



* سرمقاله

۲ - ریال یا یورو؛ مسئله این است

* خبرنامه

* ویژه نامه نمایشگاه

- ۸ - نمایشگاه‌های نساجی، پوشاک و فرش ماشینی تهران برگزار شد
- ۱۲ - زخم‌های کهنه صنعت نساجی نیازمند درمان ریشه‌ای
- ۱۶ - گفتگو با آقای سیدحسن دسترنج مدیرعامل کارخانجات دسترنج رضابافت
- ۲۰ - گفتگو با مهندس بهنام ابراهیمی رییس هیئت مدیره گروه صنعتی صدف
- ۲۲ - گفتگو با مهندس رضا مشیری مدیرعامل شرکت اطلس شیمی رزین
- ۲۴ - گفتگو با مهندس مجید امینی مدیر فروش و بازاریابی شرکت کهن تاج کیمیا
- ۲۶ - گفتگو با مهندس علی کاظمی مدیرعامل گروه تولیدی صنعتی شادتکس
- ۲۸ - گفتگو با مهندس بهمن ولی‌نژاد مدیر فروش شرکت فرایند گستر تامین
- ۳۰ - کاربردهای فناوری پلاسمای سرد در صنعت نساجی
- ۳۳ - تحول صنعت نساجی ایران در تعامل با تولیدکنندگان فناوری
- ۳۴ - گفتگو با خانم مژگان سرشار مدیریت طراحی شرکت حوله آذریس تبریز
- ۳۶ - گفتگو با آقای رضا چگنی مدیر کارخانه زاگرس پوش
- ۳۸ - گفتگو با آقای بهرام شهریاری مدیرعامل شرکت تارتین
- ۴۰ - پوشاک را به‌عنوان صنعت باور ندارند/ دکتر مجید افتخاری

* گزارش

- ۴۲ - فعالیت برندهای خارجی پوشاک مشروط شد
- ۴۵ - نشست مشترک انجمن صنایع پوشاک ایران با نمایندگان تشکل‌ها
- ۴۸ - کارخانجات نساجی خوی در مسیر توسعه
- ۴۹ - ۹ پیشنهاد برای خیزش صنعتی
- ۵۱ - ۶ نقطه قوت در چشم انداز اقتصاد ایران
- ۵۴ - چرا رشد اقتصادی در ایران با نوسان روبه‌روست؟
- ۵۶ - چادر ایرانی چگونه ژاپنی شد؟
- ۵۷ - تاناکوراها لاکچری

۵۸ - نگاهی به مشکلات صنعت حوله بافی

۶۰ - واردات غیرقانونی پارچه رومبلی چینی به ایران

* نساجی استان‌ها

۶۲ - واحدهای نساجی سنتی محکوم به شکستند

* تولید و تجارت پنبه

۶۷ - گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول سپتامبر ۲۰۱۶)

۶۹ - بیش از ۲۳ هزار تن پنبه در استان گلستان تولید می‌شود

۷۰ - افت تولید پنبه هند در سال ۲۰۱۶

* نانو در نساجی

۷۲ - کاربرد فناوری نانو در منسوجات ورزشی و منسوجات بیرون از خانه

* تحلیل اقتصادی

۷۸ - فرار کارخانه‌ها تهدیدی برای رشد و اشتغال کشور

۸۰ - باید کاری کرد که قاچاق صرفه اقتصادی نداشته باشد

۸۱ - ضرر همگانی از زد و خوردهای سیاسی

۸۴ - اقتصادی غیررقابتی به رشد نمی‌رسد

۸۶ - آینده سیاسی کشور، نقش مهمی در اقتصاد دارد

۸۷ - سه راهکار برای بهبود روند توسعه ایران

۸۸ - به جای مقابله با واردات، تولید را آسان کنیم

* مدیریت، بازاریابی

۸۹ - چگونه در فروش فوق ستاره شویم؟

۹۱ - ۱۰ نکته برای ایجاد خلاقیت در کار

۹۲ - کارمندان مدیر می‌خواهند، نه دوست

۹۴ - هفت قانون طلایی NLP برای موفقیت

۹۵ - هوش تجاری و کاربردهای آن



- مطالب نویسندگان لزوماً نظرنشریه
صنعت نساجی و پوشاک نیست.
- نشریه در حکم و اصلاح و کوتاه کردن
مقالات رسیده و ویرایش آنها آزاد است.
- نقل یا ذکر مآخذ آزاد است.
- مطالب 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 آرا: 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، زینب بلباسی،

شبنم احمدی (عکاس)، امیر مهرزاد، مجید جانقربان، امیرعلی امینیان، یاسر مولایی، مریم رضایی، نیما شفیعی

امور چاپ: چاپ نجم، 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 ۱۵) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

مدیریت هنری و نظارت برچاپ: طرح سازگور / www.tsgir.com جذب آگهی: گروه یاران

ریال یا یورو؛ مسئله این است

جمشید بصیری

و مواد تعاونی، ماشین‌آلات و قطعات و انواع دستگاه‌های چاپ و تکمیل تشکیل می‌دادند. البته به هیچ وجه منکر حضور و مشارکت شرکت‌های خارجی یا بازرگانی در نمایشگاه نیستیم و قطعاً این شرکت‌ها تامین‌کننده بخش مهمی از نیاز بازار نساجی کشور هستند، اما سوال اساسی این است که آیا در نمایشگاهی که در خاک خودمان برگزار می‌شود، سهم تولیدکنندگان داخلی باید کمتر از ۲۰ درصد باشد؟! آیا تمام ظرفیت و توان صنعت نساجی ایران همین قدر است و از ۹ هزار و اندی واحدهای نساجی دارای مجوز در کشور، فقط حدود ۱۰۰ واحد باید در نمایشگاه مشارکت کنند؟ شرکت‌هایی که به نمایشگاه نیامدند، چرا نیامدند و آیا هنوز وجود خارجی دارند؟ و از همه مهم‌تر، آیا اساساً چیزی به اسم زنجیره صنعت نساجی در کشور که بتواند نیاز بازار داخلی را تامین کند، وجود خارجی دارد؟

پرسش مهم دیگری که برگزاری نمایشگاه نساجی امسال با این شرایط در ذهن ایجاد می‌کند آن است که هدف و برنامه

عمل سهم تولیدکنندگان داخلی منسوجات از نمایشگاه امسال کمتر از ۱۰۰ شرکت یا حدود ۲۰ درصد از کل شرکت‌کنندگان بوده که این موضوع، به وضوح از مهجوری بخش تولید نساجی در کشورمان حکایت می‌کند.

انتظار می‌رفت در بزرگ‌ترین گردهمایی نساجی کشور که سالی یک بار برگزار می‌شود، شاهد حضور تولیدکنندگان انواع نخ و پارچه، الیاف طبیعی و مصنوعی، منسوجات خانگی، قطعات یدکی، مواد تعاونی و شیمیایی و ... باشیم، اما در عمل به جز چند واحد قدیمی و شناسنامه‌دار ریسندگی و بافندگی کشور، چند شرکت تولیدکننده الیاف مصنوعی و تعداد معدودی تولیدکننده منسوجات خانگی و کالای خواب که مجموع آنها شاید به تعداد انگشتان دو دست هم نمی‌رسید، تولیدکننده دیگری در نمایشگاه ندیدیم و بسیاری از شرکت‌هایی که در سال‌های گذشته پای ثابت نمایشگاه بودند نیز امسال غیبت داشتند. مابقی شرکت‌کنندگان داخلی نمایشگاه را هم تامین‌کنندگان و شرکت‌های نمایندگی رنگ

روزهای سیزدهم تا شانزدهم شهریورماه امسال بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی تهران؛ چهارمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک به همراه هشتمین نمایشگاه بین‌المللی کف‌پوش‌ها، موکت، فرش ماشینی، ظرف مدت ۴ روز با حضور شرکت‌کنندگان داخلی و عمدتاً خارجی برگزار گردید که به همین بهانه، به نکاتی پیرامون این نمایشگاه‌ها اشاره می‌کنیم.

بیست و دومین نمایشگاه نساجی تهران در شرایطی برگزار شد که پیشتر و از سوی برگزارکننده، تعداد شرکت‌کنندگان آن ۱۳۸ شرکت داخلی و ۲۰۰ شرکت خارجی اعلام شده بود اما در عمل شاهد حضور حدود ۲۰۰ شرکت داخلی و بیش از ۴۰۰ شرکت خارجی در نمایشگاه امسال بودیم که جای بسی تأمل دارد. با احتساب اینکه تقریباً نیمی از شرکت‌کنندگان داخلی را هم شرکت‌های بازرگانی یا نمایندگی‌ها تشکیل می‌دادند، در

برگزاری این نمایشگاه‌ها کاملاً مشهود است. تشکلهایی که با وجود همه تلاش‌ها، در عمل نتوانستند نقش زیادی در مشارکت پررنگ‌تر تولیدکنندگان داخلی ایفا کرده یا از طریق رایزنی با مسئولان امر، شرایط را برای حضور شرکت‌های داخلی تسهیل نمایند. همانطور که دو سال پیش، تشکلهای نساجی در مورد تعرفه‌های ترجیحی یا برگزاری نمایشگاه پوشاک ترکیه در ایران، به بازی گرفته نشدند، این بار هم بدون آنکه تشکلهای مورد مشورت قرار گیرند، زمینه حضور چندصد شرکت از ترکیه، چین، هند، سوریه و ... در نمایشگاه فراهم شد و هیچکدام از تشکلهای روحشان خردار نشد که این شرکت‌ها کی آمدند و کی رفتند. حتی خبر رسید که شرکت‌های پوشاک ترکیه، اقدام به فروش مستقیم در نمایشگاه با وجود ممنوعیت آن کردند و خدمات تحویل در منزل یا هر مکان دلخواه را نیز به مراجع‌کنندگان ارائه می‌دادند!!!

البته نمی‌توان تمام تصمیم‌ها را به گردن مجری این نمایشگاه‌ها انداخت و قطعاً هماهنگی، ساماندهی و بسترسازی برای حضور همزمان این تعداد شرکت خارجی در کشور، آنهم برای مدت کوتاه چهارروزه، موضوعی نیست که شرکت برگزارکننده به تنهایی بتواند از پس آن بریاید. همانطور که ذکر شد بی‌تردید مسائل متعددی در اینکه نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک امسال به این سبک و سیاق برگزار شوند، وجود داشته و اینکه در پشت صحنه چه گذشته، از دایره فکر و ذهن امثال ما خارج است. اما هرچه بوده، یک موضوع را با قطعیت می‌توان گفت و آن اینکه، امسال زور ریال تولیدکنندگان ایرانی اصلاً به بوروی شرکت‌های خارجی نچربیده است.

را در این مورد بی‌تقصیر اعلام کرده و علت حضور شرکت‌های ترکیه و سوریه را نامه‌ای ذکر می‌کنند که از سوی مقامات ارشد به برگزارکنندگان ابلاغ شده است.

البته برخلاف نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک، در مورد هشتمین نمایشگاه فرش ماشینی نکته قابل ذکری وجود ندارد و همچون سنوات گذشته، تولیدکنندگان فرش ماشینی در فضایی آرام و سالن‌های همیشگی، غرفه‌های خود را برپا کردند و برچیدند و ظاهراً فرش ماشینی تنها حوزه‌ای است که هنوز چین، ترکیه و هند نتوانسته‌اند تولیدکنندگان داخلی را تحت تاثیر قرار دهند. به هر ترتیب، آنچه که به خصوص در مورد نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک امسال شاهد بودیم، از ابعاد مختلفی قابل بررسی و قابل تأمل است که بخشی از آن را در پاراگراف‌های قبلی، در قالب پرسش‌هایی مطرح کردیم. آنچه بیش از هر چیز در مورد نمایشگاه‌های برگزار شده مشهود است، سیطره کامل بی‌برنامگی، بی‌هدفی، بی‌انضباطی، بی‌سامانی و فقدان هرگونه نگاه حاکمیتی و مبتنی بر منافع ملی در مورد آنهاست و برگزاری نمایشگاه‌ها به جای اینکه با هدف کمک به توسعه و پیشرفت صنایع نساجی و پوشاک و حمایت از تولیدکنندگان داخلی اتفاق بیافتد، بر مبنای انگیزه‌ها و منافع مادی عده‌ای قلیل و احتمالاً اهداف سیاسی انجام گرفته که اختصاص سالن به کشور سوریه در دقیقه ۹۰ و اعمال تعرفه گمرکی صفر برای صادرکنندگان سوری، می‌تواند از جمله این اهداف باشد.

از سوی دیگر، ضعف تشکلهای نساجی و پوشاک کشور به عنوان ناظران و همکاران

برگزارکنندگان شامل مجری و ناظر نمایشگاه از برگزاری این رویداد چه بوده است؟ هدف این بوده که ظرفیت‌های صنعت نساجی و تولیدکنندگان داخلی این صنعت به نمایش درآمده و فرصت‌های جدیدی فراهم شود یا اینکه صرفاً قرار بوده فرش قرمزی برای شرکت‌های نساجی از چین تا ماچین گسترده شده و تولیدکنندگان و شرکت‌های نساجی از ترکیه، چین، هند، ایتالیا، پاکستان، سوریه، کره جنوبی، تایوان و ... به معرفی و عرضه محصولات و خدمات خود بپردازند؟ می‌خواستیم تولیدکنندگان مان را به افزایش تولید و نوآوری ترغیب کنیم یا اینکه قصدمان این بود راه و رسم واردکننده‌شدن را به تولیدکنندگان خود نشان دهیم؟

وضعیت و شرایط برگزاری نمایشگاه پوشاک از این هم تاسف برانگیزتر است؛ نمایشگاهی که تا یک ماه قبل از برگزاری، جا و مکانش مشخص نیست، دو بار زمان و مکان آن تغییر می‌کند و تا لحظه آخر معلوم نیست شرکت‌کنندگان آن چه کسانی هستند، از این بهتر نمی‌شود. البته برگزارکنندگان نمایشگاه پوشاک تلاش خود را کردند و به گفته خودشان اقدامات خوبی هم برای بازاریابی این نمایشگاه در شهرستان‌ها انجام دادند اما غیبت بسیاری از برندهای پوشاک مطرح در این رویداد (به رغم مشارکت چند تولیدکننده معتبر پوشاک)، از اعتبار و اهمیت تنها نمایشگاه بین‌المللی پوشاک در کشور که سالی یک بار هم برگزار می‌گردد، می‌کاهد. نکته مهم دیگر، حضور تولیدکنندگان پوشاک ترکیه و سوریه در نمایشگاه آنهم در دو سالن مجزا و جالب اینجاست که هم تشکلهای نساجی و پوشاک و هم مجری برگزاری، خود



راه اندازی شعبه انجمن صنایع نساجی ایران در شهر مشهد

شعبه انجمن در این شهر تقدیر شد و پس از تعیین هیئت ریسه و اعلام نامزدی علاقمندان به حضور در هیئت مدیره این شعبه انتخابات برگزار گردید که افراد زیر به ترتیب به عنوان هیئت ریسه شعبه انتخاب شدند:

آقایان عباس مقصودی (فرش نگین مشهد)، غلامعلی رخصت (مهتا توس)، شروین بادامچی (شادیلون)، خانم فاطمه جمیلی (نخ کش حریر مشهد)، آقایان محمد گلابگیر (البسکو)، هادی آقایی (فرش زمرد مشهد)، جواد حسین پور (پوشاک اطمینان) به عنوان اعضای اصلی و آقای احسان مؤمنی (خوش بافت کاویان) و هادی غلامحسینیان (رضا نخ) به عنوان اعضای علی‌البدل انتخاب شدند. همچنین آقای کوروش دهقان نژاد بازرگ اصلی و آقای امامدادی بازرگ علی‌البدل انتخاب شدند.

ماهانامه «صنعت نساجی و پوشاک» ضمن تبریک راه‌اندازی شعبه مشهد انجمن صنایع نساجی ایران و آرزوی موفقیت برای اعضای هیئت مدیره آن، امید دارد این حرکت در سایر استان‌های صاحب صنایع نساجی نیز ادامه پیدا کرده و همه تشکل‌های مرتبط با بخش نساجی و پوشاک تحت یک پرچم فعالیت نمایند تا اثربخشی اقدامات و فعالیت‌های انجام‌گرفته توسط آنها افزایش پیدا کند.



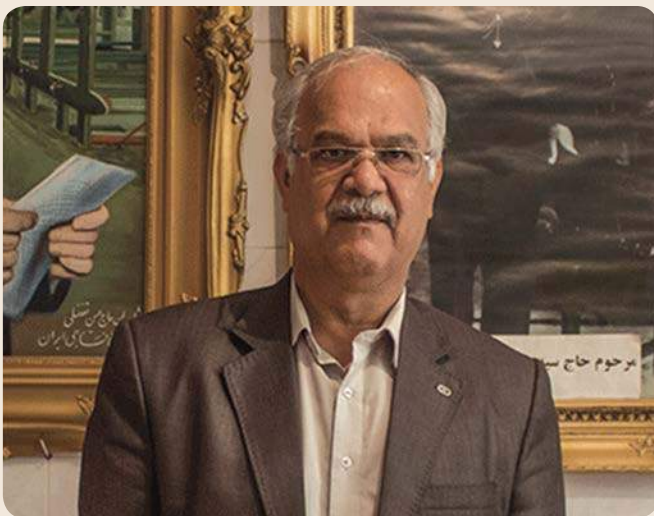
روز پنجشنبه هجدهم شهریورماه، نخستین نشست شعبه انجمن صنایع نساجی ایران در مشهد با حضور محمد مهدی رییس زاده دبیر و مهندس رضا حمیدی عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران برگزار شد. به گزارش نساجی نیوز، در این نشست که با استقبال مدیران و کارآفرینان صنایع نساجی مشهد همراه بود پس از خیر مقدم و بحث و تبادل نظر و توضیحات تکمیلی آقایان مهندس حمیدی و رییس‌زاده در خصوص اهداف و کارکردهای تشکل‌های صنفی و مفاد قانونی اساسنامه انجمن در خصوص نحوه تشکیل و اداره شعب نمایندگی، از استقبال فعالین صنایع نساجی مشهد از راه‌اندازی

استفاده از ظرفیت‌های گیلان برای رونق صنعت نساجی

کالاهای بی کیفیت خارجی به داخل کشور جلوگیری کنیم. وی با اشاره به دستاوردهای توسعه و بازسازی واحدهای تولیدی و دستیابی به رونق صنعتی در گیلان گفت: توسعه صنایع کوچک و متوسط متضمن افزایش تولید و اشتغال است، از این رو کمک به حل مشکلات واحدهای کوچک و متوسط با عزم مدیران استان و در رأس آن با همت استاندار گیلان در قالب کارگروه ایجاد رونق در صنایع کوچک و متوسط به طور جدی در حال پیگیری است. گفتنی است شرکت ریسندگی خاور با ایجاد اشتغال برای ۲۰۰ نفر و تولید انواع نخ از الیاف طبیعی و مصنوعی (پنبه-پلی استر-ویسکوز) با ظرفیت تولید ۷ تن در روز در حال فعالیت است و ظرفیت افزایش خطوط تولید در زمینه‌های بافندگی، چاپ، تکمیل و دوخت و دوز را داراست.

معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استاندار گیلان گفت: صنعت نساجی سابقه‌ای کهن در گیلان دارد و برای شکوفایی آن از ظرفیت‌های موجود در استان استفاده می‌کنیم. به گزارش ایلنا از رشت، محمدحسین اصغریان در جریان بازدید از خطوط تولید شرکت ریسندگی خاور، با ابراز خرسندی از بازسازی و آغاز به کار مجدد این واحد نساجی گفت: صنعت نساجی یکی از پربرآوردترین صنایع در کشور است و سرمایه‌گذاری در آن علاوه بر تأمین سهم بزرگی از اشتغال، ارزش افزوده فراوانی در بر دارد. وی تصریح کرد: بخش اعظمی از مواد اولیه مورد نیاز در صنعت نساجی از داخل کشور قابل تأمین است و می‌توانیم با برنامه‌ریزی برای ایجاد رونق در این صنعت علاوه بر تأمین اشتغال پایدار از ارزیابی در اثر واردات منسوجات و ورود

دستگاه‌های دولتی کالای نساجی داخلی بخرند



مربوط به این بخش است.

دبیر انجمن صنایع همگن نساجی استان اصفهان اضافه کرد: حذف یوزانس واردات و تعرفه گمرکی از انواع مواد اولیه و قطعات نساجی از راه‌های رونق نساجی است. همچنین می‌توان به جای واردات کالاهای بنجل کشورهای بیگانه، مواد اولیه و قطعات وارد کرد. چلمقانی ادامه داد: می‌توان با سایر وزارتخانه‌ها مانند آموزش و پرورش و دفاع و هماهنگ کرد که لباس، فرش، موکت و کالای نساجی مورد نیاز خود را از واحدهای نساجی داخلی تامین کنند.

دبیر انجمن صنایع همگن نساجی استان اصفهان گفت: واردات بی‌حد و حصر کالاهای بی‌کیفیت و بنجل کشورهای بیگانه کار را به جایی رسانده که کارخانه‌های نساجی کشور با تعطیل شده‌اند یا با زیر ۵۰ درصد ظرفیت کار می‌کنند. به گزارش روابط عمومی خانه صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان، مظفر چلمقانی ادامه داد: این واردات در حالی است که واحدهای نساجی با مسایلی مانند رکود، کمبود مواد اولیه، کمبود نقدینگی، بالا بودن نرخ بهره بانکی، افزایش مالیات روبه‌رو بوده‌اند به طوری که شرایط کار برای آنها سخت شده است. وی با اشاره به جایگاه بالای صنایع نساجی استان در کشور گفت: استان اصفهان قطب نساجی کشور محسوب می‌شود به این معنا که حدود ۲۳۰۰ واحد شناسنامه‌دار و نزدیک به ۶ هزار واحد کارگاهی کوچک نساجی بدون شناسنامه جمعاً با حدود بیش از ۱۰۰ هزار نیروی انسانی در این استان مشغول به کارند.

دبیر انجمن صنایع همگن نساجی استان اصفهان تصریح کرد: ارزش افزوده صنعت نساجی نسبت به سایر صنایع بیشتر است به طوری که از هر کیلو پنبه به ارزش ۲ دلار می‌توان کالایی به ارزش هر کیلو تا ۲۰۰ دلار تولید کرد. چلمقانی با بیان اینکه این صنعت اگر بخواهد کل نیاز مصرف داخلی را رفع کند ظرفیت جذب ۲۰۰ هزار نفر نیروی انسانی را دارد، افزود: صنعت نساجی کشور پشتوانه ۲۰ دانشگاه و ۱۴ هزار نفر نیروی تحصیلکرده در این رشته را دارد. وی تأکید کرد: صنعت نساجی یکی از ۷ صنعت استراتژیک کشور شناخته شده است و طبق گزارش مرکز آمار وزارت صنایع با وجود اینکه این صنعت ۵ درصد هزینه سرمایه‌گذاری صنعتی را به خود اختصاص داده است اما ۱۲ درصد اشتغال کشور

واحد نساجی با تولید متمرکز انواع پارچه در خدابنده افتتاح شد

فغفوری ابراز کرد: در پروژه نساجی تولید متمرکز پارچه‌های جین، پنبه، پلی استر و ویسکوز سالانه به مقدار ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار متر با آلاینده‌ی پایین انجام می‌شود. وی با بیان اینکه پروژه نساجی به مدت ۱۰ سال معاف از مالیات بوده و در منطقه بکری واقع شده است خاطر نشان کرد: در تلاشیم تا این واحد با اشتغال‌زایی ۴۳ نفر از صنایع تبدیلی و پاک منطقه به شمار رود. احمد بیگدلی نماینده مردم خدابنده در مجلس شورای اسلامی نیز در این مراسم افزود: امیدواریم با تدوین برنامه‌های مشخص مشکلات و معضلات ناشی از بیکاری در شهرستان کاهش یابد.

دستگاه‌های ذی‌ربط اخذ کرده است. رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان با اشاره به آغاز فاز نخست این پروژه بزرگ گفت: تمامی ماشین‌آلات پروژه سرمایه‌گذاری خصوصی نساجی در خدابنده خارجی بوده و ارزش ماشین‌آلات آن نیز یک هزار و ۲۶۰ یورو اعلام شده است. وی با بیان اینکه فعالیت پروژه صنعتی از شهر یور ۹۵ آغاز و ۱۸ ماه پس از آغاز عملیات اجرایی آن تکمیل می‌شود عنوان کرد: پس از تکمیل عملیات اجرایی این پروژه آغاز فاز دوم پروژه در دستور کار قرار می‌گیرد.

رییس صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت: فاز نخست واحد نساجی با تولید متمرکز ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار متر انواع پارچه در خدابنده افتتاح شد. به گزارش خبرگزاری تسنیم از خدابنده، ناصر فغفوری در مراسم افتتاح شرکت نگین پردیس پاسارگاد اظهار داشت: مبلغ کل سرمایه ثابت این شرکت که از پروژه‌های نساجی استان زنجان به شمار می‌رود ۸۸ میلیارد و ۶۹۲ میلیون ریال بوده است. وی تصریح کرد: پروژه سرمایه‌گذاری خصوصی نساجی مجوز کامل ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، نساجی و دوخت و دوز را از

نمایشگاه‌های فصلی مشهد جولانگاه پوشاک قاچاق

اینکه درصد زیادی از آنها اتباع هستند و با پرداخت مبلغی پول به افراد پروانه‌دار، بنام آنها غرفه را دریافت و اجناس خود را عرضه می‌کنند. وی با بیان اینکه همواره دغدغه بنده و همکاران من و اتاق اصناف و سازمان صنعت، معدن و تجارت تنظیم بازار و حمایت از مصرف‌کننده است، افزود: امیدوارم با کمک همه دستگاه‌های مرتبط و واحدهای صنفی عرضه‌کننده و با در نظر گرفتن حقوق مصرف‌کننده و ارائه محصولات باکیفیت بتوانیم موضوع عدم برگزاری نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا را ادامه دهیم.



