند در این فصل در منطقه آزاد بندر شهید رجایی، پنبه را در اختیار دارند و دولت می‌تواند برای رفع نیاز فوری واحدهای نساجی، این محموله‌ها را که قیمت بالاتری نسبت به مبدأ دارد، بخرد و در اختیار واحدهای نساجی قرار دهد.

### راهکار منطقی برای نجات واحدهای ریسندگی



کارخانه‌های مدرن نساجی کشور نیست. عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران گفت: در شرایطی که کمبود شدید پنبه احساس می‌شود، واردات یک گزینه منطقی است اما وزارت جهاد کشاورزی ممنوعیت‌هایی برای واردات پنبه لحاظ کرده و واردات را فقط از سه کشور ترکمنستان، ازبکستان و تاجیکستان مجاز دانسته است. به گفته وی، پنبه‌های تاجیکستان و ترکمنستان مرغوب نیست، بنابراین بیش از ۹۰ درصد پنبه‌های قابل استفاده در واحدهای نساجی از ازبکستان تامین می‌شود اما این کشور از هشت سال پیش با تکیه بر سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، به توسعه و تقویت صنعت ریسندگی خود پرداخته است و به سوی تولید محصول با ارزش افزوده بیشتر حرکت می‌کند.

عامری ادامه داد: اکنون ازبکستان پنبه‌ای برای فروش به ما ندارد. همچنین برخلاف شرکت‌های اروپایی فعال در ازبکستان از بهره بانکی یک تا سه درصد استفاده می‌کنند در ایران به دلیل نرخ سود بانکی بسیار بالا، امکان پیش خرید وجود ندارد؛ بنابراین هیچ پنبه‌ای از ازبکستان نصیب صنعتگران نساجی ایران نمی‌شود. وی به وجود قرنطینه‌های گیاهی اشاره کرد و گفت: پارسال یکی از واحدهای نساجی، مقادیر قابل توجهی پنبه از هند وارد

در همین رابطه، عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران گفت: «راهکار منطقی برای نجات واحدهای ریسندگی، لغو ممنوعیت‌های بی‌دلیل واردات پنبه است.» حسن کاردان جلوگیری از واردات پنبه برای رفع نیاز واحدهای نساجی را یک بهانه دانست و اظهار داشت: «در حال حاضر صنعتگران ایرانی ملزم به واردات پنبه از ازبکستان هستند؛ در حالی که این کشور بخش عمده‌ای از پنبه تولیدی خود را به واحدهای ریسندگی داخلی و سپس به‌طور انبوه به چین عرضه کرده و در این میان، دست تولیدکنندگان از پنبه‌های باکیفیت ازبک دور مانده است.»

وی تصریح کرد: «تمام کشورها، بدون بهانه‌هایی مانند وجود آفت گیاهی و کرم‌سرخ اقدام به واردات پنبه می‌کنند، اما وزارت جهادکشاورزی به بهانه وجود کرم‌سرخ، مانع واردات آزادانه پنبه مورد نیاز واحدهای ریسندگی می‌شود!» وی با اعلام این مطلب که داستان وجود کرم‌سرخ در پنبه متعلق به سال‌های بسیار دور است، گفت: «ترکیه تولیدکننده ۷۵۰ هزار تن پنبه و واردکننده یک میلیون تن پنبه است بدون این که بهانه و حاشیه‌ای در این واردات وجود داشته باشد، اما در ایران، ۴۰ تن پنبه بیشتر تولید نمی‌شود و اجازه واردات آزادانه از سایر کشورها (به جز ازبکستان) هم داده نمی‌شود.»

این تولیدکننده نساجی تصریح کرد: «آیا در دنیا فقط پنبه ازبکستان عاری از کرم‌سرخ است و پنبه بسیار مرغوب سایر کشورها مانند مصر دارای آفت است؟!» کاردان متذکر شد: «به تازگی اجازه واردات پنبه از پاکستان داده شده که طول لیاف آن کوتاه است و کیفیت مناسبی ندارد؛ آیا باور کردنی است پنبه پاکستان مرغوب باشد، اما پنبه استرالیایی و مصری، نامرغوب؟!» وی اضافه کرد: «اگر پنبه تمام کشورها دارای کرم‌سرخ است پس

باید نخ آنها نیز دارای همین آفت باشد. پس چرا هیچ ممنوعیتی در مورد واردات نخ صورت نمی‌گیرد؟! بارها و بارها این موضوع را در میان گذاشتیم، اما پاسخ مشخصی دریافت نکردیم!» عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی تاکید کرد: «راهکار منطقی این است که ممنوعیت‌های بی‌دلیل واردات پنبه را برداریم و مانند سایر کشورها در مورد واردات



پنبه عمل کنیم.»

### انتقاد از اعمال سلايق شخصی در واردات پنبه

دیگر عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران نیز نسبت به سیاست اعمال شده سازمان حفظ نباتات در خصوص واردات پنبه به کشور انتقاد کرد و گفت این سازمان به جای اعمال سلیقه‌های شخصی باید به شرایط کنوانسیون بین‌المللی پایبند باشد.

محمد جعفر شهلايي نژاد با بیان اینکه سازمان حفظ نباتات وزارت جهادکشاورزی و مسئولان امر در شرایطی که واحدهای ریسندگی از کمبود پنبه رنج می‌برند، باید منافع ملی را به‌درستی تشخیص دهند، اظهار کرد: باید منافع ملی را مقدم بر تمام تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات خود کنند تا به تعداد کارخانه‌های تعطیل و کارگران بیکار افزوده

نشود. وی افزود: نیاز واحدهای ریسندگی به پنبه تولید داخل، پنبه‌ای با کیفیت به مراتب بهتر است که طبعاً این نیاز باید از طریق پنبه‌های وارداتی تأمین شود.

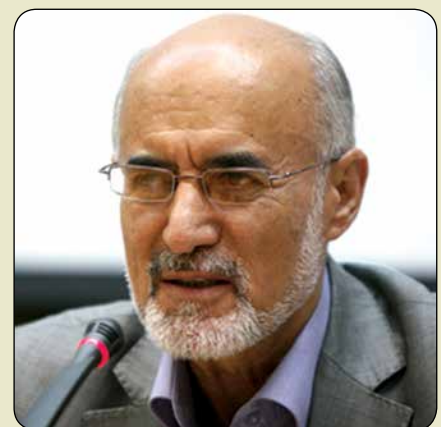
عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران با بیان اینکه در کنوانسیون بین‌المللی حفظ نباتات که ایران نیز یکی از اعضای آن محسوب می‌شود، شرایطی برای کشورهای که پنبه‌های آن‌ها دچار آلودگی و آفت گیاهی است، مدنظر قرار گرفته است، ادامه داد: بر این اساس واردات پنبه از این کشورها پس از قرنطینه و گندزدایی منعی ندارد و گواهی معتبر بین‌المللی مبنی بر انجام گندزدایی دریافت می‌کنند، اما متأسفانه سازمان حفاظت از نباتات وزارت جهادکشاورزی تمایل دارد که نوع گندزدایی را شخصاً تعیین کند و توجهی به ابعاد بین‌المللی این کنوانسیون ندارد.

شهلايي تصریح کرد: در صورتی که پنبه به صورت مستقیم در گمرکات، مهر و موم و وارد انبار کارخانه‌های نساجی شود، هیچ زیانی در پی نخواهد داشت، زیرا اغلب کارخانه‌های نساجی نزدیک محیط‌های کشاورزی به خصوص مزارع کشت پنبه قرار ندارند، اما نکته‌ای که باید مورد تجدیدنظر متولیان امر قرار گیرد، این است که در صورت عضویت در یک کنوانسیون بین‌المللی و مورد تأیید بودن گواهی‌نامه‌های آن در سراسر جهان، دلیلی برای اعتراض و اعمال سلیقه‌های شخصی وجود ندارد.

به گفته عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، در حال حاضر واردات پنبه به ایران منحصر به ازبکستان شده است که این کشور طبق برنامه ۱۰ ساله توسعه‌ای خود، نخ و پارچه را جایگزین خام‌فروشی و صادرات پنبه خواهد کرد تا به این ترتیب واحدهای ریسندگی ایران بیش از پیش دچار مشکلات عدیده شوند. وی با بیان اینکه در هر جایی

که انحصار وجود داشته باشد، فساد نیز شکل می‌گیرد، یادآور شد: گاهی اوقات کشوری مانند چین، بخش عمده‌ای از پنبه ازبکستان را به صورت نقدی خریداری می‌کند و طبعاً زمانی که تولیدکننده از یک پول نقد مشاهده می‌کند، توجهی به خریدهای محدود و به صورت اعتباری یا بلندمدت ایران نشان نمی‌دهد. این فعال صنعت نساجی همچنین به کرم سرخ و آفت‌های گیاهی که دلیل اصلی ممنوعیت واردات پنبه به ایران می‌شود اشاره کرد و گفت: در کنوانسیون جهانی حفظ نباتات اعلام شد که پنبه برخی از کشورها باید گندزدایی و قرنطینه شود، اما در این زمینه نمی‌توان به صورت سلیقه‌ای عمل کرد و سازمان حفظ نباتات وزارت جهاد کشاورزی باید به مفاد این کنوانسیون دقت کند؛ برای مثال یکی از روش‌های گندزدایی پنبه استفاده از گاز متیل بروماید است که ایران سهمیه مشخصی از این گاز در صنایع مختلف دارد و نمی‌توان تمام آن را به پنبه اختصاص داد.

### زنگ خطر تعطیلی برای واحدهای نساجی



یک عضو انجمن صنایع نساجی ایران به مشکلات تأمین مواد اولیه در کارخانجات تولید محصولات نساجی اشاره کرد و گفته است که با این روند زنگ خطر تعطیلی برای

واحدهای نساجی به صدا درآمده است. احد کرمانی موجودی پنبه تولید داخل در واحدهای ریسندگی کشور را نزدیک به صفر اعلام کرد و گفت: یک‌ماه و نیم به فصل برداشت پنبه باقی مانده است و به دلیل فقدان یک سازمان مشخص و مسئول در مورد واردات پنبه، این نابسامانی باعث می‌شود که همه ساله و به خصوص اواخر فصل پنبه، دچار کمبود شدید در واحدهای ریسندگی شویم. وی ادامه داد: سایر کشورها مانند سوئیس، چین، هند، بنگلادش و ... از ابتدای فصل پنبه، بهترین و مرغوب‌ترین پنبه را با پیش‌پرداخت مشخص و با قیمت مناسب به صورت عمده خریداری می‌کنند و به تدریج محموله‌های خریداری شده را به کشورهای خود حمل می‌کنند.

عضو انجمن صنایع نساجی ایران با اشاره به محدودیت‌های واردات پنبه، اظهار کرد: به دلیل وجود قوانین دست و پاگیر متعدد در ایران مانند الزام به واردات پنبه از چند کشور خاص و ممنوعیت خرید آزادانه از کشورهای مطرح و پنبه‌خیز، با کمبود شدید مواد اولیه و قیمت سرسام‌آور آن روبه‌رو هستیم. کرمانی تصریح کرد: گرانی پنبه در ایران تا حدودی به دلیل افزایش قیمت جهانی پنبه است، اما مهم‌ترین دلیل آن را باید در کمبود جدی پنبه دانست. وی مجموع پنبه تولیدی ایران را کمتر از ۶۵ هزار تن اعلام کرد و گفت: مصرف واحدهای نساجی سه‌برابر این رقم و در حدود ۱۸۰ هزار تن است و در این شرایط کارخانه‌های ریسندگی تشنه مواد اولیه برای ادامه تولید و حفظ حیات خود هستند.

به گفته این تولیدکننده نساجی، اشاره به وجود کرم سرخ و آفت‌های مختلف در پنبه‌های وارداتی، براساس تفکرات و قوانین قدیمی صورت می‌گیرد که تا حدودی رنگ و بوی سیاسی داشت و این در حالی است که در حال حاضر واردات پنبه از مصر و بورکینافاسو که به عنوان بهترین و مرغوب‌ترین پنبه دنیا

شناخته می‌شود، به ایران ممنوع است! کرمانی با طرح این سوال که آیا منطقی است تمام کشورها خریدار پنبه این کشورها باشند و برایشان هیچ مشکلی از نظر آفت گیاهی پیش نیاید اما در ایران به دلایل مختلف از واردات آن سرباز زده شود، ادامه داد: واردات ما فقط محدود به سه کشور ترکمنستان، تاجیکستان و ازبکستان است که برای ما مشکل‌ساز می‌شود. وی با بیان اینکه ۸۰ درصد از پنبه وارداتی ایران از ازبکستان است، گفت: این کشور به سمت صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر مانند نخ، پارچه و حتی پوشاک حرکت خواهد کرد و خام‌فروشی را به حداقل می‌رساند و در این شرایط برخی کشورها، پنبه ازبکستان را با حجم بالا پیش خرید می‌کنند و در این میان، صنعتگران ایران فقط نظاره‌گر هستند و این بحران ادامه پیدا خواهد کرد.

این عضو انجمن صنایع نساجی ایران پیشنهاد اختصاص یارانه به کشاورزان جهت تقویت مزارع کشت پنبه و ایجاد انگیزه در آنان را مطرح کرد و گفت: در سال‌های دور، ایران یکی از صادرکنندگان مطرح پنبه به شمار می‌آمد، اما در حال حاضر بخش اندکی از نیاز واحدهای نساجی را تأمین می‌کند و از طرف دیگر متأسفانه با مشکلاتی مانند وجود الیاف غریبه در پنبه‌های تولید داخل روبه‌رو هستیم که باعث افت کیفیت محصولات نهایی می‌شود. به گفته کرمانی، ساماندهی تأمین مواد اولیه نساجی مانند پنبه، ویسکوز و پلی‌استر باید مورد بازنگری قرار گیرد، اما متأسفانه انسجام و همت قابل توجهی در دولتمردان و متولیان وزارت صنعت و جهاد کشاورزی برای این موضوع وجود ندارد. وی تأکید کرد: به دلیل کمبود پنبه و توقف واحدهای ریسندگی، واحدهای بافندگی نیز از ادامه فعالیت باز خواهند ماند و این زنجیره ادامه پیدا خواهد کرد؛ در نتیجه بیکاری عظیمی بر این مملکت مستولی خواهد شد.



## جلوگیری از خروج ارز و ارز آوری، هدف غایی تولیدکنندگان

### گفتگوی ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با آقای شهرام صالحی نوع پرور مدیرعامل شرکت تولیدکنندگان

#### اشاره

بعد از افتتاح شعبه پاسداران برند تولیدکنندگان در بعد از ظهر روز شنبه ۱۶ مردادماه، شعبه ونک این برند موفق کشور نیز روز دوشنبه ۲۵ مردادماه در میان استقبال پرشور مردم و مخاطبان تولیدکنندگان افتتاح گردید تا موفقیت دیگری در کارنامه این برند پوشاک زنانه کشور رقم بخورد. به همین بهانه، به سراغ آقای شهرام صالحی مدیرعامل موفق شرکت تولیدکنندگان رفتیم و از ایشان در مورد دستاوردهای اخیر و همچنین چشم‌انداز آینده تولیدکنندگان جویا شدیم که در ادامه، مشروح مصاحبه به سمع و نظر خوانندگان گرامی می‌رسد:

#### به عنوان اولین سوال در مورد افتتاح دو فروشگاه جدید تولیدکنندگان در پاسداران و ونک توضیح بفرمایید.

ما از سال ۹۱ جریان برندسازی خود را شروع کردیم که این جریان، مرحله به مرحله در حال پیگیری است و افتتاح این دو فروشگاه هم در راستای برندسازی تولیدکنندگان قرار دارد. البته در حال حاضر قدری از برنامه خود عقب هستیم ولی فکر می‌کنم با توجه به روند که در سال‌های ۹۴ و ۹۵ در پیش گرفته‌ایم، حداکثر تا پایان سال ۹۶ به اهداف خود دست پیدا خواهیم کرد.

اساساً رویکرد و نگاه تولید صنعتی با تولید برای خرده‌فروشی بسیار متفاوت و مجزا است بنابراین در این سال‌ها سعی کرده‌ایم قدری زوایای نگاه خود را



دوران کالامحوری تمام شده و در دنیا مسائلی مانند کیفیت بالا به امری بدیهی تبدیل شده است. در واقع، اینطور نیست که تولیدکنندگان با ادعای عرضه جنس باکیفیت منتظر مراجعه مشتریان باشند بلکه تعداد تولیدکنندگان محصول باکیفیت بسیار زیاد شده و شرایط هم رقابتی شده است. بنابراین تولیدکنندگان امروز باید یک مزیت رقابتی در انتقال احساس خوب به مشتری داشته باشند. این موضوع، سیاست و استراتژی مجموعه تولیدی تولیدکنندگان و فروشگاه‌های جدید هم با همین هدف ایجاد شده‌اند

عوض کرده و زوایای جدیدی در ذهنمان ایجاد کنیم. یعنی تلاش کرده‌ایم تولیدمان را همگام و سپر به سپر با بازار جلو ببریم. در همین راستا این ضرورت را احساس کردیم که باید چند شعبه ممتاز در سطح کشور داشته باشیم تا بتوانیم از طریق آنها، نقاط اصلی و مهم در کسب‌وکار خرده‌فروشی را به دست بیاوریم و ضمن شناخت بهتر نیازهای مشتریان، به این موضوع برسیم که چگونه می‌توانیم احساس خوبی به مشتریان خود منتقل نماییم. این مسئله از آنجهت حایز اهمیت است که امروزه

تا الگویی جهت تسری روش‌های تک‌ریم مشتری به سایر نمایندگی‌های تولیکا شوند.

از طرف دیگر، ما در فروشگاه‌های خود نیاز به یک کانسپت و ویژگی داریم که مخصوص تولیکا باشد به طوری که مشتری وقتی وارد فروشگاه ما می‌شود، بدون نگاه کردن به تابلو از نوع رنگ‌آمیزی، چیدمان، ویتترین، شکل صندوق و رگال، نحوه برخورد و یونیفرم کارکنان متوجه شود که وارد فروشگاه تولیکا شده است. لازمه این موضوع هم این است که ما شعبات ممتازی داشته باشیم که این رویکرد و رویه را از طریق آنها به نمایندگان خود تسری دهیم. ضمن اینکه همانطور که عرض کردم از طریق این فروشگاه‌ها می‌توانیم مشتریان و نیازهای آنها را بهتر شناخته و جامعه مخاطبان خود را بزرگ‌تر و وسیع‌تر کنیم.

در حال حاضر ۴۴ فروشگاه شامل ۴۰ نمایندگی و ۴ شعبه به طور اختصاصی محصولات تولیکا را عرضه می‌کنند که این تعداد تا پایان شهریور یا اواسط مهر به ۵۵ فروشگاه (۵۰ نمایندگی و ۵ شعبه) می‌رسد. طبق اهدافی که مدنظر داریم بعد از رسیدن به ۷۵ فروشگاه، شروع به بررسی و ارزیابی می‌کنیم که اشل فروشگاه‌ها، ظرفیت تولید و جامعه مخاطبان مان به چه شکل است. بعد از آن، ممکن است با همین ۷۵ فروشگاه بازار ایران را ببندیم یا اینکه تا ۱۴۰ شعبه هم افزایش دهیم. در حال حاضر جاده کناره شمال، برخی از شهرهای جنوبی و جزایر قشم و کیش و برخی از مراکز خرید تهران را برای راه‌اندازی فروشگاه جدید زیر نظر داریم.

**طبیعتاً مکان استقرار فروشگاه‌ها و شعب را بر اساس رنج قیمتی محصولات و نوع جامعه مخاطبان خود انتخاب می‌کنید؟**

بله همین طور است. مخاطبان تولیکا دو ویژگی دارند: یکی اینکه نشان حتماً بین ۱۴ تا ۴۰ است. دوم اینکه مخاطبان ما از نظر درآمدی در دهک‌های ۵، ۶ و ۷ (متوسط) متمایل به بالا قرار دارند و فروشگاه‌های تولیکا هم در مناطق سکونت این طبقه از جامعه مستقر می‌شود.





با توجه به طیف وسیع و متنوع محصولات تولیکا، آیا این محصولات و کلکسیون‌ها در تمام فروشگاه‌ها و شعب به صورت یکسان عرضه می‌شوند یا اینکه بسته به مکان و نوع فروشگاه، محصولات متفاوتی عرضه می‌گردد؟

در حال حاضر رویه واحدی وجود دارد و کالاهایی که تولید می‌کنیم، به یک شکل در اختیار تمام نمایندگی‌های تولیکا قرار گرفته و عرضه می‌شود. اما در آینده نزدیک این شرایط قدری تغییر می‌کند. ما در آینده پروژه‌های به نام خانه تولیکا در دست اجرا داریم که در قالب آن، شاید محصولات عرضه‌شده قدری متفاوت با بقیه فروشگاه‌ها و شعبات باشد. در مناطقی مانند پاسداران مانند ۲۸۰ هزار تومانی ما را ارزان تلقی کرده و حتی برخی خانم‌ها به این دلیل آن را نمی‌خرند در حالی که در مقام مقایسه، از بسیاری از مانتهای ۶۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومانی که بعضاً فیک هستند، کیفیت بهتری دارد. منتهی از آنجایی که تولیکا یک برند است و نمی‌تواند خلاف وحدت رویه خود عمل کند، این مانته را با همان قیمت عرضه می‌کند، با این حال، در آینده ممکن است بعضی از شعب تهران یا برخی نقاط اصفهان، مشهد و ... محصولاتشان قدری متفاوت با سایر شعب باشد.

**در مورد المان‌هایی که در فروشگاه‌های خود برای جلب مشتریان و انتقال احساس خوب به آنها رعایت می‌کنید، صحبت بفرمایید.**

در راستای انتقال احساس خوب در فروشگاه‌ها، ما یک پکیج آموزشی داریم که در کل سازمان تولیکا جاری کرده‌ایم. اطلاعاتی که در این پکیج است بسیار اطلاعات گران‌بهایی است ولی به نظر من کامل نیست و قدری باید روی آن کار کنیم. از طرف دیگر، ما هم شاید هنوز آن آموزشی که مدنظرمان است را در بین کارکنان فروشگاه‌ها جاری نکرده‌ایم لذا این موضوع قدری نگران است. اما حتی فروشگاه‌هایی که از نظر من شرایط ایده‌آل ندارند، نوع ارائه خدمات آنها ۳۰۰ درصد از بقیه فروشگاه‌های سطح کشور بهتر

دنبال آن هستیم که استانداردهای مدنظرمان را به مخاطبان انتقال دهیم. البته قطعا در سال‌های بعد، این فروشگاه‌ها سودآوری هم خواهند داشت ولی در مورد مکان‌هایی مانند ونک یا پاسداران با توجه به نرخ اجاره‌ها فعلا انتظار سودآوری نداریم و بیشتر به دنبال برندسازی و ترویج برند تولیدی در بین جامعه هدفمان هستیم.

### در مورد نحوه طراحی، تولید و عرضه کلکسیون‌های تولیدی بیشتر توضیح دهید.

همانطور که احتمالا مستحضری تولیدی اولین برند Fast Fashion ایرانی است و ما هر ۴ تا ۶ هفته و حداکثر ۸ هفته، یک کلکسیون جدید متشکل از ۱۴۰ مدل را به بازار عرضه می‌کنیم که هر کدامشان یک ویژگی مجزا و متفاوت دارد. همین موضوعی باعث جذابیتی در فروشگاه‌های ما می‌شود و برنامه ما این است هر روز که یک خانم از مقابل فروشگاه تولیدی رد می‌شود، یک کار جدید پشت ویتربین مشاهده کند. البته این کار آسان نیست ولی ما این کار را انجام خواهیم داد و از هفته‌های آینده، ویتربین‌های تولیدی به صورت روزانه تغییر خواهند کرد.

### نکته پایانی؟

همانطور که ذکر کردم ما بازار ایران را با ۷۵ تا حداکثر ۱۴۰ شعبه می‌بندیم و بعد از تامین نیاز داخل، به اهداف بزرگ‌تری خواهیم پرداخت. به هر حال ما تولیدکنندگان ایرانی ماموریت داریم که کالای باکیفیت را تولید و به مردم ایران عرضه کنیم. یعنی به موازات مقابله با واردات و قاچاق پوشاک، ما تولیدکنندگان هم باید کالای خوب و باکیفیت عرضه کنیم تا بتوانیم در این بازار رقابت کنیم. در همین راستا، ما ضمن تلاش برای اشتغال‌زایی در داخل، به دنبال جلوگیری از خروج ارز از کشور هستیم که این مهم همزمان با بزرگ شدن تولیدی، به صورت موازی در حال انجام است. برنامه بعدی ما هم ارزآوری برای کشور از طریق صادرات است و در این زمینه، بازار روسیه، ارمنستان، گرجستان و حتی خود ترکیه را مدنظر داریم و بعد از آن هم کشورهای غربی را هدف خواهیم گرفت.



سخت‌تر است. اما این ما هستیم که باید این موضوع را در شرکت تولیدی اجرا کرده و به سرانجام برسانیم. اتفاقا بعد از این مصاحبه، جلسه‌ای پیرامون همین موضوع داریم که چگونه در فضای اینترنتی محتواسازی داشته باشیم و از طریق آن، فروش اینترنتی خود را تحریک کنیم. البته نه به شکل بازاری که امروز مرسوم است بلکه به صورت تخصصی و کاملا متفاوت.

**یکی از مشکلات همیشگی فروش پوشاک در کشور، موضوع اجاره‌بهای املاک تجاری بوده است. با توجه به این موضوع آیا راه‌اندازی شعبات جدید برای شما توجیه اقتصادی خواهد داشت و چه راهکاری برای غلبه بر این مشکل در نظر گرفته‌اید؟**

واقعیت این است که با توجه به نرخ بالای اجاره‌بها، فروشگاه‌های جدید با توجه به وقتی که از ما می‌گیرد و نفراتی که در آن کار می‌کنند، سودی که مدنظر ماست بر نمی‌گرداند و چه بسا سود برخی فروشگاه‌ها سر به سر شود. البته اگر نمایندگی بود، قطعاً شرایط بهتر بود و خروجی بیشتری داشت. در مورد چند فروشگاه‌هایی که در حال افتتاح آنها هستیم، صرفه اقتصادی چندان اهمیت ندارد و بیشتر به

است. خیلی از مشتریان تولیدی وقتی وارد فروشگاه ما می‌شوند از نحوه تکریم و خوشامدگویی و همچنین نحوه ارائه خدمات و بدرقه کارکنان مشعوف می‌شوند. البته همانطور که ذکر شد هنوز شرایط از نظر من ایده‌آل نیست و باید اقدامات بیشتری در این زمینه انجام دهیم و مطمئنا تا حداکثر ۳ ماه دیگر در این زمینه هم الگو خواهیم شد.

**در حال حاضر و به خصوص بعد از تشدید برخورد با پوشاک قاچاق، شاهد راه‌اندازی یک سری فروشگاه‌های آنلاین پوشاک هستید که اجناس ترک و ایتالیایی را با قیمت مناسب و سهولت در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. تولیدی در کنار توسعه فروشگاه‌های فیزیکی چه استراتژی‌هایی برای حضور در عرصه فروش آنلاین در نظر گرفته است؟**

یکی از مواردی که من اخیرا از تیم تولیدی درخواست کرده‌ام موضوع فروش آنلاین بوده و به تازگی هم تیمی در این زمینه تشکیل شده است. البته محصول به محصول متفاوت است و در مورد مانتو، خانم‌ها حتما باید در فروشگاه پرو کرده و یک شلوار یا شال هم با آن ست کنند لذا فروش اینترنتی کمتر انجام شده و



## محسن رنانی در اتاق ایران مطرح کرد اقتصاد ایران، گرفتار در رکود شش لایه

به بعد زندگی اجتماعی و اقتصادی ما پرهزینه می‌شود و به همین علت است که امروز مردم ایران سخت و پرهزینه زندگی می‌کنند. در واقع مردم ایران رفاه نسبی دارند اما همراه با رفاهشان رضایت ندارند. و به همین علت است که امروز بسیاری از تولیدات داخلی ما توان رقابت در بازارهای جهانی را ندارند. نویسنده کتاب «اقتصاد سیاسی مناقشه اتمی ایران» تصریح کرد که اگر از رشد و پیشرفت، توسعه به دست نیاید، نهایتاً دستاوردی متناسب با هزینه‌هایی که کرده‌ایم و منابعی که صرف کرده‌ایم برای کشور نخواهیم داشت.

نویسنده کتاب «چرخه‌های افول اخلاق و اقتصاد» در بخش دیگری از سخنان خود به زمان‌بندی در رکود اقتصاد کلان کشور اشاره کرد. وی رکود را از نظر زمانی به چهار رکود کوتاه‌مدت، میان‌مدت، بلندمدت و بسیار بلندمدت تقسیم کرد و ادامه داد: سرعت پاسخ‌دهی و واکنش بخش‌های اقتصادی کشور به سیاست‌ها و محرک‌های اقتصادی کشور به دلیل پایین بودن سرمایه‌های اجتماعی، کمبود اعتماد، و ناکافی بودن و عدم تقارن اطلاعات، کم است. بنابراین در ایران اثر هر تغییر در سیاست‌ها و متغیرهای اقتصاد کلانی نسبت به سایر اقتصادها در مدت زمان بیشتری خود را نشان می‌دهد.

وی در ادامه به رکود اقتصاد کلان اشاره کرد و عامل اصلی آن را عدم تعادل در عملکردهای بخش‌های اقتصادی و عدم تعادل در مقدار متغیر کلان اقتصادی دانست. در این حالت گردش فعالیت‌های بخش‌های مختلف اقتصاد با یکدیگر هماهنگ نیستند که این نوع از رکود در ایران از نوع رکود میان‌مدت است.

نوع دیگری از رکود که مورد توجه این اقتصاددان قرار گرفت رکود ساختاری است. عدم توازن و تناسب در ساختارها عامل بروز این رکود

نشست تخصصی تحلیل بافتار پیچیده و شش لایه رکودی در ایران و امکان‌سنجی خروج از رکود تا پایان سال ۹۶ با حضور محسن رنانی استاد اقتصاد، پدram سلطانی، نائب رییس اتاق ایران و جمعی از فعالان اقتصادی به همت دبیرخانه کمیسیون‌های اتاق ایران در پارلمان بخش خصوصی برگزار شد.

در ابتدای این جلسه، پدram سلطانی نائب رییس اتاق ایران رکود حاکم بر اقتصاد را دغدغه اصلی اقتصاددانان و فعالان اقتصادی کشور عنوان کرد و گفت: این رکود زمان طولانی است که بر اقتصاد ایران سایه گسترانیده و متأسفانه تمهیدات دولت هم نتوانست نتیجه مطلوب را در پی داشته باشد. پیچیدگی شرایط بیانگر آن است که به ظرافت‌ها و تدابیر هوشمندانه‌تر و جامع‌تری نیاز داریم. بدین ترتیب بر آن شدیم که نظرات و پیشنهادات بخش‌های مختلف کشور را نیز در این بخش مورد توجه قرار دهیم.

در ادامه محسن رنانی از اقتصاددانان کشور و استاد تمام دانشگاه اصفهان در مورد رکود حاکم بر اقتصاد به بیان دیدگاه‌های خود پرداخت. وی بر این باور است که دولت به تنهایی قادر به گشودن قفل رکود اقتصادی نیست و به قیام نظام سیاسی و مشارکت بخش خصوصی در کنار خود نیاز دارد.

وی رشد اقتصادی را به سه بخش شامل: سطح رشد افقی که ساده‌ترین مرحله رشد و به معنای تکثیر وضع موجود است؛ رشد عمودی یا همان پیشرفت که رشد همراه با ارتقای فناوری است؛ و در نهایت رشد کیفی که همان توسعه است، تقسیم کرد. به اعتقاد این اقتصاددان در ایران بعد از انقلاب اسلامی، رشد و پیشرفت اتفاق افتاد اما از توسعه غفلت شد. در حقیقت رشد و پیشرفت اگر به توسعه تبدیل نشوند از یک نقطه



ارزیابی کرد و گفت: وجود ابهام سیاسی و عدم اطمینان در فضای سیاسی اثرات خود را خیلی سریع و در کوتاه‌مدت بر اقتصاد کشور برجا می‌گذارد اما گاهی خیلی زمان می‌برد تا این آثار زودده شود. در شرایط عدم اطمینان و بی‌ثباتی سیاسی، فعال اقتصادی اطلاعات و چشم‌اندازی برای تصمیم‌گیری و پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای آینده ندارد.

این استاد دانشگاه خاطر نشان کرد که امروز اقتصاد ایران به طور همزمان با شش لایه رکودی روبه‌رو است که ریشه چهار لایه رکودی آن در داخل و ریشه دو لایه رکودی آن در خارج است. وی کاهش قیمت نفت و رکود جهانی را که دو عامل رکود تحمیل شده از خارج بر اقتصاد ایران برشمرد. رنالی تصریح کرد که همین موضوع همزمانی شش لایه رکود است که موجب شده در حال حاضر اقتصاد ایران با پیچیده‌ترین و عمیق‌ترین نوع رکود از پایان جنگ جهانی دوم به بعد دست و پنجه نرم کند.

مترجم کتاب «عقلانیت نابه‌روال»، با طرح این سوال که «برای حل معضل جدی رکود چه کاری باید انجام دهیم؟»، تشریح کرد: در طول ۴ سال عمر یک دولت فقط رکود اقتصاد کلان با ابزارهای موجود قابل حل است یعنی رکود میان‌مدت اما متأسفانه در حال حاضر در ایران ابزارهای مالی و پولی نیز به دلایلی قابلیت خود را از دست داده‌اند. دولت یازدهم در طول سه سال گذشته اقداماتی را برای خروج از رکود انجام داده است، برای مثال کاهش نرخ بهره، حتی افزایش نقدینگی، اما بازی با این ابزارها نتوانسته نتیجه مطلوب را در پی داشته باشد.

رنالی همچنین از نبود الگوی واردات در کشور انتقاد کرد و گفت:

است و از نظر زمانی این نوع رکود در ایران در بلندمدت رخ داده است. وقتی میان بخش‌های اقتصاد از نظر حجم سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی توازن وجود نداشته باشد، شاهد آن هستیم که سرمایه‌گذاری انجام شده مورد استفاده قرار نمی‌گیرد و تولیدات هر صنعت بیشتر یا کمتر از نیاز بقیه اقتصاد و بنابراین بخش‌های از صنایع بدون استفاده باقی می‌مانند. به عنوان مثال در حال حاضر کشور ۶۰ فرودگاه وجود دارد که نیمه از آنها تعطیل بوده و از نیم دیگر که فعال هستند نیز تنها دو فرودگاه اقتصادی هستند یعنی درآمدهای آنها کفاف هزینه‌هایشان را می‌دهد. یا به عنوان مثال دیگر ما آنقدر در سدسازی افراط کرده‌ایم که با کل بارش آسمانی ایران فقط حدود نیمه از ظرف آبرگیری سدهای موجود در کشور پر خواهند شد. یعنی ما بخش بزرگی از سرمایه‌های خودمان را در حوزه‌هایی زمینگیر کرده‌ایم که نمی‌توانیم از آنها ارزش افزوده خلق کنیم. نظریه‌پرداز اقتصاد توسعه کشور معتقد است عدم توافق در سازوکارها و نهادهای موجود عامل دیگر است که به باور او موجب نوع دیگری از رکود در اقتصاد ایران یعنی رکود نهادی شده است. نهادها قواعد بازی هستند؛ سازمان‌های سیاسی و اداری، قوانین و آیین‌نامه و قواعد رسمی کشور از جمله نهادها محسوب می‌شوند. امروز در کشور سرمایه انسانی، خلاقیت کارآفرینانه، سرمایه مالی وجود دارد ولی نهادهای ما برای حمایت و بسترسازی جهت ترکیب و همکاری این سرمایه‌ها توانمند نیستند.

وی در بخش دیگری از سخنان خود ابهام فضای کسب و کار، بی‌ثباتی در فضای سیاسی و عدم تقارن در اطلاعات را عامل بروز رکود کوتاه‌مدت

راه حلی وجود دارد، گفت: داروی جایگزین، باز همان سیاست‌های اقتصاد کلانی است که البته با تغییر شرایط سیاسی کشور باید اعمال شود. اگر بتوانیم اعتمادها را از طریق ایجاد ثبات سیاسی و وفاق ملی جلب کنیم، اقتصاد رونق می‌گیرد. رفع ابهامات و ارائه اطلاعات درست در این مسیر از اهمیت بالایی برخوردار است.

این اقتصاددان در پاسخ به سوال دیگری مبنی بر اینکه آیا رکود می‌تواند برای اقتصاد مفید باشد و زمینه جهش و رشد آن را فراهم کند، گفت: این نظریه مربوط به اقتصادهای پویاست. اگر یک اقتصاد پویا باشد و رکود کوتاه‌مدتی در آن اتفاق افتد، این رکود اثر مثبتی بر این نوع اقتصاد می‌گذارد؛ مانند آنچه در رکود سال ۲۰۰۷ ایالات متحده رخ داد و نتیجه مثبتی برای این کشور داشت. اما برای کشور ما که از چهل سال تورم دو رقمی رنج برده است رکود بلندمدت می‌تواند خردکننده باشد.

رنانی در مورد اهمیت اجرایی شدن سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز گفت: ایده اقتصاد مقاومتی ایده‌ای درست و منطقی است. در واقع این همان ایده‌ای است که به اتکای آن، اتحادیه اروپا شکل گرفت. اتحادیه اروپا برای ایجاد مقاومت اقتصادی در برابر چین و آمریکا و ژاپن شکل گرفت. در واقع بهتر بود ما بعد از پشت سر گذاشتن اقتصاد ریاضتی دوران جنگ تحمیلی، به عنوان یک مرحله گذار و یک دوره قرنطینه، وارد دوره اقتصاد مقاومتی می‌شدیم و بعد از مقاوم‌سازی اقتصاد به تدریج به سمت بازارهای جهانی حرکت می‌کردیم. اما اکنون هم این خطر هست که برداشت سطحی از مفهوم اقتصاد مقاومتی، مشکلات تازه‌تری برای اقتصاد ما ایجاد کند.

بعد از پایان سخنرانی محسن رنانی و همچنین پرسش و پاسخ، در بخش پایانی این نشست نائب رییس اتاق ایران خاطرنشان کرد: بخش خصوصی حساسیت موضوع رکود بر اقتصاد را درک و بارها اعلام خطر کرده است اما شاید به دلیل برخی سوءبرداشت‌ها تا کنون نتوانسته موثر باشد. از طرفی بخش خصوصی بر این باور است که انواع رکودهای حاکم بر اقتصاد ایران اثر تشدید بر یکدیگر دارند و ریشه ماندگاری همه آنها رکود سیاسی است.

بر اساس اظهارات سلطانی، اتاق ایران حداقل در سال ۵ بیانیه که در حوزه‌های مختلف اقتصادی منتشر کرده است و در هر ماه نیز گزارش‌های تخصصی خود را که نتیجه بحث‌ها و مطالعات تخصصی کمیسیون‌ها است در اختیار مسئولان قرار می‌دهد. نائب رییس اتاق ایران همچنین با تاکید بر لزوم فراگیری مهارت گفتگو بین فعالان اقتصادی، این مهارت را بخشی از ابزارهای دنیای جدید برشمرد و ادامه داد: متأسفانه محافل علمی و دانشگاهی ما نیز از فقدان این مهارت رنج می‌برند. امروز اقتصاددانان کشور که نگرش‌های متفاوتی نسبت به یکدیگر دارند نیز نمی‌توانند در یک محفل بنشینند و سخنان مغایر با افکار خود را تحمل کنند. این ضعف به همه ما مربوط می‌شود.

ممنوعیت واردات برخی کالاها در این شرایط می‌توانست به نفع اقتصاد باشد اما به دلایل سیاسی این اتفاق نیفتاد. این استاد علم اقتصاد با تاکید مجدد بر لزوم قیام نظام سیاسی در کنار دولت و بخش خصوصی با هدف حل معضل رکود در اقتصاد، یادآور شد: امروز دولت به تنهایی توانی برای رفع رکود اقتصاد کلان ندارد و در مورد رکودهای سیاسی، ساختاری و نهادی نیز قدرت قانونی و سیاسی لازم را ندارد.

استاد دانشگاه اصفهان در بخش دیگری از سخنان خود به آنچه بخش خصوصی باید در این مرحله انجام دهد اشاره و تاکید کرد: بخش خصوصی باید در ارائه بسته خروج از رکود از دولت پیش‌دستی می‌کند. یا حداقل بعد از مشاهده ناکامی بسته اول، بسته دوم را بخش خصوصی پیشنهاد می‌داد. متأسفانه به نظر می‌رسد که هم دولت، هم بخش خصوصی و هم نظام سیاسی، رکود را جدی نگرفته‌اند. اگر مسئله رکود را جدی می‌گرفت باید مسئولیت مدیریت رکود را به فرمانده اقتصاد مقاومتی واگذار می‌کرد و اختیارات اقتصادی نهادهای عمومی را نیز به او می‌داد به گونه‌ای که فرمانده اقتصاد مقاومتی بتواند عملکرد همه نهادهای اقتصادی دولتی و غیردولتی را کنترل و هدایت کند.

استاد اقتصاد سیاسی در پاسخ به سوالی گفت: متأسفانه اختلال ارتباطی معضلی است که علاوه بر مسئولین و مقامات سیاسی، بخش خصوصی نیز از آن رنج می‌برد. یعنی گفتگوی جدی در مورد مشکلات کشور اتفاق نمی‌افتد و نقدهای جدی درونی در بین مقامات سیاسی وجود ندارد. بخش خصوصی نیز که در شرایط عادی باید با یکدیگر رقابت کنند متوجه نیست که در وضعیت بحرانی این رقابت باید به رفاقت تبدیل شده و از طریق تقسیم کار و همکاری از مشکلات عبور کنند. در میان بخش خصوصی نیز اختلال ارتباطی به طور جدی وجود دارد و گفتگوی جدی میان آنها دیده نمی‌شود.

رنانی رکود اقتصادی امروز را پدیده‌ای پیچیده توصیف کرد و ادامه داد: گمان می‌کنم اگر کل نظام سیاسی، دولت و بخش خصوصی همت و همکاری و قیام کنند احتمال می‌رود تا پایان سال ۹۶ بتوانیم رکود اقتصاد کلان و رکود سیاسی را مهار کنیم، اما برای خروج از رکود ساختاری و رکود نهادی زمان زیادی لازم داریم.

وی همچنین با اشاره به موضوع برجام و نگرش‌های متفاوتی که نسبت به آن در سطح جامعه کنشگران سیاسی وجود دارد، گفت: برجام یک تصمیم ملی بود که امروز همه باید آن را بپذیرند و آن را محترم بشمارند و برای خروج از رکود همکاری کنند. امروز خطر رکود از دیگر تهدیدها جدی‌تر است. بنابراین لازم است که تنش‌ها را کنار گذاشته و با ایجاد ثبات در کشور از ظرفیت‌های موجود در راستای رفع رکود اقتصادی بهره ببریم.

استاد دانشگاه اصفهان در واکنش به این سوال که اگر امروز ابزارهایی مانند سیاست‌های مالی و پولی قادر به حل مشکل رکود نیستند، پس چه

## ردپای دلال‌ها در مشکلات پلی‌اکریل ایران

# قلب تپنده نساجی کشور در خطر ورشکستگی

شرکت پلی‌اکریل ایران یکی از چندین و چند کارخانه‌ای است که بی‌تدبیری‌های اقتصادی کمر آن را خم کرده است؛ بزرگ‌ترین واحد تولید الیاف کشور صدای پای محصولات خارجی را می‌شنود و کارگرانش چند ماهی است چشم‌انتظار وعده‌ها هستند. شرکت پلی‌اکریل ایران در سال ۱۳۵۳ با مشارکت بخش خصوصی، تعدادی از بانک‌ها و شرکت «دوپان دونمور» آمریکا تأسیس شد. پلی‌اکریل در ۴۲ سال فعالیت خود، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نخ و الیاف پلی‌استر و همچنین تنها تولیدکننده الیاف اکریلیک کشور معرفی شده و تأمین‌کننده مواد اولیه حدود ۴۰۰ واحد کوچک و بزرگ نساجی کشور است.

ظرفیت اسمی تولید شرکت پلی‌اکریل ایران معادل ۱۲۵ هزار تن در سال است که تولیدات آن شامل نخ و الیاف پلی‌استر، نوار، الیاف اکریلیک، تاپس پلی‌استر و چپیس پلی‌استر و الیاف شیشه در صنایع ریسندگی، بافندگی، فرش، پوشاک، پتو و فاستونی کاربرد دارد. با وجود حجم عظیم فعالیت شرکت پلی‌اکریل ایران، اما این کارخانه در سال‌های اخیر به‌دلیل برخی مشکلات از جمله واردات محصولات مشابه از خارج و تأثیر حضور پشت‌پرده دلال‌ها، دچار بحران مالی شده و تشدید این وضعیت، پلی‌اکریل را تحت ماده ۱۴۱ قانون تجارت قرار داده است، یعنی چیزی شبیه ورشکستگی!

### ۲ هزار کارگر پلی‌اکریل در انتظار پرداخت حقوق

عضو شورای اسلامی کار شرکت پلی‌اکریل ایران در گفتگو با تسنیم وضعیت فعلی این کارخانه را تشریح می‌کند. عقیل یزدانی می‌گوید: «سه‌مادار عمده کارخانه در حال تلاش است تا این شرکت را حفظ کند اما در این میان کسانی به‌دنبال خارج کردن پلی‌اکریل از دست «العقیلی» هستند، البته برای کارگران تفاوتی ندارد که کارخانه در دست چه کسی باشد، برای ما از یک طرف تولید و از سوی دیگر پرداخت حقوق کارگران مهم است».

در لحظه تنظیم این گزارش به نیمی مرداد نزدیک می‌شویم در حالی که بیش از ۲ هزار کارگر کارخانه پلی‌اکریل ایران حقوق اردیبهشت‌ماه خود را نیز دریافت نکرده‌اند. وضعیت نابسامان مالی شرکت پلی‌اکریل سبب شده تا در ماه‌های اخیر فرمانداری مبارکه چندین بار شاهد اعتصاب کارگران باشد، کارگرانی که در گفته‌های خود وضعیت کارخانه را نگران‌کننده دانسته و عنوان می‌کنند اگر هرچه زودتر به داد این شرکت نرسند، به‌زودی شاهد تعطیلی مطلق و بیکاری همه کارگران این کارخانه باید بود.

هرچند بر اساس گفته‌های عضو شورای اسلامی کار شرکت پلی‌اکریل، اکنون نیز این کارخانه فاصله‌ای با تعطیلی کامل ندارد. یزدانی می‌گوید: «بخش پلی‌استر کارخانه یعنی بخش

تولید نخ و الیاف پلی‌استر کاملاً خوابیده و بخش‌های اکریلیک شامل اکریلیک پتویی و اکریلیک ماشینی نیز با ۴۰ درصد توان کار می‌کنند».

### بزرگ‌ترین مشکل فعلی پلی‌اکریل نبود نقدینگی است

«...بزرگ‌ترین مشکل فعلی پلی‌اکریل نبود نقدینگی است...» وی با اشاره به این موضوع ادامه می‌دهد: «پلی‌اکریل اکنون تحت ماده ۱۴۱ قانون تجارت قرار دارد، یعنی ارزش دارایی‌هایش از بدهی‌هایش خیلی کمتر است و این یعنی ورشکستگی. این موضوع سبب شده تا هیچ بانکی به پلی‌اکریل تسهیلات پرداخت نکند».

عضو شورای اسلامی کار شرکت پلی‌اکریل به تأثیر حضور دلال‌ها در وضعیت کنونی شرکت اشاره می‌کند و می‌گوید: «زمانی که بانک‌ها به پلی‌اکریل تسهیلات پرداخت نکنند این شرکت به‌ناچار برای تأمین نقدینگی خود مجبور است به‌سراغ دلال‌ها برود، چون مصرف‌کننده‌ها نیز اکثراً وضعیت مالی خوبی ندارند آنها هم از دلال‌ها خریداری می‌کنند، اما دلال‌ها نیز به قراردادهای خیلی خوب برای پلی‌اکریل راضی نبوده و فقط خود را می‌بینند». وی ادامه می‌دهد: «این دلال‌ها عنوان می‌کنند تمام سودی که حاصل می‌شود باید به جیب آنها برود نه به حساب پلی‌اکریل. این عوامل همه دست به دست هم داده تا این شرکت در جایگاهی که



می‌گوید: «هدف از تشکیل این کمیته افزایش تولید، رونق اقتصاد و رفع مشکل کارگران است، البته زمان خاصی را نمی‌توانیم برای رفع مشکلات این شرکت عنوان کنیم و باید پیگیری‌ها انجام شود». وی ادامه می‌دهد: «این کمیته با حضور وزیر صنعت و معدن، مدیرکل نساجی، نمایندگان استانداری اصفهان و سهامدار کارخانه تشکیل شده و همه چیز در این کمیته مورد بررسی قرار می‌گیرد. وظیفه ما ارائه گزارش‌ها و مدارک مورد نیاز به کمیته است که امیدوارم نتایج کار هم برای صنعت و هم برای کارگران مثبت باشد».