رییس اتحادیه پوشاک مشهد بیان داشت: تاکنون بیش از ۱۰۰ واحد صنفی منتخب این اتحادیه مجهز به بنر فروش فوق‌العاده شده‌اند و امیدوارم با همکاری بیشتری آنها بتوانیم سطح رضایتمندی مردم و مسئولین را بالا برده تا در ادامه موضوع اعتماد بین اتحادیه‌ها و مسئولین بیشتر شده و حرف‌های آنها اثربخش‌تر باشد. لسان طوسی تصریح کرد: مسئولین نسبت به شنیدن پیشنهادهای افراد متخصص اهتمام بیشتری ورزند که در نهایت نتیجه و خروجی و میزان بهره‌وری ارتقا یابد، تا مصرف‌کننده و توزیع‌کننده هر دو منتفع شده و موجب تنظیم بازار گردد. وی در خصوص کالای قاچاق اظهار داشت: سال‌های متمادی است بحث کالای قاچاق آسیب زیادی به تولید داخلی زده و امیدوارم پیگیری‌های اخیر دولت در خصوص جلوگیری از ورود این‌گونه کالاها و اطلاع‌رسانی‌های خوب صداوسیما باعث شود که بازار فروش این‌گونه اجناس ناامن شود و فروشندگان شدیداً به فکر تهیه و توزیع کالاهای داخلی باشند. رییس اتحادیه پوشاک مشهد در انتها بیان داشت: فرهنگ‌سازی استفاده از کالاهای داخلی از طریق رسانه‌ها و صداوسیما یک ضرورت است.

این نمایشگاه‌ها برای همیشه در امان باشیم. وی ادامه داد: در همه دنیا نمایشگاه‌ها به صورت تخصصی و نمایش برگزار می‌شود و عرضه در محل نمایندگی‌ها و واحدهای صنفی پروانه‌دار در سطح شهرها است.

لسان طوسی خاطرنشان کرد: اصناف همواره دولت را در بحث پرداخت حق و حقوقات متعلقه، عوارض، مالیات و پرداخت سایر هزینه‌ها یاری کرده و از دولت درخواست دارند تا در این‌گونه موارد مقابلشان نباشد و موجب رکود و تعطیلی واحدهای صنفی آنها نشود. همان‌طور که این‌گونه مسائل باعث گردیده یک‌چهارم اعضا این صنف جمع‌آوری و پروانه‌هایشان را ابطال کنند و حتی از ادامه فعالیت انصراف دهند. رییس اتحادیه پوشاک مشهد تأکید کرد: برگزاری این‌گونه نمایشگاه‌ها منافع برگزارکنندگان و واسطه‌ها و دلال‌ها را تأمین می‌کند و هیچ نفعی برای تنظیم بازار و حمایت از مصرف‌کننده ندارد. لسان طوسی بیان داشت: اجناس از رده خارجی که در طول سال در هیچ واحد تولیدی توزیع عرضه نشده، با قیمت یک‌دهم توسط واسطه‌ها خریداری شده و آنها را با قیمت‌های اجناس تازه تولیدشده و چند برابر عرضه می‌کنند.

رییس اتحادیه پوشاک مشهد افزود: ضمن

رییس اتحادیه پوشاک مشهد گفت: به‌جای نمایشگاه پاییزه، جشنواره‌های فروش فوق‌العاده با تخفیف‌های ویژه توسط واحدهای صنفی پروانه‌دار سطح شهر که از ثبات بیشتری برخوردارند برگزار خواهد شد تا ضمن تنظیم بازار و انتفاع توزیع‌کننده و مصرف‌کننده، از توزیع اجناس چینی و بی‌کیفیت جلوگیری شود و کالاهای باکیفیت‌تری در سطح عرضه توزیع گردد، ضمن اینکه امکان استرداد آنها در صورت عدم کیفیت لازم برای مصرف‌کننده وجود داشته باشد. مهدی لسان طوسی در گفتگویی اظهار داشت: بالاخره بعد از ۴ سال، پیگیری اتحادیه پوشاک در خصوص عدم برگزاری این‌گونه نمایشگاه‌ها و کمک هیئت رییسه اتاق اصناف، ریاست سازمان صنعت معدن تجارت، استاندار خراسان رضوی و شنیدن پیشنهادهای افراد متخصص صنفی، به ثمر نشست و سرانجام مقرر شد این‌گونه نمایشگاه‌ها برگزار نشود.

لسان طوسی ادامه داد: به نمایندگی بیش از ۱۰ هزار تولیدکننده و توزیع‌کننده مراتب قدردانی و تشکر خود را از مسئولین مرتبط و کمیته نمایشگاهی اعلام می‌دارم و امیدوارم که در صورت همکاری خوب صنوف و عرضه‌کنندگان در سطح شهر بتوانیم از برگزاری



خروجی دانشگاه‌ها به کار تولیدکنندگان پوشاک نمی‌آید

با نمونه‌های ترک و چینی می‌شود. خاضع با اشاره به اینکه نوآوری، یکی از ملاک‌های موفقیت است بیان کرد: بعضی برندهای ایرانی، کار خود را خوب شروع کردند اما تکرار بیش از حد طرح‌ها و بالا رفتن تعداد رقیبان، موجب افت این برندها شد چراکه لازمه فعالیت در حوزه مد، خلاقیت است گرچه نوآوری و کار خلاقه کردن هم به حمایت و معرفی نیاز دارد و طرح‌های تازه باید تبلیغ شوند و به تولید انبوه برسند و گرنه در دایره تنگ مزون‌های خانگی باقی می‌مانند.

این تولیدکننده داخلی در پاسخ به اینکه برخی سایزینگ را مشکل پوشاک ایرانی می‌دانند گفت: ما از نرم‌افزار بین‌المللی الگوسازی استفاده می‌کنیم که در تمام دنیا به کار برده می‌شود. این مسئله که بعضی مطرح می‌کنند، نشان‌دهنده کم بهره بودن از سواد صنعتی است و گرنه مثلا سایز ۳۸ در همه جای دنیا یکی است.

مد اختصاص نمی‌دهد و هزینه تبلیغات هم بسیار بالاست و تولیدکنندگان از عهده آن بر نمی‌آیند. بنابراین خوب است اگر کارگروه مد و لباس، صدا و سیما، رسانه‌های نوشتاری و دیگر متولیان امر دست به دست هم دهند و برندهای ایرانی را معرفی و تبلیغ کنند.

این تولیدکننده لباس، کاهش تعرفه‌های گمرکی را یکی از عوامل ایجاد رقابت برابر میان پوشاک ایرانی و خارجی برشمرد و گفت: قاچاق همیشه معضل غیرقابل حل تولیدکنندگان بوده و خواهد بود. نه ما می‌توانیم جلوی ورود لباس را بگیریم نه با واردات قانونی پوشاک، مخالفت می‌کنیم اما خوب است مسئولان، فضایی را فراهم کنند تا پوشاک ایرانی به یک رقابت برابر با نمونه‌های مشابه خارجی بپردازد. برای مثال، تعرفه‌های گمرکی را کاهش دهند. اگر تعرفه بسیار بالای ملزومات و مواد اولیه‌ای که من تولیدکننده از چین و ترکیه وارد می‌کنم کاهش پیدا کند، قیمت تمام‌شده کالا پایین می‌آید و قابل رقابت

یک تولیدکننده پوشاک ایرانی گفت: به جرئت می‌توان گفت خروجی دانشگاه‌ها به کار تولیدکنندگان نمی‌آید و فارغ‌التحصیلان رشته طراحی، کار عملی نکرده و تنها با تئوری طراحی لباس آشنا هستند. محسن خاضع در گفتگو با مهر، به شکاف میان صنعت و بخش دانشگاهی اشاره و بیان کرد: ارتباط میان این دو بخش، بسیار اندک است. به گفته این تولیدکننده داخلی، طرح‌های هنری، یکی دیگر از مواردی است که به صنعت پوشاک ما آسیب زده است؛ به این معنی که طراحان ما هنری رفتار می‌کنند و سلیقه مخاطب و بازار را نمی‌شناسند. در حالی که ما باید به سمت عامه مردم برویم و برای آنان، لباس طراحی کنیم.

خاضع، محصول داخلی را نیازمند معرفی و تبلیغ دانست و افزود: در همه جای دنیا، صنعت مد، نیازمند سرمایه‌گذاری است؛ به همین خاطر، در همه جا، سرمایه‌گذاران بزرگ از جریان مد حمایت می‌کنند در حالی که دولت، بودجه چندانی را به

رنج‌نامه انجمن صنفی کارفرمایان صنایع نساجی استان اصفهان

جناب آقای علی آبادی اگر آن کشوری که ما آن را شیطان بزرگ بخوانیم بگوید یک روز ما، پلی اکریل را ساختیم ولی شما لیاقت حفظ و نگهداری آن را نداشتید چه بگوئیم؟ صنعتی که روزی باعث افتخار ما بود امروز به دلیل بی‌کفایتی‌های متعدد موجب سرفاکنندگی شده که اگر غیرت صنعتی داشته باشیم باید سکتته کنیم. به هر حال اگر صلاح می‌دانید در فرصت کم باقیمانده ضمن سفر به این استان و آن شرکت دستور فرمائید از بروز یک بلیه بزرگ صنعتی غیرقابل جبران جلوگیری نمایند. بدیهی است آیندگان در مورد شایستگی‌ها و وجود ما قضاوت خواهند کرد.

امید است با این رنج‌نامه صنعتی، تلنگری بر پیکر خواب رفته بعضی از مسئولین خورده شود تا از نابودی کامل این واحد صنعتی جلوگیری شود.

با احترام، دبیر انجمن مظفر چلمقانی

جناب آقای علی آبادی متأسفانه این شرکت در سال‌های متمادی مورد دستبرد و سوء استفاده و ... قرار گرفت که مسئولین کشور نسبت به این رخداد شوم بی‌توجه بودند و از این شرکت فقط بهره‌بردارهای متعددی می‌شده و اقدامات بهینه‌سازی و به‌روزرسانی جدی در آن انجام نشده و در حال حاضر استان اصفهان، مسئولین و دست‌اندرکاران شرکت با شرکتی انباشته از بدهی‌های شخصی، بانکی، مالیاتی، تأمین اجتماعی، آب، برق، گاز و چندین ماه حقوق و مزایای عقب افتاده کارگران و ماشین‌آلات بازسازی نشده مواجه هستند و در واقع، قبلا شیر و گوشت و... آن را خورده و فقط مشتی پوست و استخوان فرسوده بجا گذاشتند.

جناب آقای علی آبادی، مرحوم مطهری فرمودند: اگر دنیای اسلام از غصه فلسطین دق کند حق دارد و اگر امروز جامعه صنعتی ایران از غصه پلی‌اکریل دق کند واقعا حق دارد.

متن نامه انجمن صنفی کارفرمایان صنایع نساجی استان اصفهان در مورد وضعیت شرکت پلی‌اکریل اصفهان

جناب آقای مهندس علی آبادی

سرپرست محترم

دفتر صنایع نساجی و پوشاک

با عرض سلام و احترام، همانطور که مستحضر هستید شرکت پلی‌اکریل یکی از صنایع بزرگ استراتژیک کشور و بزرگ‌ترین واحد تولید الیاف پلی‌استر و تنها تولیدکننده الیاف اکریلیک کشور می‌باشد که با حدود دوهزار نفر نیروی انسانی در این استان مشغول به کار بوده و این مادر صنایع نساجی از افتخارات صنایع کشور محسوب می‌شود که این شرکت مدتی است در حال رکود و رخت قرار گرفته و تعطیلی و ورشکستگی کامل، این واحد عظیم صنعتی را جدا تهدید می‌کند.



نمایشگاه‌های نساجی، پوشاک و فرش ماشینی تهران برگزار شد



نساجی ایران و آقایان رضا رحمانی، علی آبادی و خانم نصرالهی برگزار شد و نمایندگان تشکل‌ها، دغدغه‌ها و مشکلات فعالان نساجی و پوشاک را با مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت در میان گذاشتند.

در ادامه، گزارشی از سه نمایشگاه برگزار شده، شرح مبسوط نشست تشکل‌ها با مسئولان وزارت صنعت و همچنین گفتگوی ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با تعدادی از شرکت‌کنندگان حاضر در نمایشگاه به سمع و نظر خوانندگان گرامی می‌رسد:

رحمانی قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت؛ علی آبادی سرپرست فعلی و گلنار نصرالهی مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صمت؛ آقای اسفهبیدی رییس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی و هیئت همراه؛ جمعی از اعضای هیئت مدیره تشکل‌های نساجی و پوشاک کشور و تولیدکنندگان و فعالان صنایع نساجی و پوشاک انجام گرفت. بعد از پایان افتتاحیه‌ها، نشست مشترکی بین نمایندگان انجمن صنایع نساجی ایران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، انجمن صنایع پوشاک، جامعه متخصصین

روزهای سیزدهم تا شانزدهم شهریور ماه امسال محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران شاهد برگزاری همزمان سه نمایشگاه بود جایی که بیست‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی تهران؛ چهارمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک به همراه هشتمین نمایشگاه بین‌المللی کف‌پوش‌ها، موکت، فرش ماشینی، ظرف مدت ۴ روز با حضور شرکت‌کنندگان داخلی و عمدتاً خارجی برگزار گردید. مراسم افتتاحیه این سه نمایشگاه با حضور رضا



نمایشگاه نساجی در سیطره شرکت‌های خارجی

بیست و دومین نمایشگاه نساجی تهران در شرایطی برگزار شد که تعداد بسیار زیاد شرکت‌کنندگان خارجی در آن از کشورهای چین، ترکیه، ایتالیا، هند، کره جنوبی، پاکستان و ... بیش از هر موضوعی جلب توجه می‌کرد. پیشتر اعلام شده بود که در این نمایشگاه ۱۴۰ شرکت داخلی و ۲۰۰ شرکت خارجی حضور دارند اما در عمل و بر اساس فهرست ارائه‌شده برای شرکت‌کنندگان، بیش از ۴۰۰ غرفه‌گذار خارجی از کشورهای ذکرشده و حدود ۲۰۰ شرکت‌کننده داخلی در نمایشگاه نساجی مشارکت داشتند که با احتساب اینکه تقریباً نیمی از شرکت‌کنندگان داخلی نیز نمایندگی شرکت‌های خارجی بودند، در عمل تقریباً ۲۰ درصد از شرکت‌کنندگان نمایشگاه امسال را تولیدکنندگان داخلی منسوجات نظیر واحدهای ریسندهی، بافندگی، تولیدکنندگان الیاف، منسوجات خانگی و ... تشکیل می‌دادند.

ضمن احترام به تمامی شرکت‌کنندگان خارجی، شرکت‌های بازرگانی و نمایندگی‌های حاضر در نمایشگاه، اینکه فقط ۲۰ درصد از شرکت‌کنندگان یک نمایشگاه را تولیدکنندگان داخلی تشکیل دهند، از مهجوری و مظلومی بخش تولید نساجی در کشور حکایت می‌کند؛ بخشی که در سال‌های اخیر یا در اثر رکود، واردات و مشکلات اقتصادی تعطیل شده یا به دلیل عدم حمایت کافی، عطای شرکت در نمایشگاه را به لقای آن بخشیده است. البته حضور شرکت‌های خارجی در نمایشگاه به خودی خود امر مذمومی نیست مشروط بر اینکه به قراردادهای سرمایه‌گذاری مشترک، انتقال تکنولوژی و ماشین‌آلات روز به کشور و تقویت بخش تولید داخل منجر شود اما واضح است که هیچ یک از شرکت‌کنندگان خارجی عاشق چشم و ابروی ما نیستند و صرفاً برای فروش محصولات و خدمات خود به ایران و یافتن





بازارهای جدید در کشورمان، در این نمایشگاه حاضر شده‌اند. با این اوصاف باید این سوال را به طور جدی مطرح که برگزاری نمایشگاه نساجی با این شرایط آیا واقعا به نفع صنعت نساجی کشور تمام شده است؟! گذر زمان در این مورد قضاوت خواهد کرد.

نمایشگاه پوشاک: حواشی پررنگ‌تر از متن

چهارمین نمایشگاه پوشاک تهران در شرایطی برگزار شد که از مدتی قبل از برگزاری، حواشی بر متن آن غلبه کرده بود. در ابتدا قرار بود که این نمایشگاه روزهای ۵ تا ۸ مرداد در سالن خلیج فارس برگزار شود اما مدتی بعد اعلام شد که زمان نمایشگاه به شهرپور تغییر کرده و سالن دیگری با متراژ کمتر در اختیار این نمایشگاه قرار گرفت. فضای ناکافی در نظر گرفته شده باعث انصراف تعدادی از برندهای مطرح پوشاک کشور از حضور در این رویداد شد و در نهایت انتشار خبر اختصاص فضای مجزا به تولیدکنندگان پوشاک ترکیه و سوریه که در مورد سوریه در آخرین روزهای قبل از برگزاری اتفاق افتاد، حواشی نمایشگاه پوشاک را کامل کرد. البته طبق اعلام شاهرخ جعفری عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، حدود ۹۰ نفر با سرمایه‌های شخصی شرکت‌کنندگان به صورت خودجوش و نه حمایت دولت یا سازمان خاصی در شهرهای مختلف کشور به توزیع تراکت‌ها و بروشورهای نمایشگاه در مراکز خرید و فروشگاه‌های عرضه پوشاک پرداختند که جای تشکر و خسته نباشید دارد.

جالب اینجاست هم انجمن صنایع نساجی به عنوان ناظر نمایشگاه نساجی، هم اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک به عنوان ناظر نمایشگاه پوشاک و هم مجری این دو نمایشگاه، خود را در مورد حضور شرکت‌های پوشاک ترکیه و سوریه بی‌تقصیر اعلام می‌کنند



دید پنجمین نمایشگاه پوشاک در سال آینده با چه شرایطی برگزار خواهد شد و آیا سناریوهای تکراری در مورد آن اتفاق خواهد افتاد یا خیر.

نمایشگاه فرش ماشینی؛ آرام و بی حاشیه

بر خلاف نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک که حواشی و مسائل متعددی پیرامون هر کدام وجود داشت، هشتمین نمایشگاه فرش ماشینی بسیار آرام و بی‌حاشیه در ۸ سالن و با حضور ۱۳۲ شرکت داخلی برگزار گردید. در بازدیدی که از این سالن‌ها به عمل آوردیم همچون سنوات گذشته غرفه‌های بزرگ و شکیل شرکت‌کنندگان بیش از هر چیز به چشم می‌آمد. با این حال همزمانی با دو نمایشگاه دیگر و همچون برگزاری در روزهای کاری اول هفته، باعث خلوتی نسبی این نمایشگاه و عدم استقبال کافی از سوی مردم شده بود.

به نظر می‌رسد دو موضوع ذکر شده یعنی زمانی برگزاری و همزمانی نمایشگاه‌ها را می‌توان به عنوان پاشنه آشیل برای سه نمایشگاه برگزار شده ذکر کرد و به خصوص برگزاری همزمان نمایشگاه‌های نساجی، پوشاک و فرش ماشینی که از سال گذشته برای نخستین بار اتفاق افتاد، نتوانسته دستاوردی جز خلوت‌تر شدن هر سه نمایشگاه و کاهش بازدیدکنندگان داشته باشد و جا دارد این تصمیم بار دیگر ارزیابی شده و در صورت نیاز در مورد آن بازنگری صورت گیرد.

در هر صورت، امسال نیز نمایشگاه‌های نساجی، پوشاک و فرش ماشینی با تمام ضعف‌ها و قوت‌هایی که داشتند، به پایان رسید و امید است متولیان و دست‌اندرکاران برگزاری آنها با بررسی و ارزیابی دقیق کاستی‌ها موجود، سعی در رفع آنها در سنوات آینده بنمایند تا ثمرات این نمایشگاه‌ها بیش از پیش نصیب فعالان نساجی، شرکت‌کنندگان و در نهایت کل صنعت نساجی و پوشاک کشور شود.



و نیازی به توضیح بیشتری ندارد. به هر ترتیب، نتیجه تمامی حواشی ذکر شده، برگزاری نمایشگاه پوشاک با حضور حدود ۵۵ شرکت‌کننده داخلی و صدا البته غیبت بسیاری از برندهای پوشاک مطرح و شناخته‌شده کشور بود و بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک همچون سال گذشته، حضور در نمایشگاه زنان و تولید ملی را که روزهای ۱۸ تا ۲۷ شهریور برگزار شد، به شرکت در نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ترجیح دادند. از هم‌اکنون باید منتظر ماند و

و طبق اعلام مجری برگزاری نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک، اختصاص ۸۰۰ متر فضای مفید نمایشگاه به تولیدکنندگان پوشاک ترکیه و ۴۰۰ متر به تولیدکنندگان سوریه با دستور مقامات ارشد صورت گرفته است. نکته دیگر نصب بنری در مقابل سالن سوریه بود که از اختصاص تعرفه گمرکی صفر درصد برای واردات از سوریه حکایت می‌کرد و سر و صدای زیادی هم در شبکه‌های اجتماعی به راه انداخت. موضوعی که به قدری کافی گویاست



نشست مشترک تشکل‌های نساجی و پوشاک کشور با قائم مقام و مسئولان دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت زخم‌های کهنه صنعت نساجی نیازمند درمان ریشه‌ای



همزمان با برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات نساجی، مواد اولیه، منسوجات خانگی و ماشین‌های گلدوزی، هشتمین نمایشگاه بین‌المللی کف پوش‌ها، موکت و فرش ماشینی و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک در تهران و پس از مراسم افتتاحیه این نمایشگاه‌ها، در روز سیزدهم شهریورماه جمعی از اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، انجمن صنایع پوشاک، اتحادیه تولید و صادرات نساجی، جامعه متخصصین نساجی ایران، در نشست صمیمانه با دکتر رحمانی قائم مقام وزیر در امور صنعت، معدن و تجارت و سرکار خانم نصرالهی مشاور معاون وزیر در امور تولید و آقای مهندس علی‌آبادی سرپرست اداره کل نساجی و پوشاک وزارت صمت، به طرح مشکلات صنعت نساجی و پوشاک و ارائه راهکارها پرداختند که پس از بحث و تبادل نظر حاضرین در نشست ابراز امیدواری نمودند تا با پیگیری‌های مسئولین گره کور این مشکلات گشوده شود و صنعت نساجی بتواند روزهای خوب خود را تجربه کند.

در ابتدای این نشست، گلنار نصرالهی مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صمت ضمن خوشامدگویی به مدعوین، با توجه به تدوین سند راهبردی صنعت پوشاک با همکاری تشکل‌های نساجی، از حضار درخواست کرد تا دیدگاه‌ها و مسائل مختلف پیرامون این صنعت را با دکتر رضا رحمانی قائم‌مقام وزیر صنعت در امور تولید در میان بگذارند. مهندس علی‌آبادی سرپرست اداره کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صمت نیز ضمن اشاره به

و رشد صنایع نساجی کشور اعلام کرد و گفت: امسال بهترین سال برای حمایت از تولید کشور به واسطه نام‌گذاری مقام معظم رهبری (سال اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل)، رهنمودهای رییس جمهور و برنامه‌های ستاد اقتصاد مقاومتی (به ریاست معاون اول رییس جمهور) می‌باشد. رحمانی افزود: فلسفه حضور بنده در وزارت صنعت، کمک به رونق تولید داخلی است نه انگیزه‌های مادی و کسب مقام و جایگاه.

این مقام مسئول تصریح کرد: در سند استراتژی توسعه صنعتی، فصلی به صنعت نساجی و پوشاک اختصاص داده شده و بسیار ضروری است که در راستای اجرای این سند جلسات مستمر با صنعتگران و تولیدکنندگان بخش خصوصی برگزار کنیم.

حضور پربار شرکت‌های داخلی در نمایشگاه‌های نساجی، فرش ماشینی و پوشاک تهران بیان داشت: نمایشگاه امسال بسیار امیدوارکننده بود و مهم‌ترین ویژگی آن افتتاح این نمایشگاه توسط دکتر رحمانی بود. ایشان عنایت ویژه‌ای به صنایع نساجی و پوشاک دارند و آن را جزو رشته‌های اولویت‌دار صنایع معرفی کرده‌اند.

همچنین دکتر رحمانی خطاب به صنعتگران و تولیدکنندگان حاضر در جلسه گفت: اطمینان داشته باشید اگر قرار باشد تصمیم‌گیری در مورد این صنعت انجام شود شایسته‌ترین جمع برای همفکری و برنامه‌ریزی شما عزیزان از تشکل‌ها و انجمن‌های نساجی و پوشاک کشور هستید. وی، هدف از برگزاری جلسات مشابه امروز را تقویت

تشکل‌های بخش خصوصی در اخذ تصمیم و صدور برخی بخشنامه و آیین‌نامه‌ها را به عنوان موارد دیگر مطرح نمود.

پس از مهندس مروج آقای‌هاکوپیان رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران نیز ضمن تشکر از برگزارکنندگان این نمایشگاه و نشست مشترک به مشکلات عمده اعضای خود اشاره نمود و مشکلات ساختار سنتی وزارت صنعت، معدن و تجارت را یکی از بزرگ‌ترین مشکلات تولید در کشور دانست. هاکوپیان با اشاره به تجمع بخش تولید و توزیع در این وزارتخانه و تضادهای موجود در این دو بخش به ناکارآمدی این ساختار انتقاد نمود و پیشرفت و توسعه بخش تولید و صنعت را مستلزم اعمال اصلاحاتی در این زیرساخت‌ها دانست.

رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران با اشاره به فعالیت‌های مثبت و موثر انجام‌شده برای تدوین سند راهبردی صنعت پوشاک کشور این سند را حاصل ساعت‌ها مطالعه و تبادل نظر فعالین این حوزه دانست و کلید حل مشکلات این صنعت را در گرو اجرای این سند و برنامه دانست. هاکوپیان با اشاره به عدم تناسب زیرساخت‌های سنتی موجود برای اجرای این سند، مهم‌ترین خواسته انجمن خود را توجه و تمرکز برای اجرای این برنامه دانست.

پس از ایشان آقای محمود نبوی رییس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران طی سخنان بسیار کوتاهی به سال‌ها اظهار نظر و فریاد مشکلات توسط تشکل‌ها و عدم اثربخشی و حصول نتیجه اشاره نمود و با انتقاد از دولت‌های پیشین در همراهی با تولیدکنندگان، تولید ملی و حمایت از تولید ملی را تنها راه پیشرفت و موفقیت کشور دانست. به گزارش نساجی نیوز، نبوی ابراز امیدواری نمود که این خروجی‌ها و دستاوردهای این نشست، متفاوت با جلسات گذشته باشد و سرآغازی باشد برای توجه و حمایت بیشتر از تولید ملی. نبوی همچنین اشاره مختصری به مکاتبه فیما بین اتحادیه تحت مدیریت خود و اتحادیه صنف پوشاک در خصوص برگزاری چهارمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران و حضور ترک‌ها و سوریه‌ای‌ها در

کشور از تاخیر دولت در اعلام آمارهای مربوط به رشد اقتصادی انتقاد نمود و رکود حاکم بر بازار را عامل اصلی تعطیلی واحدها دانست. وی ضمن انتقاد از بخشی از طرح‌ها و بسته‌های رونق تولید دولت خواستار توجه و تمرکز بیشتر مسئولین بر این موضوع شد. مروج مسائل و مشکلات مالیاتی را بزرگ‌ترین مانع پیش روی صنعتگران دانست و با اشاره به موارد مطرح‌شده توسط انجمن در مکاتبات و مصاحبه‌های خود خواستار توجه بیشتر سازمان امور مالیاتی به شرایط فعلی رکود و تولید در کشور شد. مهندس مروج با یادآوری نشست‌های مشترک قبلی و پیگیری‌های انجمن در خصوص حل این مشکلات، برگزاری اینگونه نشست‌ها، بدون خروجی و نتیجه مشخص را فاقد اثربخشی مناسب دانست و از دکتر رحمانی خواست تا نسبت به حل مشکلات انباشته‌شده در طول این سال‌ها، که بارها و بارها از زبان صنعتگران و تشکل‌ها تکرار شده همت کند. مهندس مروج مشکلات تامین مواد اولیه بخصوص پنبه، مشکلات مربوط به خروج عرضه محصولات پتروشیمی در بورس کالا، حذف ارز مبادله‌ای برای واردات مواد اولیه موردنیاز واحدهای تولید الیاف و نیز ماشین‌آلات برای بازسازی و نوسازی واحدهای نساجی و عدم توجه مسئولین دولتی به قانون بهبود محیط کسب و کار و نظرخواهی و مشورت با

به‌گفته وی، هشت صنعت به‌عنوان صنایع پیشران و اولویت‌دار توسط وزارت صمت مدنظر قرار گرفته و صنعت نساجی و پوشاک، نخستین صنعتی است که برنامه‌های عملیاتی آن به تدریج و طبق برنامه مشخص تدوین و اجرا خواهد شد. رحمانی با تأکید به این نکته که برای توسعه صنایع نساجی باید تفکرات آرمان‌گرایانه را کنار گذاشت و منطقی فکر کرد، گفت: نباید انتظار داشته باشیم که در کوتاه‌مدت، شاهد اجرای تمام برنامه‌ها باشیم بلکه هر سال می‌توان دو هدف را مدنظر قرار داد و مراحل اجرایی آن را طی نمود.

قائم‌مقام وزیر صنعت در امور تولید، از مدعوین خواست تا در سخنان خود، کله‌گذاری‌های همیشگی را کنار بگذارند زیرا هم دولتمردان و هم صنعتگران به خوبی نسبت به مشکلات واقف هستند لذا خواهشمند است راهکارهای عملی برای خروج از رکود و رونق تولیدات نساجی ارائه نمایید. وی افزود: ایران و ایرانی به صنعت نساجی خود افتخار می‌کند و امیدوارم با همکاری یکدیگر در قالب برگزاری چنین جلسات هم‌اندیشی، شاهد رفع مشکلات این صنعت باشیم.

مهندس محمد مروج رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران با طرح موضوع رکود به عنوان بزرگ‌ترین مشکل تولیدکنندگان و صنعتگران





نمایشگاه داشت و خواستار پیگیری موضوع از طریق اداره کل نساجی و پوشاک وزارت صمت شد.

محمد مهدی رییس‌زاده دبیر کل انجمن صنایع نساجی ایران در جمع بندی موارد مطرح شده توسط مهندس مروج و سایر سخنرانان به مشکلات عدیده پیش آمده برای واحدهای تولید در خصوص ماده ۲۰ قانون رفع موانع تولید در خصوص آیین نامه اجرایی مربوط به بدهکاران ارزی اشاره نمود و با ارائه گزارش مختصری از پیگیری‌های انجام شده توسط انجمن صنایع نساجی ایران، خواستار توجه و پیگیری جدی وزارت صمت در این خصوص شد. رییس‌زاده عدم حل و فصل این موضوع را پاشنه آشلی برای دولت دانست. وی با نقد سیاست‌های مالی و بانکی دولت در خصوص مشکل رکود، رونق و پیشرفت صنعت و تولید را نیازمند حمایت‌های بیشتر دانست. وی با نقد و رد هرگونه سخت‌گیری مالی و مالیاتی در دوران رکود خواستار تغییر رویه دولت در مواجهه با تولید شد. رییس‌زاده با اشاره به تجربیات سایر کشورها برای خروج از رکود خواستار وضع قوانین مهربانانه‌تری برای رونق تولید در کشور شد. دبیر انجمن صنایع نساجی ایران سخت‌گیری‌های اخیر سازمان امور مالیاتی و بخشنامه‌ها و قوانین موجود را در راستای حمایت از تولید ملی ندانست و شرایط را برای ابلاغ اینگونه سیاست‌های سخت گیرانه مناسب ندانست.

محمد مهدی رییس‌زاده با اشاره به مسائل و مشکلات متعدد اعضای انجمن صنایع نساجی در خصوص سازمان امور مالیاتی که بارها و بارها در رسانه‌ها منتشر شده و از طریق مکاتبات رسمی نیز برای مسئولین ارسال شده است، به نشست اخیر با مهندس صالحی‌نیا در جمع نمایندگان تشکل‌های نساجی و پوشاک و قول مساعد ایشان مبنی بر حضور زودهنگام رییس سازمان امور مالیاتی در نشست مشترکی با فعالین صنعت نساجی اشاره نمود و خواستار پیگیری بیشتر برای تحقق این قول شد. رییس‌زاده با اشاره به مسائل و مشکلات تامین پنبه مورد نیاز کشور و نشست‌های متعدد در این خصوص با وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صمت و همچنین

برنامه‌ها و فعالیت‌های دولت در راستای توسعه و رشد اقتصادی و صنعتی کشور خواهیم بود. وی اضافه کرد: سال گذشته که به‌عنوان نماینده مجلس به خدمت می‌پرداختم، گاهی از خود سوال می‌کردم که در چنین شرایط دشوار اقتصادی و کاهش شدید قیمت نفت، دولت چگونه از عهده پرداخت حتی هزینه‌های جاری خود برمی‌آید؟!

این مقام مسئول ابراز امیدواری نمود که در ماه‌های باقیمانده دولت تدبیر و امید، اقدامات و فعالیت‌های نیمه‌کاره عمرانی، صنعتی و اقتصادی به اتمام برسند در حالی که پشتکار و استقامت در کار، شرط موفقیت است. به گفته قائم‌مقام وزیر صنعت در امور تولید، ۱۰ محور از میان نقطه‌نظرات و دیدگاه‌های تشکل‌های نساجی و پوشاک، استخراج خواهد شد و طبق آن برنامه‌ریزی صحیح و منسجم صورت خواهد گرفت و هم دولت و هم بخش خصوصی باید تمام توان خود را برای اجرای تدریجی و منظم این محورها به کار گیرند تا با تغییر مدیران و دولتمردان، این محورها بی‌بنیادی، دچار آسیب و توقف نشوند.

رحمانی تصریح کرد: در جلسه معارفه وزیر صنعت، معدن و تجارت، بنده به‌عنوان رییس وقت کمیسیون مجلس شورای اسلامی، اعلام کردم

مسائل و مشکلات اخیر ناشی از حذف ارز مبادله‌ای برخی از اقلام مواد اولیه صنعت نساجی، حل زود هنگام این مشکلات را خواستار شد.

در ادامه این نشست همچنین دکتر حسن کاردان، محمود زینی، اکبر لباف، حسن نیلفروش زاده، علی فرهی، شهرام صالحی، احمد صادقی قهرودی، غلامعلی رخصت، مسعود نیکپور، عبدالحمید فیضی و ایرج طایفی نیز به طور اختصار و کوتاه به طرح دیدگاه‌ها و مسائل و مشکلات مورد نظر پرداختند و به انجای مختلف خواستار توجه بیشتر دولت به بخش خصوصی و حمایت از تولید ملی شدند و در نهایت ضمن استقبال از تشکیل این نشست ابراز امیدواری نمودند که حرکت صنعت نساجی و پوشاک در آینده شتاب بیشتری بگیرد.

رحمانی نیز در جمع‌بندی پایانی جلسه بیان داشت: در جریان اجرای قانون نوسازی صنایع سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴ حدود ۵۰۰ میلیون دلار به واحدهای متقاضی اعطا شد که تمام این موارد باید استخراج شوند و بر اساس آن حرکات بعدی برنامه‌ریزی شوند. وی ضمن انتقاد به این مطلب که با اتمام کار دولت تدبیر و امید و تغییر دولتمردان، بخش عمده‌ای از نتایج جلسات با صنعتگران و فعالان بخش خصوصی نیمه‌کاره رها خواهد شد، گفت: به امید خدا، شاهد انتخاب مجدد آقای دکتر روحانی به‌عنوان رییس‌جمهور و تداوم

مستمر فضای کسب و کار علی‌رغم تمام تلاش‌ها و پیگیری‌های مستمر، امسال اجرایی نشود اما به بانک‌ها دستور اکید داده‌ایم که فرم‌های مربوط به این طرح نباید به صورت ترکانچایی امضا شوند! بلکه تمام تصمیم‌ها باید با مشورت تشکل‌ها و انجمن‌های بخش خصوصی صورت پذیرد.

رحمانی یادآور شد: در مجلس به دولت یادآور شده‌ایم که تدوین هر آیین‌نامه و بخشنامه‌ای، باید سه ماه پیش از اجرا، توسط دولت اعلام شود. وی ضمن اشاره به ضرورت تحول فرهنگی در جامعه بیان داشت: کشور ما با کمبود منابع طبیعی مواجه نیست اما به فرموده خداوند در قرآن مجید تا زمانی که تغییری در دیدگاه‌های خود به وجود نیاوریم، تغییری در وضعیت فعلی ایجاد نخواهد شد.

قائم‌مقام وزیر صنعت در امور تولید اعلام کرد: در طرح رونق تولید، یارانه‌ای پرداخت نخواهد شد منتها تصور دولتمردان و فعالان بخش خصوصی از این طرح متفاوت است. در جلسات متعدد به این نتیجه رسیدیم که پرداخت یارانه به تمام متقاضیان امکان‌پذیر نیست و ما را از هدف اصلی یعنی احیای صنعت، تولید و اقتصاد دور نگاه می‌دارد. وی با بیان این مطلب که در هر جلسه‌ای که حضور یابم از دو محور یارانه براساس «مأموریت‌ها و اهداف مشخص مانند حضور در نمایشگاه‌های معتبر خارجی جهت برندسازی و جذب مشتریان خارجی، نوسازی و بازسازی خطوط تولید» و «فعالیت اقتصادی در مناطق محروم و دورافتاده» دفاع خواهیم کرد، به طرح آمایش سرزمین و تقویت صنایع بومی هر یک از استان‌های کشور و همچنین لزوم تقویت صنایع کوچک و متوسط و رفع مشکلاتی مانند کمبود نقدینگی و امثال آنها خواهیم پرداخت.

رحمانی از رسانه‌ها خواست تا صنعتگران را در جریان برنامه‌ها و تلاش‌های دولت و همفکری با فعالان بخش خصوصی در راستای رفع مشکلات واحدهای تولیدی و صنعتی قرار داده و این تلاش‌ها را در فضای کشور کم‌ارزش جلوه ندهند.

این رقم، سهم صنایع مختلف مانند پوشاک، لوازم خانگی، فولاد، خودروسازی و ... به دقت مشخص شده است کما این که طبق آمار چهار ماهه نخست امسال، شاهد رشد ۲۱ درصدی صادرات کالاهای ایرانی هستیم، البته همچنان نیازمند تلاش بیشتر در این راستا هستیم.

رحمانی در بخش دیگر سخنرانی خود به اختلاف روسیه و اروپا در مورد اوکراین و همچنین اختلاف ترکیه و روسیه در مورد زدن هواپیمای روسی توسط ترک‌ها اشاره کرد و گفت: برخی از این مشکلات همچنان به قوت خویش پابرجا هستند اما نتوانستیم از این فرصت استفاده کنیم و به افزایش صادرات محصولات ایرانی به روسیه و کشورهای همجوار آن بپردازیم.

وی با اذعان این مطلب که سرمایه‌های اصلی کشور تولیدکنندگان و صنعتگران ما هستند نه چاه‌های نفت، ادامه داد: همه ما می‌دانیم که تولیدکنندگان با خون دل تولید را حفظ کرده‌اند اما به همت و نهضت فراگیری نیاز داریم تا نگاهمان به تولید و صادرات منطقی و اصولی شود؛ در این راستا، فعالیت‌های مرتبط با دولت پیگیری خواهد شد و حتی در صورت تغییر دولتمردان و مسئولین، این مسیر در کنار بخش خصوصی تداوم پیدا خواهد کرد. به گفته وی، اگرچه ممکن است قانون بهبود

که آفت صنعت و اقتصاد کشور، فقدان برنامه‌های استراتژیک و بالطبع عدم همگامی با برنامه‌های موجود است. در جلسه مشترک دولت و مجلس در حضور آقای دکتر روحانی اشاره کردم که تفاوت ما با کره جنوبی در تاریخ، جمعیت، منابع و ذخایر ارزشمند طبیعی نیست زیرا در این حوزه‌ها با هر مقیاسی از کره جنوبی جلوتر هستیم اما درآمد سرانه این کشور سه برابر ماست و تفاوت ایران و کره جنوبی در حرکت طبق برنامه و مدیریت صحیح کره جنوبی و رفتارهای بدون برنامه‌ریزی مشخص و سوءمدیریت در ایران بوده است. وی اذعان داشت: بخشی از برنامه‌ریزی مشخص نمودن صریح و شفاف وظایف و مسئولیت‌های سازمان‌های مرتبط با تولید و صنعت است.

قائم‌مقام وزیر صنعت در امور تولید، ضمن اشاره به برگزاری جلسه‌ای با رییس کل بانک مرکزی (آقای دکتر سیف) گفت: در مورد تحریک تقاضای مصرف‌کنندگان ایرانی مسائلی با ایشان در میان گذاشتیم. وی با اشاره به این مطلب که در وزارت صنعت، تحریک تقاضا به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم‌بندی شده است، گفت: بخش خارجی، صادرات را در بر می‌گیرد و تصمیم داریم صادرات امسال تا رقم ۱۰ میلیارد دلار نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیشتر شود. در دستیابی به



زنجره بلند صنعت نساجی، ضامن اشتغال در کشور

گفتگو با آقای سید حسن دسترنج مدیر عامل کارخانجات دسترنج رضابافت



به عنوان اولین سوال، شرکت کارخانجات رضابافت را برای خوانندگانی که احيانا آشنا نیستند، معرفی بفرمایید.

شرکت کارخانجات دسترنج رضابافت با هدف تولید نخ‌های میکروفیلامنتی احداث گردیده است. فاز اول کارخانه، در زمینه تولید نخ POY پلی‌استر یا نخ نیمه‌آرایش یافته حدود ۳ سال و ۹ ماه است که به بهره‌برداری رسیده و نخ‌های میکروفیلامنت را تولید می‌کند؛ این نوع نخ در انواع مصارف شامل فرش ماشینی، پتو، پرده و انواع لباس‌ها در واحدهای تخت‌بافی و گردبافی استفاده می‌شود. در این واحد از پیشرفته‌ترین تکنولوژی ماشین‌آلات ساخت کشور آلمان (BARMAG) استفاده شده است.

فاز دوم این واحد تولیدی که طرح توسعه آن در حال اجرا می‌باشد، با ظرفیت مشابه فاز اول به علاوه تولید نخ میکروفیلامنت FDY (نخ کشیده‌شده) در حال اجراء و اضافه شدن به ظرفیت تولید اولیه می‌باشد. واحد تکسچرایزینگ این کارخانجات نیز با توان تولید انواع نخ پلی‌استر استرچ و با ۱۳ خط تولید و با تکنولوژی پیشرفته کشور آلمان احداث شده که تاکنون ۶ خط تولید آن به بهره‌برداری رسیده و هر سه ماه یک خط به ظرفیت تولید آن اضافه می‌گردد. همچنین با توجه به حساسیت فرآیند تولید نخ میکرو، این کارخانجات نیاز به برق دائم و بدون نوسان دارد. لذا این مجموعه اقدام به ساخت

به‌روزرسانی تولیدات و بهره‌وری و راندمان کیفی بالاتر، اقدام به ایجاد واحد تحقیق و توسعه و تجهیز آزمایشگاه این واحد نموده است.

نسبت به چندماه قبل که سرکار خانم نصرالهی از کارخانجات شما بازدید کردند و ما هم مصاحبه‌ای با جنابعالی داشتیم، شرایط چه تغییری کرده و آیا بهبودی حاصل شده است؟

قاچاق کالا کمر تولید را می‌شکند چرا که قاچاقچیان بدون پرداخت سود بازرگانی و گمرک کالا را در بازار عرضه می‌کنند. در حالی که

نیروگاه برق به ظرفیت ۹ مگاوات کرده است که هم‌اکنون در حال بهره‌برداری می‌باشد و نیروگاه ۵ مگاواتی در حال آماده شدن و ظرفیت تولید ۱۴ مگاوات می‌گردد.

به طور کلی، محصولات تولیدی این کارخانجات به عنوان محصولات بالادستی واحدهای تولیدکننده انواع فرش ماشینی، انواع پتو، پرده، پارچه‌های گردبافت، تخت‌بافت، انواع پوشاک آنتی‌باکتریال ورزشی و محصولات میکروفیلامنت این کارخانجات در تولید انواع پارچه‌های ظریف (علی‌الخصوص چادر مشکی) استفاده می‌گردد. علاوه بر این موارد، کارخانجات رضابافت در راستای

بازدید مهندس نعمت زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت از کارخانجات دسترنج رضابافت



ما حتی برای خرید لوازم یدکی مورد نیاز کارخانه باید سود بازرگانی و گمرک پرداخت کنیم و همین موضوع قیمت تمام شده ما را بالا می برد. خوشبختانه با اقداماتی که اخیراً صورت گرفته قاچاقچیان قدری ترسیده اند. این گروه تا پیش از این، آنقدر جسور و ثروتمند شدند که به تدریج داشتند کل بازار را به هم می زدند. الان هم اگر دولت مجدداً مبارزه با قاچاق را جدی بگیرد، به روال گذشته بر می گردد و بخش تولید و کل اقتصاد کشور ضرر خواهد کرد. وقتی نیروی کار در اثر واردات قاچاق بیکار شوند، در معرض آسیب های اجتماعی قرار گرفته و برای دولت هزینه ساز خواهند شد اما وقتی سرشان به کار گرم باشد، مزاحمتی برای دولت نخواهند داشت.

در مصاحبه قبلی، از موانع و مشکلات داخلی پیش روی بخش تولید صحبت کردید. تا چه حد این موانع رفع شده اند؟

دولت تلاش خود را می کند ولی طبیعتاً نمی تواند معجزه بکند. به عنوان مثال به بانک ها فشار می آورند که به واحدهای نیمه تمام وام دهید و مانند اینها تا اشتغال در سطح کشور بیشتر شود اما در عمل انتظارات محقق نمی شوند. البته در اینجا بحث اهلیت افراد هم مطرح است. افرادی که اهل کار هستند هرچقدر هم به آنها تسهیلات و امکانات دهید در جای مثبت صرف می کنند اما افرادی که اهلیت ندارند به دنبال آن هستند که وامی دریافت کرده و در مصارف غیرمولد و ناسالم هزینه کنند.

به عقیده من، یکی از بزرگ ترین معضلات کشور تغییرات پی در پی مدیران است که با تغییرات آنها، تمام پرونده های گذشته بایگانی می شود. ولی اگر ثبات مدیریتی وجود داشته باشد، می توان از مدیران سوال کرد که چرا به فلان شخص ناصالح پول پرداخته اید و باید

بازدید مهندس نعمت زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت از کارخانجات دسترنج رضابافت

جوابگو باشند. همین موضوع باعث می‌شود میزان پرداخت‌های ناسالم به افراد فاقد اهلیت و انحراف تسهیلات و منابع کاهش پیدا کند.

نمایشگاه را چطور می‌بینید؟

ما از برگزاری این نمایشگاه بسیار خوشحالیم و صنعت نساجی از حالت سوت و کوری گذشته خارج شده است. در واقع وقتی دولت یک تلنگر می‌زند تاثیر آن صد برابر خود را نشان می‌دهد. این اشتیاق در تولیدکنندگان و کارآفرینان به وجود آمده که با بازتر شدن فضای کار و تولید، بیشتر فعالیت کنند و تکنولوژی بهتری وارد کرده و رقابت بیشتری از خود نشان دهند. اما اگر به یکباره با برخی تصمیمات کمر ما تولیدکنندگان را بشکنند طبیعی است که دلسرد می‌شویم و همین دلسری باعث رویگردانی از کار تولید و صنعت خواهد شد. در مجموع به نظر من نسبت به سه تا چهار سال گذشته نمایشگاه بسیار بسیار مثبت است.



شما حضور این تعداد شرکت‌کننده خارجی از ترکیه، چین، هند، ایتالیا و ... را مثبت ارزیابی می‌کنید؟

شرکت‌کنندگان خارجی همگی فروشنده هستند و دلشان برای ما نمی‌سوزد. این ما هستیم که باید دلمان برای خودمان بسوزد. اگر واحدهای تولیدی ریسندگی و بافندگی ما قدری سود کنند و منابع مالی به دست بیاورند، حتما ماشین‌آلات خود را نوسازی می‌کنند، تکنولوژی خود را ارتقا می‌دهند و کیفیت کالای ساخت ایران را بالا می‌برند. در این صورت است که کشور می‌تواند به جای وارد کردن کالا از این شرکت‌های خارجی، کالای باکیفیت خود را به آنها بفروشد منتهی همانطور که عرض کردم تمام اینها مشروط بر این است که دولت با سیاست‌های خود همگام و همراه با تولیدکنندگان باشد نه اینکه به یکباره با یک



از این طرح بازدید کردند و ما را بسیار تشویق کردند. ما باید بتوانیم همین مسیر را ادامه دهیم و با تولید کالاهای بیشتر و با کیفیت، ضمن اشباع بازار داخلی، بخشی از آن را هم صادر کنیم. ما وقتی کالای خوب و با کیفیت تولید کنیم قطعاً مشتری خواهیم داشت به شرط آنکه کسی سنگ جلوی پای ما نیاندازد و اجازه دهند مسیر خودمان را طی کنیم.

دارند کمک کنیم که اشتغال در سطح کشور افزایش پیدا کند. وقتی هم که اشتغال افزایش یابد، نیروی انتظامی، قوه قضاییه، دادگستری و ... کارشان آسان تر می شود و در نهایت کل اقتصاد کشور ترقی و پیشرفت خواهد کرد. خود من به تازگی یک طرح پتروشیمی با تکنولوژی کشور آلمان در دست احداث دارم به ظرفیت ۴۰۰ هزار تن در سال. آقای وزیر صنعت هم

تبصره و آیین نامه عرصه را بر تولیدکنندگان داخلی تنگ نماید.

بنابراین زمینه کار و تولید برای تولیدکنندگان با سابقه و دارای اهلیت فراهم است به شرط اینکه قیمت تمام شده برای تولیدکنندگان کاهش پیدا کند. در واقع شرایط باید به گونه ای باشد که بتوانیم رقابت کنیم. نیروی کار ما هم باید احساس مسئولیت بیشتری بکند و راندمان

کار خود را بالا ببرد. از طرف دیگر، ما در کشور نیروی جوان و تحصیل کرده فراوان داریم. چند وقت پیش ما یک آگهی استخدام دادیم و جالب اینکه ۳ هزار نیروی فوق لیسانس رزومه ارسال کردند. وظیفه ما این است که برای این نیروی تحصیل کرده بستر مناسب فراهم کنیم در غیر این صورت، این گروه به کشورهای دیگر مهاجرت خواهند کرد. وقتی هم نیروی کار متخصص در کشور نباشد، بهترین تکنولوژی ها را هم که داشته باشیم، فایده ای نخواهد داشت و بلااستفاده خواهد ماند.

نکته پایانی؟

صنعت نساجی از ۹ زنجیره تولید تشکیل شده است که همین موضوع اشتغال زایی بالای این صنعت را نشان می دهد. مواد مصنوعی مانند چیپس پلی استر، نخ POY و FDY، ماشین تکسچر ایزینگ، ماشین تاب، رنگرزی نخ، بافندگی، تکمیل و رنگرزی، بنکداری، خیاطی، مغازه داری و یا فروشگاه های بزرگ، زنجیره های بلند نساجی را تشکیل می دهند که می تواند مشکل اشتغال را در کشور کاملاً مرتفع کند. کشورهایی با جمعیت بالای ۵۰ میلیون نفر یا باید به سمت صنایع با زنجیره بالا حرکت کنند یا به سمت صنایع های تک بروند. ما که فعلاً شرایط های تک شدن را نداریم پس باید به صنایعی مانند نساجی که زنجیره ارزش افزوده زیاد و ظرفیت اشتغال زایی بالا

وزیر
جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره: ۴۰۱۱۲۸۲۵۲

تاریخ: ۳۹۵/۶۱-۴

جناب آقای سید حسن فلک فرسای

مدیرعامل محترم کارخانه دسترنج رضابافت

باسلام

بدینوسیله از همراهی و ارایه گزارش جنابعالی و زحمات همکارانتان طی بازدید اینجانب از خط تولید نخهای فیلامنت، تکسچره و الیاف پلی استر استیپل که همزمان با گرامی داشت هفته دولت صورت پذیرفت تشکر می نمایم.

با عنایت به اینکه آن مجموعه با بکارگیری تکنولوژی های نوین و رعایت استانداردهای جهانی توأم با توان مدیریتی مطلوب یکی از افتخارات صنعت نساجی کشور محسوب می گردد، انتظار می رود با استفاده از ظرفیتهای موجود نسبت به احداث، تکمیل و راه اندازی سایر طرحهای توسعه ای اقدام نموده تا همواره به عنوان نمونه ای مناسب جهت بهره گیری در شیوه های مدیریتی مورد استفاده سایر صنایع مرتبط قرار گیرد.

ضمناً، تلاش بعمل آمده درخصوص توجه به مقوله محیط زیست، پاکیزگی، نظم و انضباط و آرایش سیستماتیک بخش های مختلف مجموعه از بدو ورود مواد اولیه به چرخه تولید تا شکل گیری محصول که نشان از حساسیت و توجه ویژه به کیفیت و نام نشان محصول می باشد را شایسته تقدیر دانسته، امید است با ایجاد بستری به منظور بازدید سایر واحدهای صنعتی، شاهد تحولات مطلوبی در بخش صنعت نساجی کشور باشیم.

محمدرضا نعمت زاده



دقت در جزئیات، تفاوت ایجاد می کند

گفتگو با مهندس بهنام ابراهیمی رییس هیئت مدیره گروه صنعتی صدف

صادراتی خود را توسعه دهیم که این موضوع به عملکردمان در بازار داخل کمک زیادی کرده است چرا که ماهانه بین ۲۰ تا ۳۰ درصد از تولیداتمان به کشورهای همسایه صادر می شود.