خارج شدن از ماده ۱۴۱ قانون تجارت هدف اصلی مدیران شرکت پلی‌اکریل است، هر چند کارگران این کارخانه عنوان می‌کنند اتفاقات دیگری به‌دست دلال‌ها در حال رقم خوردن است، با این حال پلی‌اکریل در چشم‌انداز خود، شعار سال ۲۰۱۸ را «شرکتی سودده، بازاری گسترده، کسب‌وکاری متنوع و کیفیتی برتر» عنوان کرده و کارگران این کارخانه که چند ماهی است در انتظار پرداخت حقوق‌های خود نشسته‌اند، برای رسیدن به این چشم‌انداز نیز چشم‌انتظار اتفاقاتی ویژه هستند.

محصولات خارجی است. یزدانی می‌گوید: «اگر پلی‌اکریل حذف شود وارد کننده‌ای که الیاف را با قیمت پلی‌اکریل وارد می‌کند قیمت را بالاتر می‌برد، و زمانی که این موضوع دیگر برای کارخانه‌های فرش به‌صرفه نیست و نتیجه آن بسته شدن در کارخانه‌های تولید فرش و بیکار شدن چندین هزار نیرو است».

### پیگیری مشکلات پلی‌اکریل در سطح ملی / تشکیل کمیته ویژه برای رفع بحران مالی

علی اصغر ذاکری فرماندار مبارکه که در ماه‌های اخیر شاهد بیشترین تجمع کارگران پلی‌اکریل در مقابل ساختمان محل کارش بوده در گفتگو با تسنیم از تلاش‌ها برای رفع مشکلات پلی‌اکریل صحبت می‌کند. وی می‌گوید: «شخص وزیر صنعت و معدن و مدیرکل نساجی وزارتخانه به‌صورت جدی پیگیر موضوع هستند. این موضوع در سطح ملی و نه استانی در حال بررسی است اما چون نتیجه قطعی نشده از عنوان آن معذور هستیم». فرماندار مبارکه اما از تشکیل کمیته‌ای ویژه برای رفع بحران مالی پلی‌اکریل خبر می‌دهد و

امروز از آن صحبت می‌شود، قرار بگیرد». اما با همه این مشکلات راه خروج پلی‌اکریل از بحران کنونی چیست؟ عضو شورای اسلامی کار پلی‌اکریل می‌گوید: «دولت تاکنون چندین جلسه برگزار کرده است، ما از کم و کیف جلسات باخبر نیستیم در عین حال چیزی که از سوی دولت عنوان می‌شود این است که نیت جلسات خیر بوده و به‌دنبال راه حل هستند». وی ادامه می‌دهد: «حدود ۲ ماه پیش با اعضای شورای اسلامی کار جلسه‌ای را با حضور معاون سیاسی امنیتی استانداری اصفهان برگزار کردیم که در آن جلسه نیز مطالب عنوان و قول‌هایی داده شد اما تا این لحظه نتیجه‌ای اعلام نشده است».

راه برون‌رفت از مشکلات مالی شرکت پلی‌اکریل براساس آنچه یزدانی عنوان می‌کند تزیق نقدینگی همراه با نظارت کامل است. وی می‌گوید: «نقدینگی لازم باید به پلی‌اکریل تزیق شود اما نه اینکه بانک پولی بدهد و برود، چون این پول هم در کنار بدهی‌های قبلی قرار می‌گیرد». عضو شورای اسلامی کار پلی‌اکریل معتقد است نقدینگی لازم باید براساس برنامه و با نظارت انجام شود علاوه بر اینکه عنوان شود مقدار تسهیلاتی که داده شده به‌عنوان مثال مربوط به حوزه اکریلیک یا مختص بخش پلی‌استر است، در این صورت مشکلات کارخانه تا ۶ ماه آینده برطرف می‌شود.

### حذف پلی‌اکریل یعنی

#### ورود رسمی محصولات خارجی

شرایط کنونی پلی‌اکریل نشان‌دهنده این است که این واحد بزرگ تولیدی که به‌صورت مستقیم ۲ هزار نیرو فعالیت کرده و به‌صورت غیرمستقیم با ۲۵ هزار نیرو سر و کار دارد در شرایط بحران به سر می‌برد. حذف پلی‌اکریل به‌معنی تعطیلی فعالیت بزرگ‌ترین واحد تولید نخ و الیاف پلی‌استر در ایران و ورود رسمی

## بر اساس نتایج جدیدترین گزارش بانک جهانی اقتصاد جهان فقط برای ۴۰ درصد جوانان کار می‌آفریند

اما آمارها تقریباً از یک بحران برای بیکاری جوانان در اروپا روایت می‌کنند. اسپانیا در این قاره، با ۵۷,۹ درصد بیشترین میزان بیکاری جوانان را در جهان دارد. در ایتالیا این نرخ ۴۴,۱ درصد است و در یونان نیز به ۵۳,۹ درصد می‌رسد. نرخ بیکاری فرانسه نیز نزدیک به ایران و ۲۳,۹ درصد است. جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله انگلستانی نیز بیکاری ۱۶,۷ درصدی دارند. بر اساس گزارش بانک جهانی، اقتصاد جهانی نیاز به ایجاد ۶۰۰ میلیون شغل طی ده سال آینده بر اساس نرخ اشتغال پیش‌بینی شده برای جوانان دارد.

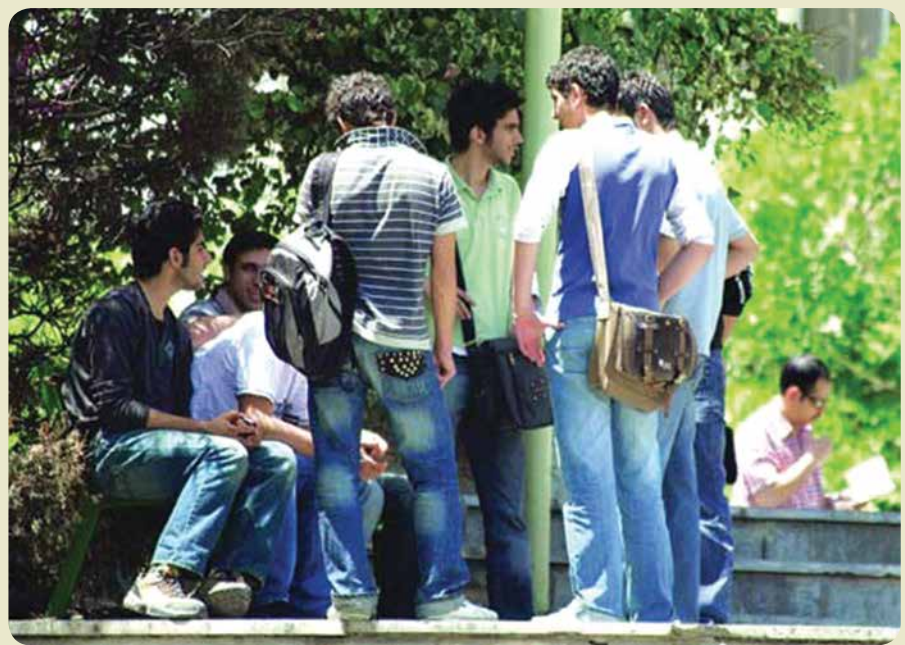
این نرخ در ترکیه ۱۷,۷ درصد است. جوانان عربستان نیز نزدیک به ایران، نرخ بیکاری ۲۹,۵ درصدی را تجربه می‌کنند و در عراق این نرخ، ۳۴,۶ درصد است. پاکستان کم‌ترین میزان بیکاری جوانان را در همسایگی ایران با ۸,۶ درصد تجربه می‌کند.

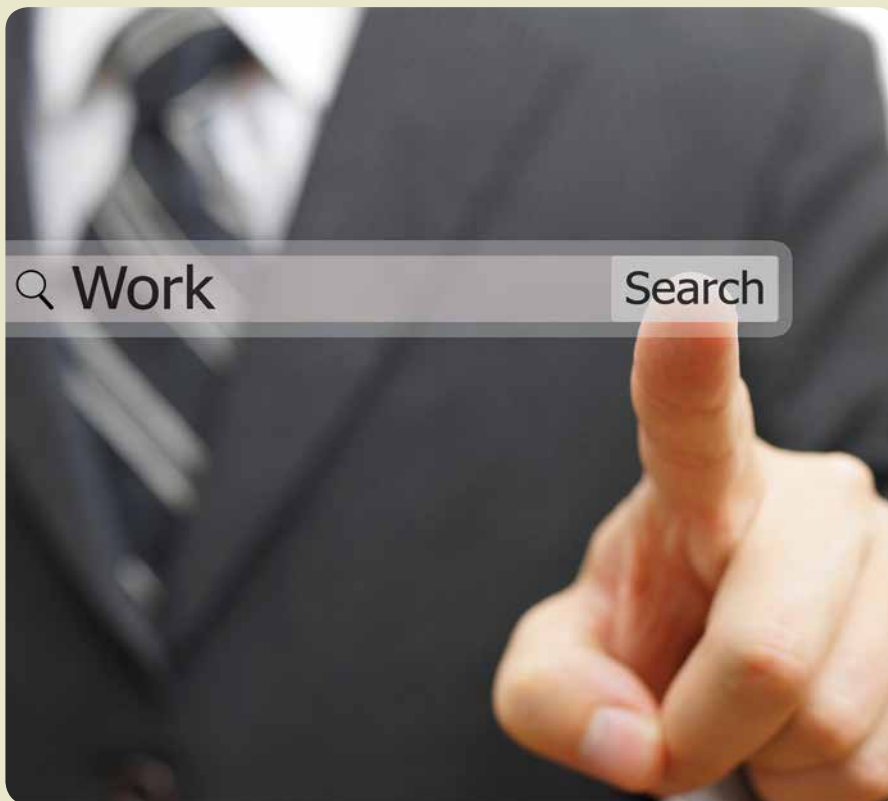
چین و هند نیز در قاره آسیا که بیشترین جمعیت جهان را دارند، به ترتیب بیکاری جوانان شان ۱۰,۵ و ۱۰,۴ درصد است. اما در غرب جهان، جوانان کانادایی نرخ بیکاری ۱۳,۴ درصدی را تجربه می‌کنند و در ایالات متحده امریکا نیز این نرخ ۱۴ درصد است.

۱,۸ میلیارد نفر جوان در سن ۱۵ تا ۲۴ سال در دنیا وجود دارد. یک‌سوم از این افراد، نه مشغول به کار هستند، نه تحصیل کرده هستند و نه حتی آموزش دیده‌اند. بیش از یک میلیارد جوان طی دهه آینده وارد بازار کار می‌شوند اما با ظرفیت‌های حال حاضر، فقط برای ۴۰ درصد از آن‌ها شغل وجود دارد. بانک جهانی گزارشی را در خصوص بیکاری جوانان منتشر و نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله ایران را ۲۹,۴ درصد برآورد کرده است که بر این اساس، نرخ بیکاری جوانان در ایران از ۱۴۲ کشور جهان بیشتر است.

### ۸۵ درصد از مشاغل جدید در بخش غیررسمی شکل می‌گیرد

اما بخشی از گزارش بیکاری جوانان ۲۰۱۵، به بررسی تفاوت‌های وضعیت کاری در شهر و روستا می‌پردازد. بر اساس گزارش بانک جهانی، جوانان شهری و روستایی با توجه به دیدگاه‌شان نسبت به جهان کار، با چالش‌های متفاوتی روبه‌رو هستند. حدود ۷۰ درصد از جوانان آفریقای جنوبی و آسیای جنوبی در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. نیمی از نیروی کار جوان جهان نیز در بخش کشاورزی کار می‌کنند. در همین حال، جوانان این نواحی تحت تاثیر سرعت جهانی شدن و مهاجرت قرار گرفته‌اند.





امروز مردم بیشتری در شهرها نسبت به مناطق روستایی زندگی می‌کنند. ۵۴ درصد از جمعیت جهان، در سال ۲۰۱۴ در شهرها زندگی می‌کرده‌اند. بر خلاف آمریکا و اروپا که ۸۲ و ۷۳ درصد از جمعیت آن‌ها در شهرها زندگی می‌کنند، در آفریقا و آسیا هنوز جمعیت زیادی در روستا زندگی می‌کنند و به ترتیب، ۴۰ و ۴۸ درصد از جمعیت‌شان شهری هستند. اما انتظار می‌رود در دهه پیش رو، جمعیت بیشتری شهری شوند و این روند در آفریقا و آسیا سریع‌تر باشد. بر اساس پیش‌بینی بانک جهانی، در سال ۲۰۵۰، جمعیت شهری این دو قاره به ۵۶ در آفریقا و ۶۴ در آسیا خواهد رسید. همچنین آمریکا نیز ۲،۵ میلیارد نفر به جمعیت شهری جهان در سال ۲۰۵۰ اضافه خواهد کرد.

اطلاعات به دست آمده از ۲۹ کشور در حال توسعه جهان نشان می‌دهد ۴۹ درصد از جوان‌های روستایی متمایل هستند به مناطق شهری مهاجرت کنند. مهاجرت جوانان شهری، ممکن است به ریسک‌های خشونت و سلامت برسد، همان‌طور که هزینه‌های اقتصادی بالایی نیز ایجاد می‌کند. جوان‌ها در نواحی مختلف، دسترسی متفاوتی به امکانات آموزشی، دولتی، خدمات و تکنولوژی دارند. ساختار اقتصاد شهری و روستایی بسیار متفاوت است. جوان‌ها به فرصت‌های متفاوتی در بخش‌های مختلف دسترسی دارند. جوانان شهری، بیشتر علاقمند به کار در حوزه خدمات، تولید و تجارت هستند. جوانان روستایی، بیشتر مایلند در حوزه کشاورزی، ماهیگیری، جنگل‌داری، صنایع دستی و خرده‌فروشی فعالیت کنند.

تجمیع مردم، کسب‌وکارها، دولت و اطلاعات فرصت‌های متفاوتی را برای جوانان شهری فراهم می‌کند، تقاضاهای بی‌پایان و

کرده است. در کشورهای در حال توسعه، ۸۵ درصد از شغل‌های جدید در بخش غیر رسمی شکل می‌گیرد. آنطور که بانک جهانی گزارش داده است، جوان‌ها نمی‌توانند از فقر در سال ۲۰۳۰ فرار کنند، اگر نتوانند به معنایی از اشتغال برسند. موفقیت، پایداری و رسیدن به اشتغال کامل جوانان، بدون همکاری دولت و نهادهای عمومی امکان‌پذیر نیست.

جان ایرونز، مدیر عامل بنیاد راکفلر که یک بنیاد فعال در حوزه اقتصاد و اجتماع است، در خصوص بیکاری جوانان می‌گوید: «بیکاری جهانی جوانان، یک چالش فزاینده جهانی است. در شرایطی که کارگران جوان نمی‌توانند به بازار کار متصل شوند، این مسئله بر روی توانایی آن‌ها برای مشارکت کامل در اقتصاد تاثیر خواهد گذاشت و آینده اجتماعی و اقتصادی جوان‌ها را تهدید خواهد کرد.»

منبع: پایگاه خبری اتاق ایران

افزایش قیمت کالاها فرصت‌های سودآوری را برای جوانان روستایی در بخش کشاورزی فراهم می‌کند. البته حتی در حوزه کشاورزی روستایی هم مسائلی مانند کمبود زمین و عدم دسترسی به وام و مشکلات مالی، نمی‌گذارد جوان‌ها زمین‌های شخصی‌شان را داشته باشند. در آفریقا ۵۹ درصد از کل فرصت‌های اشتغال مربوط به حوزه کشاورزی و در آسیا نیز، ۵۴ درصد مربوط به این حوزه است. اما جوان‌ها به خاطر مسائل مالی، تحصیلات نامربوط و ترس از شوک بازار، از فعالیت دور مانده‌اند.

جوان‌های شهری نیز اگرچه ممکن است فرصت‌های دیجیتال و شغلی بیشتری داشته باشند، اما با چالش‌های خاصی برای بیکاری مواجه هستند. مسائلی مانند تحصیلات ناکافی، جرم، خشونت، مهاجرت و بخش غیررسمی اقتصاد، آن‌ها را با مشکل مواجه

## ۴۰ کشور مشتری فرش ماشینی کاشان

فهیمة ملک محمدی

فرش بافی در استان‌های همجوار کاشان مانند یزد هم رونق دارد. یزد از مناطقی است که فرش مشابه کاشان را با رنگ‌آمیزی‌های مختلف در بازار عرضه می‌کند ولی کاشان زمینه بسیار خوبی برای بازار داخلی دارد.

مدیرعامل شرکت سهامی فرش ایران با بیان اینکه ارزش صادرات فرش کاشان در آمار گمرک به طور دقیق مشخص نیست و معلوم نیست که که چند درصد از صادرات متعلق به این شهر است، تصریح می‌کند: آمار کلی درباره صادرات فرش ارائه می‌شود ولی با توجه به مشاهداتی که در بازار وجود دارد حدود ۱۰ درصد فرش‌های صادراتی کهنه کشور از کاشان صادر می‌شود. عابد ادامه می‌دهد: بیشترین صادرات فرش کاشان به کشورهای اروپایی است. باید تلاش شود که زمینه صادرات فرش کاشان در بازارهای جهانی افزایش پیدا کند. ۳ عامل طرح و نقش، رنگ‌آمیزی و کیفیت مواد اولیه فرش می‌تواند زمینه‌ساز حضور در بازارهای جهانی باشد. مدیرعامل شرکت سهامی فرش ایران اظهار می‌کند: صادرکنندگان فرش کاشان به طور مستقیم صادرات ندارند، تاجرانی که فرش کاشان را صادر می‌کنند از مراکز استان‌هایی مثل تهران اقدام به این کار می‌کنند. متأسفانه صادرکننده خاصی در کاشان نداریم که به طور مستقیم صادر کند.

**کاشان در تولید فرش مشکلی ندارد**  
رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی



فرش به وجود آید هر سال حدود ۲۰ درصد افزایش صادرات خواهیم داشت.

**کشورهای اروپایی بیشترین خریدار**  
مدیرعامل شرکت سهامی فرش ایران با بیان اینکه حدود ۸۰ درصد فرش کاشان در داخل ایران مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌گوید: فرش‌های کارکرده و کهنه که نقش‌های خوبی دارند بیشتر صادر می‌شوند. با توجه به کیفیت و طرح‌های سلیقه‌ای که در فرش کاشان وجود دارد این کالا خود را با نیازهای بازارهای داخلی منطبق کرده و به همین دلیل زمینه بسیار خوبی برای اشتغال فراهم شده است. محمدرضا عابد در گفتگو با صمت می‌افزاید: البته صنعت

صادرات فرش ماشینی کاشان از آمریکای لاتین شروع شده و در حال حاضر به بیش از ۴۰ کشور دنیا صادر می‌شود. در چند سال گذشته فرش ماشینی جایگاه خود را در بازارهای هدف پیدا کرده و هر سال هم پیشرفت مطلوب و قابل توجهی داشته است و حالا با شرایط جدید بین‌المللی کاشان باید عزم خود را برای افزایش بیشتر بازارهای هدف جزم کند.

به گفته کارشناسان، برای افزایش صادرات فرش باید تسهیلات ایجاد شود تا واحدهای تولیدی با توانمندی‌ها و همچنین حضور فیزیکی در نمایشگاه‌ها و بازارها و نیروهای متخصص، بتوانند بر افزایش صادرات موثر باشند. اگر شرایط و امکانات بیشتری در زمینه صادرات



تصریح می‌کند: گاهی مواقع دیده شده ارزش کالاها به دلیل کاهش قیمت نفت، مشکلات اقتصاد جهانی و مشکلات اقتصادی منطقه کاهش پیدا کرده است. تولایی بیان می‌کند: چند سال گذشته تولیدکنندگان علاقه‌مند بودند کالاهایشان را با نرخ‌های بالاتری اعلام کنند که بتوانند جایزه صادراتی دریافت کنند، بنابراین این تغییراتی که در آمار و ارقام تولیدات و صادرات دیده می‌شود با واقعیت‌های میدانی مطابق نیست.

### نکته پایانی

به گفته کارشناسان، در زمینه صادرات فرش، باید فعالیت بیشتری داشت چراکه فرش ایرانی در جهان زیاندار است و از لحاظ تولید مشکلی در این زمینه وجود ندارد. این در حالی است که دولت باید حمایت‌های لازم را از این هنر و صنعت ایرانی داشته باشد. همچنین صادرکنندگان باید حضور فعال‌تری در بازارهای داخلی و خارجی داشته باشند و تلاش کنند نیاز و سلیقه مخاطبان بازارها را شناسایی کنند و با کمک مسئولان تبلیغات فرش را همسو با بازارهای هدف در جهان گسترش دهند.

عرضه کردند. تولایی اظهار می‌کند: برای رسیدن به جایگاه مطلوب صادرات در بازارهای جهانی، باید برنامه‌هایی مانند شناخت بازار و کادرسازی یعنی کادری که توانایی شناخت بازار و مذاکره داشته باشد را در دستور کار قرار داد. رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کاشان با بیان اینکه سیستم تولید صادراتی باید با سیستمی که برای داخل کشور کالا تولید می‌کند، متفاوت باشد، می‌گوید: به عنوان فعال اتاق بازرگانی کاشان تلاش می‌کنیم دوره‌هایی که مورد نیاز صادرکنندگان است مثل دوره‌های تخصصی را با استادان حرفه‌ای برگزار کنیم تا صادرکنندگان بتوانند در این بخش کادرسازی کنند. وی با بیان اینکه خوشبختانه کاشان در تولید فرش مشکلی ندارد، می‌افزاید: برای افزایش صادرات باید تسهیلات ایجاد شود تا واحدهای تولیدی با توانمندی‌ها، حضور فیزیکی در نمایشگاه‌ها و بازارها و نیروهای متخصص، بتوانند بر افزایش صادرات موثر باشند. اگر شرایط و امکانات بیشتری در زمینه صادرات فرش به وجود آید هر سال حدود ۲۰ درصد افزایش صادرات خواهیم داشت. رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کاشان

کاشان می‌گوید: ۸۰ درصد تولید و اشتغال کاشان در حوزه فرش ماشینی و صنایع وابسته به آن مانند ریسندگی است، به طوری که حدود ۶۰ درصد خدمات بانکی، حمل‌ونقل و رستوران‌ها در حاشیه فرش ماشینی فعالیت می‌کنند. محمود تولایی با بیان اینکه صادرات فرش ماشینی کاشان از آمریکای لاتین شروع شده و در حال حاضر به بیش از ۴۰ کشور دنیا صادر می‌شود، می‌افزاید: عمده صادرات فرش ماشینی کاشان به استرالیا، بلژیک، ترکیه، آلمان، انگلیس، چین، کشورهای همسایه پاکستان، عراق، افغانستان و کشورهای شمالی انجام می‌شود.

رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کاشان ادامه می‌دهد: حدود ۸۰ درصد صادرات فرش کشور از کاشان انجام می‌شود زیرا ماشین‌آلات کاشان به‌روزتر از ماشین‌آلات شهرهایی است که به‌تازگی در حال به‌روزرسانی هستند. تولایی درباره مشکلات صادرکنندگان بیان می‌کند: مشکلاتی که صادرکنندگان فرش کاشان دارند، از نوع مشکلاتی است که بقیه صنایع با صادرات دارند، اما در مجموع امروزه همه واحدهای تولیدی با مشکل نقدینگی دست و پنجه نرم می‌کنند. وی با اشاره به اینکه صادرکنندگان برای به‌دست آوردن بازارهای صادراتی تلاش می‌کنند، تاکید می‌کند: متأسفانه هزینه بازاریابی و حضور در بازارها، هزینه بالایی است، به طور طبیعی هر صادرکننده‌ای با توان و امکاناتی که دارد در بازارها می‌تواند حضور پیدا کند و برای بسیاری از آنها سخت است، اما تلاش خود را می‌کنند که در بزرگترین نمایشگاه دنیا در زمینه فرش ماشینی که در آلمان برگزار می‌شود، شرکت کنند.

به گفته رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کاشان، در چند سال گذشته بیش از ۳ یا ۴ واحد تولیدی از ایران در این نمایشگاه شرکت نمی‌کرد، اما در سال گذشته بیش از ۲۴ واحد که بیشتر از واحدهای کاشان بودند، در نمایشگاه‌ها حضور یافتند و تولیدات خود را فعالانه



## در سمیناری در اتاق تهران بررسی شد: چالش‌های رقابت‌پذیری و بهره‌وری در صنعت ایران



عملکرد بنگاه‌های ایرانی حوزه رقابت‌پذیری و بهره‌وری پرداخت.

### ضعف رقابت‌پذیری صنایع ایران ناشی از چیست؟

در ابتدای این نشست مهدی پورقاضی رییس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران، به فعالیت‌های این کمیسیون طی یک سال گذشته و در ۲۶ نشست برگزار شده با حضور صاحبان صنایع و فعالان معدنی اشاره کرد و گفت: کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران مسایل مختلف اقتصادی از موضوعات کلان مانند نقد برنامه راهبردی وزارت صنعت تا مباحث خرد مانند چالش‌ها و مشکلات روزمره بنگاه‌های صنعتی و معدنی را در دستور کار قرار داد و مجموع این مباحث، کمیسیون را به این نتیجه رساند که صنعت ایران در مقایسه با رقبای از قدرت رقابت‌پذیری مطلوبی برخوردار نیست و ضرورت دارد این موضوع مورد واکاوی قرارگیرد که صنایع ایران چگونه می‌توانند پیش از ورود به بازارهای جهانی، رقابت‌پذیر شوند؟

سمینار رقابت‌پذیری صنعتی ایران با حضور جمعی از صاحبان صنایع، تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی و با سخنرانی فرشاد فاطمی و فرشید شکرخدایی در اتاق تهران برگزار شد. در این سمینار روی دو مسئله مهم رقابت‌پذیری و بهره‌وری بنگاه‌های بحث و بررسی صورت گرفت و پس از ارائه دو سخنران، پرسش و پاسخ نیز برگزار شد. این سمینار توسط کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران و با هدف شناسایی عوامل تقویت بهره‌وری در بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در ایران برپا شده بود. در این نشست ابتدا مهدی پورقاضی، رییس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران به مسئله رقابت‌پذیری پرداخت و به طور کوتاه توضیحاتی ارائه کرد و پس از آن فرشاد فاطمی به ارائه نتایج تحقیقات و مطالعات خود و همکاری‌اش در حوزه رقابت‌پذیری و بهره‌وری و توضیح این مفاهیم در علم اقتصاد پرداخت و مباحثی تحلیلی ارائه کرد. در نهایت نیز فرشید شکرخدایی به بیان نتایج یک تحقیق و ارائه آمار و ارقامی در خصوص

این عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران، کمبود گزارش‌های آسیب‌شناسانه در انجمن‌ها و عدم برنامه‌ریزی برای ارتقا اعضا را از دیگر چالش‌های افزایش رقابت‌پذیری در صنایع عنوان کرد و گفت: رقابتی نبودن محصولات از نظر کیفی و کمی، نگاه کم‌رنگ به بهینه‌کاو، سرمایه‌گذاری ناچیز در ارتقا تکنولوژی و فعالیت اندک واحدهای پژوهشی خلاقیت و نوآوری را هم باید به عوامل اثرگذار بر ضعف رقابت‌پذیری صنایع ایران افزود.

### افزایش توان رقابتی بنگاه‌های صنعتی کشور



در ادامه این نشست، سید فرشاد فاطمی عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه شریف به ارائه یافته‌های گروه مطالعاتی این دانشکده در مورد افزایش توان رقابتی بنگاه‌های صنعتی کشور پرداخت. او این توضیح را نیز ارائه کرد که مطالعه انجام شده مربوط به وضعیت صنایع از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۴ است. این اقتصاددان در ابتدا به ارائه تعاریفی از رقابت‌پذیری پرداخت و گفت: واژه رقابت‌پذیری از ادبیات کسب و کار وارد اقتصاد شده است. در ادبیات کسب و کار این واژه تعابیر ملموسی از جمله رشد تولید، افزایش سهم بازار و افزایش سودآوری دارد. فاطمی با بیان اینکه برای کل اقتصاد یا حتی یک صنعت خاص این تعابیر ملموس نیست، افزود: در یک صنعت، برخی از بنگاه‌ها جدید متولد شده و برخی ورشکست می‌شوند، برخی‌ها سودآور و برخی زیان‌ده می‌شوند و البته اینکه، برخی سهم خود را از بازار از دست می‌دهند. او با اشاره به اینکه رقابت‌پذیری، صرفاً به معنای افزایش سهم بازار، افزایش ارزش افزوده یا فروش یک صنعت نیست، گفت: در عین حال رقابت‌پذیری را نمی‌توان



پورقاضی با بیان اینکه موضوع رقابت‌پذیری در دو سطح کلان و خرد قابل بررسی است، گفت: مباحثی که عمدتاً در محافل کارشناسی مختلف مطرح می‌شود، معطوف به مسایل کلان است؛ اما باید این نکته را مورد توجه قرار داد که اگر محصول شرکت‌های تولیدی داخلی قرار است با محصول خارجی در کشورهای ثالث مانند عراق رقابت کند، باید در داخل هم با دیگر بنگاه‌های داخلی رقابت کند. ما در صورتی می‌توانیم در بازارهای خارجی رقابت کنیم که در داخل نیز مزیت رقابت‌پذیری داشته باشیم. او با اشاره به اینکه در رقابت‌پذیری بنگاه‌ها عوامل درونی و بیرونی دخیل هستند، ادامه داد: عوامل بیرونی ضعف رقابت‌پذیری برای اغلب بنگاه‌ها مشترک است. اما کمتر انجمن یا تشکلی به مشکلات در سطح بنگاه اشاره می‌کند و بیشتر توجه آنها روی مسایل کلان متمرکز است.

رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران، با انتقاد از اینکه بیشتر درخواست‌های تشکل‌ها در کشور بخشی است، گفت: مدیران صنعتی بیش از آنکه به منافع کلی اقتصادی بیندیشند، بخشی‌نگر هستند. دومین مسئله‌ای که به عدم رقابت‌پذیری بنگاه‌ها دامن می‌زند، تمرکز مدیران صنعتی به مشکلات بیرون از بنگاه است. با وجود آنکه در همین شرایط، برخی بنگاه‌ها راه توسعه را در پیش گرفته و به بازارگشایی مشغول‌اند. پورقاضی افزود: مسئله دیگری که در میان مدیران صنعتی شایع است، درخواست حمایت دائمی از دولت است. به طوری که آنها از دولت، امتیازات ویژه‌ای مطالبه می‌کنند. برای مثال دولت قرار است ۱۶ هزار میلیارد تومان به بنگاه‌های کوچک و متوسط تسهیلات اعطا کند. در این میان برخی خواهان آن هستند که دولت خلف وعده آنها را در بازپرداخت مطالبات پیشین نادیده بگیرد و بار دیگر به آنها تسهیلات بپردازد.

اقتصادی و صنعتی ایجاد شده و به مرور زمان فرایند رشد و نمو را پیدا کرده و در نهایت به عنوان یک بنگاه بزرگ اقتصادی، مطرح شود. فاطمی افزود: باید دولت‌ها در ایران شرایطی را فراهم کنند که کسب و کارها به هنگام تولد، بتوانند مسیر رشد را تا کسب جایگاه بنگاه بزرگ اقتصادی، طی کنند. وی سپس به یک آمار اشاره کرد و گفت: ۳ درصد بنگاه‌ها در ایران، بیش از ۴۰۰ نفر کارکن (نیروی انسانی) دارند، در حالی که ۲۸٫۵ درصد نیز بین ۵۰ تا ۴۰۰ و ۶۸ درصد نیز بین ۱۰ تا ۵۰ نفر نیروی انسانی دارند. فرشاد فاطمی سپس به سهم این بنگاه‌ها در ارزش افزوده صنعت اشاره کرد و افزود: آن ۳ درصد بنگاه‌ها که نیروی انسانی بالای ۴۰۰ نفر کارکن دارند، ۶۵ درصد ارزش افزوده صنعت را تولید می‌کنند و عمدتاً شرکت‌های دولتی هستند. به گفته این اقتصاددان، سهم بنگاه‌هایی با ۵۰ تا ۴۰۰ کارکن در ایجاد ارزش افزوده صنعت، تنها ۷ درصد است. وی با بیان اینکه بنگاه‌های کوچک همچنان ۲۰ درصد اشتغال و بنگاه‌های بزرگ نیز ۳۵ درصد این میزان را در کشور در اختیار دارند، افزود: بنگاه‌های بزرگ که بیشتر آنها نیز دولتی هستند، دسترسی بیشتری به رانت و انرژی ارزان دارند.

### رابطه میان تعداد نیروی انسانی و رشد بهره‌وری

عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف در ادامه توضیحاتی در رابطه با تعداد کارکن بنگاه‌ها و میزان بهره‌وری آنها ارائه داد. به گفته وی، بررسی‌های او و همکارانش نشان می‌دهد که بنگاه‌های کوچک بهره‌وری بیشتری دارند. وی در این زمینه به صنایع غذایی اشاره کرد و یادآور شد که عمده بنگاه‌های تولیدی این بخش از بهره‌وری بالایی برخوردار هستند. عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف سپس در توضیح ارتباط میان مالکیت و بهره‌وری نیز گفت: در این زمینه، به طور میانگین وضعیت بنگاه‌های خصوصی از دولتی بهتر است به طوری که بنگاه‌های خصوصی بین ۲ تا ۳ درصد رشد بهره‌وری بهتر نسبت به بنگاه‌های دولتی دارند.

سیدفرشاد فاطمی با اشاره به عوامل موثر بر بهره‌وری، گفت: عوامل خرد که در اختیار بنگاه است و عوامل محیطی و اقتصاد کلان که عوامل برون‌زا و خارج از کنترل بنگاه است، بر میزان بهره‌وری موثر هستند. وی با بیان اینکه تفاوت بهره‌وری بنگاه‌های بزرگ در سطح خرد قابل توضیح نیست، گفت: عوامل خرد در بهره‌وری بنگاه‌های کوچک و متوسط موثر هستند. او عوامل خرد توضیح‌دهنده بهره‌وری را تولید دانش، انتقال دانش، جذب دانش و در نهایت، مالکیت بنگاه عنوان کرد و افزود: نتایج مدل‌سازی توضیح بهره‌وری بنگاه‌های بزرگ نشان می‌دهد که در هیچ یک از رشته فعالیت‌های صنعتی، تفاوت معنی‌داری بین بهره‌وری بنگاه‌های بزرگ خصوصی و دولتی مشاهده نمی‌شود و در شرایط اقتصادی رقابتی است که تغییر مالکیت منجر به بهبود کارایی می‌شود. وی همچنین توضیح داد که بر این اساس، در هیچ یک از صنایع تغییر کیفیت نیروی کار و جذب افراد تحصیلکرده و ماهر منجر به افزایش کارایی نشده است. عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف سپس

صرفاً به معنای تولید با هزینه پایین و افزایش صادرات در نظر گرفت. اما اگر صنعتی به دلیل افزایش درآمد نیروی کار، سهم بازار خود را از دست بدهد، این صنعت رقابتی نبوده است. فاطمی ادامه داد: تعاریف مختلفی برای رقابت‌پذیری وجود دارد اما در اکثر آنها نکته مشترک این است که صنعتی رقابت‌پذیر تلقی می‌شود که قابلیت خلق درآمد به طور مستمر را داشته باشد. در عین حال، رشد ناشی از رقابت‌پذیری باید پایدار باشد. این اقتصاددان به تعریفی از سازمان همکاری اقتصادی و توسعه از رقابت‌پذیری اشاره کرد و گفت: توانایی یک کشور در تولید کالا و خدمات برای ارائه در بازارهای بین‌المللی و به طور هم‌زمان حفظ و یا ارتقای سطح درآمد شهروندان در بلندمدت است. از آن جا که بهره‌وری شاخصی است که می‌تواند به خوبی قابلیت یک صنعت را برای خلق درآمد در حال حاضر و در بلندمدت نشان دهد، رقابت‌پذیری را معادل بهره‌وری تعریف می‌کنند. او افزود: در ادبیات اقتصادی رقابت‌پذیری با محاسبه بهره‌وری کل عوامل تولید کمی می‌شود. بهره‌وری کل عوامل تولید (TFP) به آن بخشی از تولید یا ارزش افزوده که توسط نهاده‌های تولید مثل نیروی کار، سرمایه، انرژی و ... قابل توضیح نیست، گفته می‌شود. اگر اقتصادی از شرایط رقابتی دور باشد، تعریف بالا برای محاسبه بهره‌وری قابل اتکا نیست. در صنعت با تمرکز بالا قیمت فروش محصولات از قیمت‌های رقابتی بالاتر است در نتیجه ارزش تولید بنگاه‌ها نسبت به شرایط رقابتی بالاتر خواهد بود. این اضافه ارزش مفهوماً معادل TFP نیست و بخشی از آن به انحصار بر می‌گردد. به گفته فاطمی، مفهوم بهره‌وری اصلاح شده با کنار گذاشتن فرض بازارهای رقابتی به همراه فرض بازدهی نسبت به مقیاس ثابت به دست می‌آید.

### ۴ صنعت با رشد بهره‌وری مثبت

او با مقایسه رشد بهره‌وری کل در زیر بخش‌های مختلف صنعت طی سال‌های ۱۳۸۶-۱۳۷۹ گفت: به جز رشته فعالیت‌های تولید منسوجات، تولید پوشاک، صنایع مواد غذایی و دباغی و عمل آوردن چرم که رشد بهره‌وری اصلاح‌شده مثبت دارند، این شاخص در بقیه صنایع منفی است. در رشته فعالیت‌های مهمی مانند صنایع تولید محصولات شیمیایی، تولید وسایل نقلیه موتوری، تولید ذغال کک - پالایشگاه‌های نفت و تولید سایر محصولات کانی غیرفلزی که سهم بالای ارزش افزوده صنعت را تولید می‌کنند، میانگین رشد بهره‌وری اصلاح‌شده نه تنها منفی بلکه پایین‌ترین رشد بهره‌وری در میان سایر صنایع است.

### بنگاه‌هایی که بزرگ متولد می‌شوند

عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف در ادامه، با بیان اینکه در ایران کمتر دیده می‌شود که یک بنگاه اقتصادی متولد و به مرور بزرگ شود، گفت: اکثر بنگاه‌های بزرگ اقتصادی در ایران، بزرگ متولد شده‌اند که عمدتاً دولتی نیز هستند. به ندرت شاهد آن هستیم که بنگاهی



است، گفت: بر اساس مطالعات صورت گرفته در مرکز مدیریت بهره‌وری ایران، بالاترین میانگین ارزش افزوده گروه‌های صنعتی و اقتصادی در سال ۹۳، مربوط به بانک و بیمه و موسسات مالی، تولیدات پتروشیمی، فولاد و فلزات اساسی و معدن بوده است. به گفته وی، بر اساس مطالعه دیگری که مربوط به بررسی وضعیت بنگاه‌ها در سال ۹۲ است، سهم بخش خدمات در تولید ناخالص داخلی ۵۳ درصد، صنایع و معادن ۲۳ درصد، نفت ۱۶ درصد و کشاورزی ۸ درصد بوده است.

شکرخدايي افزود: بر اساس آمار سازمان بهره‌وری آسیایی، مقایسه شاخص بهره‌وری نیروی کار در میان ۶ کشور آسیایی نشان می‌دهد که این شاخص در ایران از سال ۲۰۱۲ به بعد سیر نزولی داشته و پیش‌بینی می‌شود که این سیر نزولی تداوم داشته باشد. وی در ادامه به وضعیت رشد شاخص‌های بهره‌وری بخش صنعت در ایران اشاره کرد و با این توضیح که این میزان بر اساس میانگین ۴۱۰ بنگاه اقتصادی و در سال ۹۴ به دست آمده است، افزود: در این بررسی، سال ۱۳۸۸ به عنوان سال مبنا (۱۰۰) در نظر گرفته شده و به این ترتیب، تغییرات شاخص بهره‌وری هزینه نیروی کار بخش صنعت در سال ۹۴ به ۵۸ رسیده است. به گفته دبیر جشنواره ملی بهره‌وری، روند تغییرات شاخص بهره‌وری کل عوامل بخش معدن طی این مدت نشان می‌دهد که شاخص این بخش در سال ۹۴ به ۷۸ رسیده است. وی در پایان سخنانش، تصریح کرد که تنها راه‌حل رقابت‌پذیری در اقتصاد ایران، مدیریت کیفیت و بهبود آن است که منجر به توسعه می‌شود.

در ادامه این نشست تعدادی از حاضران در سیمینار سوالاتی را در رابطه با مباحث مطرح شده عنوان کردند که توسط مهدی پورقاضی، فرشاد فاطمی و فرشید شکرخدايي پاسخ داده شد. هم‌چنین حسن فروزان‌فرد نایب‌رییس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران نیز در انتهای نشست به جمع‌بندی مطالب پرداخت و به برخی سوالات حاضران پاسخ داد.

تصریح کرد که بررسی‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که صادرکننده بودن یک بنگاه بزرگ به معنای بیشتر بودن بهره‌وری آن بنگاه نسبت به سایر بنگاه‌هایی که صرفاً در بازار داخلی فعالیت می‌کنند، نیست. فاطمی البته این اشاره را کرد که این مورد برای صنایع مواد غذایی، استثنا است. به گفته وی در این مدل‌سازی، نشان داده شده که هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های انجام شده برای انتقال تکنولوژی، تفاوتی در بهره‌وری ایجاد نمی‌کند.

سیدفرشاد فاطمی در بخش دیگری از تحلیل خود، با بیان اینکه عوامل کلان توضیح‌دهنده تفاوت فاحش بهره‌وری بنگاه‌های بزرگ با بنگاه‌های کوچک و متوسط است، گفت: به نظر می‌رسد که بهره‌وری بنگاه‌های بزرگ بیشتر از بنگاه‌های متوسط و کوچک تحت تاثیر شرایط اقتصاد کلان و سیاست‌های مداخله‌گرانه دولت قرار می‌گیرد. وی افزود: بهبود عملکرد بنگاه‌های بزرگ، که با وجود تعداد کم، سهم بالایی از ارزش افزوده و اشتغال صنعت دارند بیش از آنکه در گرو رفع مشکلات سازمانی بنگاه، ارتقا کیفیت مدیریت و کلا عوامل خرد باشد، تابع بهبود شرایط محیطی کسب و کار در وضعیت اقتصاد کلان است. به گفته این اقتصاددان، فضای نامساعد کسب و کار و بی‌ثباتی‌های اقتصاد کلان است که بهره‌وری و در نتیجه قدرت رقابت‌پذیری پایین را به این بنگاه‌های بزرگ دیکته می‌کند. او سپس، به نتایج مدل‌سازی خرد برای بنگاه‌های کوچک و متوسط اشاره کرد و گفت: خصوصی‌سازی برای بنگاه‌های متوسط صنایع غذایی و در ضمن بنگاه‌های کوچک و متوسط در رشته فعالیت صنایع کانی غیرفلزی منجر به افزایش کارایی می‌شود. وی هم‌چنین این توضیح را داد که در غالب رشته‌های فعالیت‌ها، بنگاه‌هایی که واحد تحقیق و توسعه دارند نسبت به سایر بنگاه‌ها بهره‌وری کل بالاتری ندارند. وی با بیان اینکه افزایش هزینه‌های تحقیق و توسعه نسبت به هزینه‌های سرمایه‌گذاری بنگاه در غالب صنایع بهره‌وری را افزایش نمی‌دهد، افزود: در غالب صنایع، بنگاه‌هایی که بخشی از فروش خود را صادر می‌کنند بهره‌وری کل بالاتری نسبت به بنگاه‌هایی که صادرات نمی‌کنند، دارند.

دکتر سیدفرشاد فاطمی در پایان تحلیل‌های خود، به این نکته اشاره کرد که اقتصاد بدون نفت برای ایران، اقتصادی است که در آن بنگاه‌ها بهره‌ور شوند. وی گفت: سیاست‌گذاری‌ها باید به گونه‌ای تبیین شود که مدیران بنگاه‌ها به جای آنکه غالب وقت خود را متمرکز به بیرون از بنگاه و رفع مشکلات کنند، تمام تلاش خود را در داخل بنگاه خود برای ارتقای بهره‌وری به کار گیرند.

### ارتقای کیفیت، راه‌حل بهبود رقابت‌پذیری در ایران

در ادامه این همایش، فرشید شکرخدايي دبیر جشنواره ملی بهره‌وری توضیحاتی در رابطه با وضعیت رقابت‌پذیری صنایع و بهره‌وری آنها بر اساس اطلاعات سامانه ملی اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری ارائه داد. وی با بیان اینکه تعداد ۳۳۳۸ بنگاه اقتصادی با مجموع ارزش افزوده معادل یک میلیون و ۷۸۸ هزار و ۷۶۵ میلیارد ریال در سال ۹۳، در این سامانه گردآوری شده

## سیاست‌های اثرگذار بر قاچاق کالا

# قاچاق، پدیده‌ای چندوجهی با متولیان بسیار



مرزهای گسترده جغرافیایی که کنترل همه آنها کار چندان سهلی نیست. از شرایط دشوار زندگی ساکنان برخی مناطق مرزی که بیکاری و فقر می‌تواند آنها را به کوله‌بری یا حمل کالای قاچاق به وسیله قاطر و اسب وادار کند تا قوانین و بوروکراسی دست و پاگیر و هزینه‌بر بودن تجارت قانونی که انگیزه‌های بعضی تاجران را برای تجارت رسمی از بین می‌برد و آنها را به استفاده از مرزهای غیررسمی ترغیب می‌کند.

بازرگانان و صنعتگران ایرانی سال‌هاست از پیچیدگی و وقت‌گیر بودن شدید بوروکراسی، بالا بودن تعرفه‌ها، وضعیت نرخ ارز و نرخ تورم که باعث اختلاف قیمت تمام‌شده کالاها در ایران نسبت به سایر کشورها می‌شود گلایه می‌کنند. برخی کارشناسان همین عوامل را از اصلی‌ترین انگیزه‌ها برای قاچاق کالا برمی‌شمرند. کاستن از انگیزه‌های قاچاق و پیشگیری از شکل‌گیری آن شاید بیشتر از مقابله و مبارزه، نیازمند سیاست‌گذاری باشد. در همین حال اخیراً آمارهایی از گسترش کشف کالاهای قاچاق و کاهش قاچاق کالا در کشور اعلام شده است، اما آیا این آمارها قابل اتکا و اعتماد هستند؟ چگونه می‌توان به اطلاعات و آمارهای دقیقی از میزان قاچاق کالا در کشور دست یافت؟ کدام سیاست‌ها به‌تازگی در زمینه پیشگیری از قاچاق تدوین و اجرا شده‌اند و بهترین سیاست‌گذاری برای پیشگیری هماهنگ از قاچاق چیست؟

وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، نفت، اقتصاد، گمرک، شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، بانک مرکزی، مجلس شورای اسلامی، سازمان امور مالیاتی و حتی وزارت جهاد کشاورزی همه از دستگاه‌هایی هستند که سیاست‌ها و تصمیمات‌شان بر شکل‌گیری، کاهش یا افزایش قاچاق اثرگذار است. وزارت صنعت، معدن و تجارت و مجلس شورای اسلامی با تعیین تعرفه‌ها و سازمان امور مالیاتی با سیاست‌های مالیاتی می‌توانند بر کاهش یا افزایش هزینه‌های تجارت رسمی تاثیر بگذارند و انگیزه‌های تجارت رسمی یا قاچاق را بیشتر یا کمتر کنند.

سیاست‌ها و رویه‌های گمرک نیز می‌تواند با تسهیل یا دشوار کردن تجارت رسمی تمایل به تجارت رسمی به جای قاچاق را افزایش یا کاهش دهد. شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی با کم و زیاد کردن محدودیت‌هایی که وضع می‌کند بر میزان واردات از این مناطق تاثیر می‌گذارد که این نوع واردات که بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی انجام می‌شود، فارغ از دیگر اثرات مثبت و منفی‌اش گاهی جایگزینی برای قاچاق کالا است. وزارت نفت به دلیل اثرگذار بودن نرخ سوخت بر تمایل به قاچاق آن در این زمینه اثرگذار است. بانک مرکزی و وزارت امور اقتصادی و دارایی با سیاست‌هایی که در زمینه نرخ ارز تدوین و اجرا می‌کنند بر هزینه‌های تجارت و میل به تجارت رسمی در مقابل قاچاق تاثیر می‌گذارند. وزارت جهاد کشاورزی نیز با اعمال ممنوعیت‌هایی برای واردات برخی محصولات کشاورزی در این زمینه دخیل است.

ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز هم وظیفه تصمیم‌گیری در خصوص سیاست‌ها، اولویت‌ها، برنامه‌ها، پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالا و ارز را بر عهده دارد. شاید کمتر مسئله‌ای در اقتصاد ایران باشد که تصمیم‌ها و سیاست‌های چندین دستگاه متعدد به صورت مستقیم بر آن تاثیر بگذارد؛ موضوعی که هم اهمیت مسئله قاچاق برای کشور را نشان می‌دهد و هم گاهی اتخاذ سیاست‌های ناهمخوان را در پی دارد.