آیا تعرفه هایی که از سوی ترکیه برای واردات الیاف از ایران وضع شد، همچنان پابرجاست؟

متأسفانه بله، کشور ترکیه با وضع مالیات بالا ورود الیاف ایرانی (آنتی دامپینگ) به حمایت از تولیدکننده خود می پردازد، ولی اقدام مناسبی در تقابل با محدودیت ایجاد شده در جهت رونق صادرات از سوی دولت ایران صورت نپذیرفته است. به نظر می رسد در جهت حمایت از تولید داخلی، نرخ دلار باید براساس نرخ تورم افزایش یابد تا واردات بی رویه برای واردکننده مقرون به صرفه نباشد. راه حل های حمایت از تولید، چنین مسائلی است در غیر اینصورت فشار برای تولید بیشتر جز تعدیل نیروی تولیدکننده، افزایش بدهکاری واحدهای تولیدی، تولید مازاد بر نیاز و توقف تولید رهاوردی نخواهد داشت.

در حال حاضر مواد اولیه مورد استفاده شما نو است یا بازیافتی و نسبت آن به چه میزان است؟

ما قابلیت استفاده از مواد نو و بازیافتی را داریم و نسبت آن بستگی به سفارش دارد. خط تولید شرکت الیاف ترمه قابلیت تولید الیاف ۱۰۰ درصد ویرجین، ۱۰۰ درصد ریسایکل و همچنین ترکیب ویرجین / ریسایکل را دارد.

مواد نو را از داخل تامین می کنید و آیا



وضعیت تولید، بازاریابی و فروش الیاف مصنوعی به چه ترتیب است؟

متأسفانه چالش اشباع شدن تولید الیاف مصنوعی در کشور اکنون خود را نشان داده است البته به طور کلی وضعیت اقتصادی کشور چندان خوب نیست و همچنان به آینده امید داریم ولی به قول معروف: مرگ عمومی عزا ندارد. وقتی که ما همچنان منتظر رونق بازار هستیم و بازار هنوز شروع به کار نکرده و رونق لازم را ندارد، متأسفانه چالش های ناشی از آن گریبان همه را می گیرد. ولی ما از دو سال پیش با توجه به بالا بردن کیفیت و تنوع محصول و صادراتی کردن آن، شرایط خود را در این بازار بهبود بخشیده ایم و با صادراتی که به کشورهای مختلف از جمله عراق و افغانستان و ازبکستان داشتیم، توانسته ایم بازار

به عنوان اولین سوال شرکت الیاف ترمه را برای خوانندگانی که احیاناً آشنا نیستند، معرفی بفرمایید.

شرکت الیاف ترمه صدف از بهمن ماه سال ۱۳۹۰ شروع به فعالیت کرده است. این شرکت در زمینه تولید انواع الیاف پلی استر از دنیبرهای ۴ تا ۲۰ فعالیت می کند. طی ۵ سال فعالیت، توانسته ایم هر سال کارآفرین برتر استان باشیم. امسال با یاری خدا طرح توسعه الیاف ترمه صدف آغاز شده و بدین ترتیب میزان تولید الیاف این شرکت از ۴۰ تن به ۷۰ تا ۸۰ تن در روز رسیده است.

با توجه به اشباع شدن بازار تولید الیاف مصنوعی در کشور به دلیل مجوزهای متعدد صادره، در حال حاضر



انتظار ما فقط حمایت است و اینکه بر اساس نیاز بازار، مجوزهای لازم برای راه اندازی کارخانه‌های جدید را صادر کنند چرا که افزایش بیش از حد تولید به دلیل راه اندازی کارخانه‌های جدید، لطمه زیادی به کارخانجات قدیمی می‌زند.

چه راهکاری برای بازاریابی و فروش در این بازار اشباع پیشنهاد می‌کنید؟

به نظر من، افزایش کیفیت محصول و نگه داشتن این کیفیت در سطح استاندارد، بهترین راهکار برای حضور قدرتمند در این بازار است چرا که بازارهای ما عمدتاً مصرف کنندگان نهایی هستند و بالا بودن کیفیت با رعایت استانداردهای تعیین شده در این صنعت شرط بقا در بازار موجود می‌باشد.

نکته پایانی؟

از حضور شما تشکر می‌کنم. ما همچنان منتظریم که رکود بازار به پایان برسد و بتوانیم رونق سال‌های گذشته را در بازار الیاف مصنوعی کشور داشته باشیم.

اتفاقی که ملموس و قابل درک باشد همچنان نیفتاده و هنوز منتظریم. من فکر می‌کنم انتظارات روانی این موضوع بیشتر لطمه می‌زند و همه منتظر یک معجزه و اتفاق هستند ولی هنوز رونقی که انتظار می‌رفت بعد از برجام ایجاد نشده و همچنان چشم به آینده داریم.

در حال حاضر مهم‌ترین مشکلی که در فرآیند تولید با آن مواجه هستید، چیست؟

عمده مشکل فقط رکود است و گرنه از نظر اخذ سفارش و تولید با حداکثر توان مشغول به کار هستیم. رکود باعث شده عرضه از تقاضا بیشتر باشد و مشتریان نقش تعیین کننده‌ای در قیمت پیدا کرده اند که این موضوع به ما لطمه می‌زند.

در مقطع فعلی، مهم‌ترین انتظارات و خواسته‌های شما از مسئولان چیست؟

انتظارات آن قدر زیاد شده است که برآورد کردن آنها دیگر میسر نیست...

قیمت آن منصفانه است؟

بله این مواد را از پتروشیمی تندگویان تامین می‌کنیم. قیمت این مواد هم بستگی به شرایط بازار و عرضه و تقاضا دارد. طبیعتاً افزایش یا کاهش عرضه یا تقاضا در قیمت مواد پتروشیمی تاثیر دارد اما با توجه به اینکه عمده تولید ما معطوف به الیاف ریسایکل است، نوسانات قیمت مواد پتروشیمی تاثیر چندانی روی قیمت مواد اولیه واحدهای تولیدی الیاف ریسایکل وارد نمی‌کند.

در حال حاضر، عمده الیاف تولیدی شرکت شما برای چه مصارفی استفاده می‌شود؟

عمده مصارف الیاف مربوط به کارخانه‌های تولیدی موکت، پتو، تولید کالای خواب و صنعت نان‌وون می‌باشد.

آیا بعد از توافق هسته‌ای بهبودی در شرایط اقتصادی حاصل شده و رکود کاهش پیدا کرده است؟

برنامه‌های دولت مثبت هستند به شرطی که اجرایی شوند

گفتگو با مهندس رضا مشیری مدیر عامل شرکت اطلس شیمی رزین

در زمینه مواد کمکی نساجی فعال است. در حال حاضر نیز با فعالیت گسترده‌تری در زمینه واردات مواد کمکی نساجی فعالیت می‌کنیم و تعداد محدودی مواد را هم تحت لیسانس شرکت رودلف شیمی آلمان در داخل تولید فرموله می‌کنیم.

لازم به ذکر است با امضای توافق‌نامه دوجانبه، شرکت اطلس شیمی رزین از ابتدای سال ۲۰۱۶ میلادی تنها نماینده رسمی و انحصاری رودلف شیمی آلمان در ایران می‌باشد و امکان عرضه بیش از ۴۰۰ نوع محصولات مختلف در زمینه نساجی را دارد.

در کارخانه خودتان چه موادی تولید می‌شود؟

از آنجایی که تعرفه و حقوق گمرکی برخی از مواد تعاونی بالاست، مواد اولیه وارد کارخانه ما شده و در آنجا تحت لیسانس شرکت رودلف شیمی آلمان فرموله می‌گردد. البته ما این امیدواری را داریم که گرفتن نمایندگی صرفاً به واردات مواد کمکی محدود نشود و بتوانیم انتقال تکنولوژی هم انجام دهیم تا ماده نهایی ارزان‌تر به دست مصرف‌کننده نهایی برسد.

چگونه توانستید نماینده انحصاری رودلف در ایران شوید؟

شرکت اطلس شیمی رزین از گذشته عمده مواد خود را از آلمان خریداری می‌کرد، و از آنجایی که مجموعه در نظر داشت تا نمایندگی یک شرکت معتبر آلمانی را داشته باشد از طریق شخصی که در آلمان خریدهای ما را انجام می‌داد، شرکت اطلس شیمی رزین و رودلف شیمی به یکدیگر معرفی شدند که پس از انجام چندین جلسه مذاکره

شرکت اطلس شیمی رزین از چه زمانی شروع به فعالیت کرده است؟

من بعد از فارغ التحصیلی حدود ۳ سال مدیریت کارخانجات رنگرزی و تکمیل را بر عهده داشتم. بعد از آن حدود ۹ سال در شرکت رزین ساوه در بخش فروش و تکنیکال مشغول به کار بودم. پس از آن در سال ۸۵ شرکت اطلس شیمی رزین را تاسیس کردم که تا به امروز





شرکت رودلف یکی از شرکت‌های پیشرو در عرصه مواد تعاونی است و بالاترین میزان فروش را در بین رقبای خود در ترکیه دارد. ضمن اینکه در ۷۳ کشور دنیا رتبه بسیار بالایی در فروش مواد کمکی نساجی دارد، بهمین دلیل ما به دنبال آن هستیم که طیف وسیع‌تر و متنوع‌تری از محصولات این شرکت را در داخل ایران عرضه کنیم و در عین حال، انتقال تکنولوژی را با هدف کاهش قیمت برای مصرف‌کنندگان داخلی، انجام دهیم.

نکته پایانی شما را می‌شنویم.

فکر می‌کنم برنامه‌هایی که برای بخش صنعت در نظر گرفته شده، بسیار مثبت هستند به این شرط که اجرایی شوند یعنی وام‌ها به دست افراد دارای صلاحیت برسد، نرخ ارز یکسان‌سازی شود و مبارزه با کالای قاچاق با همین جدیت دنبال و اجرایی گردد. اگر این موارد عملیاتی شوند، تاثیرات بسیار خوبی خواهد داشت و شرایط نسبت به امروز خیلی بهتر خواهد شد.

و بازدید نمایندگان شرکت رودلف از امکانات شرکت اطلس شیمی، توافق نهایی صورت گرفت. با این حال، همچنان مراودات بانکی و گمرکی ما با سختی‌هایی همراه است که امیدواریم در آینده نزدیک بهبود پیدا یابد.

مشتریان داخلی شما عمدتاً چه شرکت‌هایی هستند؟

کارخانجات رنگرزی و تکمیل در سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی و تولیدکنندگان الیاف عمده مشتریان ما را تشکیل می‌دهند.

شرایط بازار و فروش شما نسبت به سال گذشته چه تغییری کرده است؟

در حال حاضر نقدینگی در سطح بازار کم است و همین موضوع بازگشت پول را با مشکل مواجه کرده است.

چه برنامه‌هایی برای توسعه فعالیت مد نظر دارید؟



جریان انتقال تکنولوژی از ترکیه به ایران

گفتگو با مهندس مجید امینی مدیر فروش و بازاریابی شرکت کهن تاج کیمیا



شرکت کهن تاج کیمیا در چه زمینه‌هایی فعالیت می‌کند؟

شرکت کهن تاج کیمیا یک شرکت بازرگانی است که در زمینه واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات از کشور ترکیه فعالیت می‌کند. این شرکت بیشتر در بخش رنگرزی و تکمیل فعالیت دارد و تقریباً تمام ماشین‌آلات رنگ و مواد تعاونی این عرصه را عرضه می‌کند. شرکت کهن تاج بیش از ۵ سال است که فعالیت می‌کند و خود من ۴ سال است که در این شرکت مشغول به کار هستم.

عمده مشتریان شما در داخل چه شرکت‌هایی هستند؟

ما تقریباً با ۹۰ درصد کارخانجات رنگرزی و تکمیل کشور از طریق ارائه قطعات و ماشین‌آلات یا رنگ و مواد تعاونی کار می‌کنیم. در واقع به دلیل محصولات متنوعی که شرکت ما عرضه می‌کند، کارخانجات زیادی در داخل کشور مشتری ما هستند.

رکود سال‌های اخیر مشکلی در فعالیت شما ایجاد نکرده است؟

در حال حاضر مهم‌ترین مشکل، واردات قاچاق است که در روند این صنعت اختلال ایجاد می‌کند. البته در یکی دو ماه اخیر معضل قاچاق قدری کاهش پیدا کرده ولی همچنان

این موضوع در این صنعت مشکل‌ساز است. همچنین قوانین گمرکی نیز دائماً تغییر می‌کند و ثبات قوانین در این عرصه وجود ندارد.

با چه هدفی در نمایشگاه شرکت کرده‌اید؟

هدف شرکت کهن تاج کیمیا تامین مواد اولیه و ماشین‌آلات و قطعات کارخانجات و همچنین انتقال تکنولوژی از شرکت‌های معتبر ترکیه می‌باشد که در این نمایشگاه، معرفی محصولات از شرکت‌های Denge و Mersan و Yildiz و Hasgroup که با نمایندگانی از آن شرکت‌ها در نمایشگاه حضور

چه در دوران تحریم و چه در مقطع فعلی آیا مشکلی در زمینه واردات، نقل و انتقال پول، ترخیص از گمرک و ... داشته‌اید؟

علی‌القاعده باید واردات و نقل و انتقال به راحتی انجام شود ولی هنوز آن طور که انتظار داریم نیست و همچنان مرادوات بانکی به



یکی از همکاران ما که قبلا ماشین آلات ترک را در کارخانجات نصب و راه اندازی می کرد، با انتقال تکنولوژی از شرکت Mersan و مشارکت با آن شرکت، دستگاه های نساجی را تولید می کند که در این نمایشگاه هم شرکت کرده است و ماشین تولید شده را به نمایش گذاشته است. بنابراین باید برای مقطعی هم که شده با شرکت های خارجی کار کنیم و سپس با انتقال تکنولوژی، خودمان تولید کننده شویم که قطعاً بعد از تولید نمی توانیم با آن شرکت ها از لحاظ کیفیتی رقابت کنیم ولی برای خودکفایی باید این مسیر را طی کنیم.

منتقل می کنند. بر همین اساس من فکر می کنم صنعت نساجی ایران تا ۱۰ سال آینده روند رو به رشد داشته باشد؛ البته تا زمانی که کمبود آب مشکل ساز نشود.

حضور گسترده شرکت های خارجی را در نمایشگاه نساجی چطور ارزیابی می کنید؟

ایران یک بازار بکر است و همین موضوع باعث هجوم شرکت های خارجی شده است. این حضور به خودی خود مثبت است و باعث انتقال تکنولوژی به کشور می شود کما اینکه

یافتند در دستور کار می باشد و امیدواریم این صنعت بتواند با تکنولوژی های روز با دیگر کشورها از لحاظ کیفیت و صرفه اقتصادی رقابت کند.

آیا از نمایشگاه و نحوه استقبال بازدیدکنندگان راضی هستید؟

از ۴ سال پیش که برای اولین بار در نمایشگاه نساجی شرکت کرده ایم تا به امروز، سال به سال نمایشگاه بهتر شده است ولی سیستم مدیریت آن همچنان دولتی است. در همه جای دنیا به نمایشگاه های بین المللی به عنوان یک صنعت درآمدزا نگاه می کنند و با توجه به هزینه های دریافت شده، خدمات مناسبی هم ارائه می دهند. به طور مثال در کشور ترکیه که از چند سال پیش نمایشگاه های بین المللی تویاپ آن به صورت جدی آغاز شد، به بخش خصوصی واگذار شد و از حدود ۴ سالن شروع شد که امسال برای نمایشگاه نساجی حدود ۱۴ سالن داشت با امکانات بسیار خوب و جالب اینکه هزینه شرکت در آن نمایشگاه از تهران بسیار مناسبتر است ولی در ایران هنوز این رویکرد وجود ندارد.

چه چشم اندازی در بلندمدت مد نظر دارید؟

به طور کلی نساجی در ایران رو به رشد است و همان اتفاقی که در ترکیه رخ داد در ایران هم در حال وقوع است. حدود ۲۰ سال پیش کل صنعت تولید نساجی از اروپا به سمت ترکیه حرکت کرد و باعث پیشرفت صنعت نساجی و پوشاک ترکیه شد. الان هم دقیقاً انتقال تکنولوژی از ترکیه به کشورهای ایران و بنگلادش و پاکستان دارد اتفاق می افتد چرا که قوانین زیست محیطی اجازه فعالیت بیشتر نساجی در ترکیه را نمی دهد و بسیاری از شرکت های ترک به دلیل نزدیکی جغرافیایی، تکنولوژی و تجهیزات تولید خود را به ایران



محیط زیستی بهتر برای صنعتگران نساجی

گفتگو با مهندس علی کاظمی مدیرعامل گروه تولیدی صنعتی شادتکس

شرکت شادتکس با چه هدفی تاسیس شده است؟

رشته اصلی و تخصصی بنده بافندگی، رنگرزی و تکمیل انواع منسوجات (گردباف) می‌باشد. منتهی بر اساس اعلام نیازی که طی سالیان گذشته مطرح شده، و با توجه به مسئولیتی که هر انسان آگاه و دلسوز نسبت به محیط زیست پیرامون خود دارد احساس نمودم برای حل مسئله آلودگی هوا و حذف کامل آلاینده‌ها در صنعت نساجی به فکر یک راهکار جدید، ایمن و با راندمان بالا باشم. از این رو با انجام یک کار مطالعاتی گسترده با کارشناسان خبره این امر و انجام بازدیدهای متعدد از کارخانجات داخل و خارج کشور که در زمینه تصفیه دود به هر صورتی فعالیتی نموده بودند و با برپایی اتاق فکرهای متعدد با کارشناسان داخلی و خارجی و شرکت در نمایشگاه‌های معتبر نساجی و محیط زیست، در نهایت به لطف خدا و کمک کارشناسان دلسوز صنعت به بهترین و باکیفیت‌ترین راه حل جهت

حذف دود در دستگاه‌های مرتبط به صنعت نساجی اعم از استنتر، ترموست، چاپ، چرم مصنوعی (کوتینگ)، تولید الیاف مصنوعی و... رسیدم که از راندمانی بالای ۹۹ درصد بهره برده و قیمت ارایه‌شده به بازار حدود ۴۰ درصد از مدل‌های مشابه پایین‌تر و کیفیت آن نیز بالاتر است.

علاوه بر این، محصول مذکور به ۱۲ کشور اروپایی و آسیایی صادرات گسترده داشته و دارد و در ضمن، دستگاه‌های تصفیه دود ارایه‌شده توسط گروه تولیدی صنعتی شادتکس دارای گواهینامه CE اروپا بوده و از همه مهم‌تر موفق به کسب تاییدیه از سازمان حفاظت از محیط زیست شده است. لازم به ذکر است گروه شادتکس در مدت زمان بسیار اندکی موفق به نصب و راه‌اندازی دستگاه تصفیه دود در چندین شرکت معتبر و صاحب‌نام در صنعت نساجی گردید که بحمدالله علاوه بر کمک به بهبود کیفیت هوای شهرمان، موفق به کسب رضایتمندی کامل مدیران و کارکنان

و مهندسیین زحمتکش این کارخانجات محترم شده است.

دستگاه‌های شما بیشتر در کدام بخش‌های صنعت نساجی کاربرد دارد؟

با توجه به تخصص بنده، در هر قسمت از صنعت نساجی که به صورت مشخص از دستگاه‌های مورد استفاده دودی خارج شده و باعث آلودگی محیط زیست و به خطر افتادن سلامت کارکنان و اطرافیان کارخانجات می‌شود، دستگاه‌های ما با ابعاد متفاوت مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته به طور مشخص بنده می‌توانم از دستگاه‌های استنتر، ترموست، چاپ، عملیات تولید چرم مصنوعی (کوتینگ) و ریسندگی الیاف مصنوعی و... نام ببرم که در هنگام کار کردن، دود بسیار شدید و غلیظی از خود خارج نموده و محیط داخل و خارج را به شدت آلوده می‌کند.

آیا این دستگاه‌ها را به طور کامل



وارد می‌کنید؟

بسته به نوع دود و دستگاه مولد دود ما دستگاه‌ها را طراحی و تولید می‌نماییم که بالطبع ممکن است بخشی یا تمام آن وارداتی باشد. البته هدف بنده تولید کامل و صددرصدی تمامی دستگاه‌ها در داخل کشور در آینده‌ای نزدیک است.

آیا ساخت این قطعات در داخل صرفه اقتصادی دارد؟

در تیراژ کم صرفه اقتصادی ندارد البته با فرهنگ‌سازی و اعلام نیاز بیشتر کارخانجات امکان تحقق این امر، دور از دسترس نیست.

میزان استقبال از دستگاه‌های

تصفیه دود در صنعت نساجی چقدر بوده است؟

خوشبختانه با توجه به احساس مسئولیت اکثر مدیران محترم نسبت به حفظ محیط زیست و سلامت کارکنان، در همین مدت زمان محدود شاهد استقبال بسیار خوبی نسبت به این مقوله بوده‌ایم لذا می‌توان با فرهنگ‌سازی و حمایت‌های مادی و معنوی مسئولین ذیربط از فعالین این بخش به نحو شایسته‌تری حمایت نمود.

نهادهای مرتبط با محیط زیست آیا از شما حمایت کرده‌اند؟

حمایت‌ها بیشتر به صورت معنوی صورت گرفته و متأسفانه حمایت مادی یا وضع

مقررات کاربردی در جهت تسهیل در امر تولید یا کسب مجوزات لازم جهت ترغیب همکاران گرامی برای خرید کالا صورت نپذیرفته است.

نکته پایانی؟

در پایان از خداوند بزرگ به خاطر همه نعمات و الطافش کمال شکرگزاری را داشته و از همه دوستان و بزرگان و همکاران عزیز و گرامی کمال تشکر و امتنان را به خاطر تمام همدلی‌ها و همفکری‌ها و محبت‌ها دارم. برای حفظ محیط زیستمان و سلامتی محیط کارکنان خدمت و زحمتکش عرصه تولید در بخش نساجی، دست همه مدیران متعهد و دلسوز این صنعت کهن را به گرمی می‌فشارم.

تلاش شبانه‌روزی برای پاسخ به نیاز صنایع

گفتگو با مهندس بهمن ولی‌نژاد مدیر فروش شرکت فرآیند گستر تامین

آب اکسیژنه در صنعت نساجی به عنوان سفیدکننده و رنگ‌بر استفاده می‌شود. البته این ماده اولیه در صنایع متعددی کاربرد دارد که فقط یکی از آنها صنعت نساجی می‌باشد.

آیا همچنان واردات آب اکسیژنه به کشور انجام می‌شود؟

در حال حاضر به دلیل عدم اطلاع تعدادی از واحدهای تولیدی از تولید آب اکسیژنه داخلی، واردات وجود دارد و هنوز قطع نشده است. منتهی تصور من این است که با توجه به ظرفیت بالای تولید شرکت فرآیند گستر تامین (۲۰ هزار تن در سال) و کیفیت رقابتی و بسیار مناسب آن می‌تواند نیاز کشور را به طور کامل تامین و وابستگی کشورمان را به واردات آب اکسیژنه به طور کامل مرتفع نماید.

از نظر قیمتی، آب اکسیژنه تولیدی شرکت شما در قیاس با نمونه وارداتی ارزان‌تر است؟

بله. در حال حاضر نمونه تولیدی شرکت بین ۱۰ تا ۲۰ درصد و در قیاس با برخی برندها تا ۴۰ درصد، ارزان‌تر از نمونه وارداتی است و کیفیت آن نیز بسیار مناسب و رقابتی با انواع مشابه وارداتی می‌باشد.

آب اکسیژنه مورد استفاده در



حول و قوه الهی و به همت والای فرزندان با غیرت و پر تلاش کشورمان، به منصفه ظهور رسید و اولین کارخانه تولید آب اکسیژنه در ۲۵ تیر ماه ۱۳۹۵ در شهر تبریز به بهره‌برداری رسید.

عمده مصارف آب اکسیژنه در صنعت نساجی شامل چه مواردی هستند؟

به عنوان اولین سوال شرکت فرآیند گستر تامین را برای خوانندگان مجله معرفی بفرمایید.

شرکت فرآیند گستر تامین اولین واحد تولیدکننده تخصصی آب اکسیژنه در کل ایران است. سالیان سال بود که تکنولوژی تولید آب اکسیژنه را به بهانه‌های مختلف از جمله تحریم به ایران نمی‌دادند که خوشبختانه به

ژاپن، آلمان، کره جنوبی و چند کشور دیگر فراهم و با استفاده از متخصصین خارجی و داخلی راه اندازی شده است.

در این چند ماهی که فعالیت شرکت آغاز شده، چه بازخوردی از طرف مشتریان دریافت کرده‌اید؟

ما در این مدت از مشتریان خود مطالب و نکات زیادی آموخته‌ایم. هر کدام از صنایع نظیر نساجی، پالایش و پتروشیمی، تصفیه‌خانه‌ها و ... به دلیل محدودیت‌های فراوان در زمینه واردات فقط از یک نوع آب اکسیژنه با مشخصات عمومی استفاده می‌کردند. در این مدت با حضور متخصصین فنی شرکت‌مان در کارگاه‌ها و کارخانه‌های صنعتی و بررسی پروسه تولید هریک و شنیدن نیازهای مشتریان سعی شده به صورت کامل به انتظارات مشتریان پاسخ داده شده و با تقویت نقاط قوت و اصلاح نقاط ضعفی که وجود داشته به کیفیت مطلوبی دست پیدا کنیم. در اینجا لازم است از تک تک عزیزانی که مجموعه شرکت فرایند گستر تامین را یاری رساندند تشکر و قدرردانی نمایم. شرکت فرایند گستر تامین همه دست‌اندرکاران صنایع را که به هر شکلی با مصرف آب اکسیژنه در ارتباط می‌باشند صاحبان اصلی این مجموعه می‌داند.

نکته پایانی؟

تمامی کارکنان شرکت فرایند گستر تامین خود را ملزم می‌دانند به طور کامل به نیازها و انتظارات مشتریان در حد اعلا پاسخ دهند و این مهم محقق نخواهد شد مگر به لطف و عنایت تمامی مشتریان مان و امید است که مجموعه ما را از نقطه نظرات ارزشمندشان بی‌نصیب نفرمایند.

نامناسب موجب افت کیفیت نهایی محصول و یا بالا رفتن هزینه تولید آنها می‌شود.

آیا در شرکت فرایند گستر تمام آزمایشگاه‌های مورد نیاز در نظر گرفته است؟

بله. یکی از مجهزترین آزمایشگاه‌های صنایع شیمیایی که مورد تایید سازمان ملی استاندارد هم می‌باشد آزمایشگاه شرکت فرایند گستر تامین است.

با توجه به اینکه چند ماهی است تولید آب اکسیژنه را در کشور آغاز کرده‌اید، چه چشم‌اندازی در بلندمدت مدنظر دارید؟

از آنجایی که تا پیش از این آب اکسیژنه در کشور تولید نمی‌شد، صنایع پایین‌دستی آن هم در کشور ایجاد نشده است. امیدواریم در آینده نزدیک در کنار تولید آب اکسیژنه، صنایع پایین‌دستی آن را هم که وابسته به تولید آب اکسیژنه می‌باشد و در حال حاضر به دلیل وارداتی بودن موجب خروج ارز زیادی از کشور می‌شود، راه اندازی کنیم.

تولید آب اکسیژنه از نظر تکنولوژی جزو صنایع پیچیده محسوب می‌شود؟

همچنان که مستحضر هستید آب اکسیژنه یک ماده شیمیایی ناپایدار بوده و تولید آن بسیار پیچیده و دشوار است. در حال حاضر کشورهای بسیار محدودی آب اکسیژنه تولید می‌کنند و به خاطر این که بازار ایران را از دست ندهند به هیچ عنوان حاضر نبودند که تکنولوژی تولید این ماده وارد ایران شود. در مجموع، دانش و تجهیزات تولید آب اکسیژنه در شرکت فرایند گستر تامین، از کشورهای

صنعت نساجی از نظر خصوصیات و استانداردها چه تفاوتی با سایر صنایع دارد؟

در حال حاضر به دلیل این که آب اکسیژنه وارداتی در صنایع مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد، واردکنندگان به اجبار یک گرید عمومی وارد می‌کنند تا در صنایع مختلف مورد استفاده قرار گیرد که این امر موجب بالا رفتن میزان مصرف آن و در نتیجه بالا رفتن هزینه تمام‌شده واحدهای صنعتی می‌شود. شرکت فرایند گستر تامین درصدد است به زودی گریدهای مختلف آب اکسیژنه از جمله گرید نساجی، گرید کاغذسازی، گرید مواد غذایی، گرید پتروشیمی و ... را تولید کرده و پاسخگوی نیاز تمامی صنوف باشد. به طور کلی دو ویژگی عمومی آب اکسیژنه خلوص و پایداری می‌باشد ولی بسته به صنفی که در آن مورد استفاده قرار می‌گیرد باید خواص منحصر به آن صنعت را در بر داشته باشد. به طور کلی آب اکسیژنه مورد استفاده در صنعت نساجی دارای خلوص ۳۵ درصد و پایداری در حدود ۹۷ درصد می‌باشد.

آیا در بازار آب اکسیژنه بعضاً تقلب، دلالی یا عرضه آب اکسیژنه با خلوص غیراستاندارد وجود دارد؟

بله. صددرصد ممکن است. در مورد کالاهای وارداتی به دلیل مسافت‌های طولانی، معلوم نبودن مدت زمان خواب جنس در انبار و بازارهای واسطه‌ای همه‌گونه اتفاقاتی ممکن است پیش بیاید. با توجه به این که تعدادی از کارخانجات نساجی آزمایشگاه‌های لازم را ندارند تشخیص خلوص، پایداری و اکتیویته آب اکسیژنه به طور دقیق برایشان غیرممکن می‌باشد لذا عرضه آب اکسیژنه با کیفیت

کاربردهای فناوری پلاسمای سرد در صنعت نساجی

بررسی فرآیند تولید و کاربردهای دستگاه‌های پلاسمای سرد در صنعت نساجی، در جمع مدیران ارشد شرکت‌های آدیکو و بسافن‌آوران نصیر

رشته‌ای به حساب می‌آید یعنی پیشبرد آن توسط یک تیم امکان‌پذیر نیست و نیاز به کار شبکه‌ای و استفاده از تخصص‌های مختلف دارد. با توجه به پتانسیلی که شرکت‌های آدیکو و بسافن‌آوران نصیر در حوزه ساخت تجهیزات دارند، موضوع استفاده از فناوری پلاسمای سرد در صنعت نساجی را به عنوان صورت مسئله با این دو شرکت مطرح کردیم که خوشبختانه قبول زحمت کردند و بحث ساخت، تیم‌سازی و در نهایت توسعه مفهوم فناوری پلاسمای سرد و اثبات کارایی آن در صنعت نساجی را آغاز کردند. تمام این صحبت‌ها مربوط به ۹ تا ۱۲ ماه گذشته است و کل پروسه از مرحله طرح صورت مسئله تا نتیجه نهایی، در کمتر از یک سال انجام شده است.»

بعد از توضیحات مهندس خلج، **مهندس طاهر مامی‌پور مدیرعامل شرکت آدیکو**، ضمن معرفی زمینه کاری شرکت تحت مدیریت خود، فرآیند طراحی و ساخت دستگاه پلاسمای اتمسفری را به شرح زیر تشریح کرد:



«تخصص اصلی شرکت آدیکو در زمینه برندینگ و توسعه بازار تجهیزات پیشرفته، هم در حوزه آزمایشگاهی و هم در حوزه صنعتی است. تیم ما تقریباً ۱۵ سال در این زمینه تجربه دارد و الان حدود ۴ سال است که بحث برندینگ، تجاری‌سازی و توسعه بازار تجهیزات پیشرفته ایرانی را هدف قرار داده‌ایم و فعالیت‌های خیلی زیادی در حوزه برندینگ انجام داده‌ایم. در طول یک سال گذشته با تیم‌های مختلفی دانشگاهی و پژوهشگاهی و سازنده‌های مختلف، تیم‌های گوناگونی را در حوزه‌های

روز یکشنبه ۱۴ شهریورماه در دومین روز از نمایشگاه ایران تکس ۲۰۱۶، دستگاه صنعتی پلاسمای سرد اتمسفری برای صنعت نساجی و دستگاه نیمه‌صنعتی پلاسمای سرد خلاء با حضور سعید سرکار دبیر ستاد ویژه توسعه فناوری نانو رونمایی شد. به همین بهانه با مدیران عامل شرکت‌های آدیکو و بسافن‌آوران نصیر که در زمینه طراحی و تولید این دو دستگاه نقش اساسی داشته‌اند، به گفتگو نشستیم. مشروح این گفتگو که در غرفه ستاد توسعه فناوری نانو و با همراهی کارشناس توسعه کاربرد پلاسمای سرد این ستاد انجام گرفته، به سمع و نظر خوانندگان گرامی می‌رسد:

در ابتدای این گفتگو، **مهندس محمدجواد خلج کارشناس توسعه کاربرد پلاسمای سرد در کارگروه صنعت و بازار**، توضیحات مقدماتی را به شرح زیر ارائه کرد:



«فناوری پلاسمای سرد، فناوری نوینی است که در مورد کاربردهای تجاری و صنعتی آن، فعالیت زیادی در دنیا به خصوص طی یک دهه اخیر صورت گرفته است. از آنجایی که فناوری پلاسمای سرد به عنوان یکی از ابزارهای فناوری نانو محسوب می‌شود، ستاد نانو به عنوان یکی از توسعه‌دهندگان فناوری‌های نوین در ایران، استفاده از این فناوری را در دستور کار خود قرار داده است. فناوری پلاسمای سرد در صنعت نساجی کاربردهای متعددی دارد و مانند فناوری نانو، یک حوزه بین

را ساخته‌ایم که در مقیاس آزمایشگاهی و نیمه‌صنعتی قابلیت عملیات حرارتی رول تو رول، بچ و نمونه‌زنی را برای تولید خواص ضدآب، ضدلک و ضدروغن فراهم کرده است. نسبت به روش‌های مرسوم ضدآب، ضدلک و ضدروغن کردن مرسوم که در بخش منسوجات مطرح است، روش پلاسمایی چند خصوصیت ویژه دارد:

در روش‌های مرسوم، منسوجات را در داخل یک محلول غوطه‌ور می‌کنند و سپس در دمای ۱۷۰ تا ۱۸۰ درجه آن را تثبیت می‌کنند که این پروسه اولاً پساب شیمیایی و سمی مضر برای محیط زیست تولید می‌کند؛ ثانیاً ثبات شستشویی آن بسیار کم است؛ ثالثاً مواد سمی باعث ایجاد حساسیت و عوارض پوستی نیز می‌شود. اما سیستم پلاسمای هیچ پسابی ندارد، ثبات شستشویی آن در حالت بهینه بالای صدار شستشو است و هیچ ماده سمی یا حساسیت‌زا برای بدن انسان در آن وجود ندارد. همچنین استفاده از آن در مقیاس بزرگ صنعتی کاملاً به‌صرفه است؛ به ویژه برای منسوجات تکمیل شده و شرکت‌های برند که می‌خواهند کیفیت جنس خود را به حد اعلا برسانند.»

بعد از توضیحات مهندس امیری، **مهندس حسام نوری مدیر فروش و بازاریابی شرکت آدیکو** در مورد بازار هدف دستگاه پلاسمای سرد و تسهیلاتی که برای خریداران این دستگاه در نظر گرفته شده، توضیحاتی به شرح زیر ارائه کرد:



«با توجه به اینکه کاربرد دستگاه پلاسمای سرد در صنعت نساجی، در حوزه منسوجات تکمیل شده است، بیشتر شرکت‌هایی که فرآیند تکمیل و پایین دست صنعت نساجی را انجام می‌دهند و همچنین شرکت‌های رنگ‌رزی، چاپ و تکمیل پارچه، مجموعه بازار هدف ما را تشکیل می‌دهند. بحثی که در این زمینه وجود دارد، صرفه اقتصادی و توجیه‌پذیری خرید این دستگاه است. ما در حال بررسی هستیم که متناسب با مقیاس صنعت، میزان تولید، حجم مصرف مواد شیمیایی و میزان استفاده از انرژی در شرکت‌های هدف، به چه میزان می‌توانیم به آنها کمک کنیم و در تلاش هستیم بین شرکت‌های مختلف اولویت‌گذاری لازم را انجام دهیم و برنامه فروش خود را بر همین اساس پیش ببریم.

با توجه به اینکه صنعت نساجی سال‌هاست یک پروسه سنتی را طی کرده و ما باید روش‌های سنتی را با روش‌های مدرن و جدید جایگزین کنیم، انتظار داریم که بتوانیم این تکنولوژی جدید را با استفاده از طرح‌های فروش مناسب، نهادینه کنیم. یکی از طرح‌های خوبی که تعریف شده، حمایت لیزینگی است که برای خریداران

مختلف تشکیل داده‌ایم که یکی از این حوزه‌ها بحث پلاسمای سرد است. پایه اصلی تیم پلاسمای ما با همکاری پژوهش‌کننده لیزر و پلاسمای دانشگاه شهید بهشتی تشکیل دادیم و محققین پلاسمایی که در دانشگاه شهید بهشتی حضور داشتند را وارد مجموعه خودمان کردیم و بحث طراحی دستگاه پلاسمای در صنعت نساجی را با همکاری دوستان آغاز کردیم. کل این پروسه تقریباً از ۸ ماه پیش شروع شده و تقریباً ۵ تا ۶ تیم را صرفاً برای طراحی و ساخت این دستگاه تشکیل دادیم. علاوه بر تیم دانشگاه شهید بهشتی، تیم‌های دیگری شامل تیم اتوماسیون، تیم منابع تغذیه و تابلوسازی، تیم ساخت و تولید که طراحی صنعتی و مهندسی را انجام می‌دهند، و تیم مطالعات، تحقیقات و توسعه بازار که در داخل شرکت آدیکو شکل گرفته است، برای این پروژه تعریف شده‌اند و حاصل فعالیت تمامی این تیم‌ها همین دستگاهی است که مشاهده می‌فرمایید و رونمایی آن روز یکشنبه ۱۴ شهریور در نمایشگاه نساجی تهران انجام گرفته است.

این دستگاه به صورت اتمسفری است و نیازی نیست برای استفاده از آن از گازهای خاصی استفاده کرد لذا استفاده از آن کاملاً توجیه و صرفه اقتصادی دارد. تا به حال این دستگاه در کشورهای ایتالیا، آلمان و آمریکا ساخته شده و ما چهارمین کشوری هستیم که موفق به ساخت این دستگاه شده‌ایم. در حال حاضر، ما این دستگاه را تقریباً یک‌سوم نمونه مشابه ایتالیایی آن قیمت‌گذاری کرده‌ایم.»

مهندس علی امیری مدیر عامل شرکت بسافن آوران نصیر نیز ضمن معرفی شرکت بسافن، ویژگی‌ها و کاربردهای دستگاه پلاسمای سرد را تشریح کرد و مزایای آن را در قیاس با روش‌های سنتی و مرسوم برشمرد که توضیحات ایشان در پی می‌آید:



«کار اصلی شرکت بسافن طراحی و ساخت منابع تغذیه و سامانه‌های پردازش با پلاسمای سرد، تولید پلاسمای فشار اتمسفری و خلاء، فرکانس پایین، RF، مایکروویو، DC، پلاسمای: ICP, CCP, DBD, FE-DBD، پلاسمای داغ و پلاسمای سرد، پلاسمای درایو پالسی، پیوسته و ... می‌باشد. از حدود یک سال پیش از طریق ارتباطی که با ستاد نانو برقرار کردیم به این سمت رفتیم که ساخت یک سامانه پلاسمای تحت خلاء را آغاز کنیم برای آب‌گریز کردن، ضدلک کردن و ضدروغن کردن منسوجات به ویژه منسوجات تکمیل شده. در حال حاضر ما سیستمی

تضمین به متقاضیان ارائه می‌دهیم.»

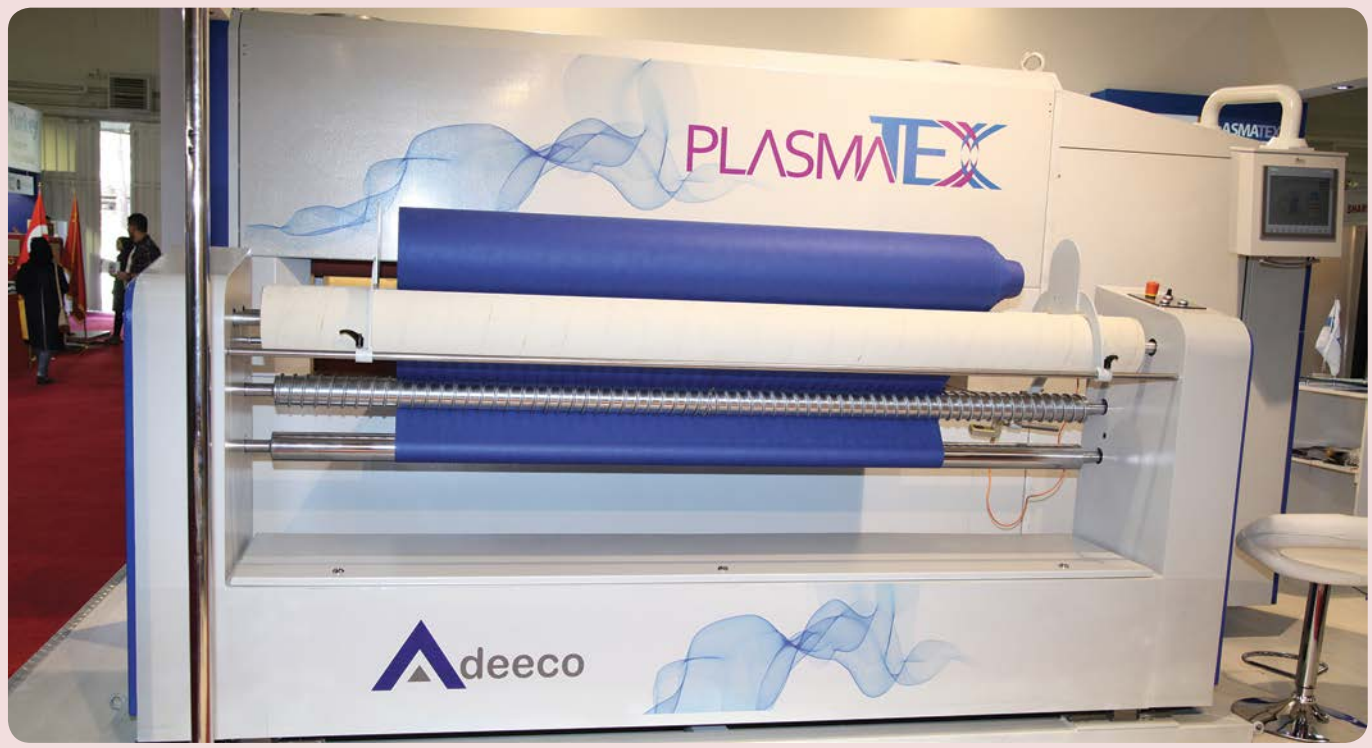
بعد از این توضیحات از مهندس علی امیری این سوال را مطرح کردیم که: «طبیعتاً منسوجات ضدآب، ضدلک و ضدروغن، کاربردهای خاصی برای مصارف خاص دارند و لزومی ندارد هر منسوجی ضدلک یا ضدروغن باشد. بر همین اساس، عمده کاربردهای این نوع منسوجات برای کدام بخش‌ها تعریف شده است؟» وی در پاسخ گفت: «بر اساس بررسی‌های مقدماتی ما، استفاده از این دستگاه برای منسوجات نظامی، تابلوفرش‌های گران‌قیمت ابریشمی یا پشمی، البسه برند مانند البسه و کفش‌های ورزشی و از این قبیل کاربردها، کاملاً توجیه‌پذیر است و در مقیاس صنعتی، نه تنها استفاده از آن صرفه اقتصادی دارد بلکه می‌تواند ارزش افزوده بالایی را برای تولیدکننده داشته باشد.»

در پایان، مهندس حسام نوری نیز در جمع‌بندی مطالب مطرح‌شده در زمینه دستگاه‌های پلاسمای سرد به این موارد اشاره کرد:

«یکی از مزیت‌های خوب این دستگاه و تکنولوژی آن است که در فرآیند تولید شرکت‌های نساجی کمک می‌کند که مصرف مواد شیمیایی و استفاده از آب به حداقل ممکن برسد. بنابراین استفاده از دستگاه پلاسمای همزمان با اینکه باعث افزایش کیفیت منسوجات نهایی خواهد شد، می‌تواند قیمت تمام‌شده تولید را کاهش داده و به فروش محصولات شرکت‌های صنعتی کمک قابل توجهی بنماید. همچنین از آنجایی که این دستگاه بدون استفاده از مواد شیمیایی و صرفاً با انرژی برق کار می‌کند، یک نوع آزون تولید می‌کند که از این آزون می‌توان در تصفیه پسماندهای آب صنعت نساجی استفاده کرد و در نتیجه، بهره‌وری مضاعفی از خروجی‌های حاصل از این دستگاه استخراج نمود.»



تعریف کرده‌ایم به این صورت که با معرفی خریداران به شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات لیزینگ، ۹۰ درصد قیمت دستگاه به صورت لیزینگ در می‌آید تا پروسه توجیه اقتصادی طی مدت زمان مشخصی برای مشتریان اتفاق بیفتد. علاوه بر این، به منظور تضمین کاربردی بودن این دستگاه و اینکه دستگاه مذکور می‌تواند بهره‌وری لازم را در پروسه تولید شرکت‌ها ایجاد نماید، پروسه‌ای را تحت عنوان پروسه نمونه‌گیری و ارزیابی تعریف کرده‌ایم که بر اساس آن، پارچه‌های مختلفی را از صاحبان صنعت گرفته و روی آنها تست‌های لازم را انجام می‌دهیم. همچنین هر دو روش سنتی و روش پلاسمای در آزمایشگاه‌هایمان آنالیز کرده و میزان بهره‌وری ایجادشده با استفاده از فناوری پلاسمای سنجیده و به عنوان یک



تحول صنعت نساجی ایران در تعامل با تولیدکنندگان فناوری

مترمربع فضای نمایشگاهی در ترکیه را ۱۰۰ دلار عنوان کرد و افزود: در فرانکفورت نیز هزینه حدود همین رقم است، در حالی که برای این نمایشگاه رقم پرداختی بابت هر متر مربع ۲۴۰ یورو بود. وی تاکید کرد: برای ارتقای فناوری باید شرایط معرفی کم‌هزینه آن به صنعتکاران فراهم شود.

مدیر شرکت ایران جک ادامه داد: هم اکنون تعرفه واردات انواع ماشین‌آلات و قطعات آنها یکسان است. در حالی که باید درباره ماشین‌آلات نساجی که می‌توانند به توسعه این صنعت کمک کنند و تولید و اشتغال را بالا ببرند سیاست متفاوتی اعمال شود. وی، نبود رشته‌های تحصیلی مورد نیاز صنعت نساجی در دانشگاه‌ها را مشکل دیگر توسعه این صنعت در کشور بیان کرد و گفت: ماشین‌آلات نساجی به تکنسین‌ها و مهندسان خاص خود نیاز دارد و وظیفه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی است که با تربیت متخصصان مورد نیاز، این صنعت را حمایت کنند.

صادقی اظهار کرد: هم اکنون تنها دانشگاه صنعتی امیرکبیر و تعداد محدودی از واحدهای دانشگاه آزاد دارای چنین رشته‌هایی هستند، لیکن سطح دانش و مهارت فارغ‌التحصیلان آنها قابل اتکا نیست و کارخانه‌ها پس از استخدام این افراد باید آموزش آنها را از صفر شروع کنند. وی خاطر نشان کرد: در حالی که رشته‌های نرم‌افزاری صنعت نساجی مانند طراحی لباس مورد توجه قرار دارد و به خوبی پاسخگوی نیاز صنعت است، رشته‌های سخت‌افزاری آن کمتر مورد توجه قرار گرفته و حتی در رشته‌های موجود نیز تعداد فارغ‌التحصیلان و کیفیت دانش و مهارت آنها، نیاز صنعت را تامین نمی‌کند. صادقی تاکید کرد: اگر شرایط تحول فناوری فراهم شود، هزینه‌های تولید کاهش می‌یابد و کیفیت محصول بالا می‌رود. به جای اینکه ایرانی‌ها برای خرید پوشاک به دیگر کشورها بروند، از دیگر کشورهای همسایه برای خرید به ایران خواهند آمد و به جای خروج ارز، ارزآوری خواهیم داشت.

بلندمدت که متضمن منافع هر دو طرف است با طرف‌های ایرانی برقرار کنند، بدون شک بقیه شرکت‌ها نیز اطمینان پیدا کرده و از سرمایه‌گذاری هراس نخواهند داشت. وی درباره نحوه برگزاری نمایشگاه گفت: متأسفانه، سازماندهی نامناسب این نمایشگاه مانع بهره‌گیری موثر از آن شده، زیرا ماشین‌آلات صنعتی و پوشاک در کنار هم و در یک جا به نمایش درآمده‌اند و به نوعی آشفتگی دارد.

به گفته لایر، در نظر گرفتن فضای مخصوص برای ماشین‌آلات نساجی به تفکیک نوع کاربرد آنها در صنعت و جدا کردن پوشاک از ماشین‌آلات می‌توانست به افزایش کارآمدی و بهره‌برداری از نمایشگاه کمک کند. در این صورت، بازدیدکنندگان از نمایشگاه به راحتی تفکیک می‌شدند و امکان تعامل بهتری میان تولیدکنندگان فناوری و صنعتگران فراهم می‌شد.

هزینه بالای غرفه‌های نمایشگاه

علیرضا صادقی مدیر شرکت ایران جک نیز گفت: مشکلات مربوط به پرداخت همچنان وجود دارد، اما با اقدام‌هایی که دولت انجام داده اوضاع رو به بهبود است. وی با اشاره به اینکه فناوری صنایع نساجی و تولید پوشاک کشور قدیمی است و کارخانه‌ها و صنعتگران با ماشین‌آلات مدرن بیگانه هستند، اظهار کرد: به عنوان مثال در صنعت تولید پوشاک، چرخ خیاطی شناخته شده است اما ماشین‌های پیش از دوخت و پس از دوخت که بر سرعت و کیفیت کار تاثیرگذارند، کمتر شناخته شده‌اند.

صادقی اضافه کرد: برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی، فرصت مغتنمی به این منظور به دست می‌دهد که جای تشکر دارد، لیکن هزینه اجاره هر مترمربع از این نمایشگاه در مقایسه با نمایشگاه‌هایی که در سایر کشورهای همسایه و حتی اروپا و آمریکا برگزار می‌شود، بسیار بالا است. وی اجاره هر

مدیر فروش منطقه‌ای شرکت مایر آلمان می‌گوید، تحول صنعت نساجی ایران با تسهیل تعامل میان کارخانه‌های نساجی و شرکت‌های خارجی تولیدکننده فناوری امکان‌پذیر است. لوتار لایر که برای شرکت در نمایشگاه بین‌المللی پوشاک به تهران سفر کرده است، در گفتگو با لایر، برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی را در برقراری ارتباط مستقیم میان تولیدکننده و کارخانه‌های نساجی مفید ارزیابی کرد و افزود: تولیدکنندگان، آخرین فناوری‌های خود را در چنین نمایشگاه‌هایی به کارخانه‌ها و صنعتگران معرفی می‌کنند و نقطه شروع بسیاری از همکاری‌ها در همین نمایشگاه‌ها کلید می‌خورد. وی در پاسخ به این سوال که آیا هدف شما تنها صادرات فناوری به ایران است یا برای انتقال دانش و فن نیز آمادگی دارید، گفت: یک تولیدکننده فناوری هرگز به صرف فروش که یک هدف کوتاه‌مدت است، نمی‌اندیشد.

لایر با اشاره به این که ما نیز نمی‌خواهیم تنها فناوری بفروشیم، آموزش بکارگیری فناوری، بومی‌سازی فناوری صادرشده و قطعات جانبی آن، تاسیس مراکزی برای ارایه خدمات پس از فروش و حمایت همه‌جانبه از صنعت را از اهداف حضورش در این نمایشگاه عنوان کرد. مدیر فروش این شرکت آلمانی با اشاره به این که ما پیش از تحریم‌ها در ایران فعالیت داشتیم، افزود: به دلیل تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران، هفت هشت سالی فعالیت ما در ایران متوقف شد. خوشبختانه سال گذشته با لغو تحریم‌ها، بار دیگر فعالیت خود در ایران را از سر گرفتیم و با شرکت «ایران جک» قرارداد همکاری بستیم.

لایر افزود: در همین سالن شما می‌بینید تعداد شرکت‌های اروپایی شرکت‌کننده در نمایشگاه چندان زیاد نیست، دلیل این استقبال محدود، علاقه‌مند نبودن آنها به بازار ایران نیست، بلکه بحث اطمینان مطرح است. اگر شرکت‌های پیشگامی مانند مایر بتوانند یک تعامل سازنده

مصرف کنندگان در اولویت ما قرار دارند

گفتگو با خانم مژگان سرشار مدیریت طراحی شرکت حوله آذرریس تبریز



به عنوان اولین سوال شرکت حوله آذرریس تبریز را برای خوانندگان مجله معرفی بفرمایید.