از سوی دیگر همان‌طور که دستگاه‌های گوناگون درگیر پیشگیری و مبارزه با قاچاق هستند و سیاست‌هایشان بر شکل‌گیری و افزایش قاچاق اثرگذار است، عوامل شکل‌گیری قاچاق در ایران نیز متعدد و گوناگون هستند؛ از عوامل سیاسی و اقتصادی تا عوامل اجتماعی و جغرافیایی. از کشورهای همسایه ایران که شرایط سیاسی و اقتصادی آنها و سیاست‌هایی که اتخاذ می‌کنند می‌تواند بر قاچاق کالا در کشور ما تاثیرگذار باشد تا

## تدوین برنامه جامع برای صنایع کوچک دست مهربانی دولت بر سر تولیدکنندگان خرد

«آموزش و پرورش و دانشگاه‌های علمی و کاربردی»، «تشکیل کنسرسیوم مبادله تولیدات بنگاه‌های تحت پوشش» و «ارتقای سطح کیفی تولیدات داخلی» در دستور کار قرار گرفته است. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت خبری خوش هم به تولیدکنندگان داد و گفت: بیش از ۴۰۰ میلیارد تومان از بدهی‌های تولیدکنندگان و صنعتگران مورد بخشودگی قرار گرفته است. یزدانی گفت: تدبیری اتخاذ شده است که تولیدکنندگان جسارت حضور در ورطه تولید را دوباره به دست آورند.

عباس امیرحسینی، تولیدکننده مهمان حاضر در این گفتگو نیز گفت: با اینکه ۹۰ درصد اشتغال کشور در صنایع کوچک و متوسط قرار دارد، اما هنوز این واحدها دستخوش مشکلات مدیریتی و سیاست‌های اشتباه اعمال شده بر صنعت قرار دارند. وی افزود: با ارائه تسهیلات و تزریق نقدینگی به واحدهای صنعتی خرد و متوسط مشکلی مرتفع نخواهد شد. او نبود سیستم مدیریتی درست و ایجاد صنایع برای غیرمتخصص‌ها را عمده مشکلات بنگاه‌های صنعتی خواند و گفت: با وجود اینکه ایران توان تولید بهترین کالاها را دارد اما توان تبادل فناوری با بازارهای جهانی را ندارد. این تولیدکننده افزود: بانک‌ها وثیقه‌های ما را قبول ندارند و در صورت پذیرش رفتار مناسبی با تولیدکنندگان ندارند. امیرحسینی مشکل صنعت کشور را ریشه‌ای عنوان کرد و گفت: با وجود نیروی انسانی کافی، متخصصان زبده و دانش فنی کافی، صنایع کوچک و متوسط ما هنوز نتوانسته است به پای کشوری چون ترکیه که در حال حاضر ۷ تا ۸ درصد صنعت لوازم خانگی جهان را دارد، برسد.

مشکلات پیشین بانک‌ها در زمینه اجرای تعهدات و ارائه تسهیلات بانکی به بنگاه‌های صنعتی رفع شده و شرایط بهتری برای دریافت و راه‌اندازی دوباره واحدهای صنعتی کوچک و متوسط فراهم شده است. مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با تایید وجود مشکلات پیش‌روی صنایع کوچک و متوسط گفت: برای رفع مشکلات صنایع کوچک و متوسط که به نوعی مادر صنایع بزرگ محسوب می‌شوند باید برنامه‌های جامعی تدوین کنیم. وی گفت: بحث ما صنایع کوچک و بزرگ نیست زیرا حیات این دو به هم وابسته است و ما هیچ‌یک را رها نکرده‌ایم. یزدانی از تدوین برنامه جامع به منظور «رفع مشکلات صنایع کوچک»، «طرح ایجاد شهرک‌های کوچک صنعتی» و «طرح رونق واحدهای کوچک و متوسط در بخش اشتهارد» خبر داد و گفت: ضمانت‌نامه‌هایی را برای خرید مواد اولیه آن هم بدون نیاز به مراجعه به بانک و فقط با رجوع به سایت بهین‌یاب ارائه خواهیم کرد تا تولیدکنندگان بتوانند طبق آن از بانک‌ها تسهیلات مورد نیازشان را دریافت کنند. وی تصریح کرد: مطالبه کردن وثیقه‌های ملکی آن هم فقط در تهران خلاف قانون است و حتما توسط کارگروهی که استان به استان برای رفع مشکلات بنگاه‌های تولیدی در حرکت است، پیگیری و بررسی خواهد شد. یزدانی با اشاره به ارتقاپذیری صنایع خرد، کوچک و متوسط، از هفت فعالیت وزارت صنعت در استان‌های کشور خبر داد و گفت: «شناسایی و توسعه صنعتی»، «آموزش مهارتی و مدیریتی ۱۰۰ هزار نفر با همکاری مراکز فنی و حرفه‌ای کشور» یا

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مشکل اساسی صنعت کشور را فقدان مدیریت مالی صحیح عنوان کرد. علی یزدانی در گفتگوی ویژه خبری شبکه دو سیما تعداد واحدهای صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ کشور را حدود ۸۷ هزار واحد اعلام کرد و گفت: از این میزان حدود ۲۰ درصد یا راکد هستند یا در حال تعطیلی به سر می‌برند. وی افزود: علت گرایش بنگاه‌های صنعتی کوچک به حالت تعطیل، فقدان بازار برای محصولات است که اگر تحت مدیریت صحیح قرار نگیرند، بدون شک با وجود تزریق نقدینگی، این صنف کمتر از شش ماه آینده دوباره به زمین می‌خورند. به گفته یزدانی، در حال حاضر دو و نیم میلیون شغل در پناه و گروی صنعت کشور قرار دارد که ۴۲ درصد از آن مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط است. یزدانی با اشاره به اینکه ۱۷ درصد از ارزش افزوده تولید حاصل کارگاه‌های کوچک است، تصریح کرد: بی‌توجهی این واحدها به تحقیق و توسعه، نبود امکانات کافی و پراکندگی این واحدها در اطراف شهر و فضاهای نامناسب، ایجاب می‌کند که نگاهی ویژه به صنایع کوچک و متوسط داشته باشیم. وی افزود: وزارت صنعت، معدن و تجارت در بررسی‌های اخیر خود از شهرک‌های صنعتی و جلسات مستمر با بانک مرکزی این ظرفیت را دیده که ۱۶ هزار میلیارد تومان از منابع داخلی بانک‌ها به منظور راه‌اندازی ۱۰ هزار واحد صنعتی راکد و ایجاد ۲ هزار واحد دیگر اختصاص یابد. یزدانی گفت: در سال جاری و در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی،



## الزامات ارتقای سهم صادرات صنعتی ایران در جهان

سامان پناهی تحلیلگر اقتصادی

با گذشت بیش از یک دهه از قرن ۲۱، با این حال، تصویر بسیار متفاوت است. جهانی سازی فرصت بزرگی را ایجاد کرده است. تجارت بین‌المللی در محصولات و خدمات به طور پیوسته در طول شش دهه گذشته به لطف کاهش هزینه‌های حمل و نقل و ارتباطات، کاهش موانع تجاری دولت‌ها به مدد مذاکرات جهانی، برون‌سپاری گسترده فعالیت‌های تولیدی و آگاهی بیشتر از فرهنگ‌های خارجی و محصولات گسترش یافته است. فناوری‌های جدید و بهتر ارتباطات، به ویژه اینترنت، دسترسی مردم همه کشورها را به کسب و تبادل اطلاعات متحول کرده است. تجارت بین‌الملل در دارایی‌های مالی مانند ارز، سهام و اوراق قرضه حتی سریع‌تر از تجارت بین‌المللی محصول گسترش یافته است.

این فرآیند علاوه بر اینکه منافعی را برای صاحبان ثروت به ارمغان می‌آورد، خطرهایی نیز ناشی از بی‌ثباتی مالی مسری ایجاد می‌کند. این خطرها در طول بحران مالی اخیر جهانی به سرعت در سراسر مرزهای ملی گسترش یافت و هزینه‌های هنگفتی را به اقتصاد جهانی تحمیل کرد (کروگمن، اویسفلد و میلتنز، ۱۳۹۴). این مقدمه از برجسته‌ترین متخصصان

اقتصاد بین‌الملل به خوبی تحولات رخ داده در تجارت بین‌المللی جهان را به تصویر می‌کشد. به عبارت دیگر ساختار تجارت بین‌المللی دچار تغییرات اساسی شده و سیاستگذاران اقتصادی کشور باید گام‌های اساسی و سریع‌تری در تعیین مزیت‌های نسبی صادراتی کشور بردارند و استراتژی توسعه اقتصادی در بخش‌های مختلف را در دنیای پرتحول کنونی عملیاتی سازند. در این راستا سامان پناهی تحلیلگر اقتصادی به بررسی ابعاد این موضوع پرداخته است که در ادامه شرح این تحلیل را می‌خوانید.

### بخش صنعت به روایت آمارها

بخش تولید و صنعت در اقتصاد ایران دارای مشکلات ساختاری است که ریشه در مسائل مختلفی دارد و از ابعاد مختلفی می‌توان به آن نگاه کرد. مسائلی مانند مشکلات نظام بانکی و تنگنای اعتباری تولیدکنندگان از حیث دریافت تسهیلات بانکی، بالا بودن نرخ سود بانکی و تاثیر آن بر افزایش هزینه تولیدکنندگان از عمده مشکلات فعلی و کوتاه‌مدت اقتصاد کشور هستند. مسائل ساختاری و بلندمدت اقتصاد ایران از جمله اصلاح فضای کسب و کار و رقابت‌پذیری در تولید کالاهای مختلف،

اصلاح نظام انگیزشی صاحبان سرمایه به سمت سرمایه‌گذاری در بخش تولید، کاهش انحصارات و به طور کلی حرکت به سمت سرمایه‌گذاری در بخش‌های مولد اقتصادی که توان ایجاد ارزش افزوده و خلق شغل را دارند از موضوعات اساسی و بلندمدت تولید است.

باید بازده فعالیت‌های غیرمولد کاهش یابد و از طرف دیگر فضای کسب و کار به تدریج اصلاح شود تا صاحبان سرمایه منابع خود را به بخش مولد اقتصاد منتقل کنند و این کار قطعاً به شکل دستوری انجام نمی‌گیرد. در ادامه برخی از آمارهای صادرات محصولات صنعتی و سهم این صنعت از صادرات غیرنفتی کشور بررسی و مقایسه با برخی از کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته انجام خواهد شد. به طور کلی رابطه میان حجم تجارت و رشد اقتصادی از نظر علمی امری بدیهی و کاملاً روشن است. نقش و کیفیت کالاهای صادراتی نیز بر کیفیت رشد اقتصادی و به تبع آن بر میزان اشتغال نیز تاثیرگذار است. صادرات محصولات صنعتی از حیث اینکه دارای ارزش افزوده بالایی نسبت به صادرات کالاهای خام هستند نقش مهمی در افزایش اشتغال و رشد اقتصادی دارند. جدول ۱ نشان می‌دهد به‌رغم اینکه کل



بخش‌های اقتصادی از جمله صادرات بخش کشاورزی، میعانات گازی، معدنی و فرش و صنایع دستی در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۳ دچار کاهش شده است. اگر به ترکیب صادرات غیرنفتی نگاه کنیم متوجه این نکته خواهیم شد که عمده کالاهایی که صادر می‌شود چندان از ارزش افزوده بالایی برخوردار نیستند.

همچنین نرخ رشد اقتصادی به تفکیک بخش‌های اقتصادی نشان می‌دهد نرخ رشد گروه صنایع و معادن و صنعت طی سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ منفی بوده است که به تدریج با اتخاذ سیاست‌های مناسب اقتصادی در سال ۱۳۹۳ از رشد ۷٫۶ درصدی برخوردار شده است. مشکلات انباشته‌شده در تولید ایران مسئله‌ای نیست که بتوان طی کوتاه‌مدت بر آن غلبه کرد و باید سیاست‌های مشوق تولید به طور مستمر دنبال شود. این امر نیاز به تعیین استراتژی توسعه صنعتی مشخص دارد که دولت‌های مختلف طی سال‌های برنامه‌ریزی برای اقتصاد ایران به‌رغم اقدامات مناسب در برخی مقاطع زمانی نتوانسته‌اند به آن دست یابند. افزایش سهم صادرات محصولات صنعتی مستلزم پیش‌نیازهایی است که شاخص‌های بین‌المللی بیانگر تامین نشدن این پیش‌نیازها در اقتصاد ایران است.

جدول ۳ بیانگر این موضوع است که پیش‌نیازهای افزایش سهم صادرات محصولات صنعتی و دارای ارزش افزوده بالا در کشور هنوز مهیا نشده است. شاخص رقابت‌پذیری جهانی در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد اقتصاد ایران از میان ۱۴۴ کشور رتبه ۷۴ را کسب کرده است. این به معنای آن است که کالاهایی که تولید می‌شود قابلیت رقابت کمتری در مقایسه با کالاهای ساخته‌شده با کشورهای دیگر دارد که این امر از پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید، هزینه بالای تولید، ساختار انحصاری اقتصاد ایران و سهم کم بخش خصوصی در اقتصاد ناشی می‌شود.

همچنین رتبه شاخص فضای کسب و کار در

نام متغیر	۱۳۹۳	۱۳۹۴	درصد تغییرات
کل صادرات غیرنفتی	۵۰۵۶۱	۴۲۴۱۵	-۱۶
میعانات گازی	۱۴۰۰۵	۶۶۶۴	-۵۲/۴
صنعت و پتروشیمی	۳۰۰۳۹	۳۰۴۸۶	۱/۵
فرش و صنایع دستی	۳۸۶	۳۳۳	-۱۴
کشاورزی	۴۶۳۱	۳۹۸۸	-۱۴
معدن	۱۵۰۰	۹۴۴	-۳۷

جدول ۱: ارزش صادرات غیرنفتی به تفکیک بخش‌های عمده طی سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ (واحد: میلیون دلار)

مراودات تجاری تولیدکنندگان داخلی شود. همچنین بر حسب آمارهای جدول ۲ نسبت صادرات محصولات صنعتی و پتروشیمی در سال ۱۳۹۴ نسبت به کل صادرات غیرنفتی ۷۱٫۸ درصد بوده است که بیانگر این است که حجم عمده صادرات غیرنفتی را محصولات صنعتی و پتروشیمی تشکیل می‌دهد. البته بر اساس آمارهای بانک مرکزی حجم عمده صادرات محصولات صنعتی از محصولات پتروشیمی که پایه نفتی دارند تشکیل شده است. سایر

صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۹۴ با کاهش ۱۶ درصدی نسبت به سال قبل از خود مواجه بوده است اما صادرات محصولات صنعتی و پتروشیمی در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۳ از رشد ۵٫۱ درصدی برخوردار بوده است. افزایش صادرات غیرنفتی نیاز به ایجاد محیط باثبات اقتصادی دارد که با توجه به رفع تحریم‌های اقتصادی و کاهش هزینه تجارت که به واسطه رفع تدریجی و کامل تحریم‌ها رخ خواهد داد، می‌تواند منجر به کاهش هزینه تولید و افزایش

رشد اقتصادی	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳
کل	۴/۳	-۶/۸	-۱/۹	۳
گروه صنایع و معادن	۵	-۶/۴	-۲/۹	۵
صنعت	۵/۶	-۸/۵	-۳/۹	۶/۷
معدن	۲۰/۱	-۲/۵	۰/۹	۹/۸
بازرگانی و هتلداری	۴/۴	-۸/۹	-۵	۳/۷

جدول ۲: نرخ رشد اقتصادی به تفکیک بخش (100=1383)

مزیت‌های نسبی در یک کشور بتوان مزیت‌های رقابتی جدیدی را خلق کرد. صنعت در اقتصاد ایران از بعد استفاده از تکنولوژی‌های نوین و سیاستگذاری مستمر در جهت افزایش ظرفیت تولید دارای ضعف‌هایی است که نیاز به اقدامات همه‌جانبه و مستمر رشد و پیشرفت دارد.

البته فضای حاکم بر تولید و کسب و کار حاصل حرکت نکردن در مسیر استراتژی مشخص صنعتی و توسعه‌ای بلندمدت است. به عبارت دیگر اگر چه دولت‌ها دارای برنامه‌های میان‌مدت و کوتاه‌مدت بوده‌اند اما داشتن برنامه بلندمدت در بخش‌های گوناگون اقتصادی و ارتباط سیستماتیک آنها مستلزم ادامه یک روند مستمر و بلندمدت توسعه اقتصادی در بخش‌های مختلف است.

به عبارت دیگر می‌توان گفت دولت‌های مختلف در چارچوب یک روند بلندمدت جهت بهبود فضای کسب و کار و تولیدمحور بودن اقتصاد ایران حرکت نکرده‌اند و با تغییر دولت‌ها برنامه‌های اقتصادی کشور نیز در اکثر ابعاد آن دچار تغییرات قابل توجهی شده است. این به معنای آن نیست که برنامه‌های کوتاه‌مدت اقتصادی وجود نداشته است بلکه به این معنی است که برآیند سیاست‌های کوتاه‌مدت اقتصادی در دولت‌های مختلف نتوانسته است اقتصاد ایران را با توجه به ظرفیت‌های فراوانی که در ابعاد سرمایه‌های فیزیکی و انسانی در آن وجود دارد به جایگاه شایسته آن برساند. اقتصاد یک مجموعه درهم تنیده است و نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت اقتصادی و حرکت در مسیر این برنامه است. اگر کشور کره جنوبی امروزه توانسته است بخش اعظم کالاهای صادراتی خود را از کالاهای با ارزش افزوده بالا تشکیل دهد این حاصل مجموعه‌ای از سیاست‌های اقتصادی درهم تنیده و سیستمی و در قالب یک مجموعه سیاست‌های مشخص و مستمر بوده است.

متوسط قیمت کالاهای وارداتی ۱۱۸۳ دلار

عنوان شاخص	رتبه	تعداد کشور	سال
رقابت صنعتی	۶۷	۱۴۲	۲۰۱۲
رقابت‌پذیری جهانی	۷۴	۱۴۴	۲۰۱۵
توانمندی تجارت	۱۳۱	۱۳۸	۲۰۱۴
کسب و کار	۱۱۸	۱۸۹	۲۰۱۶

جدول 3: برخی از شاخص‌های بین‌المللی در حوزه تولید و تجارت

را نشان می‌دهد که تقریباً سهم ایران یک‌پنجم سهم کشور ترکیه است.

بر اساس جدول ۴ کشور چین در رتبه نخست صادرات صنعتی جهان و کره جنوبی در رتبه پنجم قرار دارد. کشورها می‌توانند با یادگیری از بازارهای بین‌المللی قدرت رقابت‌پذیری خود را افزایش دهند. تحقق این امر منوط به سه شرط است: نخست آنکه این کشورها قابلیت تکنولوژیک خود را بهبود دهند، دوم آنکه ظرفیت تولیدی خود را گسترش دهند و سرانجام اینکه سرمایه‌گذاری کافی در زیرساخت‌ها صورت گیرد. از این رو، افزایش در قدرت رقابت صنعتی نیازمند اتخاذ سیاست‌های مناسب از سوی دولت‌ها بوده تا با بهره‌گیری از

سال ۲۰۱۶ از بین ۱۸۹ کشور ۱۱۸ بوده است که نسبت به سال ۲۰۱۵ صعود ۱۲ پله‌ای داشته است. جدیدترین گزارش عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در سال ۲۰۱۵ منتشر شده و در آن عملکرد رقابت صنعتی را در ۱۴۸ کشور و برای سال ۲۰۱۲ مورد بررسی قرار داده است. ایران در این گزارش جایگاه ۶۷ را کسب کرده که در مقایسه با رتبه ایران در گزارش قبلی، نزول دو رتبه‌ای را نشان می‌دهد. تحریم‌های اقتصادی که در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ به بالاترین سطح خود رسیده بود، تبعات منفی بر عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی کشورمان داشته است. جدول ۴ نشان‌دهنده سهم ایران و برخی از کشورها در صادرات کارخانه‌ای (صنعتی) جهان

کشور	رتبه	سهم (درصد)
ایران	۴۹	۰/۲
ترکیه	۲۶	۱/۰۱
مالزی	۲۰	۱/۵۰
کره جنوبی	۵	۴/۲۸
چین	۱	۱۵/۹۹

جدول 4: سهم هر کشور از صادرات کارخانه‌ای جهان (2012)

در سال ۱۳۹۴ بوده است در حالی که متوسط قیمت کالاهای صادراتی ۴۶۱ دلار بوده است. این اختلاف بیانگر این است که به طور متوسط ارزش کالاهایی که صادر شده است به مراتب کمتر از ارزش کالاهای وارداتی بوده است. به بیان دیگر می‌توان گفت خروج ارز از کشور نسبت به ورود ارز بیشتر بوده است و کالاهایی که صادر شده به طور نسبی دارای ارزش افزوده کمتری بوده است. بر اساس آمارهای بین‌المللی سهم عمده کالاهای صادراتی ایران طی سال‌های ۲۰۱۰ الی ۲۰۱۴ به طور متوسط ۷۱،۲ درصد نفت و مشتقات آن بوده است در حالی که برای کشور همسایه یعنی ترکیه حجم عمده کالاهای صادراتی را کالاهای ساخته‌شده تشکیل می‌دهد.

به طور کلی اگر به وضعیت تجارت ایران در مقایسه با کشور کره جنوبی و ترکیه نگاه کنیم مزیت صادراتی ایران در صدور کالاهای با ارزش افزوده پایین خلاصه می‌شود. در سال ۲۰۱۴ سهم محصولات ساخته‌شده در صادرات کالاها (به‌جز خدمات) برای ایران ۲۰،۱ درصد بوده است. این سهم برای کشور ترکیه و کره جنوبی به ترتیب ۷۶،۸ و ۸۶،۴ درصد بوده است. همچنین سهم صادرات ایران از کل صادرات جهان در سال ۲۰۱۴ برابر با ۰،۴۷ درصد بوده که این سهم برای کشورهای کره جنوبی و ترکیه به ترتیب ۳،۰۱ و ۰،۸۳ درصد بوده است. بنابراین با توجه به اینکه سهم صادرات ایران از کل صادرات دنیا ناچیز است در نتیجه نمی‌توان انتظار داشت سهم صادرات محصولات صنعتی و کالاهای ساخته‌شده ایران حجم عمده از صادرات محصولات صنعتی را تشکیل دهد.

در گذشته محصولات اولیه - کالاهای کشاورزی و کانی - در تجارت جهانی نقش ایفا می‌کرد. همچنین بر اساس آمارها طی ۵۰ سال گذشته، صادرات کشورهای در حال توسعه به سمت کالاهای ساخته‌شده تغییر کرده است و سهم صادرات محصولات کشاورزی کمتر شده

است. بنابراین محصولات تولیدی (ساخته‌شده) امروزه بر تجارت مدرن تسلط یافته است. با این حال، در گذشته، محصولات اولیه نسبت به حال حاضر بسیار مهم‌تر بود. همچنین به تازگی، تجارت در خدمات به طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است. کشورهای در حال توسعه، به ویژه، از صادرکنندگان محصولات اولیه عمده به صادرکنندگان کالاهای ساخته‌شده تبدیل شده‌اند. برای اینکه بخش صنعت بتواند در اقتصاد ایران به اهداف خود دست یابد و سهم صادرات خود را در اقتصاد جهانی افزایش دهد نیاز به برنامه‌ریزی منسجم و در چارچوب اهداف بلندمدت تولید دارد. در شرایط فعلی و با رفع تحریم‌های بین‌المللی می‌توان امیدوار بود که با اتخاذ سیاست‌های مناسب و مستمر اقتصادی ظرفیت‌های خالی بخش صنعت پر شود ولی این به معنای آن نیست که بخش صنعت دارای رقابت‌پذیری در سطح بین‌المللی خواهد شد. در شرایط فعلی باید حمایت از واحدهای صنعتی که از ظرفیت تولیدی خودی به طور کامل استفاده نمی‌کنند، در دستور کار سیاستگذاران اقتصادی قرار گیرد. برای افزایش رقابت‌پذیری در بخش صنعت نیاز به اقدامات و اصلاحات اساسی در ساختار تولید کشور است به گونه‌ای که این استراتژی باید مستمر باشد.

### جمع‌بندی

همان‌طور که آمارها نشان داد سهم صادرات کشور از کل صادرات دنیا در سال ۲۰۱۴ کمتر از نیم درصد است. همچنین سهم ایران از صادرات محصولات صنعتی در جهان در مقایسه با کشورهای مثل ترکیه و کره جنوبی به مراتب کمتر است که نشان‌دهنده صادرات کالاهای خام است. از این رو برای رفع مشکلات تولیدکنندگان به ویژه در بخش صنعت و افزایش صادرات با کالاهای ارزش‌افزوده بالا در اقتصاد باید اقدامات اساسی صورت گیرد. با توجه به اینکه رویکرد تجارت مدرن به سمت صادرات

کالاهای ساخته‌شده است و سهم کالاهای کشاورزی نیز کمتر شده است سیاستگذاران اقتصادی کشور باید اقدامات کوتاه‌مدت و بلندمدتی برای این کار انجام دهند. در کوتاه‌مدت و در گام اول باید فضای کسب و کار به خصوص در بعد بوروکراسی اداری به حداقل ممکن برسد و در کمترین زمان ممکن مجوزها و امتیازات لازم به تولیدکنندگان داده شود. در گام دوم مسئله کاهش نرخ سود بانکی و اعطای تسهیلات اعتباری به تولیدکنندگان در بخش‌های مختلف مورد توجه قرار گیرد. مورد بعدی تک‌نرخ کردن ارز است که به تدریج باید این مهم نیز انجام گیرد. مسئله بعدی موضوع حمایت از صنایع است که در این خصوص باید نرخ تعرفه‌ها به تدریج به گونه‌ای اعمال شود که تولیدکننده داخلی در معرض رقابت با کالاهای مشابه خارجی قرار گیرد.

با توجه به اینکه کشور چین با استفاده از نیروی کار ارزان و مقیاس بزرگ تولید، هزینه تولید را به شدت کاهش داده است عملاً رقابت با کالاهای چینی به شدت سخت شده است و نیاز است که برای رقابت با این کالاها مسئله ورود تکنولوژی‌های پیشرفته و استفاده از نیروی انسانی متخصص جهت کاهش قابل توجه هزینه‌های تولید در میان‌مدت و بلندمدت مورد توجه سیاستگذاران اقتصادی قرار گیرد. مسئله بعدی پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید است که با ورود تکنولوژی‌های نوین و به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص می‌توان بهره‌وری را افزایش داد و لازمه این کار نیز تقویت نقش و جایگاه بخش خصوصی و کاهش انحصارات در اقتصاد است. همچنین اصلاح نظام انگیزشی صاحبان سرمایه به گونه‌ای که تولید و کار مولد منبع تامین درآمد باشد از دیگر اقدامات بلندمدت و اساسی است که این امر باعث هدایت منابع مالی و نقدینگی موجود در اقتصاد به سمت سرمایه‌گذاری‌های مولد خواهد شد.



کنفدراسیون نساجی و پوشاک اروپا گزارش کرد:

## شرکای تجاری اتحادیه اروپا در بخش نساجی و پوشاک

گروه مترجمین مجله



صادرات چین به اتحادیه اروپا در بخش منسوجات و پوشاک، طی ۵ سال گذشته به طور مستمر کاهش داشته که این موضوع در بخش پوشاک بیشتر مشهود بوده است. بر اساس اعلام کنفدراسیون نساجی و پوشاک اروپا (Euratex) در حالی که در سال ۲۰۱۰، سهم چین از بازار واردات منسوجات و پوشاک اتحادیه اروپا ۴۰٫۸ درصد بوده، این نرخ در سال ۲۰۱۵ به ۳۵ درصد کاهش پیدا کرده است. موقعیت ممتاز چین در اتحادیه اروپا به طور مستمر در حال تحلیل رفتن است چراکه سایر مناطق تولید نظیر اتحادیه همکاری‌های منطقه ای جنوب آسیا (SAARC) وارد بازار شده‌اند به طوری که سهم اتحادیه مذکور از بازار اروپا از ۱۹ درصد در سال ۲۰۱۰ به ۲۴٫۶ درصد در سال ۲۰۱۵ افزایش پیدا کرده است. طبق اعلام Euratex به نظر می‌رسد گرایش چین بیشتر به سمت صادرات محصولات نساجی باشد که خطوط تولید آنها با ماشین‌آلات پیچیده‌تر و کارآمدتری تجهیز شده‌اند؛ در حالی که در مورد بخش پوشاک که بیشتر کارگرم‌محور است، انگیزه چین برای صادرات کاهش پیدا کرده است. البته

از حدود ۲۰ درصد در سال ۲۰۰۹ به ۱۸ درصد در سال ۲۰۱۵ کاهش یافته است. در مقابل، سهم اتحادیه کشورهای جنوب‌شرقی آسیا (آسه‌آن) از واردات نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا از ۶ درصد در ۲۰۱۰ به ۸٫۶ درصد در ۲۰۱۵ افزایش پیدا کرده است.

کشورهای حوزه مدیترانه نیز که مدت طولانی است از نزدیکی‌شان به بازار کشورهای اتحادیه اروپا نفع می‌برند، سناریویی مشابه با چین را تجربه کرده‌اند. اگرچه کشورهای منطقه مدیترانه همچنان به عنوان تامین‌کنندگان اصلی بازار اتحادیه اروپا هستند اما سهمشان



و پوشاک این اتحادیه را تشکیل می‌دهند. منطقه نفتا و کشورهای حوزه مدیترانه بزرگترین خریداران کالاهای نساجی اتحادیه اروپا (انواع نخ، پارچه، پارچه‌های بافتنی و منسوجات خاص) هستند. در بین انواع البسه، اقلام تاری پودی و بافتنی به ترتیب ۳۲ و ۱۷ درصد از کل صادرات نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا را شامل می‌شوند. این اقلام به طور خاص مورد علاقه کشورهای توسعه‌یافته هستند. در این بخش، منطقه EFTA و نفتا دو خریدار اصلی اقلام ذکرشده هستند و سهمشان از منسوجات و پوشاک تاری پودی به ترتیب ۱۷ و ۱۸٫۵ درصد و از اقلام بافتنی به ترتیب ۲۱ و ۱۵٫۵ درصد است. سهم منطقه نفتا از بازار خرید البسه اتحادیه اروپا به سرعت در حال افزایش است. در مورد منطقه کشورهای نوظهور آسیا نیز تقاضا پایدار بوده و سهم کلی این منطقه از خرید پوشاک آماده اتحادیه اروپا ۲۴٫۸ درصد بوده است.

از سوی دیگر و در طرف صادرات، گزارش Euratex نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۵ تقاضا برای البسه اتحادیه اروپا در روسیه و اوکراین به شدت تضعیف شده است. کشورهای عضو اتحادیه اروپا تلاش کرده‌اند که بدون در نظر گرفتن معدود مزیت‌های تجاری مشخص به سودآوری برسند. در سال ۲۰۱۵، رقم ۵۷٫۵ درصد از کل صادرات نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا به خارج از این اتحادیه، به مقصد ۴ منطقه اصلی و تعریف‌شده بوده که عبارتند از: کشورهای مدیترانه با سهم ۱۳٫۷ درصد، کشورهای خودمختار با سهم ۱۱٫۸ درصد، کشورهای عضو انجمن تجارت آزاد اروپا (EFTA) با سهم ۱۴٫۲ درصد و کشورهای گروه نفتا (توافق‌نامه تجارت آزاد آمریکای شمالی) با سهم ۱۷٫۸ درصد. پارچه‌های تاری پودی اصلی‌ترین منسوجات صادرشده از اتحادیه اروپا محسوب می‌شوند. این اقلام ۲۴٫۴ درصد از کل صادرات نساجی

در مجموع در سال ۲۰۱۵ چهار منطقه ذکرشده یعنی چین، کشورهای حوزه مدیترانه، جنوب آسیا و جنوب‌شرقی آسیا مجموعاً ۸۶ درصد از کل واردات نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا از خارج از این اتحادیه را تشکیل داده‌اند. واردات ۲۸ کشور اتحادیه اروپا از این مناطق چهارگانه عمدتاً معطوف به انواع البسه و پوشاک است به طوری که انواع لباس ۸۰ درصد از کل واردات این اتحادیه را از نظر حجم و ۹۰٫۵ درصد واردات از نظر ارزش را به خود اختصاص داده است. بر حسب محصولات، چین به عنوان تامین‌کننده اصلی پوشاک تاری پودی اتحادیه اروپا مطرح است؛ حتی با وجود اینکه سهمش از بازار تا ۳۷٫۶ درصد به نفع کشورهای جنوب آسیا کاهش یافته است. در بخش پوشاک بافتنی نیز سهم چین به نفع جنوب آسیا و منطقه آسه آن تنزل پیدا کرده و در حال حاضر ۳۴ درصد است.



## در پی بهبود نسبی روابط مسکو-آنکارا امید ترکیه به افزایش تجارت نساجی با روسیه

از ۱۰ بازار اصلی ترکیه در بخش پوشاک بوده است. اما مشکلاتی که در اقتصاد روسیه ظهور کرد و همچنین مشکلات سیاسی دوجانبه باعث شد صادرات ترکیه به رقمی که شش یا هفت سال پیش قرار داشت، باز گردد و در سال ۲۰۱۵ به ۲۰۴ میلیون دلار کاهش پیدا کرد. وی اضافه کرد: صادرات پوشاک به روسیه در ۵ ماهه اول ۲۰۱۶ رقم ۴۵ میلیون دلار بوده که این میزان ۴۹٫۵ درصد از کل صادرات پوشاک ترکیه را شامل می‌شود.

همچنین رییس بخش روابط اقتصادی خارجی وابسته به آکادمی امنیت ملی فدراسیون روسیه بر این باور است که روابط بین ترکیه و روسیه تداوم خواهد داشت و طی ماه‌ها و سال‌های آینده تقویت خواهد شد.

مهمی در روابط اقتصادی بین ترکیه و روسیه ایفا می‌کند و در بین بخش‌هایی قرار دارد که بیشترین تاثیر را از سردی روابط بین دو کشور پذیرفته است. وی افزود: «ما به دنبال آن هستیم که به سرعت به موقعیت پیشین در روابط با روسیه بازگردیم تا در طول دوره جدید شاهد بهبود اقتصادی خود باشیم. انتظار ما این است که از آغاز سال ۲۰۱۷ بین ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار صادرات به روسیه داشته باشیم.

رییس انجمن صادرکنندگان پوشاک استانبول یادآور شد که در طول بحران جهانی سال ۲۰۰۹ ترکیه معادل ۱۸۲ میلیون دلار پوشاک به روسیه صادر کرد که این رقم در سال ۲۰۱۳ به ۴۱۲ میلیون دلار رسید؛ در واقع روسیه همواره یکی

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، فعالان بخش‌های منسوجات و پوشاک ترکیه امیدوار هستند که عادی‌سازی روابط با روسیه، به افزایش تجارت آنکارا و مسکو منجر شود. روابط دوجانبه بین این دو کشور بعد از اینکه ترکیه یک هواپیمای جنگنده روسی را در نوامبر ۲۰۱۵ سرنگون کرد، عملاً به تیرگی گراییده بود. در همین ارتباط رییس انجمن صنعتگران و بازرگانان لاله لی به خبرگزاری آناتولی ترکیه گفته که کشورش تاکنون یک تولیدکننده واقعاً خوب بوده و در طرف دیگر، روسیه هم یک مشتری بسیار خوب بوده است. وی تاکید کرد که دو کشور ترکیه و روسیه نزدیک به ۲۵ سال با یکدیگر شریک تجاری بوده‌اند. وی با نشان دادن منافع مشترک دو کشور ادامه داد: «ما می‌دانستیم که مشکلات با روسیه مدت زیادی طول نخواهد کشید. قدم‌هایی که به سمت عادی‌سازی روابط برداشته شده، کاملاً سالم و مثبت بوده است. روابط ما با روسیه بر پایه‌ای محکم قرار دارد و من می‌توانم بگویم که روابط بین ما بهتر خواهد شد و تجارت دو کشور نیز همراه با رعایت معیارهای بین‌المللی خواهد بود.» رییس انجمن صنعتگران و بازرگانان لاله لی با بیان اینکه قدم‌های برداشته شده به سمت عادی‌سازی روابط نقش مستقیمی در تجارت نساجی و پوشاک در قیاس با سایر بخش‌ها خواهد داشت، پیش‌بینی کرد که در کوتاه‌مدت فروش پوشاک ترکیه به روسیه بین ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش داشته باشد.

رییس انجمن صادرکنندگان پوشاک استانبول نیز در همین زمینه گفت: فروش پوشاک نقش





## برنامه‌های ازبکستان برای ارتقای زنجیره ارزش نساجی آغاز ساخت اولین پارک فناوری نساجی در ازبکستان



همانطور که در پیش‌نویس برنامه مهیاشده توسط طرف کره‌ای آمده، پارک فناوری مذکور بیش از ۴ هزار مترمربع وسعت خواهد داشت. همچنین کلاس‌های درس، اتاق‌های کنفرانس، سالن‌های نمایشگاهی، آزمایشگاه‌ها، دفاتر و سایر امکانات در یک ساختمان سه‌طبقه پیشرفته و مجهز، در دسترس خواهد بود. در یک ساختمان دوطبقه هم ماشین‌آلات بافندگی تارپودی و حلقوی، رنگرزی و دوخت نصب خواهند شد. تاسیس این پارک فناوری به صنایع سبک ازبکستان کمک خواهد کرد که به سطوح کیفی جدیدی از توسعه و پیشرفت سیستم آموزشی برای این بخش دست پیدا کنند؛ به ویژه که صنایع سبک و نساجی جزو صنایع صادرات‌محور اصلی ازبکستان محسوب می‌شوند.

نساجی ازبکستان فراهم خواهد کرد. پارک فناوری نساجی همچنین مردم ازبک را در زمینه استفاده از اطلاعات پیشرفته و تکنولوژی‌های ارتباطی به خصوص در زمینه محصولات با ارزش افزوده بالا نظیر پارچه‌های تکمیل شده، کالاهای دوخته‌شده یا بافته‌شده، آموزش خواهد داد. علاوه بر این، پارک مذکور شرایط را برای انتقال دانش فنی و انجام پژوهش‌ها در رابطه با علم مواد، کارخانجات رنگرزی و تکمیل، و طراحی‌های جدید پارچه و پوشاک تسهیل خواهد کرد. هزینه پروژه برای ساخت‌وساز و نصب و راه‌اندازی زیرساخت‌ها، خرید ملزومات و نصب تجهیزات فنی ۱۵ میلیون دلار تخمین زده شده که در قالب کمک‌های توسعه‌ای رسمی از سوی دولت کره جنوبی، تخصیص پیدا خواهد کرد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، رسانه‌های ازبک گزارش دادند که عملیات ساخت پارک فناوری تحقیقات و آموزش نساجی در این کشور آغاز شده است. این پارک در داخل محوطه موسسه نساجی و صنایع سبک تاشکند ساخته خواهد شد. این پروژه طبق زمان‌بندی قرار است در سال ۲۰۱۸ تکمیل شود و توسط یکی از شرکت‌های سهامی عام ازبکستان به همراه وزارت تجارت، صنعت و انرژی کره جنوبی به اجرا گذاشته شده است. تاسیس پارک فناوری نساجی به توسعه و اجرای برنامه‌های آموزش و تحقیقات بین‌المللی که قرار است در موسسه نساجی و صنایع سبک تاشکند اجرا شوند، کمک خواهد کرد. این پروژه همچنین زمینه را برای تبادل تجربیات و تکنولوژی‌های پیشرفته جهت توسعه صنعت

## میانمار قطب تولید ارزان قیمت برای شرکتهای چینی

گروه مترجمین مجله

استراتژیک در تقاطع چین و هند، میانمار را به طور فزاینده‌ای به یک مقصد محبوب در بین شرکتهای تولیدکننده چینی تبدیل کرده است. این موضوع در گزارشی با عنوان «خیز میانمار: فرصتهایی در بخش تولید نهایی در آسیا» ذکر شده است.

با کمک‌های مالی مربوط به سیستم ترجیحات تعرفه‌ای در سال ۲۰۱۳، اتحادیه اروپا به یک محرک کلیدی و مهم برای رشد صادرات پوشاک میانمار تبدیل شده است. در سال ۲۰۱۴، اتحادیه اروپا سهم ۲۳ درصدی از کل صادرات پوشاک میانمار به خود اختصاص داده است. با توجه چشم‌اندازهای مثبتی که در زمینه کاهش تحریم‌های ایالات متحد آمریکا ایجاد شده و همچنین مزایای ناشی از ترجیحات تعرفه‌ای، انجمن تولیدکنندگان پوشاک میانمار پیش‌بینی می‌کند که بخش پوشاک این کشور رشد تصاعدی را در سال‌های آینده تجربه خواهد کرد و ضمن افزایش اشتغال این بخش از ۳۵۰ هزار نفر در مقطع فعلی به حدود ۱٫۵ میلیون نفر، رقم ۱۲ میلیارد دلار صادرات نیز تا سال ۲۰۲۰ تولید خواهد نمود.

از سوی دیگر، میانمار هم‌اکنون عضوی از سازمان تجارت جهانی است و این امکان



دلتهای رود مروارید (PRD) را ترغیب کرده که کارخانجات خود را به کشورهای جنوب‌شرقی آسیا نظیر میانمار نقل مکان دهند که در آنها نیروی کار ارزان به وفور یافت می‌شود.

میانمار با حداقل دستمزد رقابتی در سطح حدود ۹۰ دلار در هر ماه، نه تنها منبع خوبی برای نیروی کار ارزان قیمت است، بلکه امتیازات تجاری نظیر سیستم ترجیحات تعرفه‌ای در اتحادیه اروپا، و همچنین محسوب شدن به عنوان یک بازار و منطقه

با توجه به جهش هزینه‌های تولید در چین در کنار افزایش شدید دستمزد نیروی کار، بخش پوشاک میانمار به عنوان جدیدترین مرکز تولید ارزان قیمت برای انتقال خطوط تولید کارخانجات در شرق آسیا، ظهور پیدا کرده است. این موضوع در کنار دشواری استخدام کارگران در بخش پوشاک و سیاست دولت چین برای ارتقای بخش تولید خود و هدایت آن به سمت صنایعی با ارزش افزوده بالاتر، بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک مستقر در





سرمایه‌گذاری مشترک فعالیت می‌کنند.

تاسیس منطقه ویژه نساجی و پوشاک

لازم به ذکر است دولت میانمار قصد دارد یک منطقه اختصاصی برای نساجی و پوشاک را تاسیس کند که این منطقه برای تولید مواد اولیه خام، ماشین‌آلات و محصولات تکمیل شده در یک مکان واحد و متمرکز، تجهیز خواهد شد. این موضوع توسط وزیر صنعت میانمار و در جریان نشست که برای تشکیل کمیته مرکزی ویژه از انجمن کارآفرینان نساجی و پوشاک میانمار برگزار شد، مطرح شده است. وزیر صنعت در جریان این نشست از تولیدکنندگان پوشاک داخلی درخواست کرد محصولاتی تولید کنند که استانداردهای جهانی را برآورده می‌کند و همچنین درخواست کرد که یک آزمایشگاه برای بررسی و تشخیص استانداردهای جهانی بخش منسوجات در این کشور راه اندازی شود.

وزیر صنعت میانمار همچنین به این موضوع اشاره کرد که صدور گواهینامه‌های استاندارد بین‌المللی می‌تواند رقابت‌پذیری تولیدکنندگان پوشاک داخلی را در بازارهای سراسر جهان افزایش دهد. گفتنی است صنعت لباس میانمار هم‌اکنون برای حدود ۳۵۰ هزار نفر شغل ایجاد کرده که این تعداد نیروی کار در تقریباً ۴۰۰ کارخانه و کارگاه پوشاک در سطح کشور مشغول به کار هستند.

برایش وجود دارد که با نرخ‌های تعرفه پایین به دیگر کشورهای عضو این سازمان محصولاتش را صادر کند. با این حال، امتیازات ترجیحی همچنان اهمیت بیشتری برای تقویت رشد صادرات پوشاک میانمار ظرف چند سال آینده خواهد داشت. میانمار همچنین تعرفه‌های واردات کمتری را در قیاس با بسیاری از کشورهای هم‌رده خود در منطقه آسه‌آن دارد. به طور کلی، تعرفه‌های واردات پایین میانمار در مورد مواد اولیه و اقلام واسطه‌ای تولید، این کشور را کمک می‌کند که رقابت‌پذیری محصولات خود را از نظر هزینه تمام‌شده در قیاس با کشورهای همسایه حفظ کند. در حال حاضر، تولید پوشاک برای بخش صادرات سهم بزرگی از صادرات غیرکشاورزی میانمار را به خود اختصاص می‌دهد. به منظور فراهم کردن حداکثر انعطاف‌پذیری برای سرمایه‌گذاران خارجی، کمیسیون سرمایه‌گذاری میانمار امکان ۱۰۰ درصد سرمایه‌گذاری خارجی برای راه‌اندازی کارخانجات نساجی و پوشاک در کشور را مهیا کرده است. در بین صادرکنندگان پوشاک میانمار، کارخانجات بزرگ یا کاملاً در تملک خارجی‌ها هستند یا از طریق قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک بین شرکت‌های محلی و خارجی فعالیت می‌کنند. اکثر شرکت‌های خارجی فعال در صنعت پوشاک میانمار از چین، هنگ‌کنگ، ژاپن، کره و تایوان آمده‌اند و در شرایطی که اکثر کارخانجات کوچک میانمار مالکان کاملاً بومی دارند، کارخانجات متوسط به صورت

## انجمن صنایع نساجی و پوشاک ویتنام اعلام کرد:

# عدم تحقق هدف صادرات پوشاک ویتنام در سال ۲۰۱۶

به گفته رییس انجمن صنایع نساجی و پوشاک ویتنام، در شرایطی که کشورهای کامبوج و بنگلادش از مشوق‌های ارائه شده از سوی آمریکا و اروپا بهره‌مند می‌شوند، میزان دستمزدها در سریلانکا، بنگلادش و میانمار کمتر از ویتنام است. در نتیجه و به منظور بهره بردن از مزیت هزینه‌های کمتر، واردکنندگان نیز سفارشات خود را به سمت کشورهای دیگر سوق می‌دهند.

نایب رییس انجمن صنایع نساجی و پوشاک ویتنام نیز به این نکته اشاره کرده که در شرایطی که دونگ واحد پول ویتنام در برابر دلار آمریکا ثابت بوده، واحد پولی کشورهای رقیب بین ۸ تا ۲۰ درصد در قیاس با دلار کاهش داشته است که همین موضوع رقابت‌پذیری محصولات صادراتی ویتنام را کاهش داده است. همچنین نرخ بهره ویتنام که در حال حاضر بین ۸ تا ۱۰ درصد است، در قیاس با رقبای بالاتر است و همین موضوع باعث شده قیمت تمام شده محصولات نساجی و پوشاک در این کشور، بین ۲۰ تا ۳۰ درصد بالاتر از محصولات مشابه رقیب تمام شود.

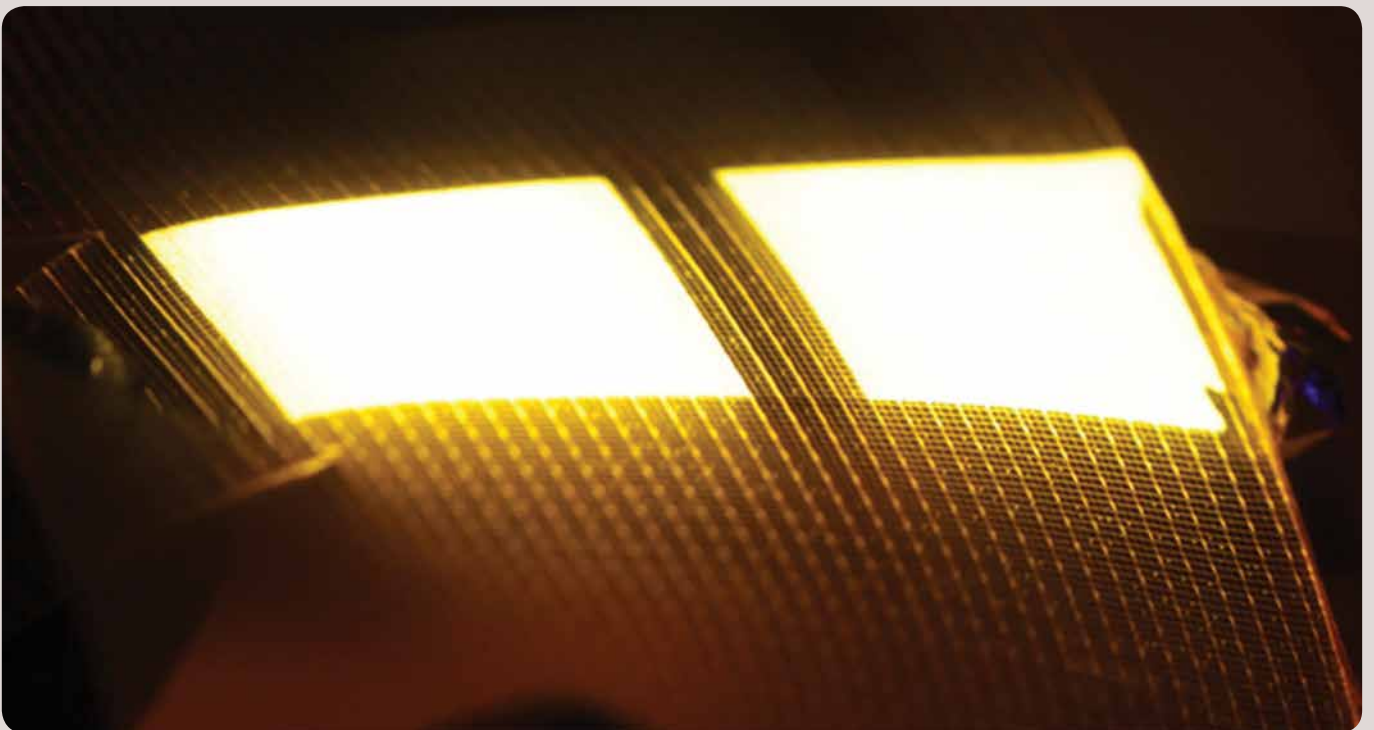
به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، هدف صادرات ۳۰ میلیارد دلاری که توسط انجمن صنایع نساجی و پوشاک ویتنام (VITAS) برای سال ۲۰۱۶ تعیین شده احتمالاً یک ماموریت غیرممکن خواهد بود چراکه میزان صادرات این بخش در شش ماهه اول سال جاری میلادی تنها ۱۲،۷۶ میلیارد دلار بوده که مبین ۴۱ درصد از هدف تعیین شده برای سال ۲۰۱۶ است.