شرکت حوله آذرریس تبریز یکی از بی‌رقیب‌ترین شرکت‌های تولیدکننده حوله در ایران است که در سال ۱۳۷۶ تولید خود را آغاز کرده است. این شرکت تنها شرکتی در کشور است که در این مقیاس و تیراژ حوله تولید می‌کند و صفر تا صد پروسه از تولید نخ تا تولید حوله در داخل کارخانه انجام شده و محصول نهایی در سراسر ایران توزیع می‌شود. از نظر کیفیت، حوله تولیدی ما در خیلی از موارد از نمونه ترک بهتر بوده و بعضاً محصولات ترک از روی طرح و بافت محصولات ما کپی می‌شود. آذرریس تنها شرکتی است که می‌تواند محصولات خود را با یک سال ضمانت بی‌قید و شرط عرضه کرده و این تضمین را بدهد که در یک سال اول هیچ اتفاقی برای حوله تولیدی شرکت نمی‌افتد.

این بی‌رقیب بودن که به آن اشاره کردید از چه جنبه‌هایی مدنظر تان است؟

ضمانت دارد. همچنین در این کارخانه بدون هرگونه مشکلی حوله رنگ سیاه تولید شده و وارد بازار می‌شود بدون اینکه نگرانی در مورد از بین رفتن رنگ آن وجود داشته باشد. از طرف دیگر، به لحاظ تنوع طرح، تنوع تولید و مشتری‌مداری بی‌قید و شرط، کمتر کارخانه‌ای است که می‌تواند مشابه ما عمل کند. ضمن اینکه دستگاه‌های موجود در کارخانه همگی از نوع دورنیر آلمان و مربوط به سال ۲۰۱۶ هستند.

به عنوان مثال می‌توانم به رنگ‌آمیزی محصولات اشاره کنم. تمام شرکت‌هایی که در ایران حوله تولید می‌کنند حداکثر با ۱۲ تا ۱۴ رنگ می‌توانند تولید کنند اما کارخانه آذرریس تنها کارخانه تولیدکننده حوله در کشور است که می‌تواند هر حوله را حداکثر در ۷۵ رنگ تولید کند و حتی اگر رنگی خارج از این محدوده سفارش داده شود، می‌تواند آن رنگ را در آورد و برای متقاضی تولید نماید. این رنگ پایدار است و تا یک سال

در نظر گرفته است. یعنی هر اتفاقی روی حوله بیفتد حتی اگر وایتکس روی آن ریخته شود، مشمول ضمانت می‌شود و ما به تمام نمایندگی‌های تاکید کرده‌ایم که حتی از مشتریان سوالی نپرسند و بدون چون و چرا محصول برگشت داده شده را تحویل گرفته و محصول جدید به آنها تحویل دهند. علاوه بر این، شرکت ما می‌تواند برای هر فرد بسته به سفارشی که می‌دهد، یک حوله با سایز، اندازه و طرح و رنگ مورد دلخواه وی تولید کرده و در اختیار او قرار دهد.

از آنجایی که حوله به طور مستقیم با پوست بدن و سلامتی افراد در ارتباط است، طبیعا جنس الیاف، نوع رنگ و ... باید به نحوی باشد که با بدن افراد سازگاری داشته باشد. در این زمینه توضیح دهید.

دقیقا. حوله‌های تولیدی ما از بهترین نوع نخی که در دنیا وجود دارد تولید می‌شوند. این نخ‌ها یا از چوب رایش تولید می‌شود، یا نخ پنبه‌ای است یا نخ بامبو. بعضا پیش آمده عده‌ای از ما خواستند که حوله‌هایی با کیفیت پایین‌تر برایشان تولید کنیم که کارخانه به هیچ وجه زیر بار این مسئله نرفته و حاضر نشده از سطح کیفیت خود بکاهد چون مصرفکنندگان همیشه در اولویت ما قرار دارند و وجدان کاری به ما اجازه نمی‌دهد محصول کم کیفیت در اختیار مصرف کننده قرار دهیم. بنابراین همیشه بهترین نوع نخ و رنگ و ... در محصولات استفاده می‌شود. ضمن اینکه بهترین دستگاه‌های بافت و رنگریزی دنیا و همچنین آزمایشگاه در کارخانه مستقر است که باعث می‌شود کیفیت نهایی محصول همیشه تضمین شده باشد.



درصدی فروش را تجربه کرده‌ایم. در حال حاضر بیش از ۱۲۰ نمایندگی در سطح کشور داریم که این موضوع جزو نقاط قوت ما محسوب می‌شود. همچنین هنوز هم به دنبال جذب نمایندگی‌های جدید هستیم که بتوانیم تمام ایران را پوشش دهیم و در نهایت به مرحله‌ای برسیم که بتوانیم تولیدات خود را صادر کنیم.

در صنعت حوله چه مسائلی باید بیشتر توسط تولیدکنندگان مدنظر قرار گیرد؟

حوله‌بافی صنعتی است که مستقیما با زندگی مردم در ارتباط است و همیشه باید به این موضوع دقت داشته باشیم که افرادی که از محصول ما استفاده می‌کنند راضی باشند. به این لحاظ کارخانه آذرریس همیشه بر این موضوع تاکید داشته که همیشه حق با مشتری است و به همین دلیل ضمانت یک ساله بی‌قید و شرط برای محصولات خود

طرح‌های مورد استفاده در حوله‌ها همگی داخلی است؟

بله. همه طرح‌ها در داخل کارخانه طراحی می‌شود و تماما ایرانی است. بعضا هم پیش آمده که شرکت‌های دیگر از روی این طرح‌ها کپی کرده و وارد بازار کرده‌اند. البته این موضوع برای ما یک نقطه قوت است چراکه نشان می‌دهد آذرریس به نقطه‌ای رسیده که برخی شرکت‌های رقیب احساس خطر می‌کنند و کپی طرح‌های ما را تولید می‌کنند. ضمن اینکه ما به عنوان اولین شرکت این طرح‌ها را تولید کرده و فروخته‌ایم و کسانی که بخواهند کپی کنند همیشه پشت سر ما خواهند بود.

شرایط بازار و فروش شرکت چگونه است و نسبت به سال گذشته چه تغییراتی کرده است؟

خوشبختانه شرایط فروش ما مساعد بوده و حتی نسبت به سال گذشته افزایش ۸۰

انتظار حمایت بیشتری از مسئولان داریم

گفتگو با آقای رضا چگنی مدیر کارخانه زاگرس پوش



زاگرس پوش در زمینه تولید چه محصولاتی فعالیت می‌کند؟

این کارخانه در زمینه تولید کت و شلوار فعالیت می‌کند. در حال حاضر ۳۰۰ دست کت، ۶۰۰ شلوار و بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ دست پیراهن در یک شیفت کاری در کارخانه تولید می‌شود. ۴۰۰ پرسنل به صورت مستقیم در کارخانه مشغول به کار هستند. عمده کارها با برند زاگرس پوش عرضه می‌شود و با توجه به حجم تولید بالای شرکت، با بسیاری از ارگان‌ها نظیر بانک‌ها قرارداد داریم و برایشان تولید می‌کنیم.

عرضه فروشگاهی شرکت زاگرس پوش به چه صورت است؟

در حال حاضر ۲۲ فروشگاه در کل کشور و شهرهای مختلف داریم که بخشی از آن‌ها نمایندگی هستند و بخشی هم در مالکیت خودمان قرار دارند.

در حال حاضر شرایط بازار چگونه است و نسبت به گذشته چه تغییراتی کرده است؟

شرایط بازار برای ما عادی است چون عمده قراردادهای ما با شرکت‌های بزرگ و بانک‌هاست و نوسانات موجود در بازار و معضل رکود کمتر در فعالیت ما تاثیرگذار بوده است.

پارچه مورد استفاده این شرکت برای دوخت کت و شلوار داخلی است یا وارداتی؟

نیاز دارند، پارچه‌های ترک مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته از نظر قیمتی، کت و شلواری که با پارچه ترک دوخته می‌شود به دلیل بالاتر بودن قیمت پارچه، گران‌تر از نمونه دوخته‌شده با پارچه ایرانی است.

نسبت آن تقریباً ۵۰ به ۵۰ است. در مورد تولیداتی که مربوط به قراردادهایمان با ارگان‌هاست از پارچه‌های ایرانی و در مورد محصولات فروشگاه‌ها از پارچه‌های ترک استفاده می‌کنیم.

در حال حاضر مهم‌ترین مشکلاتی که پروسه تولید و فروش با آن مواجه هستید چه مواردی هستند؟

یکی از مشکلاتی که تقریباً همه واحدهای تولیدی با آن دست و پنجه نرم می‌کنند، مربوط به بانک‌ها است. نرخ بهره بانکی برای واحدهای تولیدی باید پایین‌تر در نظر گرفته شود و دولت باید توجه بیشتری به بخش تولید

آیا بین پارچه ایرانی و ترک از نظر قیمت و کیفیت تفاوتی وجود دارد؟

پارچه‌های ایرانی از نظر کیفیت و دوام مناسب است منتهی یک مقدار ضخامت و دوام آن بیشتر است. به همین دلیل است که بانک‌ها بیشتر تمایل دارند از پارچه‌های ایرانی برای آنها استفاده کنیم. اما در مورد کت و شلوارهای مجلسی و تابستانی که به الیاف ظریف‌تری



داشته است؟

در ابتدا که در بازار کار می‌کردیم، فعالیت ما به صورت تک‌دوزی بود و آرام آرام تا اوایل انقلاب به سمت تولید کارگاهی، کارخانه‌ای و در قالب خط تولید حرکت کردیم. ابتدا پیراهن و شلوار و سپس کاپشن تولید می‌کردیم و نهایتاً تصمیم گرفتیم کارخانه‌ای تاسیس کنیم. الحمدلله الان در کارخانه زاگرس پوش مدرن‌ترین دستگاه‌های روز دنیا نصب شده و مردم هم از کیفیت محصولات ما راضی هستند.

نکته پایانی؟

همانطور که عرض کردم انتظار ما از مسئولان این است که قدری بیشتر حمایت کنند. واحدهای تولیدی که در حال حاضر در کشور فعالیت می‌کنند، همگی توانایی خوبی دارند و می‌توانند حتی با چین و ترکیه رقابت کنند، منتهی برای اینکه بتوانند مانور بیشتری در عرصه تولید بدهند نیازمند حمایت مردم و مسئولان هستند.

نمایشگاه در مجموع خوب است منتهی به نظر من از نظر استقبال مردمی، نسبت به سال‌های قبل ضعیف‌تر است و سال‌های گذشته استقبال بیشتری از سوی مردم صورت گرفته بود. ضمن اینکه به عقیده من ساعت ۱۲ برای شروع نمایشگاه مطلوب نیست و اگر همان ساعت ۱۰ صبح را در نظر می‌گرفتند بهتر بود. روی هم رفته نفس برگزاری نمایشگاه مطلوب است و در کل راضی هستیم.

خود جنابعالی از چه زمانی وارد عرصه پوشاک شدید؟

شخص بنده حدود ۴۵ سال است که در حوزه پوشاک فعالیت می‌کنم. منتهی ما از سال ۱۳۸۵ به بعد، به تولید صنعتی روی آوردیم و کارخانه را صنعتی کردیم. در سال ۱۳۸۸ نیز جزو تولیدکنندگان نمونه کشور انتخاب شدیم.

در این ۴۵ سال که در عرصه پوشاک فعالیت کرده‌اید، این صنعت چه تغییراتی کرده و چه فراز و فرودهایی

داشته باشد. تولیدات داخلی از نظر کیفیت کمتر از کشورهای دیگر نظیر ترکیه نیست منتهی باید حمایت بیشتری از سوی مسئولان صورت گیرد. مخصوصاً در حوزه صادرات باید مسیر هموارتر شود تا بتوانیم بخشی از محصولات خود را صادر کنیم.

با توجه به تغییر سلیقه مردم مخصوصاً نسل جوان که شاید کمتر از گذشته کت و شلوار استفاده کنند یا طرح‌های خاصی مدنظرشان باشد، برای تامین این نیاز چه اقداماتی انجام داده اید؟

خوشبختانه طراحان مجربی در کارخانه حضور دارند و در حال حاضر برای سنین جوان نیز محصولات جوان‌پسند تولید می‌کنیم. در واقع ما کاملاً به‌روز هستیم و می‌توانیم متناسب با تقاضا و نیاز بازار، محصولاتی را تولید و روانه بازار نماییم.

آیا از نمایشگاه راضی هستید؟



بهترین فضاهای نمایشگاه در اختیار شرکتهای خارجی گفتگو با مهندس بهرام شهریاری مدیرعامل شرکت تارتن

در قالب یک برند تولید و عرضه شود، تقریباً منحصر به برند تارتن است.

نمایشگاه پوشاک و حواشی پیرامون آن را چطور ارزیابی می‌کنید؟

این حواشی همیشه وجود داشته و هیچ وقت هم تمامی ندارد. ما هم از صحبت‌های تکراری خسته شده‌ایم. شما اگر دقت کنید باز هم بهترین مکان‌های نمایشگاه را به شرکت‌های خارجی اختصاص داده‌اند که این موضوع دل آدم را به درد می‌آورد. شعارهای در ظاهر داده می‌شود ولی در عمل رفتارهای دیگری بروز می‌کند. پیگیر موضوع هم که می‌شویم اینطور پاسخ می‌دهند که شما بابت غرفه ریال می‌دهید اما خارجی‌ها یورو می‌دهند و برای ما صرفه اقتصادی بیشتری دارد. بنابراین متأسفانه حرف‌ها و شعارها با عمل همیشه مغایرت دارد و همیشه این مشکل وجود داشته است.

شرایط بازار پوشاک را چطور ارزیابی می‌کنید؟

با دوستان که صحبت می‌کنیم به نظر می‌آید به تدریج بازار از حالت رکود خارج می‌شود اگرچه هنوز فروش به سختی انجام می‌شود. خوشبختانه در چند ماه اخیر برخورد جدی‌تری با موضوع قاچاق از طرف مسئولان صورت گرفته که از این بابت تشکر می‌کنیم و امیدواریم این برخوردها ادامه داشته باشد تا شاهد یک رقابت سالم در بازار پوشاک باشیم. من به شخصه به هیچ وجه با واردات مخالف نیستم اما معتقدم اگر قرار است پوشاکی وارد کشور شود، باید به صورت قانونی وارد شود و همان هزینه‌هایی که برای تولیدکنندگان وجود دارد، برای واردکنندگان نیز به شکل دیگری وجود داشته باشد تا بتوانیم رقابت سالمی داشته باشیم.

در حوزه شال، کلاه و دستکش که فعالیت تخصصی شماست، آیا واردات و قاچاق وجود دارد؟

بله. متأسفانه خیلی زیاد واردات غیرقانونی و قاچاق وجود دارد و چون این محصولات کالای کم‌حجمی هم هستند شاید میزان قاچاق و واردات غیرمجاز در مورد آنها بیشتر هم باشد. ما در حال حاضر بین ۵۰ تا ۶۰ کارگر



به عنوان اولین سوال شرکت تارتن را برای خوانندگان مجله معرفی بفرمایید.

ما در شرکت تارتن حدود ۸ سال است که به صورت تخصصی در زمینه بافت انواع شال، کلاه و دستکش فعالیت می‌کنیم. این دومین بار است که در نمایشگاه پوشاک شرکت می‌کنیم. ظاهراً امسال نمایشگاه بهتری برگزار شده چراکه تبلیغات موثرتری پیرامون آن صورت گرفته است. خوشبختانه ما از شهرستان‌ها و فروشگاه‌های مستقر در شهرستان بازردهای خیلی خوبی داشته‌ایم و توانسته‌ایم مشتریان بیشتری جذب کنیم.

شاید تارتن تنها برندی در ایران است که به صورت تخصصی در حوزه بافت شال، کلاه و دستکش کار می‌کند. البته در بخش شال بافت همکاران دیگری هم فعالیت دارند اما اینکه مجموعه شال، کلاه و دستکش بافتنی



در حال حاضر، چندین فروشگاه اینترنتی هستند که انواع پوشاک با برندهای ترک یا ایتالیایی را با قیمت مناسب در معرض فروش گذاشته‌اند. به نظر شما با تداوم این روند صنعت پوشاک ایران می‌تواند رقابت‌پذیری خود را حفظ کند؟

بحث فروش اینترنتی و آنلاین در شرکت تارتن هم وجود دارد و فی‌نفسه بسیار هم خوب است. منتهی ارگان‌های دولتی مرتبط باید در این قضیه ورود کنند و نظم و سر و شکلی به فروشگاه‌های اینترنتی بدهند. چون وقتی یک جنس خارجی که عوارض گمرکی بابت آن پرداخت نشده، به صورت آنلاین به فروش می‌رود عین این است که جنس قاچاق فروخته می‌شود. بنابراین لازم است برای این موضوع تدبیری اندیشیده شود. البته همانطور که عرض کردم نباید صورت مسئله را پاک کنیم و فروش آنلاین به خودی خود پدیده مثبت و مفیدی برای تولیدکنندگان است و نمی‌توان جلوی آن را گرفت ولی باید حتما قوانین و مسائل مربوط به آن از جنبه‌های مختلف بررسی شده و ساماندهی گردد.

نکته پایانی؟

من در پایان از اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک بابت زحماتی که برای برگزاری خوب نمایشگاه پوشاک کشیدند تشکر می‌کنم. ما از این نمایشگاه بسیار راضی هستیم چراکه روزانه تعداد بسیار زیادی مشتری از شهرستان‌ها به غرفه ما مراجعه کردند که علت این موضوع زحماتی است که اتحادیه برای بازاریابی این نمایشگاه در شهرستان‌ها انجام داد و نتیجه آن هم کاملا برای ما مشهود بوده است.

داریم که ۱۰ نفر از این افراد خانم‌های سرپرست خانوار هستند. طبیعی است که اگر خدایی ناکرده ما مجبور شویم به دلیل شرایط اقتصادی و واردات بی‌رویه فعالیت خود را محدود کنیم، این گروه و خانواده‌های آنها مسلما ضربه می‌خورند.

در حال حاضر، مهم‌ترین مشکلی که در فرآیند تولید و فروش با آن مواجه هستید، چیست؟

یکی از مشکلات به نظر من قوانین مالی کشور است. به عنوان مثال به تازگی در مورد قانون چک، این‌طور تصویب کردند که اگر فردی چکش برگشت بخورد باز هم به وی دسته چک می‌دهند. چنین تصمیمی امنیت مالی ما را به خطر می‌اندازد چراکه ما نمی‌توانیم همه اجناس خود را به صورت نقدی بفروشیم و ناچاریم بخشی را هم به صورت اعتباری و از طریق دریافت چک مدت‌دار به فروش برسانیم. حال اگر یک چک ۱۰ یا ۱۵ میلیونی مربوط به مشتریان ما برگشت بخورد، ارزش این را ندارد که بخواهیم هزینه کنیم و برای وصول آن اقدام کنیم. در واقع، با مصوبه جدید ترس اینکه مبادا مجدداً به فرد دسته چک ندهند، از بین رفته و این جسارت در افرادی که نمی‌خواهند فعالیت سالم در بازار داشته باشند ایجاد شده که چک بلامحل و بدون اعتبار بکشند. این در حالی است که در کشورهای خارجی کافی است فردی فقط یک مرتبه چک یا سفته‌اش برگشت بخورد تا به صورت اتوماتیک توسط بانک به عنوان یک فرد ورشکسته معرفی شود. بنابراین اینکه امنیت مالی در کشور وجود نداشته باشد، مسئله بزرگی است که باید به طریقی حل شود.

لزوم تعدیل تعرفه واردات مواد اولیه

گفتگو با آقای حسین مهدیزاده مدیرعامل شرکت ناسکی (متن)

که اگر جلوی این واردات بی‌رویه گرفته شود صددرصد سود آن نصیب کارگر ایرانی می‌شود.

آیا از برگزاری نمایشگاه پوشاک با وجود حواشی پیرامون آن راضی هستید؟
گذشته از حواشی‌ای که وجود دارد اگر یک سری شرکت‌های خارجی از ترکیه، سوریه یا چین شرکت نمی‌کردند بسیار بهتر بود. ضمن اینکه به صورت جسته و گریخته اخباری می‌شنویم در ارتباط با تعرفه‌هایی ترجیحی که برای برخی کشورها نظیر سوریه قائل شده‌اند. قطعا تعرفه صفر درصدی که بر مبنای مشاهدات ما برای واردات از سوریه در نظر گرفته‌اند، به تولید ملی ضربه خواهد زد.

در مقطع فعلی برای اینکه صنعت پوشاک ما رقابت‌پذیر باشد و بتواند در برابر رقبای خارجی خود عرض اندام کند، چه مولفه‌هایی لازم است؟

شما بهتر از من می‌دانید که دولت ترکیه یا سایر کشورهای صاحب نساجی و پوشاک، شدیداً تولیدکنندگان خود را مورد حمایت قرار می‌دهند ولی متأسفانه در داخل کشور شاهد چنین اتفاقی نیستیم. حتی در برگزاری نمایشگاه در کشورهای دیگر سوبسیدهایی برای شرکت‌کنندگان خود در نظر می‌گیرند. همچنین تخفیف‌ها و معافیت‌هایی در حوزه عوارض گمرکی، مالیات و بیمه کارگران برای تولیدکنندگان خود لحاظ می‌کنند که همه این موارد در صورتی که در کشور ما هم برای



مشاهده است که امیدواریم این روند ادامه داشته باشد. اگر این شرایط تداوم پیدا کند می‌توان به آینده صنعت پوشاک در ایران امید داشت.

این امیدواری از کجا شکل گرفته است؟

الان خوشبختانه یک سری حمایت‌ها در ارتباط با تولید ملی انجام می‌شود و شعارهایی را هم می‌شنویم. اگر این حمایت‌ها ادامه‌دار باشد و شعارها به حقیقت پیوندد امیدی که خدمتتان عرض کردم در صنعت پوشاک متجلی خواهد شد.

واردات و قاچاق پوشاک در زمینه کاری شما چه تاثیری داشته است؟

طبق آمارهای موجود سالانه حدود ۱۱ میلیارد دلار از مبادی غیرقانونی جنس به کشور می‌شود

شرکت ناسکی در چه زمینه‌هایی فعالیت می‌کند؟

شرکت ناسکی (متن) در زمینه تولید البسه مردانه اعم از تی‌شرت، بافت، کت، پیراهن، شلوار و ... فعالیت می‌کند.

تیراژ تولید شما معمولاً چه میزان است؟

تیراژ ما متفاوت است. در حال حاضر شرایط به گونه‌ای است که نمی‌توان روی تولید ریسک زیادی کرد و به همین دلیل تولیدات ما کمتر شده است. ولی در سال‌های گذشته تا ۳۰۰ هزار عدد محصول نیز رسیده است.

مشکل اصلی بازار همچنان رکود است؟

در حال حاضر کورسوی امیدی در بازار قابل

می‌شوند، قدری تعدیل گردند خیلی می‌تواند به پیشرفت تولید در کشور کمک کند. همچنین اگر تسهیلاتی که به تولیدکنندگان می‌دهند تسهیلات واقعی باشد و نه مشارکت بانک‌ها در تولید، بسیار می‌تواند تاثیرگذار باشد. اگر در حوزه مد و لباس مقداری از تولیدکنندگان حمایت کنند و موارد متعدد دیگری که در این مجال نمی‌گنجد، کمک زیادی به صنعت پوشاک خواهد کرد.

نکته پایانی؟

از شما و مجله وزینتان برای انجام این مصاحبه تشکر می‌کنم.

دیگر کشورها در مورد ایران اعمال می‌کنند و هیچ سیاست آنتی‌دامپینگی هم برای مقابله با آن اتخاذ نشده است. این سیاست آنتی‌دامپینگ اعمال نخواهد شد مگر با حمایت‌های دولتی، تسهیلات ویژه برای تولیدکنندگان، تبلیغات ارزان برای برندهای داخلی، ایجاد بسترها و شرکت در نمایشگاه‌های مختلف و مواردی از این دست.

در حال حاضر مهم‌ترین مشکلی که در فرآیند تولید با آن مواجه هستید، چیست؟

اگر دست تولیدکنندگان را برای ورود مواد اولیه باز بگذارند و تعرفه‌هایی که برای مواد اولیه اعمال

تولیدکنندگان داخلی در نظر گرفته شود، می‌تواند در رشد و تعالی صنعت پوشاک تاثیرگذار باشد. همچنین در حوزه طراحی و مد اگر قدری دست تولیدکنندگان را باز بگذارند صددرصد می‌تواند نمود خیلی خوبی داشته باشد چون وقتی تولیدکننده احساس کند که در یک جامعه توأم با رکود و شرایط بسته قرار دارد، مسلماً هنر و درایت لازم برای تولید را نمی‌تواند داشته باشد و نوآوری که لازمه هر پیشرفتی است، به وجود نخواهد آمد.

آیا خود شما واحد طراحی مجزایی دارید و طرح‌های مورد استفاده بر چه اساسی انتخاب می‌شوند؟

صددرصد. اگر غیر از این باشد نمی‌توانیم ادامه دهیم. ما یک تیم طراحی داریم که مدل‌های روز دنیا را تعقیب می‌کنند ولی به هیچ عنوان در این شرکت تبعیت محض از این مدل‌ها صورت نمی‌گیرد بلکه بر اساس فرهنگ و سلیقه جامعه ایرانی، بومی‌سازی مبتنی بر عرف انجام می‌شود. تقاضای من این است که تولیدکنندگان داخلی مورد حمایت واقع شوند حتی از جانب رسانه‌هایی مانند صدا و سیما. در حال حاضر کمپین‌هایی در شبکه‌های ماهواره‌ای برای حمایت از تولیدات ملی ایران به وجود آمده ولی متأسفانه صدا و سیما خودمان هیچ اقدامی در این زمینه صورت نمی‌دهد.

چند وقتی است که فروشگاه‌های آنلاین پوشاک که عمدتاً محصولات برندهای ترک را با قیمت مناسب عرضه می‌کنند، رونق پیدا کرده‌اند. به نظر شما با تداوم این روند صنعت پوشاک می‌تواند رقابت کند و خود شما برای حضور در عرصه فروش آنلاین چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

در حال حاضر اگر اشتباه نکنم نزدیک به ۷ هزار واحد تولیدی ما تعطیل شده است که این موضوع به خاطر سیاست‌های دامپینگی است که متأسفانه





ابلاغ دستورالعمل جدید فعالیت شرکتهای خارجی عرضه پوشاک در ایران فعالیت برندهای خارجی پوشاک مشروط شد



فعالیت خود در ایران حداقل ۲۰ درصد ارزش واردات خود را در داخل تولید و حداقل معادل ۵۰ درصد ارزش تولید خود را صادر کند افزود: مدت اعتبار گواهی فعالیت نمایندگی حداکثر ۲ سال مشروط بر اعتبار مدت قرارداد یا مجوز است. وی گفت: دارندگان گواهی فعالیت مکلف به دریافت پروانه کسب مطابق مقررات قانون نظام صنفی می‌باشند

تقویت صادرات و جلوگیری از ورود کالاهای قاچاق به کشور با تاکید وزیر صنعت، معدن و تجارت تهیه و صادر شده است و بر اساس آن، همه نمایندگی‌ها یا شعب شرکتهای خارجی برای فعالیت مجاز در ایران باید گواهی فعالیت دریافت کنند. صادقی با اشاره به اینکه شرکت خارجی یا نماینده آن موظف است در ۲ سال اول

دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان و شعب شرکتهای خارجی عرضه‌کننده پوشاک در ایران به سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها ابلاغ شد. سرپرست امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت در نشست خبری در جمع اهالی رسانه با اعلام این خبر گفت: این دستورالعمل با رویکرد حمایت از تولید داخل،



و با عرضه‌کنندگان کالای قاچاق برابر قانون برخورد خواهد شد.

سرپرست معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه فروش پوشاک باید در فروشگاه‌های خرده‌فروشی مجهز به صندوق مکانیزه فروش متصل به درگاه سازمان امور مالیاتی کشور بوده و زیرمجموعه دارنده گواهی فعالیت باشد گفت: در این صورت مسئولیت عملکرد این فروشگاه‌ها با دارنده گواهی فعالیت است. وی در ادامه تاکید کرد: دارنده گواهی فعالیت باید نسبت به ایجاد سامانه پوشاک، به نحوی که کل زنجیره از بدو ورود تا فروش نهایی برای واردکننده، گمرک و سایر دستگاه‌های متولی مانند سازمان امور مالیاتی و مرکز اصناف و بازرگانان ایران قابل رصد و رهگیری باشد، اقدام نماید.

صادق هم چنین از الزام دارندگان گواهی فعالیت به الصاق شناسه کالا به صورت دوختی روی کلیه اقلام و پوشاک و درج کشور محل تولید به صورت تائیدی در کنار شناسه کالا خبر داد و افزود: استفاده از ظرفیت خالی کارخانجات داخلی، سرمایه‌گذاری مستقیم و مشترک از مهم‌ترین وظایف این شرکت‌های مجاز است.

مشاور معاونت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در این نشست خبری گفت: با صدور دستورالعمل جدید برای فعالیت نمایندگان و شعب شرکت‌های خارجی عرضه پوشاک در ایران، از این پس دو نوع پوشاکی که یا نام و نشان ایرانی و یا نام و نشان خارجی ثبت‌شده دارد به مردم ارایه خواهد شد. گلنار نصرالهی در ادامه گفت: به همه تولیدکنندگان پوشاک داخلی از چهار ماه قبل اعلام شد تا به تدریج کالاهای خود را

مطرح دنیا را بر سر در فروشگاه‌های خود نصب کرده بودند، وجود داشت اما مابقی برندهایی بودند که در دنیا چندان مطرح نیستند. این فروشگاه‌ها را در ۲ قالب ساماندهی کردیم، از یک سو در هماهنگی با وزارت ارشاد و اماکن نیروی انتظامی خواستار ارائه مستندات برای اسامی برندهایی شدیم که در تابلوی برخی فروشگاه‌ها نصب شده بود و در صورتی که این مستندات را ارائه نکردند ملزم به حذف نام این برندها از لوگوی فروشگاه‌ها شدند.

از سوی دیگر در مواردی که برندهای پوشاک از جمله برندهای خارجی پوشاک بودند، از آنها خواستیم که قرارداد خود با این برندها را ارائه کنند و در صورتی که چنین قراردادهایی وجود نداشته و صرفاً فروشگاه‌های مذکور از نام این برندها استفاده می‌کردند نیز همانند گروه اول اسامی آنها را به وزارت ارشاد و اماکن نیروی انتظامی دادیم تا این فروشگاه‌ها را پلمب کنند یا اینکه این فروشگاه‌ها ملزم شدند تا خودشان تابلو را برداشته و پلمب نشوند. با این روند تاکنون

با نشان تجاری ایرانی تولید و عرضه کنند. وی افزود: نام و نشان تجاری ایرانی روی تولیدات داخلی زده می‌شود و امیدواریم در این راستا واحدهای بیشتری تولیدات خود را با نام و نشان ایرانی عرضه کنند و مردم نیز به تولیدات داخلی بیشتر اهمیت دهند.

الزام برندهای خارجی پوشاک به تولید مشترک در ایران

در همین زمینه یدالله صادقی، رییس مرکز امور اصناف و بازرگانان کشور و سرپرست معاونت بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفتگویی با همشهری آنلاین داشته که برای روشن شدن بهتر موضوع، این گفتگو به سمع و نظر خوانندگان گرامی می‌رسد:

*ساماندهی برندهای خارجی پوشاک در چه مرحله‌ای است؟

از سال قبل با بررسی صورت‌گرفته مشخص شد که ۶۰ شرکت مدعی نمایندگی برندهای خارجی پوشاک در کشور که لوگوی برندهای

توزیع و بخشی از پوشاک تولیدی را نیز به بازارهای خود در سایر نقاط جهان صادر کنند که این میزان صادرات نیز با حداقل ۳۰ درصد آغاز شده و باید به تدریج تا ۷۰ درصد افزایش یابد. در این چارچوب مهلت ۲ تا ۳ ماهه‌ای برای این برندی که نمایندگی مجاز در ایران دارند تعیین کرده‌ایم تا خود را با دستورالعمل جدید انطباق داده و تولید مشترک پوشاک را در ایران آغاز کنند.

* تأثیر این امر بر پیگیری و مقابله با عرضه پوشاک قاچاق چگونه خواهد بود؟

در صورتی که محصولات یک برند خارجی به شکل قانونی به کشور وارد و عرضه شود، امکان کنترل کالاهای این برند در بازار نیز وجود خواهد داشت اما در صورتی که کالاهای برند مذکور به طور غیرقانونی و قاچاق وارد کشور شود نیز این نمایندگی برند خارجی باید در صورتی که توانایی لازم را داشته باشد با عرضه کالاهای قاچاق آن برند در بازار مقابله کند یا در صورتی که امکان انجام چنین کاری را ندارد اطلاعات آن را در اختیار دستگاه‌های نظارتی قرار دهد تا با کالای قاچاق برخورد شود. وقتی شرکتی نمایندگی برندهای خارجی در بازار کشور را گرفت، میزان و چگونگی کالاهای وارداتی آن برند توسط نمایندگی مجاز در گمرکات کشور ثبت می‌شود و در صورتی که کالای تولیدی این برند در سیستم نمایندگی آن در ایران ثبت نشده اما در بازار کشور وجود داشته باشد، چگونگی ورود و عرضه کالای مذکور را از نمایندگی پیگیری می‌کنیم. نمایندگی باید سریال مشخص کالای وارداتی را از شرکت اصلی پیگیری کند که این کالا به چه کسی فروخته شده و چگونه راهی بازار مصرف ایران شده است.



اکنون نمایندگی برندهای خارجی پوشاک در کشورمان را دریافت کرده و فعال هستند، باید از شرکت مادر یا دفتر منطقه‌ای این شرکت مجوز دریافت کرده باشند.

* آیا الزامات تازه‌ای برای فعالیت برندهای خارجی پوشاک همانند سایر کالاها تعیین شده است؟

بله، در حال تدوین دستورالعمل جدیدی هستیم که بر اساس سیاست‌های جدید کشور در جهت حمایت از تولید داخلی و کاهش واردات کالاهایی مانند پوشاک که تولید داخلی داریم، تنظیم شده است. این دستورالعمل در مراحل تدوین نهایی است و به زودی ابلاغ خواهد شد. براساس این دستورالعمل، باید کلیه برندهای پوشاک خارجی در ایران تولید مشترک داشته باشند. این برندها یا باید با سرمایه‌گذاری محصولات برند خود را در ایران تولید و عرضه کنند و یا اینکه با استفاده از ظرفیت واحدهای تولید پوشاک در داخل کشور، محصولات همان برند را تولید و بخش عمده‌ای از آن را در بازار داخلی

فقط ۲۵ شرکت ایرانی از مرکز امور اصناف و بازرگانان، مجوز ایجاد نمایندگی این برندها را دریافت کرده‌اند اما بیش از ۲۰۰ شعبه و ۹ شرکت برای نمایندگی برندهای مختلف پوشاک خارجی در سراسر کشور وجود داشت چرا که یک برند، شعبه‌های متعددی در سراسر ایران داشت و این کار منافاتی با صدور مجوز برای ۲۵ شرکت نمایندگی پوشاک خارجی در کشورمان ندارد.

* با این روند یعنی اکنون نمایندگی‌های واسطه برندهای خارجی پوشاک در ایران نداریم؟

خوشبختانه اکنون در مورد پوشاک، نمایندگی با واسطه خارجی نداریم و براساس دستورالعمل جدید نیز علاوه بر اینکه شرکت‌های دریافت‌کننده مجوز باید از شرکت‌های مادر یا دفاتر منطقه‌ای آنها در سایر کشورها مجوز نمایندگی دریافت کرده باشند بلکه در آینده باید حتماً این برندهای خارجی، تولید مشترک پوشاک نیز در داخل کشور داشته باشند. همه این ۲۵ شرکتی که

نشست مشترک انجمن صنایع پوشاک ایران با نمایندگان تشکل‌ها برگزار شد بررسی دستورالعمل نحوه فعالیت برندهای خارجی در کشور



با توجه به درخواست برندهای خارجی جهت حضور و سرمایه‌گذاری در بازار ایران، وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت با برگزاری جلساتی، سند چگونگی حضور برندها و میزان سرمایه‌گذاری در کشور، سهم مشارکت از بازار داخلی و درصد تولید داخل در کشور را تعیین و ابلاغ نموده است. لذا به همین علت، نشست در بعدازظهر روز شنبه مورخ ۲۷ شهریورماه به میزبانی انجمن صنایع پوشاک برگزار گردید که هدف اصلی این هم‌اندیشی، بررسی «دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان و شعب شرکت‌های خارجی عرضه‌کننده پوشاک در ایران» بود.

در ابتدای این نشست، آقای هاکوپیان رییس انجمن صنایع پوشاک ایران ضمن خوشامدگویی به حاضرین در جلسه، هدف از برگزاری این جلسه را آشنایی هرچه بیشتر و ایجاد یک ارتباط دوستانه با دیگر اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و تشکل‌های مرتبط با پوشاک عنوان کرد و سپس بررسی دستورالعمل تازه ابلاغ شده از سوی وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت و بیان مشکلات و چالش‌های پیش رو در زمان اجرا و تاثیر آن بر تولید داخلی را در دستور کار قرار داد. وی در ادامه، با قدردانی از تلاش‌های انجام شده توسط دلسوزان پوشاک ایران

اشاره کرد که گام دیگر آن، دستورالعملی است که اخیراً توسط وزیر صنعت و معدن و تجارت ابلاغ شده است.

در ادامه هاکوپیان جویای نقطه‌نظرات سایر حضار در خصوص دستورالعمل ابلاغ شده گردید. در ابتدا آقای شیرازی رییس اتحادیه پوشاک تهران با بیان اینکه دستورالعمل ابلاغ شده در کل خوب است و حرکت بسیار خوبی در حال انجام است و قابلیت اجرا شدن در کشور را دارد، به این موضوع اشاره کرد که این دستورالعمل در خصوص برندهای برتر بین‌المللی کاملاً قابل اجرا می‌باشد و می‌بایست به صورتی اجرا گردد که منافع

افزود: تاکنون در این کشور به بخش پوشاک به عنوان یک صنعت نگاه نشده است در حالی که پتانسیل‌های موجود در این صنعت نشان می‌دهد که صنعت پوشاک می‌تواند در کنار صنعت نساجی فعالیت کند. همچنین هاکوپیان به این نکته اشاره کرد که به دستور آقای نعمت‌زاده وزیر صنعت، با تشکیل کارگروهی با همکاری دانشگاه امیرکبیر سند پنجساله راهبردی برای صنعت پوشاک تهیه شده است. وی در ادامه از گام‌های متعددی که برای رشد صنعت پوشاک برداشته شده سخن گفت و به عنوان نمونه، به ایجاد شهرک صنعتی تولید پوشاک

در صورت انجام تحریم‌های مجدد بر علیه کشور می‌باشد. به عنوان یک پیشنهاد به نظر من اجازه آغاز فعالیت و سرمایه‌گذاری برندهای خارجی در ایران را صادر نمایم و پس از گذشت مدتی این دستورالعمل را در خصوص برندها اجرایی نمایم.

یداله مال میر رییس انجمن همگن نساجی استان البرز نیز ضمن بیان اینکه نامه‌ای شامل نظرات و ایراداتی که بر روی این دستورالعمل از نظر جمع وارد بوده - از قبیل اینکه دستگاه نظارت و متولی صدور این گواهی چه ارگان یا انجمنی می‌باشد - را به خانم نصرالهی معاون وزیر صنعت ارسال نمودیم که متأسفانه پس از ابلاغ، هیچ‌یک در این دستورالعمل مرتفع نگردیده است. وی همچنان افزود: همه انجمن‌ها، اتحادیه‌ها، تولیدکنندگان می‌بایست در کنار هم و به صورت متحد در زیر پرچم صنعت نساجی برای سربلندی این صنعت تلاش نمایند و پیشنهاد می‌کنم همانند استان البرز، انجمن‌ها



روش به خوبی دیده نشده است و تنها از دید داخلی بیان شده است، به عنوان مثال در حال حاضر عدم سرمایه‌گذاری برندهای ایتالیایی حتی با تخصیص مبلغ مورد نظر از طرف دولت آنها، به دلیل عدم قبول ریسک سرمایه‌گذاری توسط بانک مرکزی ایران

تولیدکنندگان داخلی حفظ شود. سپس آقای رییس زاده دبیر انجمن صنایع نساجی ایران با توجه به مسئله قاچاق پوشاک، مواردی را از این منظر که ضمانت اجرایی این دستورالعمل چیست؟ و مبحث قاچاق به چه میزان در این دستورالعمل اهمیت داده شده است؟، بیان نمود.

شیرازی در پاسخ به سوالات مطرح شده به این مهم اشاره کرد که ضمانت اجرایی چنین دستورالعمل‌هایی با قانون‌گذار و صادرکننده آن می‌باشد و اتحادیه پوشاک با توجه به جایگاه خود نمی‌تواند ضمانت اجرایی در این خصوص قبول کند. به عنوان مثال در هیچ‌یک از قوانین اتحادیه مبحثی به عنوان برند اصلی و تقلبی ذکر نشده است.

در ادامه این نشست، محمدجواد صدق‌آمیز رییس مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران عنوان کرد: زمان اصلاحیه بر روی این دستورالعمل دیگر گذشته است و به نظر سطح تعاملات با برندهای خارجی در این





و اصناف یکپارچه شوند و تنها یک انجمن تصمیم گیرنده نهایی باشد. پس از نظرات اعلام شده، ها کوپیان در خصوص روند تهیه این دستورالعمل شرح مختصری ارائه داد. وی تاکید کرد: اینکه در ابتدا به برندها بدون هیچگونه محدودیتی اجازه فعالیت در کشور را بدهیم کاملاً مخالفم و نمی توانیم بازار را به راحتی در اختیار برندهای خارجی بگذاریم. این دستورالعمل تنها نیاز به یک روش اجرایی دارد که در خصوص مراحل اجرای آن هریک از ارگانها و بخشها از وظیفه خود به خوبی آگاه باشند. وی در ادامه افزود: به شما اطمینان می دهم این کشور به جزء این روش هیچ راه دومی ندارد و اعتقاد دارم که

این کار کاملاً شدنی است و همه ما می بایست در انجام و اجرای هرچه بهتر این دستورالعمل در داخل کشور کمک کنیم. همانطور که با تلاش و همیت توانستیم صنعت نساجی و پوشاک را از شاخه خودرو خارج نماییم که بسیار قدم بزرگی در این صنعت بوده، امروز هم می توانیم این دستورالعمل را به خوبی اجرایی نماییم، و مطمئن هستیم این امر با توجه به دستورات سران نظام در این مورد، حتی در صنایع دیگر هم اجرا خواهد شد. البته به اطلاع شما می رسانم با توجه به جلسه ای که با آقای صادقی معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارتخانه داشتیم، تقسیم وظایف اجرایی از سوی وزارتخانه در حال انجام می باشد و تنها می بایست پیشنهادات و مواردی که باعث بهتر اجرا شدن این دستورالعمل می شود را یا به صورت جمعی یا هریک از دوستان از طریق تشکل خود برای وزارتخانه ارسال نمایند.

در ادامه این نشست، صدق آمیز روند اجرای این دستورالعمل را به صورت یک فلوجارت شامل مراحل:
 ۱- بازرگانی خارجی، ۲- تاییدیه برند، ۳- گمرکات، ۴- سازمانهای نظارتی مانند اتحادیهها و انجمنها و ۵- نیروی انتظامی و اماکن به عنوان بازوی انضباطی این دستورالعمل، بیان نمود.
 سپس آقای اصفهانیان از اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران ضمن بیان اینکه این دستورالعمل راهکار مناسبی برای ادامه حیات پوشاک ایرانی می باشد، به مشکلات و نقایص موجود اشاره نمود. وی افزود: ابتدا برندهای ایرانی تماماً به عنوان یک شرکت حقوقی ثبت شده اند و کلیه مواردی از قبیل اعلام میزان کل فروش، استفاده از نرم افزارهای حسابرسی مورد تایید دارایی، ارزش افزوده و مسائل اینچنینی را کاملاً رعایت می نمایند؛ در صورتی که برندهای

خارجی هیچ کدام یک شرکت حقوقی نمی باشند و موارد فوق را رعایت نمی کنند که این خود یک رقابت نابرابر و ناعادلانه است. به همین علت پیشنهاد می شود که ابتدا شرکتها یا نمایندگان این برندها باید به عنوان یک شرکت حقوقی ثبت شوند و سپس کلیه موارد فوق را رعایت نمایند. در ضمن می توان کشورهایی مانند برزیل و ترکیه که چنین روشی را اجرا کرده اند را به عنوان الگو در نظر گرفته و بررسی کرد. هیچ یک از تولیدکنندگان ایرانی با حضور برندهای خارجی در کشور مشکلی ندارند اما توقع دارند که در فضای برابر در کنار هم به فعالیت بپردازند. در پایان این نشست و هم اندیشی مقرر شد موارد اعلام شده و مورد اتفاق نظر اعضا در قالب نامه ای رسمی به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی ارسال گردد و پیگیری های لازم از سوی انجمن به جهت اجرایی شدن موارد اعلامی از وزارتخانه صورت پذیرد.

بهره‌برداری از طرح توسعه بزرگ‌ترین واحد نساجی شمال غرب کشور کارخانجات نساجی خوی در مسیر توسعه



با حضور محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت، طرح توسعه کارخانجات نساجی شهرستان خوی با افزایش میزان تولید نخ به ۶۰۰۰ تن و تولید پارچه به ۱۱ میلیون متر به بهره‌برداری رسید. مهندس نعمت‌زاده با همراهی استاندار آذربایجان غربی پس از افتتاح و بازدید از چند طرح و کارخانه در ارومیه، سلماس و خوی، در مراسم آغاز بهره‌برداری از طرح توسعه کارخانجات نساجی خوی شرکت کرد. در طرح توسعه مرحله سوم این واحد تولیدی بزرگ، بخش جین آن با صرف ۵۰ میلیارد ریال سرمایه و نصب ماشین‌آلات جدید توسعه یافته است. تا چندی پیش در ۲ خط تولید ریسندگی و بافندگی این کارخانه بیش از ۴۵۰ نفر مشغول به کار بودند که با افتتاح طرح توسعه این عدد افزایش می‌یابد. در مراسم بهره‌برداری از طرح توسعه این واحد، آقای حجازی قائم مقام کارخانجات نساجی خوی گفت: بعد از واگذاری ۹۳ درصدی این واحد در سال ۹۱ به یک خریدار بخش خصوصی، هم‌اکنون ۴ بخش ریسندگی، رنگرزی، بافندگی و مقدمات و ایندیگو و تکمیل در آن فعال

هستند. وی افزود: با بهره‌برداری از طرح توسعه این واحد، تولید بخش ریسندگی از ۱۴ تن در سال به ۲۲ تن رسیده و تلاش می‌شود تا پایان سال به ۳۵ تن برسد؛ ضمن اینکه واحدهای رنگرزی به ۳ واحد و ظرفیت بخش ایندیگو با نوسازی و بهبود ماشین‌آلات از ۲۰ هزار تن به ۳۵ هزار تن افزایش پیدا کرد.

مهندس نعمت‌زاده نیز در مراسم بهره‌برداری از طرح توسعه نساجی خوی گفت: خوی یک شهرستان فرهنگی محسوب می‌شود و می‌توان محصولاتی در این مورد تولید و صادر کرد. وی افزود: با بهره‌برداری از طرح توسعه نساجی می‌توانیم با فرآوری محصولات و افزایش کیفی، صادرات این محصولات را به کشورهای دیگر فعال کنیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: دولت در ۳ سال گذشته موفق شده بیش از ۱۳ هزار طرح نیمه‌تمام را راه‌اندازی کند و معتقدم با داشتن شهرک‌های صنعتی شاداب و سرحال می‌توانیم شاهد رشد صنعت باشیم.

نعمت‌زاده گفت: با بهبود فضای بین‌المللی و دسترسی به بازارهای روز جهان و استفاده از فناوری‌های نوین می‌توان شکوفایی در صنعت را دید و شاهد افزایش بهره‌وری و اشتغال در کشور باشیم. وی اضافه کرد: به شخصه امیدوارم با انجام سرمایه‌گذاری موفق با تکیه بر منابع غیربایستی و استفاده از منابع سهام‌داران، وضعیت را شرایط بهتری برای واحدهای صنعتی ایجاد شود.



کمیسیون صنایع اتاق ایران پیشنهاد داد: ۹ پیشنهاد برای خیزش صنعتی

نشان می‌دهد که از ابتدای انقلاب تا دهه ۸۰، عملاً استراتژی خاصی برای توسعه صنعتی و معدنی نداشتیم. از ابتدای دهه ۸۰ رویکرد و تمایل کشور به تهیه استراتژی توسعه صنعتی و معدنی به وجود آمد. در این راستا طبق ماده (۱) قانون «تمرکز امور صنعت و معدن و تشکیل وزارت صنایع و معادن» مصوب سال ۱۳۷۹ مجلس شورای اسلامی، موضوع تدوین استراتژی توسعه صنعتی و معدنی با مسوولیت وزارت صنایع در دستور کار قرار گرفته شد و وزارت صنایع طی تعاملی با دانشگاه شریف، این پروژه را با عنوان «طرح استراتژی توسعه صنعتی کشور» برون‌سپاری کرد و در سال ۱۳۸۴، وزارت صنایع با استفاده از نتایج طرح مذکور، سند استراتژی توسعه صنعتی را منتشر کرد اما به دلیل تغییر دولت و عوض شدن رویکرد، اولین سند استراتژی توسعه کنار گذاشته شد. با روی کار آمدن دولت نهم در مرداد ماه ۱۳۸۴ و اتخاذ رویکرد جدید، سند استراتژی توسعه صنعتی کشور مورد بازبینی و بازنگری قرار گرفت و سند جدیدی با عنوان «سند راهبردی توسعه صنعتی کشور (۱۳۸۵-۱۴۰۴)» در سال ۱۳۸۵ تهیه شد. به رغم تهیه سند راهبردی توسعه صنعتی کشور در سال ۱۳۸۵، عدم تصویب نهایی آن در راستای ماده (۷۲) برنامه چهارم توسعه، و عملیاتی شدن آن فقط در قالب

با گذشت یک سال از رونمایی راهبرد توسعه صنعتی ایران، فعالان اقتصادی در بخش خصوصی خواستار بازنگری در این سند با توجه به شرایط و مقتضیات روز کشور شدند. در این سند با انتخاب هفت صنعت استراتژیک و ارائه تصویری از گذشته و آینده صنعت کشور، «رونق کسب‌وکارها»، «توسعه سرمایه‌گذاری»، «توسعه تجارت خارجی» و «کاهش هزینه‌های مبادله» هدف‌گذاری شد.

با این حال، به اعتقاد فعالان بخش خصوصی در حال حاضر برنامه راهبردی توسعه صنعتی ظرفیت لازم برای اجرایی شدن را ندارد و نمی‌توان از آن امید بهبود وضعیت صنعت کشور را انتظار داشت. کمیسیون صنایع اتاق ایران با توجه به رکود حاکم بر اقتصاد، وضعیت نامناسب صنعت و صنعتگران به خصوص صنایع کوچک و متوسط، پیشنهادهایی را برای تدوین سیاست‌ها و راهبردهای جدید توسعه صنعتی به خصوص در دوره پس‌ابرجام ارائه کرده است. بررسی‌های این کمیسیون نشان می‌دهد که به رغم رویکرد دولت به تدوین سند توسعه صنعتی، سازوکار آن با مشکلات عمده‌ای روبه‌رو است. حفظ اندازه دولت در اقتصاد، حمایت از صنایع بزرگ خصوصاً صنایع دولتی و شبه‌دولتی و مغفول ماندن صنایع کوچک و متوسط، عدم توجه لازم و کافی به بخش خصوصی، موازی‌کاری در تدوین اسناد توسعه صنعتی در ۱۵ سال گذشته، عدم اجرایی شدن اسناد توسعه صنعتی با تغییر دولت‌ها، نبود متدولوژی علمی در تدوین اسناد و غلبه رویکردهای سیاسی در تدوین اسناد توسعه صنعتی، استفاده از اسناد توسعه صنعتی به عنوان تابلوی علمی برای پوشش سیاست‌های پشت پرده دولت‌ها، حمایت از خام فروشی (نفت و معدن) و صادرات کالاهای با ارزش افزوده پایین، وجود شکاف بین شعارهای توسعه‌ای و اقدامات اجرایی، از جمله مشکلات این سند است.