رییس VITAS در جریان یک نشست خبری در هانوی گفت که این موضوع عمدتاً به دلیل کمبود سفارشات برای محصولات شرکت‌های داخلی بوده و عمده صادرات نیز توسط شرکت‌هایی انجام گرفته که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آنها صورت گرفته است. وی اضافه کرد که بزرگترین چالش در مقطع فعلی یافتن سفارشات جدید است و این موضوع کاملاً محتمل است که با توجه به رسیدن صادرات به کمتر از ۲۹ میلیارد دلار، شرکت‌های کوچک و متوسط ناچار به توقف فعالیت خود شوند.





## پروژه‌سگران سوئدی ابداع کردند منسوجاتی که ۱۸۰ ساعت نور ساطع می‌کنند



نشان می‌دهد که انتشار نور فوق‌انعطاف‌پذیر بر روی سطوح بزرگ، در مورد الکترودهای منسوج بسیار سبک نیز تحقق‌پذیر است.» طبق اعلام محققان این پروژه، خصوصیات شکلی جذاب در مورد منسوجات به ویژه انعطاف‌پذیری بالا و وزن سبک آنها، این منسوجات الکترونیک را از سایر دستگاه‌های الکترونیکی متمایز می‌کند و پیش‌بینی می‌شود ابداع جدید راه را برای خیل کثیری از کاربردهای پوشیدنی با مطلوبیت بالا هموار کند. لازم به ذکر است ارزش بازار منسوجات الکترونیک در سال ۲۰۲۶ رقم ۳ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است.

پوشش‌دهی پاششی یک سلول الکتروشیمیایی ساطع‌کننده نور (LEC) بر روی یک الکتروده شفاف مبتنی بر پارچه طراحی شده است. این نتایج مبین یک فرآیند ساخت ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر در قیاس با فرآیندی است که برای ساخت دیودهای ارگانیک ساطع‌کننده نور (OLEDs) به کار گرفته می‌شود. الکتروده پارچه‌ای مذکور از الیاف پلیمری و یک بافت از سیم‌های مسی با روکش نقره که در ماتریس پلیمری تعبیه شده‌اند، ساخته شده است. توماس لانز از دانشگاه اومئا در سوئد در این باره می‌گوید: «کار ما

محققان به تازگی یک ماده نساجی سبک‌وزن، انعطاف‌پذیر و ارزان‌قیمت را ابداع کرده‌اند که می‌تواند در تولید علائم هشداردهنده، معماری و البسه ساطع‌کننده نور به کار برده شود. بر اساس گزارشات رسانه‌ای، این ماده نور زرد یکنواخت و روشن را برای بیش از ۱۸۰ ساعت از خود ساطع می‌کند و بر همین اساس، دانشمندان کاربردهای متنوعی برای این تکنولوژی در زمینه ابزارهای پوشیدنی متصور هستند. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این تکنولوژی جدید از طریق

## روش های نانوفناورانه برای کندسوز کردن منسوجات

گردآورنده: مهندس محمد باقری مطلق

\* مواد افزودنی که رادیکال های آزاد را در طول سوختن درگیر کرده و فرآیند احتراق را مختل می کنند،  
\* پرکننده هایی (فیلر) که در درجه حرارت های بالا، آب رها می کنند،  
\* پرکننده هایی که غیرقابل احتراق هستند و حجمی را اشغال کرده و به عنوان رسانای حرارتی عمل می کنند.

با توجه به اینکه در فرآیند الکترورسی امکان تولید فیلم نازک نانولیفی بر روی طیف گسترده ای از مواد و کامپوزیت ها وجود دارد، از غشاء یا پوشش نانولیفی الکترورسی شده کندسوز می توان برای ایجاد مقاومت در برابر شعله استفاده نمود. بیشترین تلاش های صورت گرفته برای بهبود پایداری حرارتی و مقاومت در برابر شعله نانوالیاف الکترورسی شده، مخلوط کردن مواد افزودنی و پرکننده با پلیمر سازنده الیاف است.

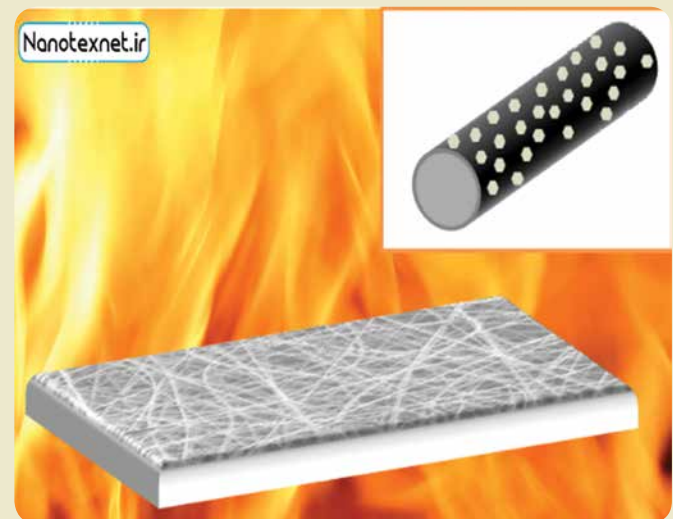
پیشگیری از احتراق از طریق افزایش ظرفیت گرمایی مواد الکترورسی شده و استفاده از مواد کندسوز از جمله روش های متداول است. پرکننده هایی مانند  $MgO$ ،  $TiO_2$ ، ملامین، فسفات آمونیوم و پنتا اریتریتول از جمله این مواد هستند.

پلیمر خالص با ظرفیت رهایش گرمایی کمتر از  $300 \text{ J/g-K}$  انتظار می رود که خودخاموش شونده (خود اطفاء) باشد. به عنوان مثال چنانچه در تهیه نانو الیاف، پلی اکریلونیتریل با نانولوله های کربن و یا خاک سرخ مخلوط شود، ظرفیت رهایش گرمایی نانوالیاف کامپوزیتی به  $J/g-K$  ۲۵۳ کاهش یافته و الیاف غیرقابل احتراق خواهند شد. ظرفیت رهایش حرارتی نانوالیاف کامپوزیتی پلی اکریلونیتریل کندسوز محتوی یک درصد نانولوله های کربنی تک دیواره و یک درصد خاک سرخ تشبیت شده در دمای ۲۴۰ درجه سانتی گراد تا  $J/g-K$  ۲۴ کاهش می یابد.

از جمله روش های مقاوم کردن منسوجات در برابر آتش، استفاده از یک پوشش مقاوم در برابر آتش است که بدون نیاز به مواد افزودنی کندسوز، قابلیت اشتعال منسوج زمینه را کاهش می دهد. در این روش به دلیل عدم استفاده از مواد افزودنی در ساختار منسوج، ترکیب و ساختار منسوج اصلی حفظ می شود. دو رویکرد برای نحوه عملکرد یک ماده کندسوز وجود دارد. در رویکرد اول با افزایش ظرفیت گرمایی مواد، از سوختن آن ها جلوگیری شود و در رویکرد دیگر، جلوگیری از گسترش آتش مطرح است.

### روش های کندسوز کردن منسوجات

\* تشکیل خاکستر که مانع از انتشار آتش می شود و به عنوان یک لایه عایق حرارتی عمل می کند،





همچنین استفاده از تثبیت‌کننده‌های حرارتی سبب افزایش شکل‌گیری خاکستر شده و از انتشار شعله جلوگیری می‌کند. چنانچه اسید بوریک که یک افزودنی متداول برای کندسوز کردن منسوجات است، به الیاف پلی‌امید الکترورسی شده اضافه‌شده و از این پوشش نانولیفی برای تکمیل منسوج پنبه‌ای استفاده شود، زمان آغاز سوختن و احتمال شکل‌گیری خاکستر افزایش می‌یابد. ترکیبی از مواد افزودنی مانند کف غیرهالوژنه مقاوم در برابر شعله (FR) و خاک رس مونت‌موریلونیت (MMT) نیز برای کاهش قابلیت اشتعال پلی‌امید ۶ استفاده می‌شود. مواد افزودنی که رادیکال‌های آزاد را در طول سوختن درگیر می‌کنند نیز به‌عنوان روش ایجاد اختلال در روند سوختن شناخته می‌شود. در این زمینه به اضافه کردن  $FeCl_3$  به الیاف اکریلیک، به‌منظور تولید نانوالیاف کامپوزیتی اشاره شده است.

به دلیل وجود منافذ زیاد در لایه نانولیفی که به‌عنوان پوشش روی یک منسوج استفاده می‌شود، احتمال سوختن لایه منسوج زیرین به طرز چشم‌گیری کاهش می‌یابد. به‌عنوان مثال لایه نانولیفی تولیدشده از اکسید پلی‌اتیلن به دلیل وجود منافذ زیاد میان الیاف نسبت به فیلم ورقه‌ای و ضخیم از همان ماده، عایق حرارتی بهتری است. در مقایسه خاصیت کندسوزی منسوج پلی‌امید ۶۶ پوشش داده‌شده با لایه نانولیفی پلی‌امید (PAA) و لایه نانولیفی پلی‌ایمید (PI) با

منبع: nanotextnet.ir



# اصول اندازه‌گیری رنگ (کالرمچینگ) در نساجی (بخش سوم)



محسن فتوحی کارشناس ارشد شیمی نساجی و علوم رنگ شرکت مهندسی تکسوفین

## مقدمه

در دو مقاله پیشین اهمیت و روش اندازه‌گیری رنگ بر اساس مختصات فضای هندسی رنگ و محاسبات عددی مشخص گردید. در این بخش سعی می‌گردد توضیحاتی در مورد نحوه کارکرد و انتخاب دستگاه‌های اندازه‌گیری مربوطه ارائه شود.

## ۱- دستگاه اندازه‌گیری رنگ

### به صورت چشمی

### \* دستگاه کابینت نور

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، یکی از سه عامل تاثیرگذار در چگونه دیده شدن رنگ، منبع نوری می‌باشد. برای بررسی چشمی بهتر است که منبع نوری مورد استفاده، استاندارد باشد تا بتوان با شرایط مشابه، نمونه‌ها را در بازه‌های زمانی بلندمدت مقایسه کرد و با تغییر منبع نوری به صورت لحظه‌ای به خواص دیگر رنگ پی برد. جدا از منبع نوری، محیط اطراف جسم در تفسیر ما از رنگ آن تاثیرگذار است. بنابراین باید رنگ محیط به نحوی انتخاب شود که حداقل تاثیر را بر درک بینایی انسان داشته باشد. دستگاه کابینت نور وسیله‌ای است برای استانداردسازی محیط بررسی رنگ که شامل حداقل ۴ نوع و به صورت متعارف ۸ نوع منبع نوری متفاوت می‌باشد. این منابع نوری شامل D65 (نور طبیعی روز)، TL84 و TL83 (شبیه به نور طلوع و غروب)، CWF (شبیه نور لامپ کم‌مصرف)، F (لامپ مهتابی سفید)، UV (ماورای بنفش) و A (لامپ رشته‌ای تنگستن) است.

بدنه کابینت با استفاده از یک رنگ جاذب نور خاکستری که نور را به صورت مستقیم بازتاب نمی‌دهد، پوشانده شده است. این کار باعث ایجاد کمترین تاثیر در نحوه درک رنگ توسط کاربر خواهد شد. یکی دیگر از قابلیت‌های این دستگاه، بررسی رنگ زیر منابع نوری متفاوت جهت پیدا



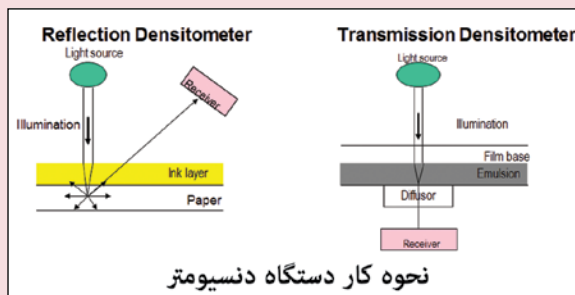
دستگاه کابینت نور

کردن اختلاف است که همان پدیده متامریزم می‌باشد. به همین دلیل، دستگاه مجهز به سیستم میکروکنترلر جهت سویچ سریع لامپ‌ها می‌باشد که امکان تشخیص تفاوت رنگ را ایجاد می‌کند. در کل، وجود سیستم کابینت نور در تمامی بخش‌های کنترل کیفی رنگ کارخانه‌ها لازم می‌باشد.

## ۲- دستگاه‌های اندازه‌گیری رنگ

دستگاه‌های اندازه‌گیری رنگ با استفاده از تکنولوژی دیجیتال در سه کلاس زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

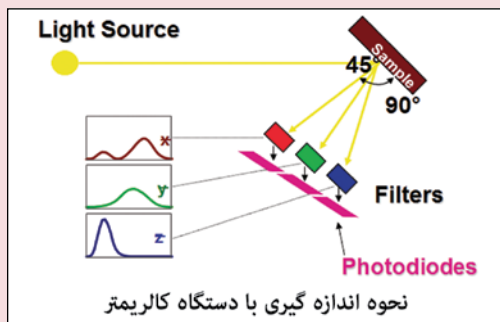
**(الف) دنسیومتر:** این نوع دستگاه برای اندازه‌گیری چگالی یا تراکم ماده رنگ مانند ضخامت جوهر چاپ



نحوه کار دستگاه دنسیومتر

استفاده می‌شود. این مدل از رنگ‌سنج دو نوع دارد که یکی به صورت انعکاسی کار می‌کند و برای اندازه‌گیری ضخامت لایه جوهر روی کاغذ استفاده می‌شود. دیگری به صورت عبوری است که برای اندازه‌گیری لایه جوهر روی فیلم شفاف به کار گرفته می‌شود.

**(ب) کالریمتر:** این دستگاه بر اساس سیستم فیلتر و سنسور حساس به نور یا فتودیود کار می‌کند. این سیستم معمولاً از سه یا چهار فیلتر جهت تجزیه نور استفاده می‌کند و منبع نور آن معمولاً D65 است که ثابت می‌باشد. زاویه دید هم ۲ یا ۱۰ درجه است که بر اساس سفارش مشتری یکی از این دو زاویه به صورت ثابت تنظیم می‌گردد. نور پس از برخورد با جسم رنگی به سمت فیلترها بازتاب



نحوه اندازه‌گیری با دستگاه کالریمتر

می‌کند و پس از تجزیه توسط سنسورهای فتودیود میزان شدت هر کدام اندازه گرفته می‌شود و اطلاعات رنگی به صورت XYZ یا LAB ارائه می‌گردد ولی چون سیستم اندازه‌گیری بر اساس طیف نگاری نیست، دقت زیادی ندارد و فقط به صورت محدود برای کنترل کیفیت قابل استفاده می‌باشد.

**(ج) اسپکتروفتومتر:** اصول اندازه‌گیری در

این روش طیف‌نگاری طول موج در محدوده ۴۰۰ الی ۷۰۰ نانومتر می‌باشد که به نام محدوده

جدول مقایسه فاکتور تکرار پذیری و عدد هماهنگی در چند مدل اسپکتروفتومتر

Instrument	Repeatability	Inter-instrument Agreement
CE-7000A	0.01	0.08
Ci-5	0.03	0.2
CE-2180	0.04	0.25

### • مدل رومیزی:



اسپکتروفتومتر CI7800

برای کارهای تحقیقاتی و سیستم‌های رنگ همانندی و تولید نسخه رنگ‌گری کاربرد دارد. این

مدل به دلیل داشتن کره نوری بزرگ، اطلاعات بسیار دقیقی از نمونه استخراج کرده و نتایج آن بسیار قابل اعتماد و مفید است.

### • مدل قابل حمل (پرتابل):



اسپکتروفتومتر CI6X

بیشتر برای کنترل کیفیت مستمر در حین تولید و یا بررسی مواد اولیه خریداری شده کاربرد دارد. این مدل به دلیل داشتن کره

کوچک‌تر، از قدرت مدل رومیزی برخوردار نیست ولی هم ارزان تر هست، هم به مراتب از سیستم‌های کالیبرتری دقیق تر و موثق تر می‌باشد.

### • سیستم‌های غیر تماسی:



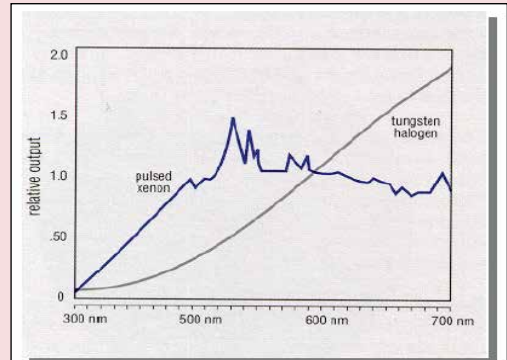
اسپکتروفتومتر VS 450

برای آن دسته از کالاهای نساجی که قابلیت نمونه‌گیری عادی در آنها مشکل بوده یا امکان‌پذیر

نیست، مفید است. در نمونه‌های عادی، سطح نمونه باید تک‌رنگ و کاملاً صاف و یکدست باشد ولی در این نوع مدل، می‌توان نمونه‌ای همچون دسته الیاف، نخ، پارچه‌های مخمل و جین، حوله و فرش را به راحتی بررسی و اندازه‌گیری کرد.

### عوامل موثر در انتخاب یک ابزار اندازه‌گیری مناسب رنگ:

برای انتخاب یک دستگاه مناسب جدا از قیمت آن چند عامل بسیار مهم وجود دارد که در کارکرد نهایی دستگاه و نتایج آن برای مصرف‌کننده تاثیر بسیاری دارد.



نمودار تابش لامپ زنون

### (الف) تکرار پذیری (repeatability):

این عامل بدین معنی است که دستگاه اگر از یک نمونه چندین بار تست بگیرد، اختلاف بین جواب‌ها چقدر خواهد بود. هرچه این عدد کمتر باشد نشان از قدرت سخت‌افزاری دستگاه است. اسپکتروفتومتر هرچه کره بزرگ‌تری داشته باشد، تکرارپذیری بهتری دارد و برای کارهای تحقیقاتی و سیستم‌های رنگ همانندی مناسب‌تر خواهد بود.

### (ب) عدد هماهنگی داخلی

(inter-instrument agreement): این فاکتور نشان می‌دهد که اگر یک نمونه توسط چند دستگاه مختلف تست شود اختلاف نتیجه چقدر خواهد بود. اهمیت این عدد هنگامی بیشتر به چشم می‌آید که مشتری و تولیدکننده هر کدام از دو مدل مختلف یا برند مختلف اسپکتروفتومتر استفاده کنند؛ آنگاه اگر عدد هماهنگی اختلاف زیادی داشته باشد دو طرف به مشکل بر خواهند خورد و دستگاه با عدد هماهنگی مناسب‌تر، ارجح خواهد بود. برای مثال دستگاه CE 7000A از شرکت XRITE دارای عدد هماهنگی معادل ۰,۰۸ است در حالی که مدل CE-2180 از همان تولیدکننده عدد ۰,۲۵ را داراست که نشان از ضعف مدل ذکر شده است.

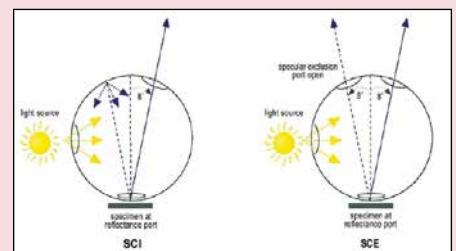
### (ج) دقت (accuracy):

به معنای میزان اندازه‌گیری بازتاب طول موج تایید شده است و هرچه دقت اعشاری یک دستگاه بهتر باشد، در نتایج محاسبات رنگ همانندی و مقایسه دو رنگ تاثیر بهتری دارد.

نتیجتاً در بازار امروز چندین مدل اسپکتروفتومتر تولید می‌گردد که هر کدام برای اندازه‌گیری طیفی از مواد یا نمونه‌ای به خصوص است. آنچه در صنایع نساجی مورد استفاده قرار می‌گیرد سه مدل است که در ادامه توضیح داده می‌شود:

طول موج مرئی شناخته می‌شود. این طیف نگاری میزان جذب انرژی را به صورت طول موج بررسی می‌کند و با توجه به جذب متفاوت رنگ‌دانه‌ها، رنگ را شناسایی می‌کند. در سیستم اسپکتروفتومتر از یک منبع نوری لامپ زنون که قابلیت شبیه‌سازی اغلب منابع نوری استاندارد را دارد استفاده می‌شود.

اسپکتروفتومترها به طور کلی دارای یک کره هستند که سه اصل دیده شدن یعنی منبع نوری، جسم و بیننده در آنها جانمایی شده است. به همین دلیل قابلیت‌هایی دارند که در موارد قبلی وجود ندارد. یکی از قابلیت‌ها امکان محاسبه یا عدم محاسبه تاثیر نور بازتابی محیط اطراف بر روی رنگ جسم است. بر همین اساس در اسپکتروفتومتر می‌توان با تغییر در دریچه‌های کره دو حالت **SCI** و **SCE** را ایجاد کرد. **SCI** به مفهوم محاسبه اثر بازتاب نور از محیط در نتیجه می‌باشد و **SCE** به معنای عدم محاسبه بازتاب نور محیط می‌باشد.



اسپکتروفتومترها دارای دریچه تست با قطر متفاوت هستند که بسته به نوع نمونه و اندازه آن انتخاب می‌شود. در کل هرچه اندازه ورودی نور از نمونه بزرگ‌تر باشد جواب‌ها بهتر خواهند بود. این موضوع قابل توجه است که اندازه‌گیری یک نمونه با دو دریچه متفاوت ممکن است نتایج مختلفی داشته باشد.

## اسپکتروفتومتر پرتابل CI6X

- قابل حمل
- قابل اعتماد و دقیق  $\Delta E = 0.13$
- دارای صفحه نمایش برای بررسی نتایج
- کاربردی برای صنایع رنگ، نساجی، چاپ، کاغذ، پلاستیک، خودرو و...
- قابل اتصال به نرم افزار رنگ همانندی (کالر مچینگ)



وعده دیدار ما در:

بیست و دومین نمایشگاه بین المللی نساجی،  
محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران  
سالن 38A، غرفه یک



## اسپکتروفتومتر رومیزی CI7X00

- برترین مدل رومیزی X-RITE
- نمونه برداری دقیق و یکنواخت  $\Delta E = 0.08$
- کنترل پروسه، تنوع در شرایط اندازه گیری
- قابلیت اندازه گیری عبور نور
- قابل اتصال به نرم افزار رنگ همانندی (کالر مچینگ)

وب سایت: [www.texofin.com](http://www.texofin.com)  
ایمیل: [info@texofin.com](mailto:info@texofin.com)  
کانال تلگرام: <http://telegram.me/texofin>

تلفن: ۰۱-۸۸۵۷۵۵۷۰  
فکس: ۸۸۳۷۲۷۶۳  
پیام کوتاه: ۸۸۵۷۵۵۷۰

برای کسب اطلاعات بیشتر  
در مورد این آگهی با شرکت مهندسی  
تکسوفین تماس حاصل فرمایید.



## بر اساس تحقیقات یک شرکت چینی برای سال ۲۰۱۶ فروش جهانی پوشاک از ۱,۴ تریلیون دلار عبور می کند

گزارش کرده‌اند که هر روز در جریان گفتگوهایشان با خریداران، این گروه اغلب در مورد تغییرات سفارشی یا افزودن ملحقاتی به لباس جهت هماهنگ کردن رنگ‌ها، حکاکی نام خود بر روی لباس و تغییر دادن برخی جزئیات در پوشاک برای استفاده شخصی، سوال می‌کنند.

وی مدعی شده که شرکت متبوعش یک تیم مستقل خدمات به مشتریان با ۲۰ نفر عضو دارد که به طور منظم نظرسنجی‌هایی همراه با اعطای جایزه از مشتریان قدیمی و جدید در فروشگاه‌ها انجام می‌دهند تا اطلاعات بیشتری در مورد عادات خرید آنها به دست آورده و بر مبنای داده‌های بزرگ و تجزیه و تحلیل‌هایی که انجام می‌دهند، استراتژی‌های خدماتی مناسب را به صورت به موقع تنظیم کرده و تقاضای خریداران برای شخصی‌سازی محصولات را برآورده نمایند.

متناسب با این رفتار مصرف‌کنندگان تنظیم کرده‌است. به گفته وی، این شرکت یک سیستم قیمت‌گذاری پیچیده را طراحی کرده به این صورت که: در عین حفظ کیفیت بالای محصولات، این سیستم منطقی‌ترین قیمت‌ها را با در نظر گرفتن عادات خرید خریداران، میزان محبوبیت محصول در یک منطقه، نرخ تبدیل ارز و سایر فاکتورها محاسبه می‌کند. در حال حاضر، بیش از نیمی از فروش این شرکت البسه زنانه با قیمتی بین ۲۰ تا ۵۰ دلار است. این محصولات به سرعت به فروش می‌رسند؛ به خصوص در فصولی مانند تعطیلات تابستان و پایان سال که پیک خرید مصرف‌کنندگان محسوب می‌شود.

یکی دیگر از گرایش‌های مهم صنعت پوشاک تقاضای رو به رشد خریداران برای محصولات شخصی‌شده و سفارشی‌شده است. به گفته مدیر عملیات شرکت چینی ذکرشده، کارکنان بخش خدمات به مشتریان

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» و بر اساس مطالعه‌ای که توسط یک آژانس بازاریابی و تجارت الکترونیک در چین انجام گرفته، بازار جهانی پوشاک که رشد آن از سال ۲۰۰۹ با کاهش همراه شده، اکنون علائمی از بهبود را نشان می‌دهد و پیش‌بینی می‌شود میزان فروش پوشاک در سال ۲۰۱۶ از مرز ۱,۴ تریلیون دلار عبور کند. انتظار می‌رود بازار ایالات متحد آمریکا به تنهایی یک‌پنجم یا ۲۰ درصد از کل بازار جهانی پوشاک را به خود اختصاص دهد که ارزش آن بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار خواهد بود. همچنین فروش پوشاک زنانه همچنان در مسیر رشد قرار خواهد داشت و پیش‌بینی می‌شود ۴۰ درصد از کل فروش پوشاک در سراسر جهان را در بر بگیرد.

نتایج تحقیقات این شرکت چینی همچنین نشان می‌دهد عادات خرید زنان جوان به عنوان مهم‌ترین عامل در فروش کلی بازار، در حال تغییر است به طوری که این گروه بیش از پیش نسبت به موضوع قیمت حساس شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد ۵۴,۶ درصد از زنان بین ۱۸ تا ۳۵ سال و ساکن آمریکا، لباس‌های خود را به صورت آنلاین خریداری می‌کنند و نسبت «قیمت به کارایی» مهم‌ترین عامل تاثیرگذار در تصمیم‌گیری آنها برای خرید است.

مدیر عملیات یکی از شرکت‌های مستقر در چین که در زمینه عرضه پوشاک آنلاین در سراسر جهان مطرح است با اذعان به این روند اعلام کرده که شرکت متبوعش از هم‌اکنون یک استراتژی قیمتی را



# آشنایی با نرم افزارهای طراحی، ساینبدی، چیدمان الگو و الگوساز محافظت

کاربردی به تولیدکنندگان کمک می کند تا بتوانند تکنیک های ساینبدی لباس های خارجی را کشف و از روش های آنها الگو برداری نمایند. از آنجا که یکی از مشکلات عمده تولیدکنندگان داخلی تن خور تولیدات خود در ساینبدی های مختلف است این تکنیک باعث رفع این مشکل گردیده و راه را جهت یک تولید با کیفیت و همه پسند هموار می نماید.

نرم افزار چیدمان اتوماتیک محافظت مجهز به پیشرفته ترین ماژول های هوش مصنوعی می باشد که با بکارگیری از ۲۷ تکنیک (ماژول) در چیدمان تمام اتوماتیک که در حال حاضر قوی ترین و کامل ترین الگوریتم های چیدمان فوق هوشمند را در بین رقبا در اختیار دارد، می تواند کمترین مصرف پارچه را به شما ارائه دهد. از دیگر خصوصیات این نرم افزار استفاده از ۹۳ ابزار پیشرفته در بخش چیدمان تمام اتوماتیک جهت اعمال روش های مورد نظر شما می باشد. در نرم افزار چیدمان محافظت شما قادر خواهید بود هر گونه محدودیت و روشی را بر روی چیدمان اتوماتیک خود اعمال نمایید.

## نرم افزار الگوساز محافظت

نرم افزار الگوساز محافظت دارای جدیدترین توابع و به روزترین روش طراحی الگو در جهان می باشد. این نرم افزار به روشی طراحی گردیده که کاربر می تواند طیف گسترده ای از الگوهای لباس را فقط با دادن اندازه قسمت های بدن در کسری از ثانیه دریافت نماید. این طیف گسترده الگو شامل الگوهای مردانه، زنانه و بچه گانه است و تنوع الگوها به شرح ذیل می باشد:

الگوهای زنانه (پالتو و بارانی کلاه دار با تنوع مدل های یقه، انواع کلاه، انواع پیراهن بلند و کوتاه با امکان انتخاب درز پرنسسی، هفت مدل کت زنانه با مدل های متعدد یقه و جیب، هشت مدل دامن، شومیز، انواع شلوارهای کلاسیک و جین با امکان انتخاب نوع ساسون و درز، پلیور، پیراهن، کلکسیونی از ۵ مدل لباس بارداری و ۳ مدل لباس پرستاری و ...) الگوهای بچه گانه (شلوار دوبنده، پیراهن، شلوارک، بلوز، پلیور و سویشرت بچه گانه کلاه دار و بدون کلاه، یکسره آستین بلند با کلاه و بدون کلاه) الگوهای مردانه شامل (کت و شلوار کلاسیک، پیراهن مردانه آستین بلند و کوتاه، جلیقه، کاپشن کلاه دار و بی کلاه، اورکت، انواع کلاه، بارانی، شلوار جین و کلاسیک و ...)

استودیو طراحی محافظت زیرمجموعه ای از تولیدی محافظت می باشد که با پشتوانه ای از طرح و اندیشه نو و اهداف بلندمدت در سال ۱۳۶۱ با مدیریت سیداحمد نوربخش صالح بنیان نهاده شد و با کسب تجارب نوین در صنعت طراحی و دوخت با بهره گیری از پیشرفته ترین تجهیزات و ماشین آلات و نیز کادری مجرب و متخصص وارد عرصه نوین فعالیت های موفقیت آمیز خود گردید. این مجموعه با مدیریت آقای هادی خجسته محوریت فعالیت و تحقیقات خود را در زمینه طراحی و تولید نرم افزارهای مرتبط با پوشاک از ابتدای سال ۱۳۸۹ آغاز نموده و همواره سعی بر این داشته تا با استفاده از بهترین کارشناسان فنی محصولات تولیدی خود را در بالاترین سطح ممکن حفظ نماید.

## نرم افزار طراحی، ساینبدی و چیدمان الگوی محافظت

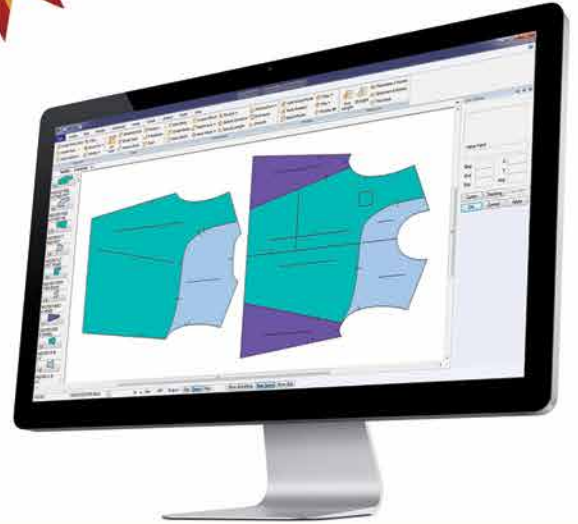
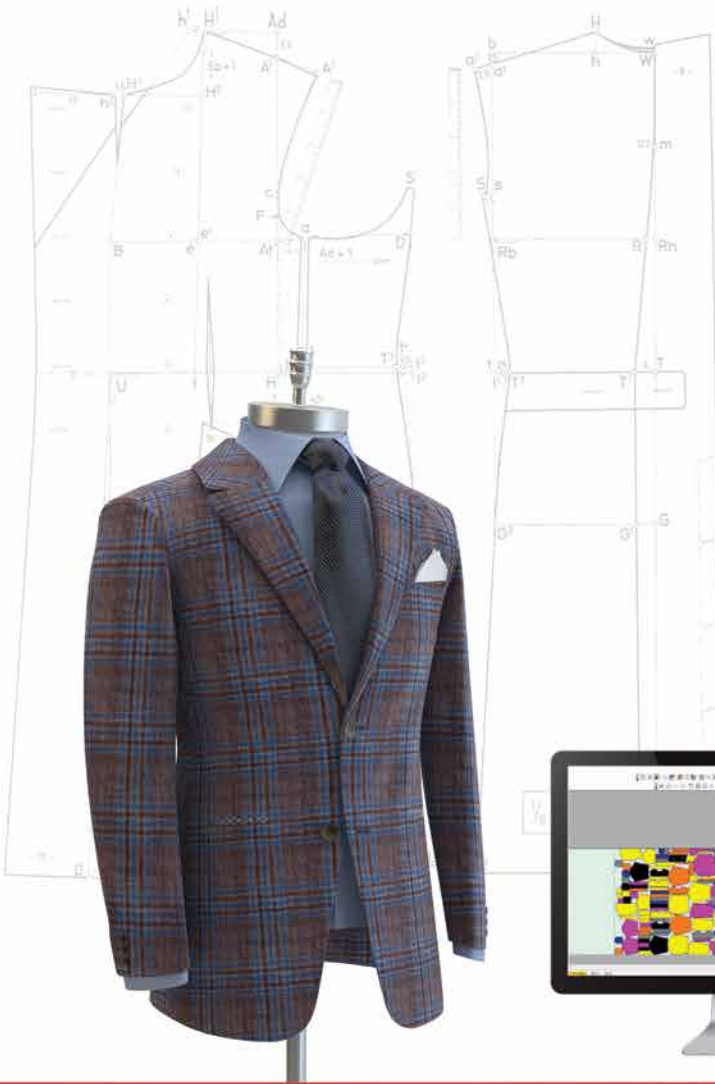
نرم افزار طراحی و ترسیم الگوی لباس محافظت، شامل ابزارهایی است بسیار جامع در خصوص طراحی دقیق، سریع و تخصصی الگو مطابق با نیاز تولیدکنندگان. با استفاده از این نرم افزار طراحان لباس قادر به ترسیم هر نوع الگویی برگرفته از تمامی متدها (مولر، گرلاوین، متری) و حتی متد شخصی می باشند. یکی از نکات قابل توجه این نرم افزار در کنار ابزارهای پیشرفته و حرفه ای آن، استفاده از محیطی کاملا فارسی و روان است که هر کاربری با کمترین سواد کامپیوتری امکان استفاده و کار با آن را دارد. این راه حل نرم افزاری پیشگامانه به شما کمک می کند دید خلاقانه خود را به کار بسته و با ساده کردن فرآیند تولید، موقعیت رقابتی خود را بهبود بخشید. نرم افزار محافظت به شما اجازه می دهد با دقت و قابلیت های انعطاف پذیری هزینه تمام شده هر محصول را برآورد نموده، تا بتوانید مدیریت تولید خود را بهبود بخشیده و آن را در فرآیندی مکانیزه اصلاح نمایید. این نرم افزار با ابزارهای دقیق و محاسباتی خود این امکان را به شما می دهد تا بتوانید خطاهای پیش آمده در روش های دستی و سنتی را به طور کامل از کار خود حذف نموده و با استفاده از پردازش های کامپیوتری حداکثر برنامه ریزی و نظم را در خط تولید خود پیاده سازی نمایید.

ابزارهای ساینبدی محافظت به گونه ای طراحی و پیاده سازی گردیده اند که هر تولیدکننده و طراحی می تواند به راحتی هر نوع متد و ساینبدی را روی الگوهای خود پیاده سازی نماید. یکی از ابزارهای شگفت انگیز ساینبدی محافظت استفاده از تکنولوژی مهندسی معکوس است، این تکنیک بسیار



مجاہد فطرت  
MOHAFEZAT

نرم افزار طراحی ، سایزبندی  
چیدمان اتوماتیک الگو



(جدید)

نرم افزار الگو ساز

فقط کافیست اندازه های بدن را  
وارد کرده و الگوی خود را دریافت نمایید  
انواع الگوهای مردانه ، زنانه ، بچه گانه



برای اولین بار در جهان

اطلاعات کامل را روی وب سایت ما ملاحظه نمایید

[www.mohafezat.ir](http://www.mohafezat.ir)  
66069597-66069599

## ویروس برند در بازار پوشاک

برنامه وزارت صنعت گلنار نصرالهی مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به قوانین موجود در زمینه ورود برندهای پوشاک گفت: با بررسی‌های صورت‌گرفته از روند ورود پوشاک به صورت قانونی یا غیرقانونی دریافتیم که اکنون فاصله قابل توجهی میان واردات رسمی و عرضه کالاهای خارجی در بازار وجود دارد، به صورتی که مثلاً در سال ۲۰۱۵ بر اساس آمارهای بین‌المللی ارزش پوشاک صادراتی کشورهای جهان به ایران بین ۶۰۰ تا ۷۰۰ میلیون دلار بوده، در حالی که آمار گمرک جمهوری اسلامی میزان رسمی واردات پوشاک را فقط ۱۴ میلیون دلار نشان می‌دهد. یعنی پوشاک قاچاق حداقل ۵۰ برابر واردات قانونی آن است، گرچه بازهم در این میان اختلاف‌نظرهایی وجود دارد.

به دو بخش عمده لوکس و متوسط تقسیم‌بندی کنیم که در واقع نباید زیاد نگران برندهای پوشاک لوکس باشیم چون این بخش از پوشاک زیاد بر تولیدات داخلی تاثیرگذار نیست بلکه نگرانی بیشتر مربوط به آن دسته از محصولاتی است که قشر متوسط جامعه را نشانه رفته است.

نامی با تاکید بر این که به‌طور کلی هیچ حمایتی از تولیدکنندگان داخلی به خصوص در صنعت نساجی نشده است، خاطرنشان کرد: همواره جلسات، بخشنامه‌ها و نشست‌هایی تخصصی در این زمینه از سوی مسئولان دولتی با عنوان حمایت از تولیدات داخلی برگزار شده اما اگر به خروجی آن توجه کنیم همگی بر مبنای واردات بوده‌اند و در واقع به نام بخش خصوصی به کام دولت بوده چون در این جلسات مصوب شده قاچاق به سمت واردات رسمی هدایت شود.

حضور برندهای خارجی پوشاک در بازار ایران شتاب بیشتری گرفته است، آن هم در حالی که تا پیش از این ۶۰ درصد بازار پوشاک ایران در تسخیر اجناس خارجی وارداتی و قاچاق بود و با روند فعلی بیم آن می‌رود سهم خارجی‌ها از این بازار گسترده‌تر شود. بر اساس آمارهای رسمی، گردش مالی بازار پوشاک کشور سالانه رقمی معادل ۹ میلیارد دلار است که فقط نزدیک به ۴۰ درصد از این بازار بزرگ توسط تولیدکنندگان داخلی تامین می‌شود. این در حالی است که طی ماه‌های اخیر روند واردات قانونی و قاچاق پوشاک در بازار به شکل قابل توجهی افزایش یافته و در گوشه و کنار شهرها تابلوها و بنرهای تبلیغاتی زیادی درباره ورود برندهای خارجی نصب شده است.

آن‌طور که یدالله صادقی رییس مرکز امور اصناف بازرگانان وزارت صنعت گفته، پس از برجام ۲۹ برند پوشاک خارجی درخواست مجوز برای ورود به ایران کرده‌اند. اگر از ابعاد فرهنگی و تاثیرگذار حضور برندهای خارجی در صنعت مد و لباس کشورمان بگذریم، نکته قابل توجه این است که برندهای خارجی با امکانات مالی بالایشان می‌توانند سهم قابل توجهی از بازار پوشاک را در آینده به خود اختصاص دهد و سهم تولیدکنندگان داخلی را از بازار کشورمان کمتر کنند.

نگران برندهای لوکس نباشیم  
مجید نامی عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات پوشاک ایران و مدرس دانشگاه امیرکبیر درباره حضور برندهای پوشاک خارجی در کشور گفت: به‌طور کلی می‌توانیم پوشاک خارجی را





این مقام مسئول تاکید کرد: کارگروه تشکیل شده برای جلوگیری از قاچاق پوشاک به این نتیجه رسید که لازم است برای ساماندهی بازار واردات پوشاک ابتدا بحث واردات و قاچاق ساماندهی شود تا پس از آن بتوانیم برای حمایت از تولیدات داخلی سیاستگذاری دقیق داشته باشیم. به عنوان مثال در بررسی‌های اولیه متوجه شدیم از حدود ۲۰۰ برندی که ادعا می‌کردند نماینده رسمی تولیدکنندگان خارجی در بازار ایران هستند فقط ۵۵ برند دارای مدارک قانونی و رسمی بودند. مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره حضور قانونی برندهای خارجی در بازار ایران قانونی برندهای خارجی و واردات محصولاتشان صورت گرفته است تا میزان واردات غیررسمی را کنترل کنیم و با استفاده از قوانین، واردات را به سمت کانال‌های رسمی سوق دهیم تا امکان کنترل و اعمال نظر در آنها بیشتر باشد. این در حالی است که برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی تکلیف شده برندهایی که قصد حضور در بازار ایران را دارند باید بخشی از نیازهایشان را از داخل کشور تأمین کنند به طوری که برای دو سال اول تأمین ۲۰ درصد از نیازهایشان در خاک ایران و استفاده از منابع موجود داخلی باید انجام گیرد.

نصراهی درباره قراردادهای همکاری منعقدشده در صنعت پوشاک افزود: با توجه به اجرایی شدن برجام و رفع تحریم‌ها طی ماه‌های گذشته رفت و آمدهای گسترده‌ای در بخش‌های مختلف صنعتی صورت گرفته که صنعت نساجی هم یکی از آنها بوده است. فعالان صنعتی و البته شرکت‌های خارجی در این زمینه مذاکرات سازنده‌ای داشته‌اند و به عنوان مثال یک واحد تولید کفش در کشور تحت لیسانس یک برند اروپایی فعالیت می‌کند و اتحادیه‌ها و تشکلهای ما سه قرارداد با ایتالیا در زمینه استفاده از مواد آموزشی درباره

طراحی و مد نیز منعقد کرده‌اند.

وی گفت: تصمیم داریم به گونه‌ای سیاستگذاری کنیم تا تولیدکنندگان داخلی با قرار گرفتن کنار تولیدکنندگان خارجی بتوانند زمینه تولید محصولاتی کیفی و تجهیز کارگاه‌ها به دستگاه‌های جدید و نرم‌افزارهای روز را فراهم کنند تا سرانجام خریداران ایرانی دریافت محصولات داخلی دست کمی از تولیدات خارجی ندارد. در حالی که برخی تولیدکنندگان ایرانی اکنون با نام برندهای خارجی محصولاتشان را روانه بازار می‌کنند.

مخالف ورود بی‌ضابطه هستیم

محمد کاظم عمید، معاون فنی انجمن نساجی ایران نیز درباره سیاست جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ثبت برندهای پوشاک خارجی به ایران اکونومیست گفت: به‌طور کلی با توجه به امکانات و توانمندی‌هایی که در صنعت نساجی و پوشاک کشور وجود دارد، نگران ورود برندها با رعایت اصولی خاص نیستیم، بلکه در بخش‌هایی استقبال هم می‌کنیم. وی افزود: امروز مشکل اینجاست که اغلب برندهای موجود یا برندهای شناسنامه‌دار نیستند یا این که بدون هیچ مجوزی وارد می‌شوند که این نکته نگران‌کننده و

باعث بروز مشکل برای تولیدکنندگان شده است. از این رو مخالف واردات با این روش هستیم و هیچ مشکلی با واردات هدفمند یا کنترل‌شده برندهای معتبر نداریم.

عمید تاکید کرد: امروز اغلب برندهای موجود فقط یک نشان هستند که پیشینه تجاری یا اقتصادی آنها مشخص نیست در صورتی که اگر براساس قانون و سیاست جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت این برندهای شناسنامه‌دار وارد بازار شوند و با استفاده از ظرفیت‌های موجود اقدام به تولید کنند، بسیار مفید است.

این کارشناس صنعت نساجی تصریح کرد: توانمندی‌های تولیدی پوشاک ایران اکنون به گونه‌ای است که اگر مسئولان بتوانند برندهای خارجی را ملزم به استفاده از توانمندی‌های داخلی کنند، بدون تردید تا چند سال آینده حتی از ترکیه نیز جلوتر خواهیم بود چون اکنون هم بسیاری از برندهای خارجی موجود بازار محصولاتشان را داخل ایران تأمین کرده و به فروشگاه‌ها روانه می‌کنند. پس توانمندی تولیدی بالایی در کشور وجود دارد که می‌توانیم با سیاست همکاری برندهای معتبر با تولیدکنندگان باکیفیت داخلی زمینه ارتقای جایگاه تولید را برای اقتصاد ایران به ارمغان آوریم.

## رییس اتحادیه پوشاک مطرح کرد: کاهش ۶۰ درصدی عرضه پوشاک قاچاق

ابوالقاسم شیرازی رییس اتحادیه پوشاک تهران در نشست خبری سازمان بسیج اصناف کشور اظهار کرد: از وظایف ذاتی اتحادیه پوشاک آن است که در تولید و عرضه پوشاک دخالت کند و در این ارتباط نظارت‌های لازم را انجام دهد. وی افزود: پوشاک قاچاق از دغدغه‌های تولیدکنندگان پوشاک به حساب می‌آید هرچند که میزان ورود غیرقانونی پوشاک به کشور کاهش پیدا کرده اما اثرات مخرب آن وجود دارد. رییس اتحادیه پوشاک ادامه داد: ورود پوشاک خارجی به کشور علاوه بر تخریب اقتصادی هجمه فرهنگی نیز دارد و در صورتی که ورود آن به کشور کنترل بیشتری شود تولیدکنندگان داخلی می‌توانند از این موضوع بهره ببرند.

شیرازی تصریح کرد: بخشی از پوشاک خارجی که در بازار عرضه می‌شود و متقاضی دارد باید به صورت برند به کشور وارد شود؛ هرچند در خصوص ورود پوشاک برند تقلباتی وجود دارد که در این ارتباط مرکز امور اصناف و بازرگانان وزارت صنعت در حال ساماندهی برندهای پوشاک تقلبی است. وی افزود: این مرکز تا به امروز براساس بازرسی‌هایی که با کمک اتحادیه پوشاک انجام داده واحدهای مجاز و غیرمجاز را شناسایی کرده است و من بعد واحدهای حقیقی که دارای نمایندگی از کشور مبدأ هستند و اجازه فعالیت دارند نیز به ما اعلام می‌شوند و از ادامه فعالیت‌های برندهای تقلبی جلوگیری به عمل می‌آید. رییس اتحادیه پوشاک با بیان اینکه چشم‌انداز

خوبی برای تولید پوشاک باکیفیت در کشور مشاهده می‌شود، گفت: پوشاک تولید داخلی از لحاظ کیفیت قابل رقابت با نمونه‌های خارجی خود است اما باید اذعان داشت که سایر کشورها برای عرضه پوشاک خود اقدام به تبلیغات می‌کنند و حتی در ایران برای خود نمایشگاه برپا می‌کنند.

شیرازی گفت: در بخش تولید پوشاک کشور نیاز داریم که دولت به تولیدکنندگان داخلی تسهیلاتی دهد تا تولیدکنندگان بتوانند از ماشین‌های روز دنیا استفاده کنند. همچنین پارچه‌های مورد نظر خود را با تعرفه‌های نازل و منطقی وارد کنند. وی در ادامه صحبت‌های خود در پاسخ به سوالی درباره فعالیت‌هایی که برای جلوگیری از عرضه پوشاک نامتعارف و ناپهنجار شده است، گفت: عرضه پوشاک نامتعارف و ناپهنجار بحث امروز ما نیست و از چند سال گذشته وجود دارد و اتحادیه پوشاک در این خصوص نظارت‌های زیادی داشته است و به دنبال ایجاد فضای آموزشی در محل کسب‌وکار کسبه هستیم.

رییس اتحادیه پوشاک یادآور شد: هر روزه گروه‌هایی از اتحادیه پوشاک در قالب کارشناسان، پیشکسوتان و بازرسان اتحادیه به واحدهای صنفی اعزام می‌شوند و در محل رفتار فروشندگان، نوع ویتترین چینی و نحوه لباس‌های عرضه‌شده را مشاهده و صورت جلسه می‌کنند. شیرازی در پاسخ به سوال دیگری مبنی بر: «با توجه به اینکه بخش زیادی از پوشاک ناپهنجار در بازار مصرف از طریق قاچاق یا واحدهای

زیرپله‌ای تأمین می‌شود چه اقداماتی را برای مقابله با آنها در دستور کار دارید؟»، گفت: مسئله حجاب و عفاف با چند دستگاه متولی مرتبط است و در این خصوص باید به صورت هدفمند و هماهنگ فعالیت شود. وی تأکید کرد: بخش زیادی از این پوشاک ناپهنجار از مکان‌هایی می‌آید که ما امکان نظارت بر آن را نداریم و برای ورود به آن مکان‌ها باید اجازه قضایی داشته باشیم که طی کردن این روال اداری کار آسانی نیست.

رییس اتحادیه پوشاک همچنین گفت: پوشاکی که در فضای مجازی عرضه می‌شود از دغدغه‌های دیگر اتحادیه پوشاک است و این امر را ضربه مهلک به اقتصاد و مسائل فرهنگی کشور می‌داند و خواستار پیگیری این امر را دارد. شیرازی در پاسخ به سوالی در خصوص میزان ورود کالای قاچاق در بخش پوشاک کشور گفت: در سال‌های گذشته واردات پوشاک قاچاق به کشور ۸۵ درصد سهم بازار را داشت اما در ۵۶ سال گذشته این رقم تغییر کرده است.

رییس اتحادیه پوشاک افزود: در سال‌های انتهایی دولت دهم و همچنین دولت یازدهم اقدامات مؤثری برای برخورد با واردات پوشاک قاچاق صورت گرفت و میزان ورود پوشاک قاچاق به کشور را به رقم ۶۰ درصد رساند. وی در پایان صحبت‌های خود گفت: نباید دست تولیدکننده داخلی بسته باشد ولی انتظار داشت که بتواند با تولیدکننده خارجی رقابت کند.

## گزارشی از بازار رسولی زاهدان قطب تاناکورا در ایران کجاست؟

حتی آن‌هایی که جوان هستند همچنان لباس بومی مردم سیستان و بلوچستان را به تن دارند.

حمید قبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد درباره برنامه این کارگروه برای فروشگاه لباس‌های دست‌چندم یا تاناکورا در تهران و شهرهای دیگر گفت: این موضوع کاملاً مغایرت قانونی دارد. اتحادیه پوشاک از این موضوع اطلاع دارد و تذکرات جدی در این زمینه داده است، اما برخی ملاحظات دست‌نهادها را بسته و شاید یکی از آن‌ها تعطیل نکردن کسب و کار مردم باشد. او اظهار کرد: این لباس‌ها از نظر بهداشتی و صنفی مغایرت صریح قانونی دارند و این موضوع قابل برخورد است، چون کارگروه موضوعات مهم‌تری دارد که باید به آن‌ها توجه کند، باید نهادهای صنفی در این زمینه برخورد لازم را انجام دهند.

قبادی با اشاره به آخرین اخباری که درباره این موضوع دارد، بیان کرد: اتحادیه پوشاک تهران اختاریه‌های قانونی را به این فروشگاه‌ها ابلاغ کرده و تا آنجا که من مطلع هستم، حتی چند فروشگاه لباس‌های دست‌دوم در تهران پلمپ شده‌اند. این روند ادامه دارد و در برخی مواقع تشدید می‌شود. دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس افزود: البته بازار رسولی سال‌ها قدمت دارد و قبل از انقلاب هم بوده است؛ اما در کل، فروشگاه‌هایی که لباس دست‌دوم عرضه می‌کنند، هیچ تأییدیه‌ای ندارند و ما هم آن‌ها را تأیید نمی‌کنیم و مرجع برخوردکننده با این موضوع اتحادیه پوشاک است.



لباس‌های دست‌دوم را هر سه‌ماه یک‌بار از مرز پاکستان می‌آورند، روی چوب‌رختی آویزان و برای فروش عرضه می‌کنند. همه نوع لباس با قیمت‌های بسیار ارزان در «بازار رسولی» زاهدان پیدا می‌شود! این بازار یک خیابان بزرگ پر از مغازه و مرکز خرید است که حتی یک سطل زباله هم در آن دیده نمی‌شود و برای گشت‌وگذار در آن، یک روز هم کم است. در این بازار به جز لباس‌های دست‌دوم، پارچه، لوازم آرایشی و بهداشتی و خوراکی‌هایی وارداتی هم به فروش می‌رسد.

بازار رسولی زاهدان شهرت زیادی دارد و شاید بتوان آن را قطب لباس‌های دست‌دوم در ایران نامید. بسیاری از گردشگران هم فقط برای دیدن و خرید از این بازار راهی این شهر می‌شوند. از لباس و کفش کوهنوردی گرفته تا لباس‌های رنگارنگ سنتی مردم پاکستان، در این بازار عرضه می‌شود. کفش‌های رنگارنگ زنانه در بسیاری از مغازه‌ها روی هم تلنبار شده‌اند و به مغازه‌ها که وارد می‌شوید خریداران در حال زیر و رو کردن آن‌ها هستند. برخی کوچک‌ها نیز پر از میزهایی است که روی آن‌ها، لباس‌های دست‌چندم روی هم ریخته شده‌اند.

برخی مشتری‌های بازار رسولی کوهنوردانی هستند که بعد از صعود به کوه تفتان، زمانی را هم برای خرید از این نقطه مشهور شهر زاهدان می‌گذارند؛ چون معتقدند جنس‌های این بازار، هرچند دست‌دوم هستند، اما اصل‌اند و سال‌ها در سرما و گرمای کوهستان دوام می‌آورند. شاید هم دیدن قیمت ۱۰ هزار تومان برای یک شلوار ورزشی کمی وسوسه‌برانگیز باشد و هر بیننده‌ای را که حتی قصد خرید ندارد، قلقلک بدهد.

یکی از مغازه‌دارها درباره رضایت از کاری که انجام می‌دهد، به ایسنا گفت: پدرم این کار را انجام می‌داد و من هم این کار را ادامه داده‌ام. بعد از من، پسر همین کار را ادامه می‌دهد، زیرا کار دیگری در زاهدان نیست که بخواهیم انجام دهیم. خدا را شکر از کارمان راضی هستیم و لقمه‌ی بخور و نمیری داریم. بسیاری از فروشگاه‌های تاناکورای تهران هم اجناس‌شان را از ما تهیه می‌کنند. او درباره این که لباس‌ها را چطور تهیه می‌کنند؟ توضیح داد: هر سه‌ماه یک‌بار به مرز پاکستان می‌رویم و گونی لباس‌ها را به‌شکل عمده می‌خریم. بعد از آن که در گونی‌ها را باز کردیم، لباس‌ها را تفکیک و روی چوب‌رختی آویزان می‌کنیم. با این که بازار، بورس لباس‌های دست‌دوم است، اما فروشنده‌ها و مغازه‌داران و

## چین به بزرگترین بازار پوشاک در جهان تبدیل می‌شود

گروه مترجمین مجله

روزهای بعد از اعلام بودجه، بهبود نسبی در شاخص‌های مختلف اقتصاد کلان مشاهده شده و به نظر می‌رسد دولت در مسیر دستیابی به اهداف خود مبنی بر تورم اندک، نرخ بهره پایین و رشد بالای تولید ناخالص داخلی حرکت می‌کند؛ موضوعی که یک سناریوی مطلوب برای تقویت هزینه‌کرد مصرف‌کنندگان هندی محسوب می‌شود.»

این شاخص‌های مثبت از آینده خوبی برای تولیدکنندگان پوشاک حکایت می‌کند. بر اساس اعلام یورومانیتور، پیش‌بینی می‌شود تولید ناخالص داخلی و میزان خرید پوشاک هم در چین و هم در هند ظرف ۱۵ سال آینده بیش از دو برابر افزایش پیدا کند. تا سال ۲۰۳۰، چین به بزرگترین بازار پوشاک در جهان تبدیل خواهد شد و کشورهای ایالات متحده و هند نیز در رتبه‌های بعدی قرار خواهند گرفت. یافته‌های یورومانیتور نشان می‌دهد تولید ناخالص داخلی چین احتمالاً با بیش از دو برابر افزایش از ۶۸ تریلیون یوان (۱۰,۲ تریلیون دلار) به ۱۴۴ تریلیون یوان (۲۱,۶ تریلیون دلار) تا سال ۲۰۳۰ برسد. در همین مدت، تولید ناخالص داخلی هند نیز با ۱۵۹ درصد رشد، از ۱۳۷ تریلیون روپیه (۲,۰۴ تریلیون دلار) به ۳۵۵ تریلیون روپیه (۵,۲۹ تریلیون دلار) افزایش پیدا خواهد کرد.

چشم‌انداز مثبت رشد اقتصادی چین همچنین تا حدودی از طرح ابتکاری این کشور موسوم به

بیشتری برای خرید اقلام مختلف از جمله پوشاک بچگانه و پوشاک کازوال داشته باشند. در همین حال، مطالعات شرکت Nielsen که در زمینه افکارسنجی اعتماد مصرف‌کنندگان فعالیت می‌کند حاکی از آن است که میزان اعتماد مردم هند به اقتصاد کشورشان سه امتیاز نسبت به سه ماهه قبلی بیشتر شده است.

مدیرعامل شرکت Nielsen می‌گوید: «در هند، ماده واحده بودجه که توسط وزیر اقتصاد در پایان ماه فوریه ارائه شده، نشان‌دهنده تعهد دولت برای تثبیت اوضاع مالی است و با هدف هموار کردن مسیر برای رشد اقتصادی پایدار و فراگیر تنظیم شده است.» وی می‌افزاید: «در

روندهای فعلی اقتصاد جهانی نشان می‌دهد تا سال ۲۰۳۰ کشور چین جایگاه ایالات متحده آمریکا را به عنوان بزرگترین بازار پوشاک در جهان، از آن خود خواهد کرد و هند نیز با فاصله اندکی پشت سر این دو کشور قرار خواهد گرفت. این موضوع در گزارش شرکت Cotton Incorporated عنوان شده است.

اگرچه رشد اقتصاد چین در سال‌های اخیر با کاهش همراه شده، اما گزارش شرکت خرده‌فروشی و تکنولوژی Fung نشان می‌دهد مصرف‌کنندگان چینی خوش‌بین هستند و عموماً به اقتصاد کشورشان اعتماد دارند و همین موضوع باعث می‌شود تمایل







بازار را از بازیگران داخلی به چنگ آورده‌اند. در سال ۲۰۱۵ برندهای بین‌المللی ۳۵ درصد از خریدهای لباس مردانه و زنانه در هند را به خود اختصاص داده‌اند.

بر اساس یک نظرسنجی از مصرف‌کنندگان هندی، کسب‌وکارهایی قدیمی و تازه‌وارد در بازار هند باید این موضوع را بدانند که تقریباً ۳ نفر از هر ۴ نفر مصرف‌کنندگان هندی ترجیح می‌دهند که از فروشگاه‌هایی خرید کنند که پوشاک ۱۰۰ درصد پنبه‌ای ارائه می‌دهند. علاوه بر این، ۷ نفر از هر ۱۰ خریدار هندی اعلام کرده‌اند که بیشتر تمایل دارند از فروشگاه‌هایی خرید کنند که لباس‌های تولیدشده از مواد زیست‌سازگار عرضه می‌کنند. با توجه به اینکه هر روزه الیاف مصنوعی بیشتری وارد بازار هند شده‌اند، کسب‌وکارهایی که استفاده از الیاف طبیعی را ترویج می‌کنند همچنان در کانون توجه مصرف‌کنندگان قرار دارند. در چین نیز، ۶۸ درصد از مصرف‌کنندگان میلند پول بیشتری بپردازند تا لباس‌هایشان را غنی از پنبه نگه دارند و ۷۶ درصد از خریداران نسبت به برندهایی وفادارند که الیاف طبیعی نظیر پنبه ارائه می‌دهند.

جاده ابریشم زندگی، کار و فعالیت می‌کنند به همراه داشته باشد.

بررسی‌های شورای بین‌المللی پنبه (CCI) و شرکت Cotton Incorporated نشان می‌دهد هرچند بازار پوشاک چین پراکنده و تکه تکه است، اما این پراکندگی در حال کمتر شدن است. سهم بازار ۱۰ برند برتری که در زمینه لباس ورزشی، پوشاک جین، تاپ و ... در چین خریداری شده‌اند، ظرف سه سال گذشته افزایش پیدا کرده است. این بدان معنی است که هم برندهای باسابقه و هم تازه‌واردها باید سخت‌تر از گذشته کار کنند تا رشد بالقوه بازار در چین را به فعلیت برسانند.

در هند ظرف ۱۵ سال گذشته خریداران در نواحی مهم شهری به سمت فروشگاه‌های تخصصی، فروشگاه‌های بزرگ و هایپرمارکت‌ها جذب شده‌اند و در مقابل، اقبال آنها به بازارهای خیابانی غیرسازمان یافته و فروشگاه‌های مستقل کاهش پیدا کرده چراکه چشم‌انداز خرده‌فروشی در این شهرها بهبود پیدا کرده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که همزمان با شتاب گرفتن این روند، برندهای بین‌المللی به سمت هند سرازیر شده‌اند و سهم

«یک کمر بند، یک جاده» نشئت خواهد گرفت. این طرح یک برنامه اقتصادی و دیپلماتیک توأمان است که با هدف جذب سرمایه‌گذاری قابل توجه در مسیرهای تجاری این کشور تدوین شده است. همانطور که ذکر شد این برنامه از دو بخش تشکیل شده: کمر بند (belt) و جاده (road). منظور از کمر بند همان مسیر فیزیکی است که یک فرد را از چین و از طریق اروپا، به نقطه‌ای تا شمال در اسکانندیناوی می‌رساند. منظور از جاده نیز در واقع جاده ابریشم دریایی یا همان خطوط کشتیرانی است از مبدأ چین تا جایی مانند ونیز. بنابراین طرح مذکور یک برنامه بسیار بلندپروازانه است که شعاعی در حدود ۶۵ درصد از جمعیت جهان، یک‌سوم تولید ناخالص داخلی جهانی، و یک‌چهارم از تمام کالاها و خدماتی که در جهان جابجا می‌شود را در بر می‌گیرد.

رقم ۱۰۰ میلیارد دلاری که در قالب این طرح اختصاص پیدا خواهد کرد رشد اقتصادی چین را بعد از یک دوره رکود بار دیگر تقویت و تحریک خواهد کرد. این طرح یک تعهد قابل توجه است که همچنین می‌تواند یک فرصت فوق‌العاده برای کسانی که در منطقه

## عملکرد خرده فروشی اسپانیایی در سال مالی گذشته اشتغال زایی ایندیتکس به واسطه عملکرد قدرتمند



گروه، ما این توانایی را داریم که مشاغل جدیدی در تمام بازارهای کسب و کار خود به خصوص در اسپانیا ایجاد کنیم.» علاوه بر این، در قالب طرح به اشتراک گذاشتن سود با کارکنان، ۱۰ درصد از رشد سود تلفیقی شرکت ایندیتکس در سال ۲۰۱۵ بین کارکنان در فروشگاه‌ها، خطوط تولید و تدارکات، برندها و شرکت‌های تابعه توزیع شده است. همچنین این شرکت قصد دارد سود تلفیقی خود را با همان معیارهای قبلی، در فاز دوم در سال ۲۰۱۷ بین کارکنان بخش‌های مختلف توزیع نماید.

۵۵۴ میلیون یورو رسیده در حالی که این رقم در سه‌ماهه قبلی ۵۲۱ میلیون یورو بوده است. در طول سه‌ماهه اول ۲۰۱۶ شرکت ایندیتکس فعالیت و حضور خود را در جهان مجموعاً به ۹۰ کشور گسترش داده و ۷۲ فروشگاه جدید را در ۳۱ بازار افتتاح کرده است. این شرکت توافق‌نامه همکاری خود را با اتحادیه جهانی کارگران صنعتی تمدید کرده تا کارگران فعال در خوشه‌های این شرکت مشمول نظارت‌ها، کمک‌ها و پشتیبانی‌های لازم قرار بگیرند. پابلو ایسلا مدیرعامل و رییس گروه ایندیتکس می‌گوید: «با توجه به رشد قدرتمند و چشمگیر

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، شرکت ایندیتکس خرده‌فروشی چندملیتی پوشاک به واسطه رشد قدرتمند و عملکرد چشمگیر خود در سال مالی گذشته، ۱۹ هزار و ۹۳۶ شغل جدید در سراسر جهان و ۲۳۸۵ شغل در اسپانیا ظرف ۱۲ ماهه منتهی به جوئن ۲۰۱۶ ایجاد کرده است. فروش خالص این شرکت در سه‌ماهه اول ۲۰۱۶ رقم ۴,۹ میلیارد یورو گزارش شده که مبین افزایش ۱۲ درصدی در قیاس با سه‌ماهه قبل از آن است. سود خالص ایندیتکس نیز با ۶ درصد افزایش در سه‌ماهه اول سال جاری میلادی به

## مشکلات سرمایه گذاری در صنعت تولید تن پوش

# از هویت صنعت پوشاک دفاع کنیم

شیدا رمزی

هرچند نباید فراموش کنیم بسیاری از واحدهای فعال صنفی حال حاضر صنعت تولید پوشاک اکنون بدون مجوز فعالیت می‌کنند و در این میان هیچ اشاره ای به آنها نشده است. بنابراین در مجموع شاید بیش از ۱۵ هزار واحد تولیدی در سراسر کشور فعالیت می‌کنند که در نگاه اول برای صنعت پوشاک کشورمان قابل قبول است.

محمودی در ادامه می‌افزاید: به طور کلی یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که در اغلب صنایع داخلی کشورمان داریم و صنعت تولید پوشاک از آن مستثنی نیست، مربوط به آمارهای موجود است. به صورتی که اکنون اگر از نهادهای مربوطه بخواهید که حجم دقیقی از مصرف، تعداد تولیدکنندگان واقعی یا حتی حجم دقیق واردات پوشاک را برایتان توضیح دهند، همه به صورت تقریبی اعلام نظر می‌کنند که این رویه باعث سیاست‌گذاری‌های اشتباه در کل صنعت بوده است، درحالی که همه می‌دانیم آمارهای صنعتی در واقع پاشنه آشیل هر تولیدکننده‌ای است که باید به آنها دسترسی داشته باشد تا بتواند برای آینده سیاست‌گذاری کند.

وی معتقد است بیش از ۶۰ درصد مصرف پوشاک کشور مربوط به تولیدات داخلی است و باقی از محصولات وارداتی تأمین می‌شود. اما این سهم قابل توجه از مصرف داخلی پوشاک به نوعی مدیون افزایش قیمت ارز در کشورمان بوده چون با افزایش قیمت‌های محصولات خارجی، بیشتر تولیدکنندگان با توجه به صرفه اقتصادی تولید داخل مرزهای ایران به سمت تولید تشویق شده و اکنون می‌بینیم که حجم تولید صعودی شده است.

براساس مستندات موجود صنعت پوشاک به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع در بسیاری از کشورها تعداد زیادی از فعالان و تولیدکنندگان را به خود مشغول کرده است و بعضاً حجم قابل توجهی از تولید ناخالص ملی آن منطقه را دربرگرفته که نمونه بارز آن کشور بنگلادش است. ایران نیز از گذشته‌های دور در صنعت نساجی و تولید پوشاک جایگاه مناسبی داشته است اما به دلایل متعدد طی دهه‌های اخیر این صنعت نه تنها مورد حمایت قرار نگرفته بلکه به نوعی فراموش نیز شده و آثار این سیاست‌های غیرمنطقی در صنعت پوشاک را می‌توان در تعطیلی برخی کارگاه‌ها یا کوچ دسته‌جمعی گروهی از تولیدکنندگان به خارج از مرزهای کشورمان مشاهده کرد. اما به راستی صنعتی با پیشینه چندین هزار ساله در ایران و در اختیار داشتن امتیازهای ویژه در بخش‌های مختلف طراحی و تولید چرا امروز باید در شرایطی قرار گرفته باشد که برخی مسئولان نگران آینده آن باشند؟

### آمار، پاشنه آشیل صنعت پوشاک

مهدی محمودی رییس هیئت مدیره انجمن موسسات مد و لباس کشور با اشاره به تعداد فعالان صنفی در این بخش از تولید کشورمان به «فرصت امروز» می‌گوید: طبق آخرین آمار حدود ۴ یا ۵ هزار نفر تولیدکننده داریم که در سطح تهران پروانه کسب گرفته اند و این درحالی است که برای دستیابی به آمار کلی کشور لازم است چند هزار واحد تولیدی مجوزدار دیگر به آمار تهران بیفزاییم.

## ۱۰ میلیارد دلار حداقل گردش مالی صنعت پوشاک ایران

این مقام صنفی با اشاره به حداقل گردش مالی در صنعت پوشاک می‌گوید: برای محاسبه حجم گردش مالی تولید صنعت پوشاک ایران کافی است تعداد جمعیت کشورمان را براساس داده‌های علمی از هزینه کرد پوشاک داشته باشیم به صورتی که اگر ۷۰ میلیون ایرانی فقط سالانه ۵۰۰ هزار تومان برای خرید پوشاک هزینه کنند سالانه به رقمی معادل ۳۵ هزار میلیارد تومان می‌رسد. محمودی می‌گوید: با در نظر گرفتن این حجم از گردش مالی در خواهیم یافت چرا تقاضای حضور در صنعت پوشاک همواره بالاست.

رییس هیئت مدیره انجمن موسسات مد و لباس کشور درباره حجم بازار پوشاک ایران تأکید کرد: با توجه به اینکه در کشورمان فرهنگ پوشش برای بانوان و آقایان متناسب با دین مبین اسلام شکل گرفته است، موضوع مصرف و تنوع استفاده از پوشاک کاملاً متفاوت از دیگر کشورهاست چون در کشورهای خارجی ممکن است یک فرد به خصوص بانوان با همان لباسی که در منزل هستند برای خرید بیرون بروند، در حالی که این روند در ایران کاملاً متفاوت است. بنابراین بانوان ایرانی معمولاً چند دست لباس با کاربری‌های متفاوت دارند و آقایان نیز تابع شرایطی مشابه هستند. به همین دلیل دور از واقعیت نیست اگر بگوییم این فرهنگ و تنوع پوشش نه تنها تهدید نیست بلکه به عنوان فرصتی بسیار مناسب برای سرمایه‌گذاری و تولید شناخته می‌شود.

وی گفت: براساس تحقیقاتی که به صورت میدانی انجام داده‌ایم، ایرانیان اساساً گردشگران پوشاک بسیار خوبی هستند، به این صورت که می‌بینیم وقتی خانواده‌ای دور هم جمع می‌شوند و قصد خروج از منزل را دارند بیشتر به مراکز خرید پوشاک سر می‌زنند که شاهد مثال آن افزایش تعداد مراکز خرید تخصصی پوشاک در اغلب شهرهای کشورمان است. به همین دلیل اگرچه این افراد لزوماً خریدار نیستند و تنها علاقه‌مندند برای وقت‌گذرانی به مراکز خرید رفته و از فروشگاه‌ها بازدید کنند، اما این در واقع نصف اقتصاد است چون همین موضوع می‌تواند در نهایت به خرید منجر شده و گردش اقتصادی ایجاد کند.

### باید نسبت به قاچاق پوشاک حساس تر باشیم

محمودی با اشاره به روند افزایشی قاچاق در صنعت پوشاک تصریح می‌کند: بیشترین حجم قاچاق پوشاک مربوط به بانوان است چون همان طور که قبلاً نیز اشاره شد این بخش از جامعه کشورمان تقاضای بالاتری نسبت به دیگر بخش‌های جامعه دارند، اما به طور کلی قاچاق یک بیماری است که در پوشاک هم خودش را نشان داده است. بنابراین قاچاق یک درد است که می‌تواند در تمام عرصه‌ها تأثیرگذار باشد ولی در صنعت پوشاک حساس تر باید به موضوع قاچاق توجه داشته باشیم چون صنعت پوشاک

در پس خود یک فرهنگ دارد. به عنوان مثال وقتی یک تلویزیون قاچاق می‌شود صرفاً یک کالا با بخشی از مشکلات و معضلات اقتصادی به صورت غیر قانونی وارد شده است، اما وقتی پوشاک قاچاق می‌شود در پس زمینه آن یک فرهنگ است که به فرهنگ دیگر تحمیل می‌شود.

این مقام صنفی تأکید می‌کند: برای حذف قاچاق باید اراده جدی داشته باشیم؛ در این زمینه لازم است به چند سوال پاسخ بدهیم که این سوال‌ها عبارتند از: چرا قاچاق صورت می‌گیرد؟ چون این روند سودآور است چرا قاچاق سودآور است؟ چون هزینه تولید داخلی افزایش دارد، چرا هزینه تولید داخل بالاست؟ چون سیاست‌های تولیدی و حمایت دولت مناسب نیست. با توجه به این پاسخ‌ها می‌توانیم دریابیم چطور باید با معضل قاچاق برخورد کنیم. درحالی که تاکنون بی‌توجهی به این پاسخ‌ها باعث شده این ذهنیت در فکر برخی تولیدکنندگان ایجاد شود که این حجم سرمایه‌گذاری لازم برای تولید می‌تواند به صورت واردات سود بیشتری ایجاد کند.

وی همچنین اضافه می‌کند: با توجه به تجربیات بخش خصوصی و همچنین فعالان صنفی بهترین گزینه برای جلوگیری از ورود کالاهای قاچاق در این صنعت حمایت از تولید است چون با این روش هیچ نیازی به واردات کالا نیست و واردکنندگان چه قانونی یا غیرقانونی نمی‌توانند منافعی داشته باشند که به فکر واردات باشند.

این کارشناس صنعت مد و پوشاک همچنین اشاره می‌کند: متأسفانه در اخبار پخش می‌شود که یک مؤسسه مالی اعتباری با چندین شعبه و میلیاردها ریال سرمایه غیرقانونی مشغول فعالیت است، پس هنگامی که اعلام می‌شود بیش از ۲۰۰ برند غیرقانونی خارجی در صنعت پوشاک کشورمان مشغول به فعالیت بوده‌اند چه انتظاری داریم و نباید تعجب کنیم. محمودی می‌افزاید: به طور کلی وقتی می‌بینیم سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی از سوی برندهای خارجی در بازار ایران صورت گرفته و مانند قارچ در سطح خیابان‌ها رشد می‌کنند، درست مثل این است که یک نگرش یا فرهنگ خاصی مستقیم به جامعه ایران تحمیل شده باشد.

این درحالی است که می‌بینیم همین برندها با هزینه‌ای بسیار هنگفت در بهترین نقاط تهران یا شهرهای دیگر فروشگاه گرفته و در بازار فعالیت می‌کنند. هیچ وقت فراموش نکنیم که مد معمولاً از دهک‌های بالا شروع و در دهک‌های پایین مصرف می‌شود. به عنوان مثال وقتی یک برند خارجی در بهترین نقطه پایتخت بدون مجوز اقدام به افتتاح شعبه می‌کند تبعات و آثار آن را چند ماه بعد در نقاط متوسط و پایین شهر تجربه می‌کنیم.

رییس هیئت مدیره انجمن موسسات مد و لباس کشور با اشاره به روند کنترلی مسئولان نسبت به حضور برندهای خارجی طی سال جاری به «فرصت امروز» می‌گوید: مرکز امور اصناف با کمک وزارت صنعت یک طرحی را در حال اجرا دارند که لازم است برندها با ارائه اسناد و مدارکی ابتدا به ثبت برسند و پس از آن وارد بازار شوند که حتی درباره نحوه تابلوهاشان



کلی در کشورهای توسعه یافته یا آن کشورهایی که به دنبال توسعه اقتصادی هستند وقتی یک صاحب سرمایه یا تولیدکننده رشد و به افزایش ظرفیت تولید یا توسعه کسب و کارش فکر می کند، می بینیم دولت حمایت های گوناگونی از تولیدکننده داشته و به نوعی هزینه های تولید را برای این گونه تولیدی ها به حداقل می رساند. این یعنی حمایت دقیق و هدفمند، نه آنچه در ایران گفته می شود و در عمل حمایتی نیست. امروز تولیدکننده ها می ترسند کسب و کارشان را توسعه دهند چون باید به طور تصاعدی مالیات و بیمه بیشتری بپردازند.

به اعتقاد وی با توجه به حجم قابل توجه اشتغال زایی صنعت پوشاک لازم نیست دولت برای ایجاد شغل در این زمینه زیاد هزینه کند بلکه اگر بتواند به نوعی حمایت از تولیدکننده ای را که به کسب و کارش توسعه داده و شغل اضافه کرده اصولی انجام دهد یعنی همان اشتغال زایی صورت گرفته است و نیازی به هزینه کردن مبالغ هنگفت برای ایجاد اشتغال از سوی دولت نیست. وی تأکید کرد: اشتغال زایی در صنعت نساجی و پوشاک جزو گروهی است که برای تولید یک شغل در آن نیازمند سرمایه ای اندک هستیم. به عنوان مثال حتی می توان با ۲۰ میلیون تومان هم کسب و کار ایجاد کرد و مشاغلی را به جامعه هدیه داد یعنی واقعا اگر شخصی تخصص داشته باشد، می تواند در یک اتاق منزل خود نیز اقدام به تولید کند و نخستین مشتریان هم اعضای خانواده خواهند بود.

بنابراین توسعه صنعت پوشاک می تواند حجم قابل توجهی از مشکل اشتغال ایران را برطرف کند. این امتیاز در هیچ صنفی نیست که بتوانیم با حداقل امکانات تولید داشته باشیم و یکی از مهم ترین مصادیق حمایت از مشاغل خرد و خانگی همین موضوع یعنی حمایت از صنعت پوشاک یا تولید کنندگان خانگی است چون بسیار کار ساده ای است و می توان با حداقل ها اقدام به تولید و ایجاد شغل کرد.

نیز قوانینی تعیین شده است و به نوعی شاهد کنترل بیشتر در روند حضور برندهای خارجی در بازار هستیم و همین زمینه ای برای سالم شدن فضای رقابتی میان تولیدکنندگان داخلی و خارجی خواهد بود.

### مغزافزار باید ایرانی باشد

درباره حضور هیئت های خارجی در ایران و قراردادهای منعقد شده در صنعت پوشاک، محمودی می گوید: طبق آماری که داریم یک یا دو تفاهم نامه در حوزه صنعت مد و لباس با خارجی ها بسته شده و تزریق پول در شبکه توزیع و تولید صورت گرفته ولی آن اتفاق بزرگی که انتظار داشتیم روی دهد، هنوز نیفتاده است.

البته در پوشاک حساسیت هم داریم و نباید فراموش کنیم مغزافزار کار نباید از خارج وارد ایران شود چون پوشاک یک کالای فرهنگی است و اگر این اتفاق روی دهد ممکن است برخی سیاست های فرهنگی و مذهبی ما درگیر مسائل حاشیه ای شوند، بنابراین وقتی مغزافزار پوشاک ما خارج از کشورمان باشد اجزا و مدل یا طرح آن براساس فرهنگ همان کشور شکل خواهد گرفت، دقیقا مثل اتفاقی که در بازی های کامپیوتری روی می دهد. به اعتقاد این مقام صنفی گلوگاه چرخه اقتصادی کشورمان و صنعت پوشاک در توزیع است و از آنجا که بیشتر فعالان صنعت پوشاک کشورمان به صورت کارگاه های کوچک فعالیت می کنند، می بینیم همین گلوگاه باعث حذف یا شکست برخی سرمایه ها شده است.

به این صورت که گروهی با سرمایه های اندک شروع به تولید می کنند اما چون توان حضور در توزیع قدرتمند را ندارند به ناچار حذف خواهند شد و در بهترین شرایط مجبور می شوند به سمت تولید کالاهای پرفروش که خارج از عرف تولیدات کشورمان است بروند. این کارشناس صنعت مد و پوشاک می گوید: به طور کلی ایران در صنعت پوشاک سه حلقه قوی مستقل را در کنار یکدیگر دارد که این حلقه ها هیچ ارتباط منطقی و روبه جویی با یکدیگر نداشته و ندارند. به عنوان مثال حلقه طراحی و تولید کاملا قوی است و دانشگاه های زیادی در این زمینه داریم اما در نهایت هریک از این موارد به تنهایی فعالیت می کنند ولی در کشورهای توسعه یافته این روند کاملا متفاوت است.

اتحادیه پوشاک و واحدهای صنفی پوشاک معمولا جزو صنوف بزرگ کشورمان هستند ولی این زنجیره خیلی به یکدیگر مرتبط نیست و به صورت جزیره ای و گلخانه ای با یکدیگر ارتباط دارند و هرگز ارتباط منطقی و دقیقی میان شان نیست که این روند می تواند عاملی در کوچ تولیدکنندگان به خارج از مرزها باشد.

### تولیدکننده حمایت نمی شود

دلایل رکود و گرفتاری برخی کارگاه های تولیدی پوشاک در نبود سیاست های حمایتی مناسب است. محمودی در این باره می گوید: به طور



## گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول آگوست ۲۰۱۶)

# افزایش قیمت پنبه به دلیل کاهش موجودی انبارها

درصد کاهش به ۲۳,۹ میلیون تن رسید اما در همین دوره، تولید جهانی با ۱۸ درصد کاهش به ۲۱,۳ میلیون تن بالغ گردید که این شرایط، باعث فشار شدید در طرف عرضه در پایان این فصل زراعی شد. کاهش تولید پنبه در تمام ۵ کشور برتر تولیدکننده این محصول که مجموعاً ۷۶ درصد پنبه جهان را تولید می‌کنند، رخ داده است. در هند به عنوان بزرگترین تولیدکنندگان پنبه در جهان، میزان تولید با ۱۱ درصد افت به ۵,۷ میلیون تن در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ رسید. همانطور که در بالا ذکر شد، میزان تولید چین نیز به ۴,۸ میلیون تن تنزل کرد و در ایالات متحد آمریکا میزان تولید با کاهش ۲۱ درصدی به ۲,۸ میلیون تن رسید. میزان بازده محصول در پاکستان در فصل زراعی گذشته به پایین‌ترین سطح از فصل زراعی ۹۹-۱۹۹۸ رسید و همین موضوع منجر به افت ۳۴ درصدی تولید و رسیدن آن به ۱,۵ میلیون تن گردید. در برزیل نیز میزان تولید با ۱۱ درصد کاهش به ۱,۴ میلیون تن بالغ شد.

پیش‌بینی می‌شود میزان تولید جهانی پنبه در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ با ۸ درصد افزایش به ۲۲,۹ میلیون تن برسد. افزایش تولید در هند، ایالات متحد آمریکا، پاکستان و برزیل، افت تولید پنبه در چین را در این فصل زراعی جبران خواهد کرد. قیمت‌های مناسب‌تر پنبه در طول فصل رشد محصول، کشاورزان را ترغیب خواهد کرد که از نهاده‌های بیشتری نظیر کود شیمیایی جهت تقویت بازده محصول و کسب سود بیشتر، استفاده کنند. علاوه بر این، شرایط آب و هوایی در تابستان امسال به طور کلی مطلوب‌تر از سال ۲۰۱۵ بوده است.

اگرچه پیش‌بینی‌ها از افزایش تولید پنبه در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ حکایت می‌کند، اما پیش‌بینی می‌شود میزان مصرف در رقم ۲۳,۹ میلیون تن ثابت باقی بماند. انتظار می‌رود میزان مصرف کارخانجات در چین، به عنوان بزرگترین مصرف‌کننده پنبه در جهان، با ۳ درصد کاهش به ۷,۱ میلیون تن برسد که این موضوع از قیمت‌های بالای پنبه، قیمت‌های

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» به نقل از دبیرخانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (ICAC)، قیمت‌های بین‌المللی پنبه در نیمه دوم ماه جولای ۲۰۱۶ به بیش از ۸۰ سنت در هر پوند افزایش پیدا کرد در حالی که میانگین آن در سایر مقاطع فصل زراعی جاری ۷۰ سنت در هر پوند بوده است. کاهش قابل‌توجه تولید محصول در ۵ کشور بزرگ تولیدکننده و تقاضای بیش از حد انتظار برای این محصول، منجر به کاهش موجودی انبارها در پایان فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ شده و بر همین اساس، پیش‌بینی می‌شود که موجودی پایان دوره جهان با ۱۲ درصد افت به ۱۹,۷ میلیون تن تنزل پیدا کند. موجودی خارج از چین نیز با ۹ درصد کاهش به ۸,۴ میلیون تن می‌رسد که این میزان، پایین‌ترین سطح از فصل زراعی ۱۱-۲۰۱۰ محسوب می‌شود. علاوه بر این، تقاضای مناسب برای پنبه در چین، موجودی ملی پنبه این کشور را با ۱۲ درصد کاهش به ۱۱,۳ میلیون تن رسانده است.

از ماه مه ۲۰۱۶ یعنی زمانی که مزایده ذخایر دولتی پنبه چین آغاز شده، تقاضا برای خرید پنبه از این ذخایر به شدت افزایش یافته است. به طور میانگین، روزانه ۲۶ هزار تن پنبه عرضه شده و تقریباً تمام آن به فروش رفته است. همچنین کل فروش از ذخایر تا پایان ماه جولای حدود ۱,۶ میلیون تن محاسبه شده و بدین ترتیب، ذخایر ملی پنبه چین به ۹,۴ میلیون تن کاهش پیدا کرده است. در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵، تولید پنبه چین با ۲۶ درصد کاهش به ۴,۸ میلیون تن رسید اما مصرف کارخانجات در این کشور تنها با ۲ درصد کاهش به ۷,۳ میلیون تن رسید یعنی مصرف کارخانجات ۲,۵ میلیون تن بیش از تولید بوده است. میزان سهمیه واردات پنبه در چین نیز مجموعاً در رقم ۹۴۰ هزار تن در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ محدود شد و در نتیجه، سیاست فروش از ذخایر ملی، جهت تامین تقاضای مازاد پنبه در چین به کار گرفته شد. از سوی دیگر، تقاضای جهانی پنبه در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ با یک



برسد چراکه مصرف کارخانجات در کشورهایی متکی به واردات، همچنان سیر صعودی خواهد داشت. پیش‌بینی می‌شود حجم محموله‌های پنبه‌ای که توسط دو واردکننده بزرگ این محصول در جهانی یعنی ویتنام و بنگلادش دریافت خواهد شد، به ترتیب با ۱۹ درصد افزایش به ۱,۲۶ میلیون تن و با ۱۸ درصد افزایش به ۱,۲۱ میلیون تن بالغ گردد.

پایین پلی استر و اعمال محدودیت برای واردات، نشئت می‌گیرد. با این حال، میزان مصرف کارخانجات در هند و پاکستان بهبود جزئی را تجربه خواهد کرد و پیش‌بینی می‌شود با ۲ درصد افزایش به ۵,۳ میلیون تن در هند و با یک درصد افزایش، به ۲,۲ میلیون تن در پاکستان برسد. انتظار می‌رود واردات جهانی پنبه با ۴ درصد افزایش به ۷,۵ میلیون تن

### پیش‌بینی میزان عرضه و تقاضای جهانی پنبه (همه ارقام به میلیون تن)

۲۰۱۶-۱۷		۲۰۱۵-۱۶		۲۰۱۴-۱۵		دوره
تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	شرح
۰,۱۶	۲۲,۸۹	-۰,۴۸	۲۱,۲۷	۰,۰۰	۲۶,۱۲	تولید
۰,۲۷	۲۳,۹۳	۰,۲۲	۲۳,۸۵	-۰,۱۰	۲۴,۱۸	مصرف
۰,۱۰	۷,۵۴	-۰,۰۹	۷,۲۵	-۰,۰۲	۷,۵۸	واردات
۰,۱۰	۷,۵۴	-۰,۰۳	۷,۳۱	۰,۰۸	۷,۷۲	صادرات
-۰,۸۴	۱۸,۶۳	-۰,۷۳	۱۹,۶۷	۰,۰۴	۲۲,۳۲	موجودی آخر دوره
	۷۲		۷۰		۷۱	شاخص Cotlook A (سنت/پوند)

## چالش افزایش ناگهانی قیمت پنبه در هند زیان ریسندگان هندی از قیمت‌های بالای پنبه

صرف داخلی و وابستگی زیاد به صادرات، افزایش خواهد یافت. با توجه به بالاتر بودن قیمت‌های داخلی پنبه در هند در قیاس با نرخ‌های بین‌المللی، چشم‌انداز صادرات برای صنعت ریسندگی نیز در معرض چالش قرار خواهد گرفت. عوامل ذکر شده، همگی معضلی برای کارخانجات جهت فروش محصولاتشان خواهد بود و شرکت‌ها ناچار خواهند شد به منظور جلوگیری از ایجاد موجودی انبار، ظرفیت تولید و همچنین حاشیه سود خود را کاهش دهند.

از طرف دیگر، ریسندگی‌هایی که موجودی انباری در حد چهار تا پنج ماه مربوط به تولید مارس ۲۰۱۶ داشته باشند، احتمالاً سودآوری بیشتری را تجربه خواهند کرد چراکه این گروه از قیمت‌های بالاتر نخ پنبه‌ای منتفع خواهند شد و می‌توانند نخی که ارزان‌تر تولید کرده‌اند را گران‌تر در بازار به فروش برسانند. با این حال، بسیاری از شرکت‌های ریسندگی پیش‌بینی می‌کنند که قیمت‌های پنبه در سال زراعی ۲۰۱۶ پایدار خواهد شد و همچنین موجودی انبارها در مارس ۲۰۱۶ بیش از دو ماه تولید نبوده است. آژانس ایکرا بر این باور است که تثبیت قیمت‌های پنبه برای داشتن یک صنعت نساجی سودآور امری ضروری و حیاتی است چراکه این موضوع ریسک‌های مربوط به زیان‌های انبار را به حداقل رسانده و نیاز به بالا بردن قیمت‌ها در سفارشات جاری و آینده را از بین می‌برد.



و طبق اعلام آژانس رتبه‌بندی ایکرا، جهش قیمت‌های پنبه فراتر از انتظارات است و از کمبود شدید پنبه در بازارهای داخلی حکایت می‌کند. کندتر شدن روند کاشت و کاهش سطح زیر کشت پنبه، در کنار احتکار پنبه توسط دلانان و واسطه‌ها، می‌تواند به عنوان عوامل افزایش شدید قیمت‌ها مطرح شود. با این حال، افزایش اخیر قیمت‌های پنبه می‌تواند کشاورزان را بیش از پیش به تکاپو انداخته و چه بسا سطح زیر کشت ظرف ماه‌های آینده با افزایش همراه شود.

این آژانس در پیش‌بینی‌های خود می‌گوید در کوتاه‌مدت، سودآوری صنعت ریسندگی هند با کاهش همراه خواهد شد چراکه قیمت‌ها به دلیل چالش‌های ناشی از رشد کند

جهش قیمت‌های پنبه می‌تواند خبر بدی برای بخش ریسندگی پنبه‌ای هند باشد. بر اساس اعلام آژانس رتبه‌بندی ایکرا، جهش ناگهانی قیمت‌های داخلی پنبه در هند که حتی قیمت‌های بین‌المللی را نیز پشت سر گذاشته، دلالت بر کمبود این محصول در هند دارد و تاثیر معکوسی برای تقاضای نخ و قابلیت سودآوری شرکت‌های ریسندگی در سه‌ماهه دوم سال مالی ۲۰۱۶ خواهد گذاشت. قیمت‌های داخلی پنبه حلاجی‌شده به طور قابل توجهی افزایش یافته و از ۹۰ تا ۹۲ روپیه در هر کیلوگرم در ماه آوریل به ۱۲۲ روپیه در هر کیلوگرم در لحظه تنظیم این گزارش (نیمه جولای ۲۰۱۶) رسیده است. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»





## مجری طرح پنبه وزارت جهان کشاورزی تشریح کرد:

### جزئیات طرح اقتصاد مقاومتی پنبه



مجری طرح پنبه جزئیات طرح اقتصاد مقاومتی این محصول را تشریح کرد و گفت: پنبه جزو ۸ محصول اقتصاد مقاومتی است که با حکم وزیر جهاد کشاورزی اخیراً برای آن مجری مشخص شده است؛ ضمن اینکه در پروژه اقتصاد مقاومتی ۹ زیرپروژه تعریف و برنامه‌ریزی شده است.

این مقام مسئول در وزارت جهاد کشاورزی با بیان اینکه پنبه گیاهی است که در وهله اول الیاف آن مواد اولیه صنعت نساجی را تامین می‌کند، اظهارداشت: از کاربردهای دیگر این محصول می‌توان به روغن‌کشی از پنبه‌دانه‌ها (وش) و استفاده از این دانه‌ها به عنوان خوراک دام اشاره کرد. وی با اشاره به اینکه هدف اصلی ما در اجرای طرح اقتصاد مقاومتی پنبه تامین نیاز صنایع نساجی کشور است، گفت: در حال حاضر حدود ۵۰ درصد نیاز کشور به پنبه در داخل تولید می‌شود و قصد ما این است که در طرح اقتصاد مقاومتی (تا افق ۱۴۰۴) در این زمینه به خوداتکایی برسیم.

مجری طرح پنبه میزان تولید این محصول را در کشور حدود ۵۰ هزار تن اعلام و اضافه کرد: میزان واردات پنبه نیز همین مقدار است. هزارگریبی با بیان اینکه در طرح اقتصاد مقاومتی پنبه ما رشد صنعت نساجی را نیز سالانه ۳ درصد پیش‌بینی کرده‌ایم، ادامه داد: برای رسیدن به این هدف ما برنامه‌های متنوعی داریم. این مقام مسئول در وزارت جهاد کشاورزی افزود: پنبه گیاهی است که ما می‌خواهیم در تناوب زراعی حضور داشته باشد چراکه برای پایداری تولید سایر محصولات این امر اهمیت زیادی دارد.

ابراهیم هزارگریبی با بیان اینکه گیاه پنبه مقاومت

زیادی در برابر تنش‌های کم‌آبی و خشکی دارد، گفت: پنبه در مناطق معتدل تا گرم کشت می‌شود و تولید آن در نقاط سردسیر انجام نمی‌شود. مجری طرح پنبه برنامه‌های وزارت جهاد کشاورزی را در راستای نیل به خود اتکایی مورد اشاره قرار داد و اظهارداشت: در حوزه فنی هدف ما افزایش عملکرد در واحد سطح است.

کشت پنبه در این طرح حدود ۱۵ درصد افزایش پیدا می‌کند، افزود: در حال حاضر سطح زیر کشت این گیاه در کشور حدود ۷۰ هزار هکتار است؛ قصد ما این است سطح زیر کشت را اندکی افزایش دهیم و در عوض محصول بیشتری برداشت کنیم.

هزارگریبی افزایش استفاده از ارقام پرمحصول و دانش فنی خارجی و داخلی از طریق بهبود سیستم‌های زراعی و همچنین کنترل و کاهش عوامل خسارت‌زا راهکاری مناسبی برای تحقق این هدف دانست و ادامه داد: در طرح فوق افزایش تولید محصول به هر قیمتی مدنظر ما نیست، برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده بر مبنای وضعیت آب صورت گرفته است و به دنبال افزایش بهره‌وری در این زمینه هستیم. وی اظهارداشت: در این راستا استفاده از سیستم‌های نوین آبیاری در

#### افزایش عملکرد در واحد سطح

##### به ۹۰ درصد

هزار گریبی ادامه داد: ما قصد داریم عملکردمان را از حدود ۲ تن و ۲۰۰ کیلوگرم وش پنبه در هر هکتار به حدود ۴ تن برسانیم؛ ضمن اینکه تا پایان برنامه افزایش عملکرد در واحد سطح تولید پنبه به حدود ۹۰ درصد خواهد رسید. وی با بیان اینکه سطح زیر

دستور کار قرار دارد.

مجری طرح پنبه با بیان اینکه یکی دیگر از اقدامات مهم در این طرح کوتاه شدن دوره رشد گیاه پنبه است، افزود: یعنی کشت این محصول از بهار به اواخر بهار و اوایل تابستان (پس از برداشت محصولات پاییزه مانند گندم، جو و کلزا) منتقل خواهد شد و بدین ترتیب طول دوره رشد حدود یک ماه و نیم کوتاهتر و آب کمتری مصرف خواهد شد. هزارجریبی توسعه کشت نشایی و استفاده از ارقام متحمل به خشکی و زودرس را از جمله برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده برای کاهش مصرف آب عنوان کرد و گفت: کاهش هزینه‌ها بویژه از طریق برداشت مکانیزه یکی دیگر از برنامه‌های ما در طرح اقتصاد مقاومتی پنبه است که برای این مسئله هم دولت اعتبارات خوبی در نظر گرفته و هم ارقام متناسب با برداشت مکانیزه تعیین شده است که ارقام مذکور از طریق تولید داخل و همچنین واردات تامین می‌شود.

### پنبه بزرگترین ناوگان صنعتی کشور پس از پتروشیمی است

مجری طرح پنبه در پاسخ به این پرسش که آیا کارخانجات پنبه‌پاک کنی تعطیل شده در برخی نقاط کشور، با اجرای طرح اقتصاد مقاومتی دوباره

شروع به کار خواهند کرد؟ ادامه داد: با کاهش تولید، فعالیت کارخانه‌ها در کشور نیز کم شده است و اگر مواد اولیه بیشتری باشد آنها نیز فعال خواهند شد. وی با بیان اینکه پنبه بزرگترین ناوگان صنعتی کشور پس از پتروشیمی است، افزود: این صنعت اشتغال‌زایی بالایی دارد.

این مقام مسئول در وزارت جهاد با بیان اینکه سیاست‌های حمایتی مختلفی نیز در طرح اقتصاد مقاومتی پنبه در نظر گرفته شده است، گفت: از جمله این حمایت‌ها می‌توان به خرید تضمینی این محصول اشاره کرد که دولت یک قیمت برای آن اعلام می‌کند و در صورتی که قیمت‌های بازار کمتر از نرخ خرید تضمینی باشد، دولت آن را خریداری خواهد کرد. مجری طرح پنبه با اشاره به اینکه در سال ۹۲ قیمت خرید تضمینی پنبه ۷۰ درصد افزایش پیدا کرد، افزود: سال ۹۳ نیز نرخ خرید تضمینی ۱۵ درصد افزایش پیدا کرد ضمن اینکه افزایش قیمت در سال ۹۴ نیز به همین میزان بود. وی اختصاص یارانه به برخی نهاده‌ها مانند بذر، خرید ماشین‌آلات و ادوات کشاورزی، بیمه و غیره را از جمله دیگر سیاست‌های حمایتی در این زمینه عنوان و اضافه کرد: ما در برنامه‌های آینده خود پیش‌بینی کرده‌ایم که یارانه تولید مستقیم به تولیدکنندگان بدهیم که

انگیزه آنان افزایش پیدا کند.

### سیر نزولی تولید پنبه از دهه ۸۰ تاکنون

هزارجریبی نتایج اقدامات فنی و حمایتی از تولید پنبه را مورد اشاره قرار داد و اظهارداشت: اقدامات فوق باعث می‌شود تولید این محصول که طی چند سال اخیر سیری نزولی را طی کرده است متوقف شود و شرایط به حالت ثبات برسد سپس روندی صعودی به خود بگیرد. این مقام مسئول در وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به اینکه تولید پنبه از دهه ۸۰ تاکنون سیری نزولی را طی کرده است، دلایل کاهش تولید پنبه طی سالیان اخیر را بیان کرد و گفت: عوامل فنی در این زمینه موثر بوده است، پنبه چون دوره رشد طولانی داشت و گیاهی دیررس بود جایگاه خود را تا حدودی از دست داد و درآمد کشاورزان کاهش یافت اما حاضر ما ارقام تولیدی را زودرس کرده‌ایم و می‌توانیم با توسعه دو کشت در سال (یک کشت محصول پاییزه و یک کشت پنبه) درآمد کشاورزان را افزایش دهیم.

هزارجریبی کاهش حمایت‌های دولت را از دیگر عوامل افت تولید پنبه عنوان و اضافه کرد: همچنین دولت قیمت این محصول را متناسب با دیگر محصولات افزایش نداد، قاچاق و واردات نیز از سوی دیگر در این زمینه نقش داشتند ضمن اینکه کشورهای دیگر به تولید پنبه خود یارانه می‌دهند و از آن حمایت می‌کنند. مجری طرح پنبه با بیان اینکه در زمینه اجرای طرح اقتصاد مقاومتی پنبه قبلاً به صورت غیررسمی کارهایی انجام شده است، گفت: شروع رسمی اجرای طرح مذکور از سال جاری و با آغاز برنامه ششم توسعه خواهد بود. وی با بیان اینکه عمده واردات کشور از ازبکستان انجام می‌شود، گفت: میان فصل برداشت ارقام زودرس و دیررس حدود یک ماه و نیم فاصله است ضمن اینکه ارقام زودرس اواسط پاییز و ارقام دیررس اواخر پاییز برداشت می‌شوند. مجری طرح پنبه درباره پیش‌بینی میزان تولید نیز افزود: هنوز زود است که بخواهیم آماری در این زمینه ارائه کنیم.





## رییس اداره پنبه جهاد کشاورزی گلستان: بیش از ۲۳ هزار تن پنبه در استان گلستان تولید می‌شود



رییس اداره پنبه و دانه‌های روغنی جهاد کشاورزی استان گلستان گفت: برداشت و ش پنبه از مزارع استان گلستان آغاز شده و پیش‌بینی می‌شود امسال از سطح ۱۰ هزار و ۷۰۰ هکتار کشت پنبه در استان گلستان بیش از ۲۳ هزار تن و ش پنبه برداشت شود. وی افزود: سه رقم بذر گلستان، ارمغان و لطیف امسال در بیش از ۴ هزار هکتار کشت بهاره و بیش از ۶ هزار هکتار هم در کشت دوم پنبه کشت شده است.

رییس اداره پنبه و دانه‌های روغنی جهاد کشاورزی استان گلستان تصریح کرد: امسال دولت قیمت خرید تضمینی و ش پنبه را حدود ۳ هزار تومان اعلام کرده که نسبت به

سال گذشته افزایش داشته است. وی زودرس بودن زمان تولید پنبه از زمان کوتاه‌تر که از ۱۸۰ تا ۲۱۰ به ۱۳۵ روز رسیده و تولید بیشتر را از مزایای ارقام جدید پنبه اعلام کرد و افزود: پیش‌بینی می‌شود در کشت بهاره از هر هکتار بیش از ۵ تا ۷ تن و در کشت تابستان هر هکتار ۳٫۵ تا ۴٫۵ تن و ش برداشت شود.

موسمی‌خانی اظهار کرد: بازدهی بالاتر و زمان کشت کوتاه‌تر و استفاده از دستگاه‌های جدید در برداشت پنبه می‌تواند نویدبخش افزایش کشت این محصول در استان باشد. رییس اداره پنبه و دانه‌های روغنی جهاد کشاورزی استان گلستان گفت: این محصول به علت مقاومت بیشتر در برابر تنش‌های آبی و غنی‌سازی خاک

می‌تواند در تناوب کشت هم موثر باشد. وی از برنامه‌ریزی برای کشت ۴۰ هزار هکتار پنبه در افق ۱۴۰۴ و در قالب طرح راهبردی نجات پنبه در این استان خبر داد و اظهار داشت: با توجه به وضعیت بحرانی منابع آبی گلستان، نیاز به احیای این محصول راهبردی با کشت ارقام جدید که به پایداری تولید، کاهش خسارات ناشی از آفات و بیماری‌ها و افزایش درآمد کشاورز کمک می‌کند، داریم. موسمی‌خانی افزود: با توجه به اهمیت کشت پنبه در تناوب کشت، از بین رفتن آفات و علف‌های هرز استفاده از رقم‌های کم‌آب و پرملمکرد در دستور کشت مزارع پنبه استان گلستان قرار گرفته است.

## بنگلادش بزرگترین واردکننده پنبه تا سال ۲۰۲۰

# بخش پنبه استرالیا به دنبال تثبیت خود در بازار بنگلادش

اقتصادی بنگلادشی، نمایندگان کارخانجات نساجی، عاملان محلی و واردکنندگان ملاقات کردند تا زمینه‌های همکاری بیشتر و مشارکت بین استرالیا و بنگلادش را مورد بررسی قرار دهند. طبق اعلام مسئولان بخش پنبه استرالیا، در شرایطی که ریسندگان بنگلادشی هنوز فکر می‌کنند که پنبه استرالیا گران است، ارتباط تنگاتنگ بین شرکت‌های نساجی در بنگلادش و خریداران بزرگ بخش خرده‌فروشی استرالیا می‌تواند سودمند واقع شود و دریچه‌های بیشتری را به روی پنبه‌کاران استرالیایی بگشاید.

کمیسیون تجارت و سرمایه‌گذاری با همکاری انجمن ترابری پنبه استرالیا (ACSA)، طرح‌ها و اقدامات متعددی را در بخش نساجی بنگلادش به اجرا گذاشته‌اند. این اقدامات شامل تشکیل یک هیئت ۱۰ نفر از ACSA است که در ماه مه امسال از داکا بازدید کردند. این هیئت در سمینارهایی شرکت کردند که در این سمینارها قابلیت‌های بخش پنبه استرالیا، مشخصه‌های کیفی و جدیدترین تحقیقات این عرصه مورد تاکید قرار گرفت. هیئت مذکور همچنین با ۹۰ نفر از فعالان

بر اساس اعلام کمیسیون تجارت و سرمایه‌گذاری استرالیا به عنوان بدنه‌ای از دولت این کشور، بنگلادش ظرف ۴ سال آینده چین را به عنوان بزرگترین واردکننده پنبه در جهان پشت سر خواهد گذاشت. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، تنها ۰٫۱ میلیون عدل پنبه در داخل بنگلادش تولید می‌شود و این کشور در حال حاضر بیش از ۶ میلیون عدل پنبه در سال وارد می‌کند. پیش‌بینی می‌شود این رقم طی ۴ سال آینده دو برابر شود و بر این اساس، بنگلادش جایگاه چین را به عنوان بزرگترین واردکننده طلای سفید خواهد گرفت.

در حال حاضر، بنگلادش به عنوان دومین واردکننده بزرگ پنبه در جهان یک بازار صادراتی قابل توجه برای استرالیا محسوب می‌شود که خود استرالیا هم اکنون چهارمین صادرکننده بزرگ پنبه در جهان به حساب می‌آید. ضمن اینکه استرالیا شهرت و اعتبار قابل توجهی به عنوان یک تامین‌کننده قابل اعتماد پنبه با کیفیت بالا و تقریباً بدون آلودگی و ناخالصی به دست آورده است. در شرایطی که صنعت پنبه استرالیا در برابر یک بازار به شدت جهانی شده رقابت می‌کند، زمان کوتاه حمل و نقل از بنادر این کشور در بریزبن، سیدنی و ملبورن به سمت بازارهای آسیایی مزیت‌های بیشتری نیز برای صنعت پنبه این کشور محسوب می‌شود.

به منظور تثبیت جایگاه استرالیا به عنوان یک تامین‌کننده کلیدی پنبه برای بنگلادش،





## بررسی واحدهای تولیدی نساجی شرق کشور

عبدالرحمن رحیمی

سرمایه‌گذاری ۸,۷ درصد و اشتغال ۶ درصد کل واحدهای نساجی کشور را دربر می‌گیرند. ابراهیم ناصری با بیان این مطلب افزود: این واحدها در زمینه تولید سالانه حدود یک میلیون و ۸۳۰ هزار تن انواع الیاف، نخ، پارچه و پوشاک فعالیت دارد، علاوه بر این، در واحدهای تولیدی صنایع نساجی استان سالانه ۱۳ میلیون تخته پتو، ۱۲۴ میلیون متر مربع فرش، ۱۱۶ میلیون مترمربع موکت، ۱۶۰ میلیون فوت مربع چرم و ۲۶۰ میلیون جفت کفش تولید می‌شود که حجم بسیاری از تولید صنایع نساجی کشور را به خود اختصاص داده‌اند تا علاوه بر رونق بخشیدن به تولید و اشتغال، در بخش اقتصاد استان نقش اساسی را برعهده گیرند.

اینکه بخش بزرگی از اشتغال صنعت نساجی کشور در واحدهای صنفی مشغول به فعالیت هستند امری انکارناپذیر است؛ موضوعی که خراسان رضوی نیز درگیر آن است و از نظر واحدهای صنفی نساجی پس از پایتخت، رتبه دوم کشوری را به خود اختصاص داده که این امر نشانگر توانمندی‌های فراوان استان در این صنعت است که برای توسعه این صنعت باید مسئولان کشوری و استانی توجه بیشتری به آن داشته باشند. ناصری در این باره ابراز کرد: برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت در زمینه صنعت نساجی و پوشاک، دستیابی به جایگاه سوم صنعت نساجی در منطقه و رسیدن به رتبه پنجاهم جهان را تدوین کرده که بر این اساس، هم‌اکنون چشم‌انداز صنعت نساجی خراسان رضوی با توجه به موقعیت گردشگری، توسعه حلقه‌های پایین‌دستی زنجیره تامین (پوشاک و مصنوعات چرمی سبک) با ارزش افزوده بالاتر است که به حتم این توسعه منجر به گسترش و توسعه واحدهای تامین‌کننده مواد اولیه

استان‌های شرقی کشور با توجه به مزیت هم‌مرزی با کشورهای همسایه شرقی و بهره‌مندی از پایانه‌های فرامنطقه‌ای از راه خشکی و دریا هم‌اکنون از ۳۴۴ واحد تولیدی نساجی با اشتغال ۱۸ هزار و ۷۶۱ نفر برخوردارند، که در صورت فعالیت کامل خط تولید، تامین مواد اولیه، جلوگیری از واردات محصولات مشابه از مبادی قانونی و قاچاق، نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات و تجهیزات، بهره‌مندی از فناوری‌های روز تولید و تامین نقدینگی مورد نیاز می‌توانند در بازارهای هدف حرفی برای گفتن داشته باشند و علاوه بر افزایش میزان تولید و اشتغال، با ایجاد ارزش افزوده در افزایش تولید ناخالص ملی نقش مهمی را برعهده گیرند. نساجی به‌عنوان قدیمی‌ترین صنعت و باتوجه به اشتغالزایی بالا، نیازمندی به سرمایه‌گذاری اندک نسبت به سایر واحدهای تولیدی، مزیت هم‌مرزی با کشورهای همسایه شرقی و بهره‌مندی از فرصت شهر زیارتی مشهد برای جذب گردشگر از صنایع مهم استان به‌شمار می‌رود؛ موضوعی که معاون صنایع سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی در گفتگو با صمت درباره وضعیت این صنعت استراتژیک استان اظهار کرد: براساس آمار پروانه‌های صادرشده از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی، هم‌اکنون ۳۱۳ واحد تولیدی در زمینه صنعت نساجی مشغول به فعالیت هستند که از نظر تعداد ۵ درصد، از نظر سرمایه‌گذاری ۷ درصد و با اشتغال ۱۶ هزار و ۹۶۶ نفر، ۹ درصد کل صنایع استان را به خود اختصاص داده‌اند.

واحدهای نساجی خراسان رضوی براساس آمار پروانه‌های صادرشده از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان از نظر تعداد ۳ درصد،

این صنایع خواهد شد.

صنعت نساجی خراسان رضوی با مشکلات زیادی مانند بحران ناشی از شرایط رکود در بازار و فروش نرفتن محصولات تولیدی، قاچاق محصولات نساجی، افزایش قیمت تمام شده محصول به دلیل هزینه های سربرابر به ویژه هزینه های بیمه و مالیات و دریافت نکردن مالیات ارزش افزوده از مشتریان به دلیل نامناسب بودن شرایط بازار به وسیله تولیدکنندگان دست و پنجه نرم می کند. ناصری با اشاره به این مطلب تصریح کرد: فرسودگی ماشین آلات، بروز نبودن فناوری مورد استفاده در خط تولید، کمبود نقدینگی، مشکلات مربوط به تامین مواد اولیه پتروشیمی (در واحدهای مصرف کننده این محصولات) از بورس و دسترسی نداشتن به مواد اولیه مرغوب (به ویژه پارچه) برای تولید محصولات باکیفیت نیز از دیگر مواردی است که صنعت نساجی استان را با مشکلات اساسی روبه رو کرده که برطرف شدن آنها نیازمند همکاری و همراهی مسئولان استانی و کشوری است.

#### هدایت سرمایه گذاری جدید به سمت احداث واحدهای نساجی

نساجی به عنوان صنعت مادر همواره توانسته علاوه بر حفاظت در مقابل گرما و سرما، با ایجاد خلاقیت و تنوع در تولید انواع محصولات و ارائه به بازار، ارزش افزوده مناسبی را ایجاد کند. اما متأسفانه با وجود برخی زیرساخت های لازم از جمله تامین مواد اولیه (پنبه)، در خراسان جنوبی مغفول مانده است. این موضوع را رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی در گفت و گو با صمت مطرح کرد و افزود: ایجاد ۴ هزار و ۴۷۹ فرصت شغلی به صورت اسمی برای احداث واحدهای مختلف صنایع نساجی با صدور ۱۴ جواز تاسیس از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان شاهدهی بر این امر است. جواز تاسیس هایی که براساس آمار فقط

یک واحد آن در شهرستان طبس از پیشرفت ۳۵ درصدی برخوردار است و سایر جوازها در حالت رکود مانده و پیشرفت فیزیکی مناسبی ندارد. با وجود این، از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ۱۸ پروانه بهره برداری صادر شده که در مجموع برای ۴۳۰ نفر به صورت اسمی فرصت شغلی ایجاد کرده است. این در حالی است که از این تعداد ۴ واحد فعال، ۵ واحد نیمه فعال و سایر واحدها به دلایل مختلف به صورت کامل تعطیل شده اند. داود شهرکی با بیان این مطلب افزود: یک واحد تولیدی نخ از کرک در منطقه ویژه اقتصادی استان در حال احداث است که در صورت بهره برداری، می تواند علاوه بر ایجاد اشتغال، ارزش افزوده مناسبی را با صادرات محصول نصیب استان کند.

هم نشینی با کشورهای شرقی و نزدیکی به همسایگان شمال و جنوب شرقی می تواند به عنوان مزیتی برای ایجاد ارزش افزوده برای خراسان جنوبی باشد. البته اگر این استان در پی ایجاد جایگاه مناسبی در بازارهای داخلی و خارجی صنعت نساجی باشد باید تولید کالای باکیفیت و رقابت پذیر به نسبت محصولات مشابه کشورهایمانند ترکیه، چین و تایلند را در دستور کار قرار دهد. شهرکی با بیان این مطلب ادامه داد: صنعت نساجی با توجه به مزیت هایی که دارد می تواند ارزش افزوده و اشتغال مناسبی را در استان ایجاد کند اما متأسفانه تاکنون در این زمینه فعالیت چندانی به منظور احداث و بهره برداری از واحدهای ریسندگی و بافندگی نشده است.

تمرکز ساخت و بهره برداری از واحدهای تولیدی در مراکز شهرها مهم ترین مشکلی است که استان های تازه استقلال یافته با آن روبه رو هستند چرا که در دوران اشتراک توجهی به شهرها و مناطق اطراف نمی شود و این امر بعد از جدایی آسیب های جبران ناپذیری را به استان های تازه تاسیس از نظر توسعه صنعتی وارد می کند. این مطلب را رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی عنوان کرد و گفت: خشکسالی های متوالی در کشور و استان باعث شده کشت پنبه برای کشاورزان توجیه اقتصادی نداشته باشد. البته با توجه به کمبود منابع آبی در استان و کشت نشدن پنبه، سعی شده با واردات، مواد اولیه مورد نیاز واحدهای نساجی استان را تامین کرد.

پیش بینی احداث و بهره برداری از واحدهای تولیدی براساس توانمندی های موجود استان ها، می تواند مزایای مناسبی به همراه داشته باشد؛ موضوعی که متأسفانه با توجه به توانمندی هایی که در خراسان جنوبی وجود دارد تاکنون محقق نشده است. این در حالی است که واحدهای نساجی فعال خراسان جنوبی ماشین آلات، تجهیزات و فناوری مناسبی در زمینه تولید، ندارند و همین امر باعث شده هزینه های تولید در آنها زیاد باشد. با وجود این، رکود در بازار تولید و فروش محصول، واردات بی رویه محصولات نساجی از مبادی قانونی و قاچاق و بی کیفیتی





به دلیل زیان انباشته، ضرردهی و ناتوانی در پرداخت بدهی های بانکی به وسیله بانکها مصادرشده و تعیین تکلیف نشده اند، برطرف شدن این مشکل نیازمند عزم جدی برای روان کردن وضعیت ماندگاری و استمرار فعالیت آنها در استان و اقدامات عملی است. البته تمایل نداشتن صاحبان صنایع به سرمایه گذاری در این بخش به دلیل مشکلات قانون کار، بهبود نیافتن فضای کسب و کار داخلی، سرکوب نشان و دخالت دولت در قیمت گذاری و اعمال قوانین محدودکننده برای تولیدکنندگان را می توان به عمده دلایل توسعه نیافتگی صنعت نساجی در استان و کل کشور در نظر گرفت.

در این میان در شهرستان ایرانشهر که شرکت صنایع بافت بلوچ را در خود جای داده بزرگترین واحد تولید محصولات نساجی در استان به شمار می رود که ظرفیت تولید آن براساس پروانه بهره برداری، سالانه ۵ هزار تن نخ پنبه پلی استر، ۲۸ میلیون و ۸۰۰ هزار متر پارچه خام و ۲۸ میلیون متر رنگرزی پارچه و نخ است که با سرمایه گذاری ثابت ۲۰ هزار و ۹۴۷ میلیون ریال به بهره برداری رسیده تا برای ۲ هزار و ۱۱۶ نفر فرصت شغلی ایجاد کند. به گفته میرشکار، این واحد بعد از واگذاری به بخش خصوصی با رکود مواجه شد که هم اکنون با برگشت آن زیر نظر دولت برای احیا، خرید قطعات و بازسازی بخشی از ماشین آلات و تجهیزات، خرید مواد اولیه، راه اندازی بافندگی تا ظرفیت ۵ هزار متر در روز و پیگیری تا حصول ظرفیت ۱۲ هزار متر در روز، پیگیری افزایش ظرفیت تولید ریسندگی تا ۵ هزار کیلوگرم در روز، پیگیری افزایش ظرفیت رنگرزی چاپ و تکمیل تا ظرفیت ۲۰ هزار متر در روز، راه اندازی واحد دولا تاب به ظرفیت ۳۰ هزار کیلوگرم در ماه و پیگیری افزایش ظرفیت آن تا ۴۰ هزار کیلوگرم در ماه و ایجاد اشتغال در دستور کار قرار گرفته است.

پنبه فرآوری شده در واحدهای پنبه پاک کنی استان و کشور و نوسانات قیمت ارز در چند سال گذشته باعث شده توانمندی های استان همچنان مغفول بماند. در این میان کمبود سرمایه در گردش موجب شده خط تولید صنایع نساجی استان فعالیت چندانی نداشته باشند؛ موضوعی که شهرکی آن را مطرح و اظهار کرد: در صورتی که شرایط تولید در خراسان جنوبی فراهم شود، می توان بخشی از سرمایه گذاری ها و منابع مالی را به احداث و بهره برداری از واحدهای تولیدی جدید به ویژه واحدهای نساجی جدید (واحدهای تولیدی پوشاک و سایر منسوجات) که ارزش افزوده و اشتغال مناسبی دارند اختصاص داد.

### رفع مشکلات، نیازمند عزم جدی و اقدام عملی

همواره وسعت جغرافیایی و تراکم جمعیت در هر استان می تواند به عنوان یک ویژگی و مهم در نظر گرفته شود چرا که می تواند صنایع مختلف را با مدنظر قرار دادن توانمندی های موجود در خود جای دهد. این در حالی است که در جهان صنعتی امروز بهره مندی از صنایع نساجی به عنوان صنعت مادر مزیتی است که می تواند رونق اقتصادی و اشتغال مناسبی را ایجاد کند.

رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت سیستان و بلوچستان در گفت و گو با صمت با بیان اینکه هم اکنون این استان دارای ۱۳ واحد تولیدی نساجی و پوشاک با سرمایه گذاری ۱۲۲ هزار و ۷۳۷ میلیون ریال و اشتغال ۱۳۶۵ نفری به منظور تولید ۹ میلیون و ۹۵۶ هزار و ۴۰۰ متر مربع چادر برزتی، ۱۰۸ هزار دست پارچه و انواع نخ، رنگرزی و انواع پوشاک و ۱۴ هزار و ۵۰۰ تنی تور ماهیگیری است، اظهار کرد: تامین سرمایه در گردش و نقدینگی، ورود بی رویه و غیرقانونی کالاهای مشابه و بی کیفیت خارجی، رکود در بازار فروش محصول با در نظر گرفتن پایین بودن قیمت تمام شده تولید پارچه نسبت به سایر استان ها و بالا بودن ظرفیت تولید پوشاک به دلیل مشابهت با کالای قاچاق، کمبود نیروی متخصص و کارآمد به منظور آشنایی و کار با دستگاه های نساجی از مشکلاتی است که واحدهای نساجی با آن روبه رو هستند. وی افزود: وجود تحریم و نداشتن ارتباط مناسب تجاری با جامعه بین المللی برای ورود ماشین آلات روز دنیا از کشورهای تولیدکننده، مستهلک بودن ماشین آلات موجود و نیاز به اختصاص تسهیلات برای نوسازی، نبود امکان تامین مواد اولیه با کیفیت مطلوب و قیمت مناسب به دلیل موقعیت جغرافیایی استان و دوری از مرکز تولید و توزیع، بالا بودن قیمت تمام شده محصولات، زیاد بودن نرخ بهره تسهیلات، ثابت نبودن سیاست های اقتصادی و به دنبال آن ممکن نبودن پیش بینی صحیح از وضعیت اقتصادی آینده از جمله مشکلاتی است که صنعت نساجی سیستان و بلوچستان با آن دست و پنجه نرم می کند. از دید نادر میرشکار، با توجه به اینکه تعدادی از واحدهای نساجی استان

## باروری تولید با اجرای طرح‌های نساجی

ماشین‌آلات و تجهیزات مورد استفاده در خط تولید با مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کنند که سازمان صنعت، معدن و تجارت استان در صورت ثبت درخواست این واحدها در سامانه بهین‌یاب در قالب تسهیلات رونق تولید در پی ارائه تسهیلات به این واحدها به منظور تجهیز شدن به آخرین فناوری روز دنیا است.

### بکارگیری آخرین فناوری‌های روز

اتفاق نظر در اینکه نساجی به‌عنوان یکی از صنایع مادر و استراتژیک در هر کشور به‌شمار می‌رود امری اجتناب‌ناپذیر است به گونه‌ای که همه به این باور رسیده‌اند که در رتبه‌های بالای جدول تولید قرار گرفتن این صنعت از نظر ایجاد اشتغال و ارزش افزوده بایات در تولید و رونق چرخ صادرات و بازارگردی آن می‌تواند کمک بسیاری کند و همچنین رونق اقتصادی

کرد: از این تعداد واحد حدود ۱۵ واحد آن دارای پیشرفت فیزیکی بالای ۲۰ درصد هستند که در صورت به بهره‌برداری رسیدن تمام این طرح‌ها پیش‌بینی می‌شود برای هزار و ۳۸ نفر به صورت مستقیم فرصت شغلی ایجاد شود که می‌تواند سطح بیکاری استان را کاهش دهد.

رطوبت موجود در هوا، ورود بی‌رویه و قاچاق کالای مشابه و نبود نیروی کار ماهر در صنایع نساجی باعث شده بوشهر از کمترین واحدهای تولیدی نساجی بهره‌مند باشد؛ بحرینی با بیان این مطلب ادامه داد: بزرگترین و مهم‌ترین واحد نساجی که در استان در سال‌های گذشته فعالیت داشت (شرکت ریسندگی بافندگی اعتمادیه بوشهر) به دلیل برخی مشکلات تعطیل شد که این امر آسیب‌های جبران‌ناپذیری به اقتصاد و اشتغال استان وارد کرد. این در حالی است که واحدهای نساجی استان از نظر روزآمدی

تعطیلی ۱۰ واحد از ۱۷ واحد تولید نساجی بوشهر باعث شده این استان از کمبود واحدهای تولیدی در این زمینه رنج برد و برخی از نیازهای خود را از سایر استان‌ها تامین کند. البته هم‌اکنون سازمان صنعت، معدن و تجارت این استان برای ۳۸ طرح صنعتی در زمینه تولید منسوجات جواز تاسیس با سرمایه‌گذاری هزار و ۶۷۱ میلیارد ریالی صادر کرده که در صورت بهره‌برداری برای هزار و ۳۸ نفر به صورت مستقیم اشتغال ایجاد خواهد شد.

استقرار واحدهای تولیدی نساجی در هر استان نشان از ایجاد ارزش افزوده و بالا رفتن سطح اشتغال در آن دارد. معاون صنایع سازمان صنعت، معدن و تجارت بوشهر در گفت‌وگو با صمت واحدهایی که در زمینه صنایع نساجی در این استان فعالیت می‌کنند را با سرمایه‌گذاری ۱۸۸ میلیارد ریالی، ۱۷ عدد عنوان کرد و گفت: این واحدها که در شهرستان‌های بوشهر، دشتستان و گناوه استقرار دارند براساس پروانه بهره‌برداری برای ۷۳۷ نفری اشتغال ایجاد کرده بودند که هم‌اکنون فقط ۷ واحد با سرمایه‌گذاری ۵۰ میلیارد ریالی و اشتغال ۳۱۰ نفری در حال فعالیت و ۱۰ واحد دیگر متاسفانه راکد هستند.

اجرای طرح‌های صنعتی در هر استان می‌تواند به شکوفایی صنعتی، اقتصادی و اشتغال آن کمک بسیاری کند. حسن بحرینی با اشاره به اینکه سازمان صنعت، معدن و تجارت بوشهر برای اجرای ۳۸ طرح در زمینه صنایع نساجی با سرمایه‌گذاری هزار و ۶۷۱ میلیارد ریالی برای استقرار در شهرستان‌های بوشهر، گناوه و دشتستان جواز تاسیس صادر کرده است، ابراز







را دچار مشکل کند؛ علی‌اکبر شریف‌پور بوشهری با تاکید بر این موضوع ابراز کرد: متأسفانه صنایع نساجی سراسر کشور به دلیل دست و پنجه نرم کردن با مشکلات فراوان به شدت دچار ضعف شده‌اند. البته عواملی مانند حمایت نشدن صنایع نساجی استان از سوی مسئولان مربوط باعث شد تنها واحد تولیدی موجود در این زمینه که در حال انجام طرح‌های توسعه‌ای و نوسازی ماشین‌آلات و تجهیزات بود به دلیل تامین نشدن حامل‌های انرژی مورد نیاز (برق) تعطیل شود و برای پرداخت تسهیلات دریافتی از بانک، اقدام به فروش املاک خود کند. تامین حامل‌های انرژی به‌عنوان یکی از

موفق‌تر عمل کرده‌اند چراکه دنیای امروز تولید بر رقابت‌پذیری و حضور در بازارهای هدف می‌چرخد. به همین منظور واحدهای تولیدی و مسئولان امر باید با بهره‌گیری از آخرین فناوری‌های روز دنیا راه را برای حضور کالای تولیدی در عرصه‌های بین‌المللی هموار کنند.

### نساجی، صنعتی زیرساختی

نساجی، صنعتی زیرساختی است که ارتباطی مستقیم با ایجاد اشتغال، رونق بخشیدن به اقتصاد و تولید ناخالص ملی دارد. صنعتی که هر چه از شکوفایی و بالندگی بیشتری برخوردار باشد در زمینه‌های یادشده رونق بیشتری را

مناسبتی را برای افزایش تولید ناخالص به همراه داشته باشد. البته بهره‌مندی از استقرار صنایع نساجی در هر منطقه به موارد زیادی از جمله برنامه‌های امکان‌سنجی و قابلیت‌های تولیدی برمی‌گردد؛ قابلیت‌هایی که رییس خانه صنعت و معدن بوشهر آن را در این استان فراهم دانست و به صمت گفت: نساجی به‌عنوان یکی از صنایع زیرساختی در هر جامعه به‌شمار می‌رود که در صورت دریافت یارانه‌های تولید و حمایت‌های همه‌جانبه از سوی دولت می‌تواند علاوه بر افزایش سطح اشتغال، ارزش افزوده بالایی را برای رونق اقتصاد استان ایجاد کند. وجود کالای مشابه در بازارهای هدف به‌ویژه بازارهای داخلی و ورود بی‌رویه آنها در تمام زمینه‌ها، می‌تواند غیر از به نابودی کشاندن یک صنعت و اقتصاد، فرصت‌های شغلی موجود در آنها را از بین ببرد. عبدالمجید کاردانی با اشاره به این موضوع اظهار کرد: متأسفانه ورود کالای بی‌کیفیت در زمینه منسوجات به کشور باعث شده بسیاری از واحدهای تولیدی نساجی تعطیل یا نیمه‌فعال شوند که این امر می‌تواند زنگ خطری برای مسئولان امر باشد که اگر رسیدگی به آن در دستور کار قرار نگیرد به حتم می‌تواند استان و کشور را به‌عنوان مصرف‌کننده این محصولات در جامعه بین‌المللی مطرح کند و به جای ارزآوری، خروج ارز را به همراه داشته باشد.

روزآمدی ماشین‌آلات و تجهیزات از فرآیندهایی است که می‌تواند کمک زیادی به ایجاد ارزش افزوده کند و ارتباطی مستقیم نیز با رقابت‌پذیری محصول در بازارهای هدف با کالای مشابه دارد. کاردانی با بیان این مطلب ادامه داد: با توجه به استفاده از فناوری‌های نانو در تمام محصولات به‌ویژه صنایع نساجی به نظر می‌رسد هر چه واحدهای تولیدی دسترسی بیشتری به این فناوری داشته باشند و در تولید محصول از آن بیشتر بهره ببرند، می‌توان گفت در ایجاد شرایط رقابتی برای کالای تولیدی



اصلی‌ترین زیرساخت‌های تولید از سوی سازمان‌های مربوط در رونق چرخ تولید کمک زیادی می‌کند. شریف‌پور بوشهری با تاکید بر حمایت نشدن صنعت نساجی استان از سوی دستگاه‌های مختلف مرتبط با تولید گفت: متأسفانه این حمایت‌های نامناسب باعث شده بسیاری از واحدهای تولیدی نیمه‌فعال یا تعطیل شوند که این امر آسیب‌های جبران‌ناپذیری را برای تولید و اقتصاد استان به همراه داشته است.

می‌توان شاهد بود؛ رییس اتاق بازرگانی بوشهر در گفت‌وگو با صمت با بیان این مطلب افزود: متأسفانه بیشتر صنایع راهبردی و کاربردی استان به دلایل مختلف تعطیل یا نیمه‌فعال شده‌اند که این امر آسیب‌های جبران‌ناپذیری را به پیکره اقتصاد و اشتغال استان زده است. رکود در صنایع، ریشه در عوامل مختلفی مانند تحریم، نبود بازار فروش، تامین مواد اولیه و بالا بودن هزینه‌های سربار دارد که می‌تواند هر صنعت



## کاربرد فناوری نانو در صنعت کفپوش‌های نساجی

### مقدمه

فناوری نانو مفهوم جدیدی نیست اما بازتعریف آن در ده‌های اخیر چشم‌انداز مهمی برای توسعه ایجاد کرده است. فناوری نانو به کاربرد ساختارهایی با حداقل یک بعد در مقیاس نانو، برای ساخت مواد، دستگاه یا سامانه‌های ایجادکننده خواص نوین یا بهبودیافته می‌پردازد. جذابیت‌های حاصل از نانو نه تنها دانشمندان بلکه بازارهای صنعتی را نیز به سرعت به خود جذب کرده است. در این گزارش، به برخی از کاربردهای فناوری نانو در کفپوش‌های نساجی (شامل انواع فرش و موکت) به عنوان یکی از بزرگترین حوزه‌های صنعت نساجی پرداخته شده است.

### ۱- صنعت کفپوش

کفپوش‌ها نقش مهمی در زندگی امروز ما ایفا می‌کنند و کاربردهای متنوعی دارند. به طور کلی کفپوش‌ها به دسته‌های مختلفی تقسیم می‌شوند؛ کفپوش‌های ورزشی، صنعتی، زینتی، خانگی و غیره که این تنوع باعث گستردگی این صنعت نیز شده است. از دیدگاهی دیگر، کفپوش‌ها به انواع دستی و ماشینی دسته‌بندی می‌شوند. هرچند ممکن

است کفپوش‌های دست‌باف، از تنوع زیادی همچون کفپوش‌های مصنوعی و ماشینی برخوردار نباشند، اما از برتری‌های منحصر به فردی برخوردارند. از مهمترین کفپوش‌های مصنوعی می‌توان به انواع چمن‌های مصنوعی، کفپوش‌های PVC و لمینیت، کفپوش‌های چوبی و پارکت، انواع سنگ، موکت‌های نمدی و تافتینگ، فرش‌های ماشینی بافته شده در تراکم‌ها و بافت‌های مختلف، کفپوش‌های پلیمری و کفپوش‌های ترکیبی پلیمری، منسوج، سرامیک، کاشی و غیره اشاره کرد. از میان دستبافته‌ها در صنعت کفپوش می‌توان به فرش‌های دستباف، انواع گلیم، جاجیم، گبه، نمد و حصیر اشاره کرد. البته گاهی مفروش‌های دست‌باف به قدری زیبا، ظریف و ارزشمند هستند که از کفپوش به دیوارپوش تبدیل می‌شوند و فضای منزل را آذین‌بندی می‌کنند. تنوع زیاد و روزافزون موجود در صنعت کفپوش موجب شده است تا در انتخاب کفپوش، عوامل بسیار زیادی در نظر گرفته شود.

پیش‌بینی‌های صورت گرفته در سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد که میزان تقاضا برای فرش و کفپوش‌ها تا سال ۲۰۱۶ میلادی با رشد ۹٫۴

درصدی به حدود ۶٫۱۸ میلیارد مترمربع در سال خواهد رسید. این در حالی است که میزان ارزش بازار جهانی کفپوش‌ها با ۸٫۶ درصد افزایش به عدد ۲۷۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ خواهد رسید. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که در سال‌های آینده، بازار کشورهای آسیایی از رشد مناسبی برخوردار خواهند بود. مهم‌ترین دلیل رشد این بخش، صنعتی شدن و افزایش درآمد سرانه در این کشورها است که منجر به افزایش توان خرید مردم شده است. کشور چین به عنوان بزرگ‌ترین بازار مصرف کفپوش‌های جهان یک‌سوم از تقاضاهای جدید ایجادشده در بازار تا سال ۲۰۱۶ را به خود اختصاص خواهد داد. بازار صنعت کفپوش در آمریکا و کانادا به دلیل غلبه بر بحران ساخت‌وساز مسکن و رشد تولید خودرو در رتبه دوم و سوم قرار می‌گیرد [۱].

صنعت کفپوش را می‌توان از نظر روش تولید و کاربرد محصول نهایی، مطابق شکل ۱ تقسیم‌بندی کرد [۲]. همانطور که در این شکل مشاهده می‌شود، کفپوش‌های خانگی بیشترین سهم بازار کفپوش‌های صنعتی را به خود اختصاص داده‌اند (۵۹ درصد) و سهم کفپوش‌های به کار رفته در وسایل نقلیه، تنها

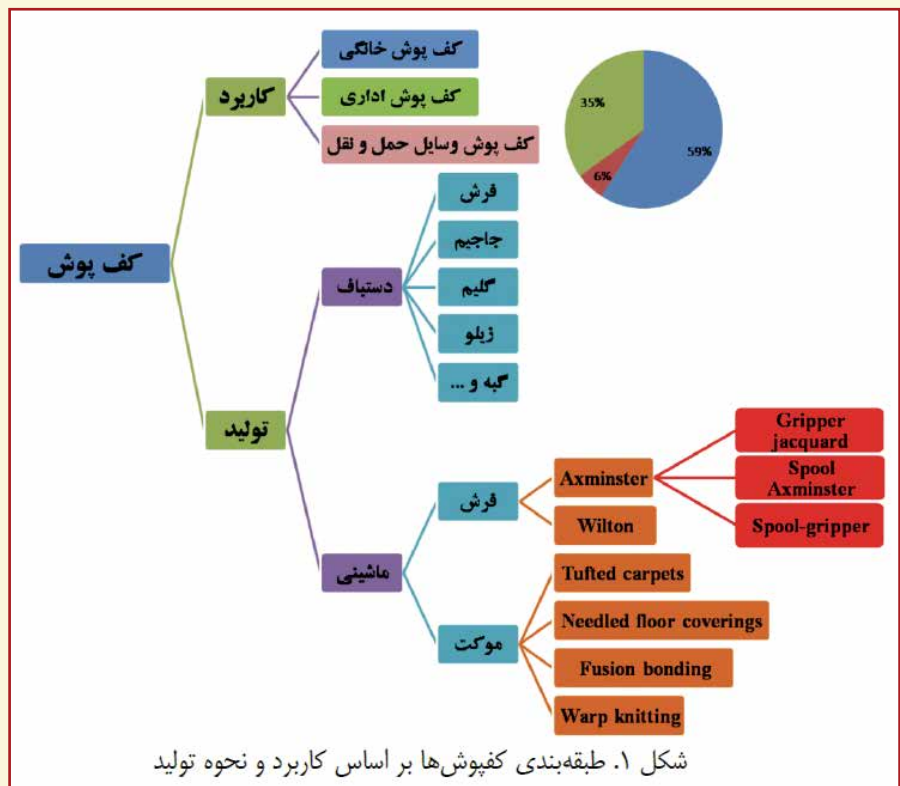
دوام و ایجاد خصوصیات ویژه در کفپوش ها و برآورده ساختن نیاز مشتریان از جمله عوامل مهم تقویت جایگاه این صنعت و افزایش سهم آن در بازار به شمار می رود. وجود قابلیت های نوین نظیر ضدآب و لکه، ضد بو، خودتمیزشوندگی، ضد میکروب، مقاومت در برابر چروک، ضد الکتریسته ساکن، کندسوزی و جلوه های ظاهری متفاوت، از جمله معیارهای جدید مشتریان در انتخاب کفپوش های منسوج است. بنابراین، فناوری نانو با قابلیت ایجاد خصوصیات متفاوت در این محصولات از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

### ۳- پتانسیل به کارگیری فناوری نانو در صنعت کفپوش های نساجی

عمده ترین الیاف مورد استفاده بر سطح و پشت کفپوش های نساجی، به تفکیک در شکل ۲ نشان داده شده اند. به کارگیری فناوری نانو در بخش های مختلف تولیدالیاف و تکمیل محصول نهایی امکان پذیر است. از جمله کاربردهای فناوری نانو در صنعت کفپوش می توان به موارد زیر اشاره کرد:

#### ۳-۱- استفاده از فناوری نانو در مرحله تولید الیاف مصنوعی مورد استفاده در کفپوش های منسوج

درفرآیند تولید الیاف مصنوعی نظیر الیاف پلی استر، پلی پروپیلن، نایلون و اکریلیک می توان با افزودن نانوساختارهای نقره، دی اکسیدتیتانیوم، اکسیدروی، نانو رس و نانولوله کربن ضمن ارتقاء رنگ پذیری و خواص مکانیکی این الیاف، خواصی نظیر ضد میکروبی، خودتمیزشوندگی، ضد بو، محافظت در برابر پرتو فرابنفش و کندسوزی ایجاد نمود که نتیجه آن، ارتقاء خواص نهایی کفپوش حاصل است. برخی از شرکت های داخلی و خارجی تولید کننده فرش و نخ فرش که در تولید محصول خود از فناوری نانو استفاده کرده اند، در جدول ۱ به اختصار بیان شده اند.



شکل ۱. طبقه بندی کفپوش ها بر اساس کاربرد و نحوه تولید

توجه کفپوش های منسوج (فرش و موکت) در صنعت کفپوش، در این گزارش به اهمیت به کارگیری فناوری نانو در این نوع کفپوش ها پرداخته می شود.

#### ۳-۲- اهمیت کاربرد فناوری نانو در تولید کفپوش های منسوج

نوآوری در جلب نظر مصرف کننده یکی از شاخصه های اصلی هر صنعت است. کیفیت،

۶ درصد از کل کفپوش های صنعتی تولید شده می باشد. از جمله رایج ترین کفپوش های خانگی، فرش (دست باف و ماشینی) و موکت است که البته در محیط های اداری و وسایل حمل و نقل نیز کاربرد دارند. در تولید این نوع کفپوش ها از انواع الیاف، نخ و بافت استفاده می شود و با توجه به سلیقه مردم هر کشور یا منطقه، نوع بافت، تراکم و نوع الیاف به کار رفته در آنها متفاوت است. با توجه به سهم قابل



شکل ۲. الیاف مورد استفاده در کفپوش های نساجی [۲]

جدول ۱. برخی از شرکت‌های تولیدکننده فرش و نخ فرش مبتنی بر فناوری نانو

شرکت	محصولات تجاری
SteriTouch	تولید نخ نایلونی و پلی پروپیلن ضد میکروب با نام تجاری freshfibers™
RadiciGroup	نخ نایلون ۶ ضد میکروب با استفاده از فناوری ضد میکروبی AlphaSan® (سرامیک زیرکونیم فسفات حاوی نانو ذرات نقره)
	نخ ضد میکروب با نام تجاری Starlight® feel و با ذوب‌ریسی الیاف پلی‌استر حاوی نانو ذرات فلزی نقره درون ماتریس دی‌اکسیدسیلیکون
TWD Fibres GmbH	نخ فیلامنتی فوق آب‌گریز با اثر خودتمیزشوندگی پایدار
	نخ پلی‌امید ۶۶ CARR TIMBERLLE® حاوی یون نقره با خواص ضد میکروبی
Mohawk	نخ پلی‌امید ۶۶ PerfomanZ TIMBERLLE® حاوی یون روی با خواص ضد میکروبی و کندسوزی
	تولید الیاف ضد لکه و ضد آب SmartStrand® با نانو فناوری پیشرفته Nanoloc™
Beaulieu Group, LLC	افزودن نانو ذرات فلزی مس و روی حین ریسندگی الیاف فرش ضد میکروب با نام Silver Release®
تهران زرین	نخ پلی‌امید با خاصیت ضد میکروب حاوی نانو ذرات نقره/TiO <sub>2</sub>

ترکیبات ضد بید به وجود آورده است. ترکیبات ضد بید مناسب علاوه بر عدم ایجاد آسیب بر محیط زیست و سلامت انسان، باید در طول مدت زمان استفاده از کفپوش پایدار باشند. به این منظور از مواد تکمیلی ضد بید حین فرایند رنگرزی الیاف پشمی استفاده می‌شود. استفاده از نانوکپسول‌های حاوی ترکیبات ضد

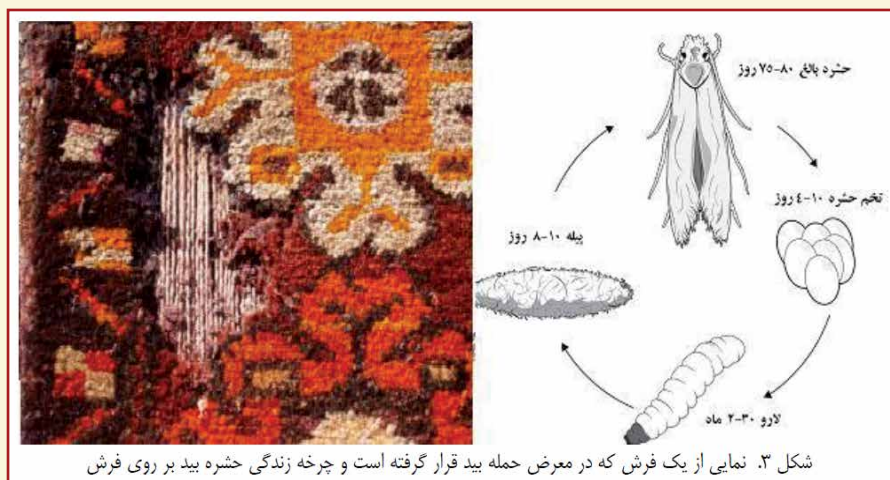
در معرض حمله حشراتی نظیر بید قرار می‌گیرند. محیط تاریک و مرطوب با دمایی در محدوده ۲۵-۳۵ درجه سانتی‌گراد شرایط مناسب برای بقای این حشره به شمار می‌آید. طول عمر بید روی فرش حدود ۶ الی ۹ ماه است. همین امر لزوم تکمیل منسوجات حجیم نظیر فرش و کفپوش‌ها را در زمان تولید با

در نوآوری به ثبت رسیده در سال ۲۰۰۹ با شماره ثبت TW ۲۰۰۹۴۰۷۷۹، طی فرایند ذوب‌ریسی الیاف نایلون، پلی-پروپیلن و پلی‌استر مورد مصرف در فرش، زغال فعال و نانو نقره افزوده شد. این مواد علاوه بر ایجاد خواصی نظیر ذخیره انرژی، عایق حرارتی و ضد بو، سبب افزایش طول عمر فرش خواهند شد [۳]. در سال ۲۰۱۰، لیف پلی پروپیلن مقاوم به آتش حاوی نانو ذرات سلنیوم نیز تولید شد. در این نوآوری، مسترچ ضد آتش حاوی ۱۰ تا ۲۰ درصد نانو ذره سلنیوم به کار برده شد [۴].

### ۲-۳- تکمیل کفپوش‌های منسوج با استفاده از فناوری نانو

#### ۱-۲-۳ تکمیل ضد بید

پشم از جمله مهم‌ترین الیافی است که به طور گسترده در تولید فرش و کفپوش‌هایی نظیر نم مورد استفاده قرار می‌گیرد. الیاف پشم به دلیل حضور پروتئین در ساختارشان





شکل ۴. نمایی از مایت‌های موجود بر کفپوش

آمفوتری بر نخ فیلامنتی پلی استر اعمال شده و پشت فرش ماشینی نیز با روش افشانه به این مواد آغشته شده است [۲۲].

### ۳-۲-۳ تکمیل ضد قارچ و پوسیدگی

الیاف طبیعی نظیر جوت یا پشم که در ساختار کفپوش‌هایی نظیر فرش استفاده می‌شوند، ممکن است در محیط مرطوب در معرض حمله قارچ‌ها قرار گرفته و منجر به کاهش استحکام و از دست رفتن کیفیت فرش شوند. از سوی دیگر استفاده از آهار نشاسته بر الیاف فرش، احتمال حمله میکروارگانیسم‌ها به فرش را افزایش می‌دهد از سوی دیگر حضور ترکیباتی نظیر تیمارین، ریوفلاوین، پیریدوکسین، کلسیم، منیزیم، آهن، کبالت، قلع، منگنز، سیلیسیوم و فسفر موجب افزایش رشد میکروارگانیسم‌ها و احتمال تجزیه جزء سلولزی (همچون جوت) می‌شود. از جمله روش‌های موجود، درگیر کردن گروه‌های هیدروکسیل و یا استفاده از ترکیبات ضد قارچ در تکمیل کفپوش می‌باشد. نانوذرات دی اکسید تیتانیوم از جمله ترکیبات نانوساختاری است که به این منظور استفاده می‌شود.

در سال ۲۰۰۱ نوآوری با عنوان فرش ضدقارچ آنتی بیوتیک به شماره CN ۰۰۲۵۹۳۵۷ به

با ترکیبات مصنوعی مانند نایلون و پلی پروپیلن می‌توان از نانو ذراتی مانند اکسید روی، اکسید مس، دی اکسید تیتانیوم و نانو ذرات نقره و طلا برای ایجاد خواص ضد میکروبی استفاده کرد.

شرکت آمریکایی Beulieu محلول ضد میکروبی حاوی نانوذرات روی تهیه کرده است که برای محصولات مختلف از جمله انواع کفپوش‌ها قابل استفاده است. کفپوش ضد میکروب تولید شده برای کاربرد در محل‌هایی که به علت عبور و مرور بسیار زیاد مستعد رشد میکروب هستند، بسیار مناسب است [۱۶]. شرکت Danfloor انگلستان پوشش ضد میکروب پایداری روی الیاف فرش بانام تجاری **mædical™ i-Link™** ارائه نموده است.

شرکت نساجی فرخ سپهر کاشان (گروه نساجی فرهی) نیز با نوآوری ثبت شده به شماره ۷۸۷۸۳ تحت عنوان «اصلاح ساختار سطحی و شیمیایی فیلامنت پلی استر با استفاده از ترکیبات پلی یورتان و نانو ذرات مس جهت استفاده در فرش ضد باکتری» اقدام به طراحی، تولید و توزیع فرش‌های بدون پرز و حساسیت نموده است. در این محصول، کلوتیدنانونقره حاوی ماده اتصال دهنده عرضی و سطح فعال

بید و یا رنگینه‌های طبیعی دارای این خاصیت در فرایند رنگرزی پشم، از جمله کاربردهای فناوری نانو در این بخش می‌باشد. گروهی از محققین در تحقیقات خود دریافته‌اند که با استفاده از دی اکسید تیتانیوم در تکمیل فرش پشمی، می‌توان خاصیت ضد بید ایجاد نمود [۱۴].

### ۳-۲-۲ تکمیل ضد میکروب و مایت

مایت‌ها موجوداتی میکروسکوپی هستند که به گروه کنه‌ها تعلق دارند و در فضای داخلی اماکنی که از رطوبت بالایی برخوردارند، زندگی می‌کنند. مایت‌ها برای سلامتی انسان مضر هستند و اغلب باعث واکنش‌های آلرژیک مثل آسم می‌شوند. مایت‌ها از مواد آلی موجود در گرد و خاک خانه تغذیه می‌کنند که قسمت اعظم این مواد آلی شامل سلول‌های مرده پوست بدن انسان، قارچ‌ها و ذرات ریز مواد غذایی پخش شده در سطح خانه است. مایت‌ها ذرات مرطوب را جذب می‌کنند. استفاده از نانوذرات فلزی نظیر نقره، روی و همچنین نانوحامل‌های حاوی مواد از بین برنده مایت‌ها همچون نانوکپسول‌های کیتوسان حاوی **Eugenol** برای حصول این هدف گزارش شده است. امکان استفاده از نانوساختارهای مذکور در مرحله رنگرزی الیاف و همچنین در مرحله تکمیل به روش افشانه وجود دارد.

با آغستن الیاف پشم به نانوذرات نقره و دی اکسید سیلیس حامل نقره می‌توان الیاف ضد میکروب با استحکام بالاتر تولید کرد. ضمن اینکه قدرت رنگی و ثبات رنگی آنها نیز افزایش خواهد یافت [۱۱]. عمل نمودن لیف پشمی با نانوذرات زیرکونیوم به عنوان دندان در رنگرزی گیاهی موجب ایجاد خواص ضد میکروبی و کندسوزی در لیف رنگ شده خواهد شد. بهترین خاصیت ضد میکروبی و کندسوزی در روش رنگرزی پس دندان به دست می‌آید [۱۳]. در کفپوش‌های تهیه شده از الیاف

آب شده است. همچنین محصول این شرکت با نام **Ceracoat textile care** ماده ای ضد آب است که پس از عمل نمودن منسوج با این ماده، خواص ضد آب تا ۴۵ چرخه ی شستشویی پایدار است [۱۸].

شرکت **NANO LIFE EUROPE** نانوذرات دی اکسید سیلیسیم ( $\text{SiO}_2$ ) تولید شده به روش سل-ژل را به دو حالت مناسب برای استفاده صنعتی و خانگی ارائه می کند. نانوذرات مذکور برای سطوح مختلف از جمله منسوجات تولید می شوند و سبب تسهیل پاک سازی منسوجات و ایجاد خاصیت دافع آب و روغن بر منسوجات می شود. نتایج حاصل نشان می دهد اسپری کردن این محصول بر روی منسوجات به صورت تماس ۱۱۲ و ۱۱۷ درجه ای قطره آب با سطح می شود که نشان از ایجاد خاصیت دافع آب مناسب بر این سطوح می باشد.

شرکت **Atlas Hali** ترکیه با بهره گیری از فناوری نانو و با استفاده از نانوذرات فوتوکاتالیست نظیر دی اکسید تیتانیوم، موفق به تولید کفپوش های خودتمیزشونده شده است. لکه ها به جا مانده بر روی الیاف سازنده کفپوش، در معرض نورخورشید و در اثر خاصیت فوتوکاتالیستی این ماده نانوساختار تجزیه شده و برطرف می شوند. استفاده از این تکمیل به ویژه بر روی موکت های تافتینگ با رنگ روشن و متشکل از الیاف اکریلیک و پلی استر پیشنهاد شده است [۲۴].

در سال ۲۰۰۵، محققان چینی روشی نوین برای تولید کفپوش خودتمیزشونده با شماره **A CN ۱۶۸۷۵۰۶** به ثبت رساندند. در این روش، فرش با محلولی حاوی نانوذرات دی اکسید تیتانیوم در دمای ۳۰ درجه سانتیگراد و در نسبت وزنی فرش ۱ به ۱۰ عمل شد. وزن نانوذرات به کار رفته در این

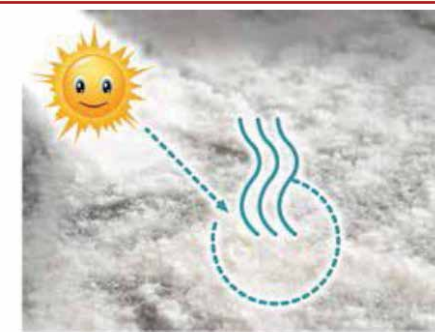
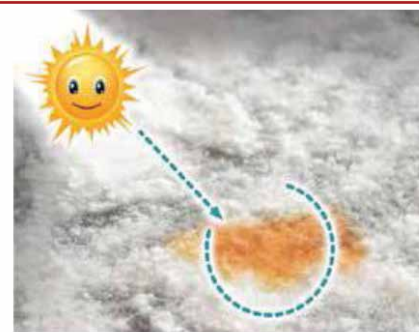


فرش



موکت

شکل ۵. نمونه ای از فرش و موکت دافع آب/روغن با استفاده از نانو مواد



شکل ۶ از بین رفتن لکه های ایجاد شده بر کفپوش منسوج در اثر تابش نورخورشید مانع ایجاد بوی نامطبوع در کفپوش می شود

### ۳-۲-۴ تکمیل دافع آب، لکه و خودتمیزشونده

تکمیل های دفع کننده آب و لکه های خشک و روغنی، در منسوجات مختلف از قبیل پوشاک، کفپوش های خانگی و صنعتی دارای اهمیت هستند. با به کارگیری فناوری نانو در عملیات تولید یا تکمیل منسوج، قطرات مایع (اعم از آب، روغن) بر سطح این منسوجات به صورت قطره باقی مانده و پخش نمی شوند (شکل ۵). این خاصیت با استفاده از انواع نانو ذراتی از قبیل دی اکسید تیتانیوم، لایه سیلوکسان، نانولوله های کربن و غیره قابل ایجاد است.

شرکت سوئیسی **Ceracoat Ceramic** با استفاده از نانو ذرات سرامیکی و ایجاد پوشش سرامیکی موفق به تولید مواد ضد آتش و ضد

ثبت رسید [۱۹]. در این نوآوری، پشت فرش با لایه ضد قارچی حاوی نانو ذرات نقره پوشش داده شده است. مزیت این روش ایجاد عملکرد ضد میکروبی خوب، تولید ساده و هزینه اندک است.

علاوه بر انجام تکمیل، می توان با افشاندن ماده ضدقارچ بر کفپوش از آن محافظت کرد. برای مثال، در نوآوری ثبت شده با شماره **CN ۲۰۱۰۵۱۰۲۳۸** در سال ۲۰۱۲، اسپری ضد قارچ حاوی نانو ذرات نقره، موادافزودنی، هیدروژن پراکسید و آب مقطر برای جلوگیری سریع از رشد قارچ روی کفپوش ها و میلمان تهیه شد. در این اسپری، نانو نقره توسط پراکسید هیدروژن اکسید می شود در نتیجه خواص ضد قارچ و استرلیزه کردن به وجود می آورد [۲۱].

نانو ذراتی نظیر نقره، تیتانیوم و روی بر سطح الیاف موجب ایجاد خواص ضد میکروبی، آنتی استاتیک، محافظت در برابر پرتو فرابنفش، دفع آب و کندسوزی می شود. از افشانه های خانگی حاوی نانو ذرات نیز می توان برای کاهش میزان الکتریسیته ساکن کفپوش ها استفاده کرد. شرکت **Nanex** بلژیک افشانه ای حاوی نانو ذرات برای کاربرد خانگی ارائه نموده است.

### ۳-۲-۷ تکمیل معطر

کفپوش های معطر با استفاده از نانوحامل هایی نظیر سیکلودکستین (مولکول های حلقوی)، پلیمرهای درخت سان و یا انواع نانوکپسول های پلیمری قابل تولید می باشند.

ماده معطر درون حفره میانی مواد مذکور قرار گرفته و بر اثر فشار ناشی از راه رفتن بر روی فرش رها شده و رایحه مورد نظر را در محیط آزاد می کند.

استفاده از نانو ذرات خاکستر بامبو در مرحله تولید الیاف کفپوش نظیر نایلون، پلی پروپیلن و پلی استر نیز می تواند علاوه بر حبس مولکول های ایجاد کننده بو در منافذ نانومتری موجود در خاکستر بامبو، سبب افزایش خاصیت عایق حرارتی این الیاف شده و گرمی بیشتری در محیط ایجاد نماید.

شرکت **Beaulieu Group, LLC** فرش

شرکت تولیدی نیمابافت، تولیدکننده فرش ماهور دو فرش ضد آب و ضد آتش با استفاده از فناوری نانو تولید کرده است که در نمایشگاه بین المللی کفپوش ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته در سال ۱۳۹۴ ارائه شد [۲۳].

### ۳-۲-۶ تکمیل ضد الکتریسیته ساکن

به منظور ممانعت از ایجاد الکتریسیته ساکن در کفپوش های منسوج، الیاف مصنوعی و پشم باید با مواد افزودنی آنتی-استاتیک تکمیل شده و یا از سییم های فلزی یا الیاف کربن در ساختار کفپوش استفاده شود. به طور کلی مواد تکمیلی آنتی-استاتیک که روی الیاف اعمال می شوند با افزایش رسانایی سطح لیف و یا کاهش اصطکاک میان الیاف، مانع ایجاد الکتریسیته ساکن می شوند. استفاده از نانو ذرات کربن در مرحله تولید الیاف و یا استفاده از دیسپرسیون این ذرات به عنوان ماده تکمیلی بر روی الیاف می تواند با افزایش میزان رسانش و امکان انتقال الکترون، سبب کاهش میزان الکتریسیته ساکن بر روی الیاف کفپوش های منسوج شوند. استفاده از نانو ذرات فلزی نظیر نقره، مس، روی و نیکل علاوه بر کاهش میزان الکتریسیته ساکن در الیاف منجر به ایجاد خواص دیگری از جمله ضد میکروب و ضد پرتو فرابنفش نیز خواهد شد. در مورد کفپوش های اکریلیکی، پوشش

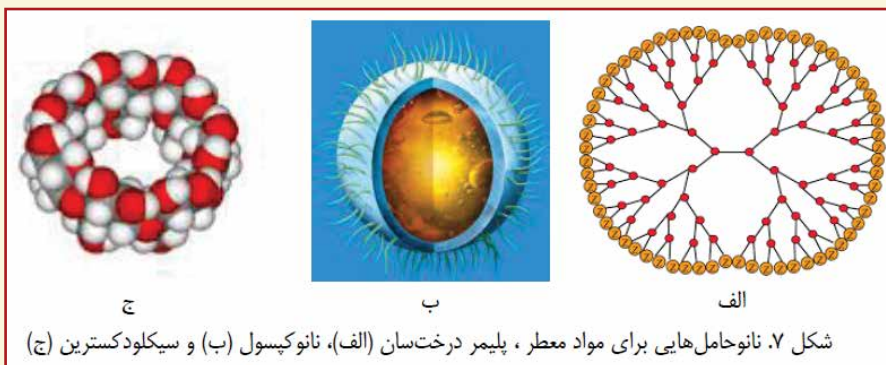
روش، ۱ تا ۲،۵ درصد وزنی فرش با ابعاد ۲۰-۴۰ نانومتر است [۲۰].

### ۳-۲-۵ تکمیل کندسوز

از نانو ساختارهایی نظیر نانولوله کربن و یا نانو ذرات سیلیس می توان در مرحله تولید مستریج الیاف مصنوعی استفاده نمود و به این ترتیب الیاف مصنوعی نظیر نایلون، پلی استر، پلی پروپیلن و اکریلیک با قابلیت کندسوزی تولید نمود. از سوی دیگر می توان از سوسپانسیون این نانو ذرات در مرحله تکمیل کفپوش های تولید شده از الیاف طبیعی یا مصنوعی به روش افشانه استفاده نمود. اختلاط نانو ذرات یاد شده با رزین پوشش دهنده پشت کفپوش هایی نظیر موکت یا فرش های ماشینی منجر به ایجاد خاصیت کندسوزی در این منسوجات می شود.

شرکت **Nyacol** دیسپرسیون های کلوئیدی و پودرهایی متشکل از نانو ذرات پنتاکسید آنتیمونی (**APO**) با ابعاد حدود ۵ نانومتر تولید نموده است. این شرکت محصولات خود را با نام های تجاری **Nycol** (دیسپرسیون پایه آب)، **BurnEX** (پودر پنتاکسید آنتیمونی برای مصرف در پلیمرها و محیط های حلال) و **NYAGRAPH** و **NYACHAR** ارائه می نماید.

شرکت سوئیس **Ceracoat Ceramic** با استفاده از نانو ذرات سرامیکی و ایجاد پوشش سرامیکی موفق به تولید مواد ضد آتش و ضد آب شده است. ماده ضد آتش با نام تجاری **CERACOATTM**، ماده ای غیرسمی، با کارایی بالا، محلول در آب، بی رنگ و بدون بو است که با اسپری کردن آن روی منسوجات نظیر مبلمان و کفپوش ها، لایه ای نانوسرامیکی ایجاد می کند که در برابر آتش مقاوم می باشد [۱۸].



معطری با نام تجاری **Magic fresh**® به بازار ارائه کرده است.

### ۳-۲-۸ تکمیل ضد پرتو فرابنفش

اغلب منسوجات و به ویژه کفپوش هایی که در معرض تابش نور خورشید قرار می گیرند در بلند مدت دچار رنگ پریدگی و کاهش استحکام می شوند.

نانوذرات اکسید فلزی نظیر اکسید روی به عنوان ماده محافظ در برابر پرتو فرابنفش در مقایسه با



شکل ۸. نمایی از رنگ پریدگی ایجاد شده در یک موکت در اثر تابش نور خورشید

مواد محافظ آلی بسیار پایدارترند. این مواد به دلیل افزایش مساحت سطح و جذب پرتوها در ناحیه فرابنفش، از منسوجات در برابر این پرتو محافظت می نمایند. نانوذرات اکسیدروی نسبت به نانوذرات نقره در تکمیل ضد میکروبی نیز مقرون به صرفه تراند و خواص محافظت در برابر پرتو فرابنفش بهتری ایجاد می کنند. این تکمیل برای الیاف پلی پروپیلن مصرفی در فرش می تواند حائز اهمیت باشد [۱۷].

### ۳-۳ بهبود رنگ پذیری الیاف

#### با استفاده از فناوری نانو

با کمک فناوری نانو می توان سطح الیاف طبیعی نظیر پشم، ابریشم، پنبه و جوت را به گونه ای تغییر داد که سبب افزایش قدرت رنگی

و ثبات رنگی الیاف شود. فناوری نانو همچنین از پتانسیل بالایی برای بهبود خواص رنگی و فیزیکی الیاف مصنوعی برخوردار است. نانو موادی نظیر درخت سان ها، سیکلودکسترین ها، رس، کیتوسان و ذرات فلزی در این زمینه مورد استفاده قرار می گیرند.

سیکلودکسترین ها برای اصلاح سطحی پارچه های پنبه ای، پلی استری، پشمی، پلی پروپیلنی و غیره به منظور افزایش جذب رنگزا توسط پارچه و بهبود ثبات شستشویی استفاده شده اند. بهبود ثبات سایشی منسوجات رنگ شده با این مواد نیز در برخی موارد گزارش شده است [۵-۷].

پلی پروپیلن ایمینوپلی آمیدو آمیندو از جمله پلیمرهای درخت سان پر کاربرد با گروه انتهایی آمین است. وجود گروه های انتهایی زیاد باعث شده تا این مواد کاربرد زیادی در اصلاح منسوجات نایلونی داشته باشند. از سوی دیگر استفاده از این مواد در منسوجات پنبه ای، پشمی و غیره علاوه بر بهبود رنگرزی، خواص ضد میکروبی منحصر به فردی نیز به همراه دارد [۸، ۹]. این مواد با اندازه مولکولی کوچک، به راحتی درون لیف نفوذ می کنند و رمق کشی و تثبیت رنگ های راکتیو روی الیاف اصلاح یافته را بهبود می بخشند [۹]. محققان نشان داده اند که عمل کردن پارچه پشمی، ابریشمی و پنبه ای با نانو ذرات نقره علاوه بر خواص ضد میکروبی، استحکام کششی و عمق رنگی این پارچه ها را نیز بهبود می بخشد [۱۰].

### ۳-۴ بهبود آهار نخ تار ریسندگی

فناوری نانو فرصتی جدید برای بررسی و ایجاد ویژگی های منحصر به فرد در مواد افزودنی شیمیایی نخ تار ایجاد می کند. اندازه کوچک و مساحت سطحی بالای این مواد در نخ موجب تغییر خواص نخ می شود. تلاش های صورت گرفته برای بهبود خواص نخ با آهارهای تجاری متداول هنوز موفقیت های پایداری را ایجاد نکرده است. افزودن نانومواد به مواد آهار سبب

نفوذ نانوذرات درون دسته الیاف و بهبود چسبندگی لیف و عملکرد بافندگی می شود [۲۵]. افزودن نانوذرات **SiO<sub>2</sub>** به آهار نشاسته موجب افزایش چسبندگی آهار به الیاف پنبه و پلی استر می شود. در پژوهشی مقدار بهینه نانوذرات افزوده شده برای بهبود چسبندگی حدود ۰-۱-۰،۵ درصد عنوان شده است [۲۶]. در نوآوری ثبت شده در سال ۲۰۰۹ به شماره **۱۰۱۵۴۵۲۰۴ A CN** از نانو مواد در آهار نشاسته استفاده شد. در این نوآوری، از نانو سل سیلیکا، آلومینا و تیتانیوم با اندازه ذرات ۱-۳۰۰ نانومتر در نسبت وزنی ۱-۳۰ درصد آهار نشاسته استفاده شد. نمونه ای از آهار نخ تار پلی استر پیشنهاد شده در این نوآوری عبارت است از نانو سیلیکا ۱،۱ درصد، نانو تیتانیوم ۱،۴ درصد، نانو آلومینا ۱ درصد، واکس ۲ درصد، رزین پلی استرمایع ۱۵ درصد، پلی وینیل الکل ۳۰ درصد و نشاسته اصلاح شده ۴۹،۵ درصد [۲۷].

شرکت **Zydex**® مواد آهاری ویژه ای را حاوی نانوذرات روانه بازار کرده است. برای مثال، محصول **NAJ F ۳۰۰۰ R** رزین پلی استر با وزن مولکولی بالا حاوی نانوذرات است که برای آهار زنی نخ پلی استر چند فیلامنتی بسیار ظریف تولید شده است. این رزین برای بافندگی فیلامنت های ظریف در ماشین های جت هوا و پروژکتایل مناسب است [۲۸].

### ۴- جمع بندی

ارتقاء خواص کفپوش های نساجی و ایجاد ویژگی های نوین نظیر ضد آب و لکه، ضد بو، خودتمیز شونده، ضد میکروب و کندسوزی از جمله اهداف جدید صنایع تولید کفپوش در جذب مشتری و ماندگاری در بازارهای داخلی و جهانی است. در این زمینه فناوری نانو با قابلیت ایجاد خصوصیات ذکر شده در کفپوش ها از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. با استفاده از فناوری نانو می توان خواص کفپوش های نساجی را در هر یک از مراحل زنجیره تولید آنها از قبیل تولید الیاف، ریسندگی، رنگرزی و تکمیل تحت تأثیر قرار داد.





## در مذمت سیاست‌زدگی

مسعود خوانساری رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

روی سکه است. موضوع دیگر به بررسی کارنامه دولت بازمی‌گردد. آیا دولت یازدهم به همان اندازه که منتقدانش می‌گویند، بی‌اثر بوده؟ یا اینکه به میزانی که مدافعانش تاکید می‌کنند، اقتصاد ایران را به اوج رسانده است؟ قطعاً پاسخ هر دو سوال منفی است، اما بهتر است با دیدی روشن و منصفانه کارنامه دولت را در آستانه هفته دولت قضاوت کنیم.

### دولت چه کرد؟

آمارها نشان می‌دهد که دولت یازدهم در برخی حوزه‌ها اقدامات موثری به انجام رسانده است. کاهش تورم از ۴۲ درصد به ۹٫۵ درصد، کاهش میزان قاچاق از ۲۵ میلیارد دلار به ۱۵ میلیارد دلار (اگرچه رقم واقعی قاچاق کالا مشخص نیست)، افزایش میزان صادرات نفت از ۱٫۱ میلیون بشکه به ۲٫۱ میلیون بشکه در روز، افزایش میزان صادرات غیرنفتی نسبت به واردات که برای اولین بار طی ۵ دهه اخیر

ما آموخته که جوهر سیاست چنان پررنگ است که هر کاغذی را سیاه می‌کند و نقش‌های سیاست چنان به مذاق عده‌ای خوش می‌آید که زیبایی‌های دیگر را در نگاه آنان می‌پوشاند. واقعیت این است که بخش خصوصی ایران و از آن مهم‌تر کلیت اقتصاد ایران خسته از این مناقشات بی‌نتیجه است. حتی جامعه ایرانی و شهروندان این کشور نیز بیش از آنکه دل‌بسته جناح و گروهی خاص باشند، چشم‌به‌راه طرح‌ها و ایده‌های موثر برای نجات اقتصاد ایران از رکود و رهایی فرزندانشان از دام بیکاری هستند. بخش خصوصی به صراحت از گسترش جو سیاست‌زدگی نگران است. سیاست‌زدگی باعث افزایش تنش و از میان رفتن ثبات در تصمیم‌گیری‌ها و فضای حاکم بر کلیت اقتصاد کشور می‌شود؛ بنابراین هیچ صاحب کسب‌وکاری علاقه‌مند نیست که این وضعیت در کشور حاکم شود، اما این یک

به‌طور حتم اگر روزی قرار بر نقد عملکرد دولت باشد، کابینه یازدهم بیش از آنکه برای اقداماتی که انجام داده نقد شود، برای تصمیماتی که نگرفته و اقداماتی که انجام نداده سرزنش می‌شود. این ویژگی بزرگ دولت یازدهم است که تصمیمات اشتباه کمی گرفته و البته ضعف دولت نیز این است که برخی تصمیمات درست را با جسارت اجرایی نکرده است. سه سال از عمر دولت یازدهم می‌گذرد و هرچه به پایان عمر دولت نزدیک‌تر می‌شویم، موج انتقادات و گاهی تخریب‌ها نیز شدت می‌گیرد.

فضای سیاسی چنان بر بیان دیدگاه‌های تخصصی و اقتصادی سایه می‌اندازد که حتی موضوعات مهم و اثرگذاری مانند «اثرات اجرای برجام» بر اقتصاد و وضعیت جامعه ایرانی نیز با شبهه‌هایی مواجه می‌شود. تجربه تمام سال‌ها و دهه‌های گذشته به

رخ داده است، جلوگیری از نوسانات شدید نرخ ارز بدون دلارهای نفتی به مدت بیش از سه سال و نیم، تک‌نرخی شدن تورم مواد غذایی از ۶۰ درصد سال ۱۳۹۱ به عددی کمتر از ۱۰ درصد، افزایش نرخ رشد اقتصادی از منفی ۶٫۵ درصد در سال ۱۳۹۱ به یک درصد در سال ۱۳۹۴، رشد منظم صنایع فولادی و پتروشیمی از سال ۱۳۹۲ به بعد، کاهش تا ۱۰ درصدی هزینه واردات، ایجاد ثبات در تصمیم‌گیری‌ها به معنای عدم اتخاذ روش‌های هیجانی در مدیریت کشور، احیای سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی (البته این سازمان نیز در اقدامی اصلاحی به دو بخش تقسیم شد)، پیش‌بینی‌پذیری در اقتصاد ایران پس از ۱۰ سال و افزایش شاخص بورس از ۶۲ هزار واحد به ۸۰ هزار واحد که نشان از رشد ۳۰ درصدی دارد، بخشی از موفقیت‌های اقتصادی دولت را نشان می‌دهد. اقداماتی مانند ایجاد بسترهای لازم برای رشد بخش کشاورزی طی سال‌های گذشته و قرار گرفتن مبارزه با فساد در فهرست برنامه‌های دولت را نیز می‌توان از اقدامات قوه مجریه در راستای اجرای اقتصاد مقاومتی قلمداد کرد. به هر حال این آمارها نشان می‌دهد دولت در حوزه‌های مشخصی موفق بوده است. به‌طور خاص اجرای برجام و توافق هسته‌ای هم گام بزرگی در جهت ثبات بخشی به اقتصاد ایران بود.

آنچه دولت انجام نداد؟

دولت یازدهم با وجود بهره‌گیری از مدیرانی کارآزموده، برخی اقدامات را نیز

به سرانجام نرساند. رکود، میراث برجای مانده از گذشته برای دولت یازدهم است، ولی متأسفانه این بحران بزرگ، همچنان پابرجا و از عواقب آن هم تداوم بیکاری در اقتصاد ایران است. البته براساس آنچه تحلیل‌های علمی نشان می‌دهد امروز اقتصاد ایران دچار «رشد پایین اقتصادی» است که به‌طور حتم وضعیت خوبی پیش روی اقتصاد کشور نیست. متأسفانه دولت برای موضوعات مشخصی مانند واقعی‌سازی نرخ ارز با جسارت و سرعت تصمیم‌گیری نکرد. سه سال از عمر دولت می‌گذرد و هنوز کابینه گرفتار بررسی حواشی سیاسی این تصمیم مانده است. امروز هم قطعاً سایه سیاست و انتخابات چنان بر سر اقتصاد ایران سنگین می‌شود که هر تصمیم‌گیری جدیدی را با اخلاص مواجه می‌کند. این فهرست را باید با موضوعات دیگری تکمیل کرد. دولت با وجود بیان صریح رئیس‌جمهوری به بحران بانک‌ها پایان نداده است. اگرچه در اثر اقدامات اصلاحی صورت گرفته، انضباط مالی تا حدی در بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری حاکم شده ولی سرعت اقدام برای اصلاح نظام بانکی بسیار پایین است. نظام بانکی ایران بیمار است و این بیماری بدون تجویز دارو یا استفاده از عمل جراحی بهبود نمی‌یابد.

همچنین دولت برای تامین بودجه خود بیش از اندازه فشارهای مالیاتی را برکسانی که مالیات می‌پردازند، وارد کرده است.

همزمان سازمان تامین اجتماعی هم با اقدامات خود عرصه را بر بنگاه‌های اقتصادی تنگ‌تر کرده است. هر دوی این موارد باعث تعطیلی تعدادی از بنگاه‌های اقتصادی کشور و چه بسا گسترش بیشتر رکود شده است. متأسفانه برخی رفتارهای محافظه‌کارانه دولت موجب شد تصمیم‌گیری در مورد یارانه حامل‌های انرژی به انجام نرسد و موضوع پرداخت انواع یارانه‌های نقدی نیز همچنان بدون تغییر باقی بماند. از سوی دیگر طی سه سال گذشته اندازه دولت به هیچ‌عنوان کوچک نشد و فضای رقابتی در اقتصاد ایران شکل نگرفت. از آن مهم‌تر اینکه بوروکراسی‌های زائد هم از دل اقتصاد ایران بیرون نرفت و همچنان فضا مانند سابق باقی مانده است. البته در اثر این دو موضوع، فساد هم کماکان در اقتصاد ایران خودنمایی می‌کند. همه این موضوعاتی که به آنها اشاره شد در توان تصمیم‌گیری دولت بود و جسارت در عمل و دقت در اتخاذ روش‌ها می‌توانست برای رفع آنها موثر باشد. به هر حال امروز برای نقد عملکرد دولت باید انصاف را در نظر داشت. دولت طی سه سال گذشته اقدامات موثری انجام داده که منجر به بروز انقلاب در اقتصاد ایران نشده ولی حداقل از انفجار این اقتصاد جلوگیری کرده است. بخش خصوصی اعتقاد دارد که حفظ آرامش و تحلیل بر مبنای نگاه کارشناسی نیاز امروز کشور است و نباید از این مدار منصفانه خارج شد.



## حلقه‌های اصلی جریان قاچاق چیستند؟

یحیی آل اسحاق عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران

مبارزه‌ای با قاچاق صورت نگرفته است. مشکل قاچاق این است که ما به دنبال معلول‌ها هستیم و از علل اصلی غافلیم. به عبارت دیگر همواره برخورد با آخرین حلقه‌های قاچاق مطرح است، و عمدتاً از حلقه‌های اصلی ایجاد انگیزه صرف‌نظر می‌شود.

حلقه‌های اصلی جریان قاچاق در کشور شامل سه بخش است؛ در این میان، فرد قاچاقچی یا توزیع‌کننده آن به عنوان حلقه آخر، زمینه‌ساز قاچاق به عنوان حلقه میانی، و زمینه ارتکاب قاچاق به عنوان حلقه اول موضوع مطرح است که اصولاً چه کالایی قاچاق شود؛ کالا، ارز یا مواد مخدر. حال اگر تمرکز صرفاً روی حلقه آخر باشد و تنها مجازات قاچاقچی صورت گیرد، نمی‌توان به کسب نتیجه مطلوبی در کنترل این امر امید داشت. بلکه باید زمینه‌ساز قاچاق و انگیزه آن نیز مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین چنانچه به گونه‌ای سیستمی، تمامی ریشه‌های ارتکاب قاچاق مورد بررسی و تصمیم‌گیری مناسب قرار نگیرد، نمی‌توان انتظار کنترل آن را داشت. ضمن اینکه ارتکاب قاچاق، به عواملی نظیر قوانین و مقررات پیچیده، وجود قیمت‌های فاحش کالا در دو طرف مرز، حمایت‌های بی‌مورد دولتی، فضای کسب و کار، معضل بیکاری، و سایر مسائل سیاسی، اجتماعی، منطقه‌ای وابسته است.

را با این پدیده افزایش داد. آیا واقعا امکان این نبوده که ظرف این همه سال، این قانون را اصلاح کرد؟ یا فرض کنید گمرک، محموله‌ای با عنوان قاچاق را کشف و ضبط می‌کند. در موارد بسیاری به ویژه کالاهای فاسدشدنی مشاهده شده که این کالاها مجدد وارد بازار می‌شود و نتیجه کلی تغییری نمی‌کند. شاید جریمه‌ای از جیب قاچاقچی به خزانه دولت واریز شود، اما مهم آن است که کالای قاچاق به هیچ‌وجه نباید وارد بازار کشور شود. در موضوع قاچاق از این قبیل مسائل خرد وجود دارد تا ذی‌نفعان بازدارنده‌ای که به دلیل منتفع شدن از قاچاق، مانع از اصلاح قوانین و کنترل اثربخش این پدیده می‌شوند. همچنین مواردی نیز در مراکز و فروشگاه‌های عرضه کالاهای قاچاق وجود دارد. به عنوان مثال در بازار لوازم‌خانگی، قاچاق بودن بسیاری از کالاها محرز است و با برخوردهای مقطعی نمی‌توان به خوبی با این معضل مقابله کرد.

می‌خواهم عرض کنم که به منظور برخورد با قاچاق پس از ۲۵ سال، هم عوامل و هم روش‌ها و گلوگاه‌های آن مشخص است. حال فرض کنید اگر مامورین انتظامی اجناس قاچاق را در همان مرزهای آبی به آتش بکشند، این برخورد قاطعانه می‌تواند به کنترل اثربخش قاچاق منجر شود. به صرف دریافت جریمه از قاچاقچی و ورود کالاهای قاچاق به کشور،

همواره برخورد با آخرین حلقه‌های قاچاق مطرح است، و عمدتاً از حلقه‌های اصلی ایجاد انگیزه صرف‌نظر می‌شود. اقتصاد ایران در حوزه مبارزه با پدیده قاچاق در سال‌های اخیر نتوانسته نمره قابل قبولی را دریافت کند. اینکه چرا عملاً در کنترل قاچاق توفیق وجود نداشته، عوامل متعددی مطرح است. یکسری از بحث‌ها به قوانین و مقررات و شیوه‌نامه‌های اجرایی برمی‌گردد. برخی از این قوانین شاید حدود ۲۰ سال بدون تغییر مانده‌اند و اکنون عامل اصلی این نابسامانی‌ها قلمداد می‌شود. به عنوان مثال، مطابق قانون پس از ورود کالا به گمرک کشور، وظیفه تشخیص قاچاق بودن یا نبودن آن بر عهده کارشناس گمرک است. یعنی بر اساس تعرفه، نام کالا، جنس، مبدأ، روش حمل و سایر مواردی که می‌تواند به عنوان تخلف محسوب شود، کارشناس به تشخیص قاچاق بودن کالا می‌پردازد. حال فرض کنید که نیروی انتظامی در مرزهای آبی محموله مشکوکی را مشاهده می‌کند، بر اساس این قانون نمی‌تواند راساً اعمال قانون کند، چرا که حضور و تشخیص کارشناسان گمرک الزامی است.

لذا به این دلیل حدود ۲۰ سال است که نیروی‌های انتظامی و امنیتی نمی‌توانند برخورد قاطعی داشته باشند، حال آنکه به راحتی می‌توان ساز و کاری به تصویب رساند تا برخورد قاطعانه



## ۳ شرط لازم برای کاهش قاچاق

محمد مهدی بهکیش نایب رئیس و دبیر کل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی

عمل حدود ۱۰۰ درصد تعرفه دارند این یعنی قیمت کالا در این طرف مرز بیش از دو برابر آن طرف مرز است. وقتی تفاوت قیمت زیاد می‌شود، انگیزه برای فساد و قاچاق بالا می‌رود و ممکن است مامور گمرک هم تحریک و فاسد شود. در دنیای امروز اختلاف قیمت بین داخل و خارج به صورت نظامی یا به صورت اداری قابل کنترل نیست و باید با مکانیسم‌های طبیعی کنترل شود.

\* در حال حاضر با تعرفه حدود صد درصدی که اتومبیل دارد، قیمت آن در داخل بیش از دو برابر خارج از کشور است. البته کسی نمی‌تواند اتومبیل را قاچاق کند، ولی قطعات آن را قاچاق می‌کنند. ضمن اینکه دو برابر بودن قیمت یک کالا واقعاً انصاف نیست و ظلم به مصرف‌کننده است. ۵۰ سال است مردم کشور ما هر اتومبیلی را به بیش از دو برابر قیمت آن خریده‌اند. همیشه گفته‌ایم باید صنعت اتومبیل‌سازی رونق پیدا کند که متأسفانه رونق نیافته است. من فکر می‌کنم علت رونق نیافتن این صنعت این است که تحت فشار رقابت نبوده است. اصولاً انسان گرایش به تنبلی دارد. خلاقیت هیچ‌وقت در یک محیط کاملاً آرام به وجود نمی‌آید، خلاقیت در زمان‌هایی به وجود می‌آید که انسان تحت فشار قرار می‌گیرد.

\* باید محور سیاست‌های ما در جهت از بین بردن تفاوت قیمت باشد. نرخ تعرفه‌های ما که در مجلس تصویب می‌شود، رسماً چهار درصد است، ولی سود بازرگانی و انواع و اقسام عوارض نیز داریم و همه اینها تفاوت قیمت ایجاد می‌کند. دولت هم تا حدودی به این مبالغه که نوعی مالیات غیرمستقیم است، وابسته می‌شود، اما هزینه‌ای که جامعه می‌پردازد گسترش قاچاق است.

\* موضوع دیگری که در کشور ما قاچاق را آسان می‌کند مسئله مواد مخدر است. با وجود کنترل بسیار شدیدی که ایران دارد، ترافیک مواد مخدر همچنان وجود دارد و برای عواملی که در این کار هستند درآمد قابل توجهی ایجاد می‌کند. این درآمد به راحتی نمی‌تواند وارد سیستم بانکی شود و باید پولشویی شود. بهترین راه پولشویی برای قاچاقچیان این است که این پول را به کالای قاچاق تبدیل و به کشور وارد کنند. بنابراین علاوه بر تفاوت قیمت، عامل دیگری که قاچاق را تشویق می‌کند درآمدهای سیاه است که از ترافیک مواد مخدر به وجود می‌آید.

\* هر قدر بوروکراسی و کنترل‌ها بیشتر شود، امکان فساد بالا می‌رود و در نتیجه

محمد مهدی بهکیش، نایب رئیس و دبیر کل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC)، دیوارهای تعرفه‌ای بلند را که هزینه‌های زیادی برای بازرگانان ایجاد می‌کند، اولین عاملی می‌داند که باعث می‌شود افراد کالاهای شان را به صورت قانونی از مرزهای گمرکی رد نکنند. در ادامه می‌توانید خلاصه‌ای از مهم‌ترین بخش‌های اظهارات این اقتصاددان در بررسی و تحلیل سیاست‌های اقتصادی اثرگذار بر قاچاق را که در گفتگو با هفته‌نامه «تجارت فردا» مطرح شده، بخوانید.

\* اولین دلیلی که باعث می‌شود افراد کالاهای شان را به صورت قانونی از مرزهای گمرکی رد نکنند، وجود دیوارهای تعرفه‌ای بلند است که هزینه بسیار زیادی برای بازرگانان ایجاد می‌کند.

\* ما با سیاست‌های نادرست می‌خواهیم با تعرفه‌های بسیار بالا واردات را کنترل کنیم، اما همسایگان ما علاقه‌ای به کنترل ندارند و می‌خواهند از هر منفذی که می‌شود کالاهای شان را به کشور ما صادر کنند. کشورهای دنیا و از جمله همسایه‌های ما به طرف اقتصاد آزاد رفته‌اند و به صدور کالا علاقه خیلی زیادی دارند و مرزهای شان بازتر شده است. در نتیجه همه نوع کالایی از مرزهای غیرگمرکی و غیررسمی به صورت قاچاق وارد کشور ما می‌شود. این مسئله نشان‌دهنده تفاوت در نحوه اداره اقتصاد کشور ما با کشورهای دیگر است. در دورانی که اقتصادها باز شده‌اند نمی‌توان یک اقتصاد درونگرا و بسته را جدا از دیگران اداره کرد.

\* عامل دیگری که در زمینه قاچاق مطرح است این است که گویا ما مرزهای غیررسمی هم داریم. آن طور که در مطبوعات می‌آید، منافذ شناخته‌شده ولی غیررسمی وجود دارد که بسیاری از کالاهای قاچاق ممکن است از این مرزهای غیررسمی عبور کنند. من نمی‌دانم، اما ۲۰ یا ۲۵ میلیارد دلار کالای قاچاقی که از آن صحبت می‌شود، به هر حال از یک مرزهایی عبور می‌کند. این میزان کالای قاچاق معادل هزاران کانتینر کالا است و نمی‌توان مخفیانه آن را از جای کوچکی رد کرد.

\* وقتی تعرفه‌ها بالاست، قیمت در داخل بسیار بالاتر از قیمت همان کالا در آن طرف مرز است. در حال حاضر در کشور ما بعضی از کالاها مثل اتومبیل در

واردات کالا می‌تواند حالت قاچاق پیدا کند. در واقع کالا از مرز گمرکی رد می‌شود ولی حالت قاچاق پیدا می‌کند چون قیمت‌گذاری‌های غیرواقعی انجام می‌شود و معلوم نیست دقیقاً قیمت کالایی که وارد می‌شود چقدر است، ولی وقتی کالا وارد بازار آزاد می‌شود، تفاوت قیمت‌ها روشن می‌شود. یعنی هنگام واردات کالا، واردکنندگان برای اینکه هزینه گمرکی کمتری پرداخت کنند قیمت را پایین درج می‌کنند و پس از عبور کالا از گمرک و وارد شدن آن به بازار داخل کشور معلوم می‌شود قیمت آن سه برابر قیمت کالای داخل است. این اتفاق بر اثر بوروکراسی رخ داده است. عده دیگری هم به دلیل اینکه اختلاف قیمت قابل توجه است از مرز گمرکی کالا نمی‌آورند و از طریق مرزهای غیررسمی کالا را وارد می‌کنند.

\* جنگ و تحریم‌ها اقتصاد یا اداره اقتصاد را از حالت طبیعی خود خارج می‌کنند. مثلاً در همین چند سال اخیر که ما به شدت تحت فشار تحریم‌ها بودیم، مجبور بودیم زندگی‌مان را بگذرانیم. برای گذراندن زندگی‌مان باید به شکلی از قوانین بین‌المللی که ما را محدود می‌کرد، عبور می‌کردیم تا بتوانیم کالاهای مورد نیازمان را در دنیا بخریم و وارد کنیم یا نفت‌مان را بفروشیم و پول آن را وارد کشور کنیم. مگر اقداماتی که ما در آن دوره برای انجام این کارها داشتیم، کاری جز کارهای قاچاق بود؟

\* یکی از چیزهایی که همه تاجران و صنعتگران در این چند سال تمرین کرده‌اند این بوده که کارهای‌شان را از طریق بانک انجام ندهند چون بر اثر قوانین تحریمی دچار مشکل می‌شدند. جامعه بازرگانی ما یاد گرفت که چطور می‌شود از طریق بانک عمل نکند.

\* بعد از اینکه جامعه بازرگانی ما این کارها را یاد گرفت، به آن عادت کرد و متوجه شد این کارها بسیار راحت‌تر است و می‌توان بدون پرداخت مالیات و حقوق و عوارض گمرکی، مخفیانه از طریق یک صراف پول را رد کرد و کالا را از یک مرز غیرشفاف به داخل کشور آورد.

\* بزرگ‌ترین صدمه‌ای که تحریم‌ها به ما وارد کرد این بود که به ما آموخت چگونه قوانین را دور بزنیم و کار قاچاق را خیلی خوب به ما آموخت. امروز دیگر نمی‌توان به این راحتی قاچاق را جمع کرد چون همه کار قاچاق را یاد گرفته‌اند و شاید هم زیر دندان‌شان مژه کرده باشد چون هزینه‌های‌شان را پایین آورده است.

\* دولت باید ضمن شفاف‌سازی، کارها را تسهیل کند تا تاجران ببینند اگر کالای‌شان را از طریق مرزهای گمرکی و به صورت رسمی هم وارد کنند هزینه و دشواری چندانی برای‌شان ندارد. البته این راه بسیار سخت و طولانی است.

\* من به دلیل اینکه در اتاق بازرگانی فعالیت می‌کنم و نایب رییس و دبیر کل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC) هستم، ارتباط زیادی با تاجران دارم و شنیده‌هایم حاکی از آن است که دادن حق حساب و به شکلی کالا را با دادن امتیازاتی از گمرک رد کردن، کار چندان دشواری نیست. اگر این درست باشد، اتفاق بسیار بدی است و به این معناست که علاوه بر فشار انگیزه برای قاچاق کالا، از این سو فساد هم وجود دارد.

\* برای دسترسی به آمار دقیق قاچاق بهترین راه این است که آمار گمرک

واردات کالا می‌تواند حالت قاچاق پیدا کند. در واقع کالا از مرز گمرکی رد می‌شود ولی حالت قاچاق پیدا می‌کند چون قیمت‌گذاری‌های غیرواقعی انجام می‌شود و معلوم نیست دقیقاً قیمت کالایی که وارد می‌شود چقدر است، ولی وقتی کالا وارد بازار آزاد می‌شود، تفاوت قیمت‌ها روشن می‌شود. یعنی هنگام واردات کالا، واردکنندگان برای اینکه هزینه گمرکی کمتری پرداخت کنند قیمت را پایین درج می‌کنند و پس از عبور کالا از گمرک و وارد شدن آن به بازار داخل کشور معلوم می‌شود قیمت آن سه برابر قیمت کالای داخل است. این اتفاق بر اثر بوروکراسی رخ داده است. عده دیگری هم به دلیل اینکه اختلاف قیمت قابل توجه است از مرز گمرکی کالا نمی‌آورند و از طریق مرزهای غیررسمی کالا را وارد می‌کنند.

\* جنگ و تحریم‌ها اقتصاد یا اداره اقتصاد را از حالت طبیعی خود خارج می‌کنند. مثلاً در همین چند سال اخیر که ما به شدت تحت فشار تحریم‌ها بودیم، مجبور بودیم زندگی‌مان را بگذرانیم. برای گذراندن زندگی‌مان باید به شکلی از قوانین بین‌المللی که ما را محدود می‌کرد، عبور می‌کردیم تا بتوانیم کالاهای مورد نیازمان را در دنیا بخریم و وارد کنیم یا نفت‌مان را بفروشیم و پول آن را وارد کشور کنیم. مگر اقداماتی که ما در آن دوره برای انجام این کارها داشتیم، کاری جز کارهای قاچاق بود؟

\* یکی از چیزهایی که همه تاجران و صنعتگران در این چند سال تمرین کرده‌اند این بوده که کارهای‌شان را از طریق بانک انجام ندهند چون بر اثر قوانین تحریمی دچار مشکل می‌شدند. جامعه بازرگانی ما یاد گرفت که چطور می‌شود از طریق بانک عمل نکند.

\* بعد از اینکه جامعه بازرگانی ما این کارها را یاد گرفت، به آن عادت کرد و متوجه شد این کارها بسیار راحت‌تر است و می‌توان بدون پرداخت مالیات و حقوق و عوارض گمرکی، مخفیانه از طریق یک صراف پول را رد کرد و کالا را از یک مرز غیرشفاف به داخل کشور آورد.

\* بزرگ‌ترین صدمه‌ای که تحریم‌ها به ما وارد کرد این بود که به ما آموخت چگونه قوانین را دور بزنیم و کار قاچاق را خیلی خوب به ما آموخت. امروز دیگر نمی‌توان به این راحتی قاچاق را جمع کرد چون همه کار قاچاق را یاد گرفته‌اند و شاید هم زیر دندان‌شان مژه کرده باشد چون هزینه‌های‌شان را پایین آورده است.

\* دولت باید ضمن شفاف‌سازی، کارها را تسهیل کند تا تاجران ببینند اگر کالای‌شان را از طریق مرزهای گمرکی و به صورت رسمی هم وارد کنند هزینه و دشواری چندانی برای‌شان ندارد. البته این راه بسیار سخت و طولانی است.

\* من به دلیل اینکه در اتاق بازرگانی فعالیت می‌کنم و نایب رییس و دبیر کل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC) هستم، ارتباط زیادی با تاجران دارم و شنیده‌هایم حاکی از آن است که دادن حق حساب و به شکلی کالا را با دادن امتیازاتی از گمرک رد کردن، کار چندان دشواری نیست. اگر این درست باشد، اتفاق بسیار بدی است و به این معناست که علاوه بر فشار انگیزه برای قاچاق کالا، از این سو فساد هم وجود دارد.

\* برای دسترسی به آمار دقیق قاچاق بهترین راه این است که آمار گمرک

## موانع الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی رشته‌ای که سر دراز دارد

با وجود حمایت اتحادیه اروپا از پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی، به نظر می‌رسد هنوز موانعی بر سر این الحاق وجود دارد. فریدون خاوند استاد دانشگاه رن دکارت پاریس به این سوال پاسخ می‌دهد که مهم‌ترین موانع پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی (WTO) کدام‌اند؟

وی در این مورد می‌گوید: موانع موجود بر سر راه عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی را می‌توان به سه گروه اقتصادی، حقوقی و سیاسی تقسیم کرد. در عرصه اقتصادی، مهم‌ترین مانع نوع استراتژی صنعتی است که ایران چندین دهه پیش برای خود برگزیده و قصد تغییر آن را هم ندارد. در واقع ایران، همانند بسیاری دیگر از کشورهای در حال توسعه از آغاز فرآیند صنعتی شدن خود به الگوی «صنایع جانشین» روی آورد. در واقع ایران تصمیم گرفت به جای وارد کردن کالاهای خارجی، در زمینه‌هایی که می‌تواند (نساجی، کفش، لوازم خانگی، خودروسازی و غیره)، صنایعی را به وجود بیاورد که در داخل همان کالاها را تولید کنند، البته در چارچوب بازاری فارغ از رقابت و زیر حمایت تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای. قبول این استراتژی در یک قالب زمانی مشخص کاملاً قابل درک است، ولی به شرط آنکه جنبه موقتی آن فراموش نشود.

کشورهایی موفق شده‌اند که طی یک دوره معین صنایع داخلی خود را زیر حمایت گرفته‌اند، ولی به تدریج این حمایت را رها کرده و امکان رقابت را فراهم آورده‌اند تا صنایعشان ورزیده بشوند و بتوانند به بازارهای خارجی کالا صادر کنند. مسئله آنجاست که ایران در اعمال این استراتژی در جا زد و صنایعی را به وجود آورد که تنها با تکیه بر انواع حمایت‌ها می‌توانند روی پای خود بایستند و توان رقابت با رقیبان خارجی را هم ندارند. صنعت خودروسازی ایران آشکارترین نمونه همین وضعیت است. دوام این‌گونه حمایت‌ها، همراه با یارانه‌های پنهان و آشکار، مانع بزرگی در راه پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی است. وی در گفتگو با تجارت فردا ادامه داد: در زمینه حقوقی، ایران باید یک سلسله از متون حقوقی خود را با استانداردها و قوانین سازمان تجارت جهانی هماهنگ کند از جمله در زمینه گمرکی، مالیاتی، سرمایه‌گذاری، یارانه‌ها، انتقال تکنولوژی، حقوق مالکیت صنعتی، شرایط مربوط به ثبت و فعالیت شرکت‌ها و غیره.

این استاد دانشگاه درباره موانع سیاسی نیز بیان کرد: سرانجام موانع سیاسی که به نظر من، بیش از همه در راه پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی مشکل ایجاد کرده‌اند. این موانع را هم در درون کشور می‌توان دید

و هم در بیرون آن. در درون دستگاه‌های سیاست‌گذاری ایران، بر سر پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی وحدت نظر وجود ندارد. ولی از آن مهم‌تر، موانع بین‌المللی بر سر عضویت ایران در این سازمان بین‌المللی است. فرآیند الحاق هر کشور مستلزم تشکیل یک کارگروه برای بررسی تقاضای عضویت آن کشور است و همه اعضای سازمان می‌توانند در این کارگروه شرکت کنند. گفتگوهای درون این کارگروه یک دوره طولانی از مذاکرات چندجانبه را دربر می‌گیرد. ایران چگونه می‌تواند از این مرحله به سلامت بگذرد اگر تنش‌های موجود در روابطش با ایالات متحده آمریکا در سطح کنونی باقی بماند؟ تصمیم‌گیری در درون سازمان تجارت جهانی، بر پایه یک سنت قدیمی، بر اجماع استوار است، هرچند که اساسنامه سازمان مکانیسم‌های رای‌گیری و اصل اکثریت و اقلیت را پذیرفته است. اگر آمریکا، مهم‌ترین قدرت اقتصادی جهان، با عضویت ایران در این سازمان مخالف باشد، چه می‌توان کرد؟ و تا زمانی که این مانع برداشته نشود، عضویت ایران در این سازمان تحقق نخواهد یافت. به بیان دیگر پشتیبانی اتحادیه اروپا از فرآیند الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی بسیار مهم است، ولی مشکل مخالفت آمریکا را حل نخواهد کرد.



## معضلی به نام رشد بدون اشتغال

حسین راغفر استاد اقتصاد دانشگاه الزهرا

تحت فشار قرار دادن بخش‌های نامولد، استفاده از نظام مالیاتی است. نظام مالیاتی ایران باید به گونه‌ای اصلاح شود که هم به چابکی بیشتری برسد، سلامت اقتصادی را بالا ببرد و همچنین هزینه فعالیت‌های نامولد را افزایش دهد. مبالغ فرار مالیاتی در ایران، مبالغ هنگفتی هستند و اگر دولت برنامه‌ای برای دریافت آنها داشته باشد، درآمد دولت به شکل کیفی افزایش خواهد یافت. در این میان دولت باید تلاش کند که فعالیت‌های نامولد با مالیات‌های سنگین رو به‌رو شوند، تا از این راه، تمایل به سرمایه‌گذاری در تولید افزایش پیدا کند. همچنین مالیات باید از تمام بخش‌هایی که فعالیت اقتصادی می‌کنند، اخذ شود. برخی نهادها با ورود به فعالیت‌های اقتصادی، فضای کسب و کار کشور را تحت تاثیر قرار دادند.

علاوه بر اینها، بهبود فضای کسب و کار و اصلاح این فضا یکی از ضروریات تولید است. به دلیل حضور برخی نهادها در اقتصاد، بخش خصوصی دیگر امکان و تمایل حضور در بخش‌های تولیدی کشور را ندارد یا منابع خود را به سمت فعالیت‌های نامولد و پرسود می‌برد یا آنکه به کلی همه دارایی خود را از کشور خارج می‌کند. مقابله با این سه آفت در اقتصاد ایران، علاوه بر اینکه رشد خوب را برای کشور به ارمغان می‌آورد، فضای اقتصادی را برای رشد پایدار هم فراهم می‌کند.

باید به اصلاحات ساختاری دست بزند. یکی از بخش‌هایی که به این اصلاحات نیاز دارد، بخش بانکی است. نظام بانکی ایران همواره و بر اساس آنچه شواهد و آمارهای رسمی نشان می‌دهد منابع خود را به بخش‌های تجاری اختصاص می‌دهد و همین امر سنگ بنای رشد بخش‌های نامولد و تضعیف تولید را دربردارد. تاریخ این رویه هم به سال‌های گذشته یا دولت قبلی و فعلی خلاصه نمی‌شود، بلکه در ۱۰۰ سال گذشته همواره این وضعیت حاکم بوده که در نهایت به تفوق و حاکمیت سرمایه‌داری مالی و تجاری در کشور ختم شد. بنابراین یکی از مهم‌ترین اصلاحات در نظام بانکی سمت و سو دادن به منابع بانکی برای سرمایه‌گذاری در تولید است. متأسفانه پس از تاسیس بانک‌های خصوصی، منابع بانکی با شتاب بیشتری تولید را رها کردند و در همه این سال‌ها به تدریج درصد بیکاران بیشتر و تولید شغل کمتر شد. بخش دیگر از منابع بانک‌ها که از طریق سپرده‌گذاران به دست بانک‌ها رسید تبدیل به آپارتمان‌های لوکس شد و رکود مسکن هم مزید بر علت شد تا منابع بیشتری قفل شوند. بانک مرکزی در گام نخست، بانک‌های متخلف را تحت فشار قرار دهد تا دارایی‌ها خود را فروخته و منابع را افزایش دهند. لازم به ذکر است فعلاً چنین عزمی را در بانک مرکزی نمی‌توان مشاهده کرد. از سوی دیگر یکی از ابزارهای دولت برای

اعلام رشد اقتصادی چهار ماه نخست کشور از سوی رییس‌جمهوری، به بحث‌هایی آشنا در محافل اقتصادی کشور و جامعه منجر شد. به کلی و از آنجایی که رشد اقتصادی ایران در چند سال گذشته منجر به افزایش اشتغال نشده، مردم آن را بی‌تاثیر و ناملموس در زندگی روزمره خود می‌دانند و برخی نسبت به صحت آمار مراجع رسمی ابراز تردید می‌کنند. در مورد تردیدهایی که نسبت به آمار رسمی وجود دارد، تاکنون هیچ سند مشخصی در رد آن ارائه نشده و به همین روی نمی‌توان بر چنین استدلال‌هایی تکیه کرد. آنچه از سال‌های گذشته از سوی بانک جهانی و دیگر نهاد‌های بین‌المللی مبنی بر رشد بدون اشتغال مطرح شده، در سه سال گذشته در ایران دیده شده است. این پدیده حاصل استفاده نکردن از ظرفیت‌های واقعی اقتصاد کشور و دستیابی به رشد اقتصادی از طریق فعالیت‌های نامولد است. این نوع رشد اقتصادی از آنجایی که منجر به ایجاد شغل نمی‌شود، رفاه عمومی را افزایش نمی‌دهد و از همین نقطه بخش‌های مختلف را نسبت به آمارهای رسمی بدبین می‌کند. رشد اقتصادی می‌تواند از راه بزرگ شدن بخش‌های پولی یا افزایش واردات هم به دست بیاید که این رشد، «رشد خوب» به حساب نمی‌آید. اقتصاد ایران برای آنکه بتواند به یک رشد خوب و ملموس در جامعه دست پیدا کند

## چرا رشد اقتصادی ۴ درصد برای مردم ملموس نیست؟

علیرضا پورفرج اقتصاددان

و به تبع آن تولید نفت در ایران محدود شده بود و اکنون افزایش یافته و شاهد رشدی شتابان در این بخش خواهیم بود ولی در بخش‌هایی مانند صنعت چینی وضعیت وجود ندارد در حالیکه ممکن است مشکلات مردم در بخش مسکن یا بهداشت و درمان باشد و رشد سایر بخش‌ها را احساس نکنند، چون احساس نمی‌کنند ممکن است اعداد و ارقام را نپذیرند.

این اقتصاددان افزود: به نظر یک تناقض مفهومی در این زمینه وجود دارد. مثلاً گرچه رشد اقتصادی پنج درصد بوده است، ولی چون مردم آن را در محیط‌های کسب و کار خود مانند گوشت فروشی، پارچه فروشی و ... نمی‌بینند آن را باور نمی‌کنند. به نظر من رشد اقتصادی که تا پایان سال تجربه خواهیم کرد الگوهای کسب و کار کشور را تغییر نخواهد داد که بهتر است اینها به مردم توضیح داده شود، گرچه رشد تولید ناخالص داخلی از حالت منفی به حالت مثبت رفته است، ولی فعلاً مردم آن را در زندگی خود احساس نخواهند کرد و زمانی این حس به وجود خواهد آمد که درآمد توزیع متوازن در بخش‌های مختلف اقتصاد کشور وجود داشته و آن بخش‌ها توانایی افزایش تقاضا را داشته باشند. همچنین در مقابل آن نیز کالا باشد تا افراد احساس رفاه بیشتری کنند در نتیجه باید آحاد بنگاه‌های اقتصادی بین افزایش رشد و افزایش رفاه اجتماعی تفکیک قائل شوند.

وی درباره تأثیر رشد پیش‌بینی شده در بخش اشتغال کشور، بیان کرد: تصور من این است که تا پایان دوره ریاست جمهوری دولت یازدهم چندان نمی‌شود در اشتغال تغییر ایجاد کرد. الان یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی که در بخش اشتغال وجود دارد این است که بسیاری از بنگاه‌ها که در گذشته فعال بودند اکنون به دلیل رکود به صورت پرشتاب کارگران خود را اخراج می‌کنند. این موضوع به سرعت تغییر نخواهد کرد. متأسفانه سیستم بانکداری ما چندان هماهنگ با دولت نیست و سیاست‌های کلان دولت نیز منجر به سیاست‌های مناسب خرد در سطح بنگاه‌ها نمی‌شود. در نتیجه به نظر من حتی رشد هشت درصدی هم باعث از بین بردن بیکاری نمی‌شود.

به گفته وی بیکاری زمانی کم می‌شود که بنگاه‌هایی که فلج شدند و تولید را متوقف کردند دوباره چرخ تولید را با قوت بیشتری بچرخانند و سیاست‌های حمایتی لازم برقرار شود تا کارگرهایی که اخراج شدند دوباره استخدام شوند و به این ترتیب میزان بیکاری کم شود. بنابراین به نظر من حتی اگر نفت ۱۰۰ برابر بیشتر هم فروخته شود تا زمانی که تأثیر آن در بنگاه‌ها مشاهده نشود عملاً تأثیری در نرخ بیکاری نخواهد داشت.

یک اقتصاددان معتقد است که برخلاف برخی تصورات، رشد اقتصادی چهار درصدی مطرح شده در اقتصاد ایران برای فصل بهار صحیح است، ولی با توجه به اینکه این رشد در بخش‌هایی مانند نفت، کشاورزی و ... بوده تأثیر مستقیمی بر زندگی مردم ندارد. علیرضا پورفرج اظهار کرد: اگر تا پایان سال ۱۳۹۵ به رشد پنج درصد برسیم با توجه به رکود حاکم در بازار ایران یک موفقیت است، ولی این رشد بیشتر در بخش کشاورزی و بنگاه‌های کوچک از طریق تامین مالی و اصلاح گردش نقدینگی آنها و بخش نفت خواهد بود. اکنون صادرات نفت افزایش یافته و این افزایش در نرخ رشد اقتصادی تأثیرگذار خواهد بود. ولی مشکلی که در این بخش وجود دارد وصول پول‌های صادرات شده در حوزه نفت است و اگر دولت بتواند این پول‌ها را دریافت کند تحقق رشد اقتصادی پیش‌بینی شده میسر خواهد بود.

وی در بخشی از سخنانش بیان کرد: رشد به معنی افزایش تولید ناخالص داخلی به قیمت حقیقی است. به این ترتیب که مثلاً اگر در یک بخش نرخ رشد منفی یک درصد باشد و به رشد مثبت ۴ درصد برسد نشان دهنده تغییرات پنج درصد است. در نظر داشته باشیم که ما رشد منفی را داشتیم و اینکه نرخ رشد مثبت شود به معنی رونق در بخش کسب و کار نیست. عضو هیات علمی گروه اقتصاد دانشگاه مازندران بیان کرد: اکنون ممکن است عده‌ای بگویند چطور رشد چهار درصدی داریم، ولی تأثیر آن را در زندگی خود نمی‌بینیم و بنگاه‌های اقتصادی درآمد بیشتری احساس نمی‌کنند. ممکن است نرخ رشد اعلام شده حتی عددسازی تلقی شود، ولی باید در نظر داشت که افزایش رشد با رونق کسب و کار و تغییر وضعیت در اقتصاد خرد متفاوت است.

وی توضیح داد: ممکن است مثلاً در یک بخش تصمیم گرفته شود به جای واگذاری یک میلیون تلفن، پنج میلیون تلفن واگذار شود و این چنین ما تغییر آن را در رشد اقتصادی می‌بینیم ولی اینکه نرخ رشد توانسته است توزیع متوازی در بخش‌های مختلف اقتصاد داشته باشد بحث دیگری است که باید مورد بررسی قرار گیرد. به نظر من اگر نرخ رشد اقتصادی کشور به پنج درصد هم برسد باعث توزیع متوازن رشد در همه بخش‌های اقتصادی نمی‌شود چون توزیع متوازن صورت نگرفته است، مثلاً باعث شده که در برخی بخش‌های اقتصادی نرخ رشد اقتصادی یک درصدی و برخی دیگر هشت درصد را تجربه کنند. حالا باید دید بخشی که نرخ رشد بالا را تجربه کرده است، مثل بخش نفت چقدر می‌تواند در زندگی مردم تأثیر ملموسی بگذارد.

وی چنین اظهار کرد: در نظر داشته باشید که در سال‌های گذشته صادرات نفت ما





## ۱۶ مدیر عامل بزرگ جهان چگونه نیرو جذب می کنند؟

کمک به همکاران خود در محیط کار باشند، لایق‌ترین و مناسب‌ترین افراد برای تصاحب عناوین شغلی هستند. اما برنسون بجای زیر و رو کردن رزومه‌های پرطمطراق و بلندبالا به طرح این سوال هوشمندانه اکتفا می‌کند و به این وسیله جنبه‌های پنهان اما جالب توجه افراد را کشف می‌کند.

۳. خود را چگونه در یک واژه توصیف خواهید کرد؟/ دارا ریچاردسون شرکت YWCA خودتان را در چه چیزی شاخص می‌دانید؟ شما در دید دیگران چگونه هستید؟ تعریفی که آن‌ها از شما ارائه می‌کنند چقدر با چیزی که شما انتظار دارید مطابقت دارد؟ تا حالا به جواب این سوالات فکر کرده‌اید؟ در واقع این سوالی است که برخی از برترین مدیران عامل در هنگام مصاحبه مطرح خواهند کرد. هرچند که شما بر اساس کلمه‌ای که خود را با آن توصیف می‌کنید مورد قضاوت قرار نخواهید گرفت اما این کلمه بینشی عمیق در خصوص مهارت شما در عرضه مهارت‌هایتان به دست می‌دهد. بنابراین اعتماد به نفس داشته باشید و از کلمه‌ای که برگزیده‌اید دفاعی جانانه کنید.

مهم‌تر از اینکه چه نمره‌ای به خود می‌دهیم، چگونگی تفسیر این نمره است. بسته به فرهنگ سازمانی؛ جسارت، تحمل انحراف خلاق، آینده‌نگری جسورانه، خطرپذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش‌گام، و تحمل شنیدن اظهارنظرهای مخالف می‌تواند برای برخی مشاغل ارزشی غیرقابل جایگزین داشته باشد. از استخدام افراد رک‌گو و افرادی که متفاوت از دیگران می‌اندیشند، واهمه‌ای نداشته باشید. شاید این افراد در ابتدا در شغل خود جاافتاده نباشند ولی به‌مرور زمان این افراد خود را اثبات خواهند کرد.

۲. چه مواردی را نتوانستید در رزومه خودتان درج کنید؟/ ریچارد برنسون گروه وبرجین اگر بخواهیم فردی را به واسطه آن چیزی که در رزومه کاری خود نوشته‌است استخدام کنیم، آنگاه چه نیازی به مصاحبه خواهد بود؟ از دیدگاه مرد میلیاردی دنیای تجارت، شخصیت افراد بیشتر از مهارت آن‌ها در زمان استخدام اهمیت دارد. او این مورد را مهم‌تر از استعداد و توانایی افراد در عنوان شغلی می‌داند. به عقیده وی افرادی که دارای روحیه دوستانه، شوخ‌طبع هستند و در پی

همه مصاحبه‌گرهای شغلی به صورت معمول سوال‌هایی برای پرسیدن دارند ولی کسانی که تجربه بیشتری در مصاحبه با جویندگان کار دارند سوالاتی خاص خود دارند. سوالاتی که بیانگر میزان اشتیاق متقاضی برای حضوری پررنگ‌تر در سرنوشت آینده آن شرکت بوده و اینکه او چه دیدی نسبت به آینده دارد را بیان می‌کند. بخشی از سوالات در مصاحبه‌های استخدامی در مورد اطلاعات کلی کارجو مثل اطلاعات شخصی و سن، میزان تحصیلات، تعداد اعضای خانواده و علایق، سلايق و استعداد کارجویان می‌باشد. اینها معمولاً به طور کلی در هر شرکتی از کارجویان پرسیده می‌شود. عده‌ای نیز از آموزش‌هایی که فرد دیده می‌پرسند و یا در مورد سابقه کار او حرف می‌زنند. بعضی هم، آخرین آزمون روانشناسی را که در موردش شنیده‌اند روی داوطلب پیاده و اجرا می‌کنند. اما مورد اطمینان‌ترین مدیران جهان چه سوالاتی در مصاحبه‌های شغلی می‌پرسند. در ادامه می‌خوانیم.

۱. از عدد ۱ تا ۱۰ از نظر خودت چقدر عجیب و غریب هستی؟/ تونی هسیه زاپوس

۴. مهم‌ترین چیزی که در زندگی ساخته‌ای چیست؟ / رییس منابع انسانی گوگل کسی که چیزی ساخته است، لذت خلق کردن را می‌داند. کسی که چیزی ساخته است، احتمالاً برای فروش آن هم اقدام کرده است، فروش به معنای عرضه و معرفی و دفاع از ارزش آن چیز که ساخته نه تبادل پول. رییس منابع انسانی گوگل مدافع سرسخت تکنیک‌های رفتاری مصاحبه است. او به این روش می‌تواند ببیند که متقاضی در شرایط واقعی چگونه با پیشامدها دست و پنجه نرم خواهد کرد.

۵. ابرقدرت درون و یا حیوان درون‌تان چیست؟ / رایان هلمز شرکت Hootsuite صرف نظر از اینکه چه پاسخی به این سوال می‌دهید، مهم چگونگی توصیف این انتخاب و دلیل آن است. تصور کنید که حیوان به دنیا آمده‌اید. چه حیوانی خواهید بود؟ یک آفتاب

پرست رنگارنگ، یک پاندا یا شاید یک درنده خطرناک. هولمز در توضیح این سوال خود بیان می‌کند که دستیار او در پاسخ به این سوال گفته که حیوان درون من یک اردک است. چرا که اردک‌ها مثل من روی سطح زمین آرام و باوقار ولی در میانه امواج آب به شکل جنون‌آمیزی پویا و پرجنب و جوش هستند. او حالا به من ثابت کرده که در مواجهه با شرایط محیطی می‌تواند به راحتی خود را وفق دهد.

۶. اولین باری که بابت کار خود دستمزد گرفتی چند سال داشتی؟ / هانا پارامور شرکت پارامور

این سوال می‌تواند گذشته کاری و منش شغلی متقاضی را روشن کند. به طور حتم افرادی که در حین مدرسه رفتن و یا دانشگاه شغلی پاروقت داشته‌اند، افراد مسئولیت‌پذیرتری هستند.

۷. ماجرای یکی از موفقیت‌ها، چالش‌ها و مسئولیت‌های اخیر خود را برای من تعریف کن / لون جف شرکت Sncsort

این سوال مهارت داستان‌گویی افراد را به چالش می‌کشد. مهارتی که اهمیتی حیاتی در کار و کسب و به ویژه در بخش فناوری‌های نوین یافته است. چرا که در صنایع پیچیده باید بتوان با زبانی ساده و داستانی و غیراطلاعاتی به ترفیع محصولات خود پردازیم. همه ما از داستان لذت می‌بریم. داستان‌ها می‌توانند احساسات ما را برانگیزند، ما را به تفکر وادارند و حتی رفتارهای ما را تغییر بدهند. داستان می‌تواند وسیله‌ای برای انتقال پیام و ایجاد ارتباط با کارکنان، مشتریان، عرضه‌کنندگان، سهامداران و دیگر ذینفعان یک شرکت باشد.

۸. دنیا به آخر رسیده است؛ چه خواهید کرد؟ / اشلی موریس اغذیه کاپریوت

این سوال مشخص می‌کند که در شرایط بحرانی مهم‌ترین دارایی فرد چه خواهد بود و او در میدان عمل چه واکنشی از خود نشان می‌دهد.

۹. از شکست‌های خود برایم بگو/ جنی مینگ چارولت روز

رزومه‌ها در ستایش موفقیت‌ها تدوین می‌شوند اما این پرسش عیار صداقت کارجو را می‌سنجد. نکته مهم تشریح یادگرفته‌های خود از شکست‌ها و راهبردهای مان برای عدم وقوع مجدد این ناکامی‌ها است.

۱۰. چه چیزی انگیزه لازم را برای برخاستن از خواب ناز و رختخواب گرم و نرم‌تان فراهم می‌کند؟ / برد جفرسون انیموتو

صبح زود از خواب بلند شدن برای اکثریت انسان‌ها دشوار است مگر کسانی که دارای انگیزه لازم برای برخاستن از خواب باشند





و برای همین است که می‌توانند هر صبح سحرخیز باشند. در اصل سحرخیزی یک مهارت است و کافی است آن را به صورت یک عادت روتین برای بدن خود تبدیل کنید. این سوال مهم‌ترین انگیزه‌های فرد در زندگی شخصی و کاری او را مشخص می‌کند. تجارت بالا و پایین دارد و افراد شایسته کسانی هستند که بتوانند در هر دو شرایط بانگیزه و مشتاق باقی بمانند.

۱۱. یک سال بعد را تصور کن در حالی که به پاس ۱۲ ماه گذشته و دستاوردهای آن برای سازمان دور هم جشن گرفته‌ایم، آن دستاورد مشترک چیست؟ / رندی گروتی شیک شک این سوال مشخص می‌کند که فرد برای کسب جایگاه شغلی مورد نظر خود چه میزان در خصوص نقشی که عهده‌دار خواهد شد و همچنین دامنه فعالیت‌های شرکت تحقیق کرده است. این سوال میزان اشتیاق افراد و هدفمندی آنها را نیز معین می‌کند.

۱۲. اگر قرار باشد در خصوص شما از تعدادی از افرادی که شما را می‌شناسند سوال کنم، سه مورد از برجسته‌ترین صفاتی که آنها در مورد شما خواهند گفت کدام هستند؟ / میچل پلوسو گیلت گروپ

نکته مهم اینجا است که این تعدادی از افراد لزوماً کسانی نیستند که طرفدار شما و علاقمند به شما باشند. اگر در پاسخ به این سوال تنها به بیان صفات خوب خودتان اکتفا کنید، ممکن است متهم به عدم شفافیت و پنهان کاری در مورد ویژگی‌های خود شوید.

۱۳. بهترین روز کاری شما چه روزی است؛ روزی که به خانه می‌آیی در حالی که فکر می‌کنی بهترین شغل دنیا را داری؛ در آن روز چه کاری انجام داده‌ای؟ / میراندا کالینوسکی

#### فیسبوک

این سوال موجب می‌شود که فرد در این اندیشه فرو برود که چه ارزش‌هایی از شغل خود دریافت می‌کند، در چه مواردی اشتیاق دارد و احتمالاً در چه زمینه‌هایی پیشرفت خواهد کرد.

۱۴. زمانی را تصور کنید که دست‌های خود را تقریباً به نشانه تسلیم بالا برده‌اید. چه احساسی در این خصوص خواهید داشت و به جای تسلیم شدن چه خواهید کرد؟ / وین جکسون شرکت سوناتاپ

کارکنان شایسته کسانی هستند که بجای فکر کردن به صدها دلیل برای تسلیم شدن، به هزاران دلیل برای ادامه دادن فکر کنند. این سوال به علاوه روحیه رقابت‌جویی و جنگ‌جویی در شرایط سخت را ارزیابی می‌کند.

۱۵. آخرین لباسی که پوشیدید چه بود؟ / دیوید گیلیو واری پارکر

دلیل انتخاب یک لباس مهم‌تر از نوع لباس است. افراد به وسیله لباس‌هایشان قضاوت می‌شوند و شما به خوبی از ظاهر یک فرد می‌توانید به خصوصیاتش پی ببرید. این روزها برخلاف گذشته ظاهر افراد بیشترین تاثیر را روی ما می‌گذارد و نشان‌دهنده رفتار و شخصیت آنها است. ذکر این نکته را لازم می‌دانم که منظور من از تاثیر لباس بر موفقیت افراد، به تن کردن لباس‌های گران‌قیمت نیست بلکه درست لباس پوشیدن و آراستگی در پوشش متناسب با بازار هدف است که می‌تواند علاوه بر موفقیت حرفه‌ای، حس احترام مشتری را نیز به دنبال داشته باشد.

۱۶. در مورد موضوعی تعریف کن که درست است، اما تقریباً هیچ کس بر سر آن با شما توافق ندارد / پیتیر تیل پی پال  
این سوال مهارت‌های تفکر افراد را مورد سنجش قرار می‌دهد و به علاوه شهامت آنها در صحبت کردن را برآورد می‌کند.

## ۸ دستورالعمل روزانه موفقیت از ۸ مدیرعامل موفق

او برای هر روز خود یک موضوع قرار داده است. هفته دورسی به این شکل است (فراموش نکنیم در کشورهای غربی روز یکشنبه تعطیل است):

- دوشنبه: مدیریت و اداره شرکت
- سه‌شنبه: محصول
- چهارشنبه: بازاریابی و ارتباطات/ توسعه بازار
- پنج‌شنبه: توسعه‌دهندگان و شراکت‌ها
- جمعه: فرهنگ سازمانی و استخدام
- شنبه: فراغت بهره‌ور
- یکشنبه: تفکر و تدبیر

### ۲. مایکل براش مدیرعامل ویلو: بازار را رصد کنید

مایکل براش مدیرعامل پلتفرم اجتماعی ویلو می‌گوید، «من روزانه یک تا دو ساعت را صرف رصد بازار و مرور اخبار مرتبط با فناوری در منابعی مثل توئیتر می‌کنم.» این گفته براش اهمیت هوشمندی بازار را گوشزد می‌کند. در واقع همانطور که من پرویز درگی گفته‌ام؛ وظیفه رصدگری بازار مثل دیده‌بان‌های ارتشی است که باید بر اساس طبقه‌بندی مناطق؛ بازار، مشتریان، و رقبا را رصد و تغییر و تحولات را بررسی و گزارش کنیم. البته براش در این عادت منحصر بفرد نیست و این رفتار در بسیاری دیگر از مدیران موفق دیگر نیز دیده می‌شود. اگر چشم‌ها و گوش‌های خود را به روی روندهای جدید و جریان‌های جاری صنعت ببندیم، قدرت نوآوری و آفرینش خود را از دست خواهیم داد.

### ۳. زک سوپالا مدیرعامل پارتیکل:

#### تنها چیز ثابت در دنیای فانی تغییر است

زک سوپالا در دانشگاه کامپیوتر می‌خواند، اما به علم طراحی علاقمند شد و به همین دلیل مدیریت و طراحی خواند. در دوران تحصیل با دوره‌های کارآفرینی آشنا شد و تصمیم گرفت کار و کسبی برای خودش راه‌اندازی کند؛ اما قبل از اقدام به انجام هر کاری به عنوان یک کارآموز در چند شرکت دانش‌بنیان مشغول به کار شد و توانست تجربه با ارزشی کسب کند و شبکه خوبی از دوستان متخصص و مفید در اطراف خود گرد آورد.

به نظر زک سوپالا که یکی از نوآورترین مدیران عامل حال حاضر جهان است؛ کلید موفقیت در ایجاد تحول در عادت‌های روزانه نهفته است.

چه خانه‌داری را انتخاب کرده باشید و چه کارآفرینی آرزومند و یا مدیرعامل یکی از ۵۰۰ شرکت برتر فهرست فورچون باشید؛ شکی نیست که موفقیت شما ریشه در ایجاد و حفظ عادت‌ها و رفتارهای روزمره سازنده دارد. مسئله اینجاست که بیشتر مردم نمی‌دانند کدام عادت سازنده هستند. و اگر عده‌ای هم این را بدانند، باز بیشتر این تعداد قلیل هم از انضباط و انسجام فکری کافی جهت حفظ این عادت بهره‌مند نیستند.

هرچند هیچ دو نفری رفتارهای مشابه ندارند و همه دارای شرایط یکسان نیستند و به همین دلیل نمی‌توان نسخه‌ای واحد برای موفقیت همه صادر کرد، اما الگوبرداری آگاهانه از رفتارها و عادت‌های سازنده انسان‌های موفق می‌تواند سودمند باشد. پس اگر به دنبال ارتقا توانایی‌های خودتان هستید، تلاش کنید این راهکارها را در زندگی روزانه‌تان محقق کنید و فایده و مطلوبیت آنها را در کار و زندگی شخصی‌تان ببینید. در ادامه همراه ما شوید تا نسخه موفقیت ۸ مدیرعامل برتر را مرور کنیم:

### ۱. جک دورسی مدیرعامل توئیتر و اسکویئر:

#### کار هوشمندانه؛ فراغت بهره‌ور

جک دورسی زاده نوامبر سال ۱۹۷۶ طراح نرم‌افزار آمریکایی، بنیانگذار و مدیر عامل توئیتر و همچنین اسکویئر «شرکت پرداخت همراه»، به عنوان یک نوآور برجسته شناخته شده است. در سال ۲۰۰۸، دورسی از سوی مجله بررسی تکنولوژی MIT به عنوان یکی از ۳۵ مبتکر برتر جهان با سن زیر ۳۵ سال معرفی شد. مجله وال استریت ژورنال نیز در سال ۲۰۱۲ «جایزه مبتکر سال» برای تکنولوژی را به او داد.

شبکه اجتماعی توئیتر در مارس ۲۰۰۶ به وسیله جک دورسی، اوان ویلیامز، بیز استون و نوح گلس تأسیس شد. در آغاز، دورسی عنوان مدیرعامل این شرکت را در اختیار داشت ولی ظاهراً به علت ترک زود هنگام محل کار به منظور پرداختن به سایر فعالیت‌ها مثل یوگا و طراحی مُد سمت خود را از دست داد. در سال ۲۰۱۵ وی مجدداً به عنوان مدیرعامل توئیتر معرفی شد. اولین توئیتر روی وبسایت توئیتر برای دورسی است. در آن زمان توئیتر twttr نام داشت. دورسی هم نوشته است: «مشغول راه انداختن twttr ام هستیم.» دورسی در میان مدیران عامل برتر جهان عادت‌های منحصر بفردی دارد. او به خوبی می‌داند که چطور می‌توان هم در زندگی شخصی و هم در کار و کسب خوش درخشید.

وبسایت برتر دنیای اینترنت یعنی بلاگر و توییتز است. او بیش از هر کسی بر ضرورت فاصله گرفتن از میزکار و بلندشدن از روی صندلی تاکید دارد. به قول ویلیامز، وقتی نمی‌خوابید، تغذیه خوبی ندارید، ورزش یا تمرین نمی‌کنید و زندگی بدون آدرنالین را برای مدت زیادی تجربه می‌کنید، اینگونه عملکرد شما مختل می‌شود. در نتیجه تصمیمات شما هم مختل می‌شوند. و در نهایت حتی شرکت شما هم مختل می‌شود.

#### ۷. تونی شوارتز مدیرعامل انرجی پراجکت: مراقبه

مشکل دنیای پرهیاهوی امروز، دشواری تمرکز است. در این دنیا همه چیز با سرعت برق و باد در حال حرکت است و انسان به راحتی می‌تواند در انبوه همه‌ها غرق شود. راهکار شوارتز برای مقابله با این شرایط، مراقبه و مدیتیشن ذهنی است. مراقبه راهکار بسیار رایجی برای خالی کردن ذهن و تمرکز کردن است. در مجموع مراقبه موجب بهره‌وری و خلاقیت بیشتر می‌شود. در واقع انسان‌ها هرچند ظاهری عقلایی دارند اما در باطن به مراتب احساساتی‌تر از آن چیزی هستند که نشان می‌دهند. در این بین احساسات منفی به شدت باعث افت عملکرد افراد می‌شود، جالب آنکه تحقیقات روانشناسان نشان می‌دهد ذهن انسان به طور خودکار تمایل بیشتر به امور منفی نشان می‌دهد و اگر شما ذهن را به حال خود رها کنید، بیشتر به اندیشیدن در مورد جنبه منفی مسایل می‌پردازد به همین خاطر برای جبران این انحراف ذهنی ناخودآگاه، باید تلاش کنید که به جنبه مثبت امور بیاورید و دقایقی از روز را صرف مراقبه و آموختن متدهای NA کنید.

#### ۸. گری میلفسکی مدیرعامل اسنوپ‌وال: خدایا شکر

میلفسکی توصیه می‌کند که روز خود را با نگرش مثبت و شکرگزاری به دلیل وجود موهبت‌ها و نعمات زندگی آغاز کنیم. نگرش ترکیبی از باورها و هیجان‌هایی است که شخص را پیشاپیش آماده می‌کند تا به دیگران، اشیا و گروه‌های مختلف به شیوه مثبت یا منفی نگاه کند. نگرش‌ها در زمینه‌سازی و شکل‌دهی به رفتارها، ایجاد انگیزش‌ها، ارضای نیازها و جهت‌دهی به گرایش‌ها تأثیری جدی دارند.

البته به قول آنتونی رابینز؛ اگر داشتن فکر و اندیشه مثبت به تنهایی کارساز بود، باید همه در کودکی اسب‌های کوچک داشته و اکنون نیز زندگی رویایی داشته باشیم؛ در واقع هر موفقیت بزرگ با عمل به دست می‌آید. گری میلفسکی نیز تاکید می‌کند که هیچ چیز آسان بدست نمی‌آید و نیازمند سخت‌کوشی و پرداخت هزینه‌های آن است. پس نگرش مثبت می‌تواند شروع قدم نهادن در مسیر درست باشد.

منبع:

<http://www.lifhack.org/۳۱۹۸۱۴/۸-ceos-reveal-which-daily-habits-drive-success>

به بیان دیگر اگر عادات‌های مشابهی را به مدت ۲۵ سال حفظ کنید، نمی‌توانید انتظار تغییر در زندگی خود داشته باشید. می‌توانید روی اصول خود پایبند باشید، اما این به معنای آن نیست که از تطبیق با شرایط روز چشم‌پوشی کنید.

به قول خودش: «من همیشه چیزهای جدید را امتحان می‌کنم و شکل کار کردنم را تغییر می‌دهم».

#### ۴. برت یورمارک مدیرعامل بروکلین نتز: خداحافظ رختخواب

برت یورمارک شاید یکی از سحرخیزترین مدیران عامل جهان باشد. جوان‌ترین مدیر عامل لیگ بسکتبال NBA ساعت ۳:۳۰ از خواب بلند می‌شود و ساعت ۴:۳۰ به محل کارش می‌رود. در آنجا ورزش می‌کند و ایمیل‌هایی سرشار از انگیزه به اعضای تیمش می‌فرستد. اگر نمی‌توانید تصور کنید که بیدار شدن در این ساعت از صبح چگونه است، یک فرصت بزرگ را برای افزایش بهره‌وری روزانه از دست خواهید داد. پس زود از بستر جدا شوید و کار روزانه‌تان را شروع کنید. زمان بیشتر، کار شما برای پیوستن به جمع مدیران عامل موفق هموار می‌کند.

#### ۵. مارک کوبان مدیرعامل و کارآفرین سریالی:

##### جلسات بی‌فایده ممنوع

در سن ۱۲ سالگی کودکی دست و پا چلفتی به نام مارک با یک عینک ته‌استکانی در محله‌های اطراف کیسه زباله می‌فروخت و اندک درآمد خود را صرف هزینه‌های ضروری کودکانه‌اش می‌کرد. در همان روزها بود که اصول اولیه تجارت را به خوبی آموخت. مارک کوبان که امروز در فهرست ویکی پدیا با عنوان تاجر، سرمایه‌گذار، تهیه‌کننده فیلم، نویسنده، شخصیت تلویزیونی و خیر از او یاد شده است، اولین شرکت خود را در سن ۲۵ سالگی تأسیس کرد و در حال حاضر ثروتی حدود ۳ میلیارد دلار دارد. مارک کوبان یکی از مدافعان سرسخت لغو برگزاری جلسات بی‌فایده است. از نظر او جلسات یکی از قاتلان زمان هستند. جلسات زمان و توان نیروی انسانی را اتلاف می‌کنند چنان که بعضی از مدیرعامل‌ها آن را به کلی غیر ضروری می‌دانند، مگر آنکه به معامله‌ای ختم شوند. مارک کوبان در این خصوص می‌گوید: «جلسات اتلاف وقت هستند مگر زمانی که جوش خوردن یک معامله در میان باشد. روش‌های بسیاری برای برقراری ارتباط همزمان یا غیرهمزمان وجود دارد که می‌تواند از برگزاری جلسات غیرضروری جلوگیری کند»

#### ۶. اوان ویلیامز مدیرعامل پیشین توییتز:

##### زندگی با آدرنالین را تجربه کنید

اوان ویلیامز یکی از غول‌های کارآفرینی و موسس دو وبسایت از ده

## ۸ راه آسان برای از بین بردن اعتبارتان در محل کار

تخریب این منبع بسیار با ارزش کار ساده‌ای است و به تلاش چندانی نیاز ندارد. در زیر هشت روش ساده برای خراب کردن شهرتتان را مرور می‌کنیم:

### ۱- قبول کردن یک پیشنهاد کاری و سپس انصراف از آن

بعضی از افراد پس از این که به یک پیشنهاد کاری بله گفتند همچنان به گشتن و مصاحبه دادن ادامه می‌هند تا شاید کار بهتری پیدا کنند. آن‌ها با این کار هزینه گزافی پرداخت می‌کنند زیرا به عنوان فردی شناخته می‌شوند که حرفشان حرف نیست و به سرعت جا می‌زنند. و اصولاً خیلی از افراد در بیش از یک شرکت از شرکت‌هایی که شما در آن‌ها به دنبال کار هستید حضور دارند. تصور کنید شما شدیداً به دنبال کاری هستید و یکی از افراد تصمیم‌گیرنده، همان فردی است که که قبلاً برای شرکتی که از آن انصراف داده‌اید کار می‌کرده است. شما واقعاً دوست ندارید چنین جمله‌ای را هنگام مصاحبه بشنوید: «او در شرکت ما استخدام شد ولی درست قبل از شروع کار کنار کشید.»

### ۲- شروع یک کار و ترک آن به خاطر یک کار دیگر پس از مدتی کوتاه

این که کارتان بسیار نامناسب باشد و یا آنی نباشد که در زمان استخدام به شما گفته شده موضوع دیگری است. اما شروع یک کار و سپس ترک فوری آن فقط به خاطر یک کار بهتر، همان بلایی را سرتان می‌آورد که در بالا اشاره کردیم. اما این

حتی از آن هم بدتر است زیرا آن شرکت برای آموزش و معرفی شما به مشتریان و غیره، سرمایه‌گذاری مالی و زمانی کرده است.

### ۳- عصبانی شدن در محل کار

سرخورده شدن گاه به گاه در کار امری عادی است اما اگر صدایتان را بالا ببرید، درها را به هم بکوبید و بر سر دیگران فریاد بزنید،





پایتان را از گلیم‌تان فراتر گذاشته‌اید. کافی است تنها یک‌بار چنین اتفاقی بیفتاد تا شما به عنوان یک فرد عصبانی شهرت پیدا کنید که هیچ‌کس حاضر نیست با او کار کند. و زدودن این شهرت بد، کار بسیار دشواری است.

#### ۴- دروغ

چه برای پنهان کردن اشتباهتان دروغ بگویید، چه به امید درآمد بهتر درباره درآمد قبلی‌تان اغراق کنید، در هر صورت اگر دروغتان آشکار شود، شهرتتان نزد هر کسی که از این موضوع مطلع شود قطعا به گل خواهد نشست. اعتماد به گفته‌های دیگران در محل کار از اصول است و زمانی که شما نشان دهید که قابل اعتماد نیستید، برقراری رابطه‌های کاری برایتان بسیار دشوار خواهد شد.

#### ۵- خلف وعده

وقتی شما بر سر حرفتان باشید و به وعده‌هایتان عمل کنید، نزد دیگران دارای اعتبار می‌شوید. اگر بگویید فلان گزارش را تا دوشنبه ارسال خواهید کرد یا در مورد حساب جدیدتان جلسه‌ای ترتیب خواهید داد اما آن‌ها را فراموش کنید، اعتبارتان را زیر سوال برده‌اید و به عنوان فردی غیرقابل اطمینان و متزلزل شهره خواهید شد.

۶- توصیه کردن فردی برای شغلی که مناسب او نیست  
وقتی فردی را برای کاری توصیه

می‌کنید به این معنی است که ضمانت او را می‌کنید، کار او مورد قبول شما است و خودتان حاضرید با او همکاری شوید. اما اگر آن فرد واقعا چنین نباشد، چیزی شبیه به این جمله را پشت سرتان خواهند گفت: «او فکر می‌کرد کار طرف خوب است ولی او افتضاح و غیرقابل تحمل است.» به هر حال برداشت شما از کار یک فرد، استانداردها و قضاوت شغلی خودتان را هم نشان می‌دهد.

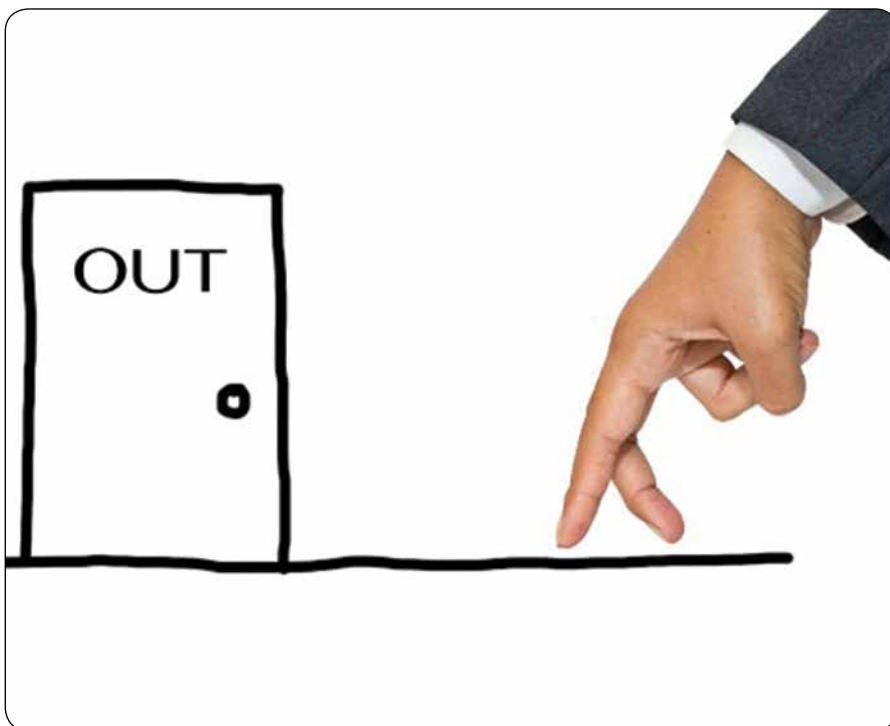
#### ۷- ترک شغل بدون اطلاع

تنها در صورتی که یک دلیل خیلی خیلی خوب داشته باشید، ترک کار بدون اطلاع قبلی یعنی خراب کردن پل‌های پشت سر با رییس (و حتی همکارانتان). فاتحه نامه

رضایت کاری را نیز بخوانید. خوشتان بیاید یا نه، عرف این است که خروجتان را از ۲ هفته قبل اطلاع دهید.

#### ۸- ارسال ایمیل خصومت‌آمیز پس از یک اتفاق ناگوار

به ایمیل کسی در عصبانیت پاسخ داده‌اید؟ از قانون جدید شرکت ناراضی هستید؟ یا پاسخ نامناسبی به ایمیل مردودی در مصاحبه کاری ارسال کرده‌اید؟ در هر صورت ادامه کار با این اتفاق کار بسیار سختی است. شما شهرت فردی را پیدا می‌کنید که نمی‌تواند پاسخ آرام و حرفه‌ای به مشکلات بدهد و بیشتر افراد از شما دور خواهند شد.





# اشتراک

- هزینه ارسال عادی از مشترکان دریافت نمی شود.
- افزایش قیمت نشریه در طول دوره اشتراک مشمول مشترکان قبلی نمی شود.
- تسهیلات اشتراک برای روزنامه‌ها مجلات عمومی و مجلات تخصصی به ترتیب تا سقف ۵۰۰، ۲۵۰۰ و ۵۰۰۰ تومان به ازای هر نسخه.
- برای ثبت اشتراک کافی است به سایت [www.eshterak.ir](http://www.eshterak.ir) مراجعه نمایید.

## مشترک شوید



[www.eshterak.ir](http://www.eshterak.ir)

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
 با هدف گسترش فرهنگ مطالعه  
 و حمایت از مطبوعات طرح تخفیف اشتراک  
 تا سقف ۵۰ درصد را اجرا می کند.