به اعتقاد کارشناسان، رشد اقتصادی از کلیدی‌ترین شاخص‌های ارزیابی پیشرفت کشورها به حساب می‌آید و به این دلیل جزو مهم‌ترین شاخصه‌های مورد توجه حکومت‌ها بوده و برای آن برنامه‌ریزی‌های وسیعی انجام می‌دهند. از مهم‌ترین عوامل در رشد اقتصادی، توسعه صنعتی است. در این راستا کشور ایران حدود ۱۵ سال است که به تدوین اسناد توسعه صنعتی همت گمارده و اهمیت آن را دریافته است. با این حال سوابق تدوین این گونه‌سندها دلالت بر عدم اجرایی شدن آن دارد. بررسی تاریخی



یک برنامه، بدون توجه به سیاست‌گذاری، منجر به طرح مجدد موضوع در ماده (۱۵۰) برنامه پنجم توسعه شد. در این ماده وظیفه تدوین سند توسعه صنعتی بر دوش دولت نهاده شد و دولت موظف به تدوین سند جدید با شرایط جدید شد. دولت دهم در راستای اجرای ماده (۱۵۰) قانون برنامه پنجم توسعه، اقدام به تدوین سند استراتژی توسعه صنعتی کرد و در سال ۱۳۹۲ آن را منتشر کرد؛ اما با تغییر دولت در آن سال، این سند نیز کنار گذاشته شد. در سال ۱۳۹۴ دولت یازدهم اقدام به انتشار سندی با عنوان «برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت» کرد. آنگونه که از متن این برنامه برمی‌آید استراتژی توسعه صنعتی است اما به گفته مسوولان وزارتخانه، این سند تنها برنامه راهبردی وزارتخانه است و استراتژی توسعه صنعتی نیست.

نحوه انتخاب صنایع استراتژیک

خروجی برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت، حمایت برای توسعه چند صنعت منتخب است. یکی از مهم‌ترین سوالات در برنامه، نحوه گزینش این صنایع هستند که بسیار چالش برانگیز است. به‌رغم تبیین سازوکار گزینش این صنایع در برنامه، نتیجه نهایی تناسب زیادی با سازوکار گفته شده ندارد. در متن برنامه، شاخص‌های ذیل به‌منظور گزینش صنایع در نظر گرفته شده‌اند: سهم ارزش افزوده (به قیمت ثابت)، سهم اشتغال، ارزش صادرات صنعتی و عملکرد صادرات صنعتی کشور، شاخص مزیت نسبی آشکار شده یکنواخت، سهم تعداد بنگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر. طبق شاخص‌های مذکور، صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، تولید محصولات کانی غیرفلزی، فلزات اساسی، مواد غذایی و آشامیدنی، صنایع تولید فرآورده‌های نفتی، صنایع نساجی و پوشاک و وسایل نقلیه بیشترین نقش و سهم را داشته و در نتیجه به عنوان اولویت‌های سرمایه‌گذاری انتخاب شده‌اند. اما بررسی دقیق نتایج شاخص اولویت‌بندی‌های دیگری را نشان می‌دهد. این اولویت‌بندی‌ها شامل تولید مواد و محصولات شیمیایی، مواد غذایی و آشامیدنی، تولید فلزات اساسی، تولید محصولات کانی غیرفلزی، وسایل نقلیه، استخراج نفت و گاز طبیعی، نساجی است. در این اولویت بندی ها، طبق متن برنامه، استخراج نفت و گاز طبیعی بدون مرحله اکتشاف در اولویت قرار می‌گیرد؛ اما در اولویت‌های ارائه شده توسط سند، صنایع تولید فرآورده‌های نفتی ذکر شده است. همچنین در سند، اولویت صنایع مواد غذایی و آشامیدنی و صنایع تولید محصولات کانی غیرفلزی جابه‌جا شده است.

انتقادهای ساختاری برنامه راهبردی

براساس این گزارش، در تدوین سند برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت، تا حدی در بررسی‌ها و تحلیل‌های مقدماتی و به

مراتب بیشتر در نتیجه‌گیری‌های نهایی و اولویت‌بندی رشته فعالیت‌های صنعتی، کماکان راه گذشتگان پیموده شده است. هم‌اکنون در مطالعات تدوین استراتژی‌های اقتصادی و صنعتی یا به اصطلاح برنامه‌های راهبردی کشورها، از مدل‌ها و رویکردهای مبتنی بر رقابت‌پذیری صنعتی، خوشه‌های صنعتی، زنجیره تامین و زنجیره‌های ارزش جهانی و... استفاده می‌شود؛ بنابراین از دیدگاه ادبیات نظری و کاربرد الگوها و رویکردهای علمی، سند برنامه راهبردی دچار ضعف‌ها و اشکالات ساختاری و جدی است. از سوی دیگر، در موضوعات راهبردی سند برنامه، به مسائل بسیار مهم و کلیدی از قبیل هزینه‌های کسب‌وکار که به‌خصوص در شرایط کنونی کشور به تسهیل فضای کسب و کار به مراتب اولویت دارد، پرداخته نشده است. همچنین اثرات بسیار قاطع و مهم سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی در زمینه‌هایی از قبیل تعیین نرخ ارز، مالیات‌ها، تامین سرمایه و... مورد ملاحظه قرار نگرفته‌اند. در گزارش سند برنامه راهبردی، آمارهای جهانی مقایسه‌ای متعددی در زمینه شاخص‌های توسعه ذکر شده و اغلب قریب به اتفاق داده‌ها حاکی از وضعیت نامساعد اقتصادی و صنعتی کشور، نه تنها نسبت به اقتصادهای توسعه‌یافته و به‌تازگی صنعتی شده بلکه نسبت به همسایگانی از قبیل ترکیه است، اما هیچگونه واکاوی و تحلیل و نتیجه‌گیری صورت نگرفته که چرا و چگونه اقتصاد کشور به اینجا رسیده است.

با توجه به این مسائل و مدت زمان اندکی که تا افق ۱۴۰۴ باقی مانده، کمیسیون صنایع اتاق ایران به عنوان نماینده بخش خصوصی، ۹ پیشنهاد را برای بازنگری در سند راهبردی توسعه صنعتی ارائه کرده است: در پیشنهاد اول فعالان بخش خصوصی خواستار این شدند که محوریت برنامه با صنایع کوچک و متوسط و حمایت از بخش خصوصی (نه دولتی و شبه دولتی) باشد. در مرحله دوم، زنجیره‌های ارزش مزیت‌دار کشور مورد شناسایی قرار گیرد و حلقه‌های مفقوده یا ضعیف آنها مورد حمایت قرار گیرند. در بخش صادرات پیشنهاد شده که بر صادرات کالاها با ارزش افزوده بالا تمرکز شود و خام فروشی و صادرات کالاهای با ارزش افزوده پایین کاهش یابد. در پیشنهاد چهارم، پیشنهاد شده که بازنگری در وضعیت بازار صنعت برای تدوین سند مورد بررسی قرار گیرد. از سوی دیگر، برنامه راهبردی به صورت تفصیلی نوشته شود نه اجمالی و در چند صفحه. در پیشنهاد ششم این کمیسیون بر توجه به آینده پژوهی تاکید شده است. فعالان اقتصادی در بخش خصوصی همچنین پیشنهاد داده‌اند که برای تنظیم اقدامات و وظیفه‌ای مناسب باید همگرایی بین وزارتخانه‌ها، اتاق و تشکل‌ها صورت گیرد. از سوی دیگر، باید سند راهبردی با توجه به شرایط پساتحریم به‌روزرسانی شود. در نهایت نیز برای نوشتن سند و داشتن اقتصاد برنامه‌ای باید این امر را به بازار و بخش خصوصی سپرد و دولت فقط چشم‌اندازها را مشخص کند.

موسسه مطالعاتی مک کینزی چشم انداز ایران ۲۰۳۵ را بررسی کرد

۶ نقطه قوت در چشم انداز اقتصاد ایران

بزرگ تولیدی داخلی همچون خودرو، مصالح اصلی و کالاهای مصرفی روزانه، به بخش‌های قابل رقابت در سطح بین‌المللی تبدیل شود. سوم؛ ایران به سمت اقتصاد دانش‌بنیان حرکت کرده و تقویت نقاط قوت برای رشد بخش‌هایی همچون فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات مالی را سرعت ببخشد. نهایتاً؛ زیرساخت‌های فیزیکی و دیجیتالی نوسازی و گسترش یابند.

گزارش مک کینزی از اقتصاد ایران

موسسه جهانی مک کینزی که از برجسته‌ترین موسسات مشاوره‌ای و اندیشکده‌های خصوصی در سطح بین‌المللی محسوب می‌شود، در مطالعه‌ای تحلیلی با عنوان «ایران: فرصت رشد یک تریلیون دلاری» به ارزیابی وضعیت

که ایران با انجام اقدامات اصلاحی تا دو دهه آینده، به رشد یک تریلیون دلاری در تولید ناخالص داخلی خود و اشتغالزایی ۹ میلیون نفری دست پیدا کند. بر اساس تحلیل این موسسه، «تنوع اقتصادی»، «آموزش علمی»، «طبقه مصرف‌کننده در حال رشد»، «جمعیتی با نرخ شهرنشینی بالا» «فرهنگ کارآفرینی» و «موقعیت راهبردی برای جریان‌های بین‌مرزی» ۶ مزیت اقتصاد ایران هستند که دستیابی به یک جهش اقتصادی در عصر بازگشت به اقتصاد جهانی را برای کشور ممکن می‌کنند. بر اساس گزارش مطالعاتی منتشر شده، برای این منظور باید در کنار اصلاح اقتصاد کلان، چهار موتور محرکه نیز فعال شود. نخست؛ بازدهی منابع طبیعی بهینه شود. دوم؛ صنایع

یک گزارش تحلیلی، با بررسی ظرفیت‌های ایران پس از لغو تحریم‌ها و تأکید بر انجام سیاست‌های اصلاحی تا سال ۲۰۳۵، معتقد است ایران پتانسیل افزایش یک‌هزار میلیارد دلاری در تولید ناخالص داخلی و اشتغال‌زایی ۹ میلیون نفری را دارد. این گزارش که از سوی نویسندگان موسسه مطالعاتی معتبر «مک کینزی» تدوین شده، برای اقتصاد ایران ۶ نقطه قوت ذکر کرده است. «تنوع اقتصادی»، «آموزش علمی»، «طبقه مصرف‌کننده در حال رشد»، «جمعیتی با نرخ شهرنشینی بالا» «فرهنگ کارآفرینی» و «موقعیت راهبردی برای جریان‌های بین‌مرزی» این ۶ نقطه هستند. برای فعال شدن این ۶ مزیت، باید چهار موتور محرکه «بهینه شدن بازدهی منابع طبیعی»، «رقابتی شدن صنایع بزرگ»، «نوسازی و گسترش، زیرساخت‌های فیزیکی و دیجیتالی» در کنار «تقویت نقاط قوت برای رشد بخش‌هایی نظیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات مالی» به کار بیفتد. از نظر نویسندگان این گزارش، تحقق پتانسیل رشد اقتصادی یک هزار میلیارد دلاری و حصول ۹ میلیون فرصت شغلی برای ایران، مستلزم بسترسازی عوامل کلیدی رشد سریع، شامل اقداماتی برای «افزایش جذابیت برای سرمایه‌گذاران خارجی»، «تضمین ثبات اقتصاد کلان»، «تقویت و تعمیق نظام مالی و ارتباط بین‌المللی آن» و... است.

موسسه مطالعاتی معتبر مک کینزی در گزارشی مفصل، به بررسی ظرفیت‌های اقتصادی ایران در دوره پس‌اقدام پرداخته و با اشاره به ۶ نقطه قوت خاص اقتصاد ایران، پیش‌بینی کرده است



با اقتصاد جهانی، شتاب دادن به رشد تولید ناخالص داخلی و اشتغال، برآوردن خواسته‌های جمعیت جوان، شهری و روبه‌رشد خود می‌تواند از ۶ نقطه قوت اصلی کمک بگیرد که در ادامه معرفی می‌شوند:

۱- تنوع اقتصادی: «اقتصاد ایران، بسیار فراتر از نفت و گاز است». این گزارش پس از اشاره به ذخایر عظیم گازی و نفتی ایران و هزینه نسبی پایین استخراج سوخت‌های فسیلی، توضیح می‌دهد که اقتصاد ایران دارای تنوع بالایی است و وابستگی شدیدی به نفت و گاز ندارد و در ادامه، به بخش‌های تجارت خرده‌فروشی، املاک، مستغلات و خدمات حرفه‌ای اشاره کرده که سهم بیشتری نسبت به نفت و گاز دارند. این گزارش، یک ویژگی نامتعارف اقتصادی با حجم اقتصاد ایران را «اتکای شدید آن به تولیدکننده‌های داخلی کالاها و خدمات، از لوازم آرایشی گرفته تا محصولات دارویی و تجهیزات الکترونیک» خوانده است.

۲- آموزش علمی: «ایران به اندازه ایالات متحده، مهندس تربیت می‌کند». گزارش مک‌کینزی، نقطه قوت دوم ایران را سطح بالای مشارکت در آموزش عالی خوانده که بالاتر از انگلستان، فرانسه و آلمان است و بیش از یک سوم آنها هم، در رشته‌های مهندسی فارغ‌التحصیل شده‌اند که ایران را در بین پنج کشور اول دنیا و تقریباً هم‌تراز با ایالات متحده قرار می‌دهد. بر اساس این متن، دانش فنی یک عامل قدرتمند است که می‌تواند محرک بهره‌وری و اشتغال باشد.

۳- طبقه مصرف‌کننده در حال رشد: «بیش از نیمی از خانوارهای ایرانی درآمد سالانه‌ای بالاتر از ۲۰ هزار دلار دارند». این تحقیق با بیان اینکه اندازه و پویایی طبقه مصرف‌کننده، یک عامل پیش‌بینی‌کننده مهم در رشد اقتصادهای نوظهور است؛ توضیح می‌دهد



پتانسیل، «شرکت‌های داخلی بیشترین تاثیر را در رشد آتی دارند، اما شرکت‌های بین‌المللی هم نقش بسزایی ایفا خواهند کرد. آنها علاوه بر سرمایه‌گذاری، تکنولوژی و دانش مدیریت را نیز وارد می‌کنند که می‌تواند باعث بهبود چشمگیر در بهره‌وری شود». بر اساس این متن، تحقق پتانسیل رشد یک تریلیون دلاری اقتصاد ایران؛ مستلزم بسترسازی عوامل کلیدی رشد سریع، شامل اقداماتی برای افزایش جذابیت کشور برای سرمایه‌گذاران خارجی، تضمین ثبات اقتصاد کلان، تقویت و تعمیق نظام مالی و ارتباط بین‌المللی آن، افزایش بهره‌وری و ارتقای زیرساخت‌های صنعتی است. درخصوص این بحث، مطالعه انجام شده از سوی موسسه مشاوره‌ای مک‌کینزی اضافه می‌کند که «با وجود اهمیت و تاثیر شرایط سیاسی بر پیامدهای اقتصادی، ما در این گزارش از اظهارنظر در مورد مسائل سیاسی خودداری می‌کنیم».

۶ نقطه قوت اقتصاد ایران

بر اساس گزارش منتشر شده، ایران برای تحقق اهداف خود در زمینه ارتباط مجدد

اقتصاد ایران و ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی کشور پرداخته است. این گزارش در پیش‌گفتار خود به چشم‌انداز اقتصاد ایران بعد از اجرای توافق هسته‌ای اشاره کرد و با بیان اینکه «با لغو برخی از تحریم‌ها، ایران در حال حاضر فرصت ارتباط مجدد با جامعه جهانی را دارد»، پرسش‌هایی را درخصوص ابعاد فرصت اقتصادی ایران پس‌ابرجام و چگونگی استفاده از این فرصت، طرح کرده است. بر اساس این متن، انزوای اقتصادی در نتیجه تحریم‌ها باعث رشد نامتوازن ایران و عقب ماندن کشور از موج ارتقای بهره‌وری و جهانی شدن شد؛ به گونه‌ای تولید ناخالص داخلی ایران که در سال ۱۹۸۹ معادل ترکیه بود، در سال ۲۰۱۴ نصف ترکیه بوده است.

این مطالعه، اضافه می‌کند که بعد از چند ماه تحقیقات عمیق و بررسی مفصل ۱۸ بخش اقتصادی ایران، به این نتیجه رسیده است که ایران ظرفیت افزودن یک تریلیون دلار (یک هزار میلیارد دلار) به تولید ناخالص داخلی و ایجاد ۹ میلیون شغل جدید را دارد. طبق تحلیل موسسه سرشناس مک‌کینزی، برای تحقق این

عامل، ایران را ملزم می‌کند که گذر به سمت اقتصاد دانش‌بنیان، تقویت نقاط قوت برای رشد بخش‌هایی همچون فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات مالی را سرعت ببخشد. نهایتاً، برای پی‌ریزی رشد، زیرساخت‌های فیزیکی و دیجیتالی نیاز به نوسازی و گسترش دارند.

تحلیل موسسه مک کینزی می‌گوید با فعال کردن این چهار موتور محرک و اجرای اصلاحات اقتصاد کلان، ایران می‌تواند تا بیست سال آینده رشد اقتصادی متوسط سالانه ۶٫۳ درصدی را تجربه کند و این رشد، به شکل یکنواخت در بخش‌های مختلف اقتصادی خواهد بود و تاب‌آوری اقتصاد ایران در برابر شوک‌های خارجی را هم تقویت خواهد کرد. با این رشد، بهره‌وری نیروی کار نیز سالانه به‌طور متوسط به میزان ۳٫۴ درصد بالا خواهد رفت که مشابه تجربه ترکیه از ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۲ خواهد بود. این گزارش می‌گوید تحقق چنین رشدی، نیاز به حدود ۳٫۵ تریلیون دلار سرمایه‌گذاری دارد که احتمالاً یک تریلیون دلار آن، باید از خارج از کشور تامین شود.

بوده که باعث می‌شد کشور به‌صورت تاریخی، توقفگاهی مهم در مسیرهای تجاری شرق-غرب و شمال-جنوب تبدیل می‌کرد. بر اساس این متن، ایران با ۷ کشور با جمعیت ۴۳۰ میلیون نفر و تعداد خانوارهای ۴۰ میلیون نفری مرز مشترک دارد و خصوصیات ویژه جغرافیایی آن، می‌تواند به کشور فرصت تبدیل شدن به کانون منطقه‌ای مهمی برای تجارت را بدهد.

فرصت رشد یک تریلیون دلاری

این گزارش در توضیح چگونگی سازوکار ممکن برای افزایش یک تریلیون دلاری به تولید ناخالص داخلی و اشتغال‌زایی ۹ میلیون نفری بر چهار عامل محرک رشد و همچنین اصلاحات اقتصاد کلان برای بهبود محیط کسب‌وکار تاکید کرده است. بر اساس این متن، بهینه کردن بازده منابع طبیعی ایران به خصوص نفت و گاز، اولین موتور محرک است. دومین عامل، تبدیل صنایع بزرگ تولیدی داخلی همچون خودرو، مصالح اصلی و کالاهای مصرفی روزانه، به بخش‌های قابل رقابت در سطح بین‌المللی است. سومین

که حدود ۵۶ درصد از خانوارهای ایرانی دارای درآمد سالانه ۲۰ هزار دلار در سال (بر اساس برابری قدرت خرید) هستند و بنابراین می‌توان آنها را «خانوارهای مصرف‌کننده» تعریف کرد. این نسبت، بیش از دو برابر نسبت‌های مربوط به چین و هند است و در کشورهای BRIC، تنها روسیه در این سطح قرار دارد.

۴- جمعیتی با نرخ شهرنشینی بالا:

«تولید ناخالص داخلی تهران بیشتر از ریودوژانیرو است». این گزارش، نقش شهرهای پویا برای رشد اقتصادی را مهم شمرده و می‌گوید در ۲۵ سال آینده، حداقل نیمی از رشد جهانی مربوط به شهرهای درون اقتصادهای نوظهور است. با توجه به اینکه با داشتن ۸ شهر دارای جمعیت میلیونی مانند تهران که جمعیت و تولید بیشتری در مقایسه با ریودوژانیرو دارد، این گزارش توضیح می‌دهد که درجه شهرنشینی ایران از رتبه این کشور در تولید ناخالص داخلی بالاتر است و پتانسیل رشد بالایی هم از این ناحیه وجود دارد.

۵- فرهنگ کارآفرینی: «یک فرهنگ

کسب‌وکار با قدمت چند قرن که هنوز زنده است». این گزارش، در این بخش با رویکردی مثبت به مقوله کارآفرینی در ایران پرداخته و نوآوری در کارآفرینان ایرانی را «در ابعاد متنوعی نمایان» خوانده است. بر اساس این گزارش، محدودیت شرکت‌های بین‌المللی برای کار در ایران نیز به کارآفرینان ایرانی کمک کرده که به منظور پر کردن خلأ کسب‌وکارهای خود را راه بیندازند.

۶- موقعیت راهبردی برای جریان‌های

بین‌مرزی: «ایران می‌تواند مجدداً به کانون تجارت منطقه‌ای تبدیل شود». ششمین نکته مثبت ایران که در گزارش مک کینزی به آن پرداخته شده، جغرافیای ایران (اندازه و موقعیت)



چرا رشد اقتصادی در ایران با نوسان روبه‌روست؟

یاسر ملایی تحلیلگر اقتصادی

آمار رشد اقتصادی ایران در دوره فعالیت دولت یازدهم به شدت سیاسی شده است. در ماه‌های آغازین دولت، آمار رشد اقتصادی سال ۱۳۹۱ پس از ماه‌ها تاخیر از سوی بانک مرکزی منتشر شد. براساس این گزارش، تولید ناخالص داخلی به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، نسبت به سال پیش از آن ۶٫۸ درصد کاهش یافته بود. رشد اقتصادی سال ۱۳۹۲ نیز منفی ۱٫۹ درصد اعلام شد تا اقتصاد ایران با پشت سر گذاشتن رشد منفی در هشت فصل پیاپی، یکی از عمیق‌ترین رکودهای اقتصادی تاریخ معاصر خود را تجربه کرده باشد. اعلام مکرر این آمار از سوی دولت‌مردان و استفاده از آن برای انتقال پیام‌های سیاسی سبب شد آمار اقتصادی وارد جعبه ابزار، یا بهتر بگوییم، تیردان سیاستمداران شود. فی‌الواقع، این رفتار مدیرانه و دوراندیشانه نبود. از یک جهت، شاخص‌های اقتصادی اصولاً به کار سیاستگذاران و کارشناسان و بنگاه‌های اقتصادی می‌آید و برای آنها معنا و مفهوم دارد، حال آنکه مخاطب سیاستمداران عامه مردم هستند. لذا، بی‌جهت نیست که وقتی رئیس‌جمهور در جمع انبوه مردم خبر خوش رشد اقتصادی مثبت ۴٫۴ درصد در فصل اول ۱۳۹۵ را اعلام می‌کند، فردای آن روز روزنامه جناح رقیب تیتربزند که «جیب مردم آمارها را تایید می‌کند؟» به بیان دیگر، احساس رضایت عامه مردم از شرایط اقتصادی، آن‌طور که به کار سیاستمداران بیاید، از دل آمار و ارقام اقتصادی بیرون نمی‌آید، بلکه تابع علل و عوامل مختلفی است که در

تخصص نگارنده نیست.

از جهت دیگر، استفاده سیاسی از شاخصی مثل رشد اقتصادی، که نوسان و فراز و فرود جزو ذات آن است، نمی‌تواند رفتاری دوراندیشانه باشد؛ زیرا دور نیست که جهت حرکت آمار و ارقام باب میل دولت‌مردان نباشد و به مستمسکی برای مخالفان سیاسی بدل شود. در سال ۱۳۹۴، به دلایلی که عمدتاً خارج از اختیار دولت بود، آمارها باب میل دولت‌مردان رفتار نکردند و خیلی زود روی دیگر خود را به آنان نشان دادند. در آن شرایط، دولت شرط تدبیر سیاسی را در تعویق انتشار آمار رشد اقتصادی توسط بانک مرکزی دید. اینجا بود که سومین اشکال سیاسی شدن آمارهای اقتصادی نمایان شد. همان‌طور که اشاره شد، آمار اقتصادی کشورها که توسط نهادهای تخصصی و غیرسیاسی تولید می‌شود، یکی از زیربناهای رشد و توسعه اقتصادی است. زیرا سیاستگذاران اقتصادی از یک‌سو، و سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی از سوی دیگر، تصمیمات خود را بر اساس اطلاعاتی که از آمارهای رسمی دریافت می‌کنند تنظیم می‌کنند.

وقتی یک اقتصاد از آمار رسمی باکیفیت و معتبر و منظم محروم باشد، از یک طرف از سیاستگذاری باکیفیت محروم خواهد بود و از طرف دیگر، اعتماد سرمایه‌گذاران را از دست خواهد داد. به همین جهت، فرآیند تولید و انتشار آمارهای رسمی در دنیا بسیار شفاف و

دقیق است؛ به گونه‌ای که ساعت دقیق انتشار آمارهای رسمی کاملاً مشخص و از پیش تعیین شده است. به علاوه، دقیقاً مشخص است که دپارتمان جمع‌آوری و تولید آمار، چند روز قبل از زمان انتشار رسمی، باید گزارش خود را در اختیار مقامات ارشد سازمان ذی‌ربط قرار دهد. همچنین، حتی رییس سازمان نیز قادر نیست از انتشار آمار در تاریخ و ساعت از پیش تعیین شده جلوگیری کند. این‌گونه، اعتماد سرمایه‌گذاران و فعالان بازار به نهادهای تخصصی اداره کشور که سرمایه اصلی یک اقتصاد است، حفظ خواهد شد.

در جمع‌بندی مطالب این بخش می‌توان گفت سیاسی شدن آمارهای رسمی سه آسیب در پی دارد: اولاً، سیاستمداران را به مقصود خود نمی‌رساند. ثانیاً، به دلیل ذات پرنوسان آمار، استفاده از آن از سوی سیاستمداران عاقلانه نیست؛ و ثالثاً، مجادلات سیاسی بر سر آمارهای اقتصادی باعث تخریب فرآیند تولید و انتشار آمارهای باکیفیت، و لطمه به اعتبار نهادهای تخصصی می‌شود. ضرر و زیان موارد اول و دوم تنها به سیاستمداران می‌رسد، اما مورد سوم به کل اقتصاد و نهادهای موثر آن آسیب وارد می‌کند. با این توضیحات، امیدواریم که سیاستمداران با عبرت گرفتن از تجربه سه سال اخیر، دست از سر آمارهای اقتصادی و نهادهای تخصصی تولیدکننده آنها بردارند! پس از این مقدمه نسبتاً طولانی، به پرسش

سال	نرخ رشد GDP با نفت	نرخ رشد GDP بدون نفت
۱۳۹۱	-۶/۸	-۵/۹
۱۳۹۲	-۱/۹	-۱/۱
۱۳۹۳	۳/۵	۲/۸
۱۳۹۴	۱/۳	۱/۳
۱۳۹۵-۱	۴/۴	۲/۹

اصلی این یادداشت، یعنی علت نوسانات شدید رشد اقتصادی در ایران برمی‌گردیم. برای درک بهتر این نوسانات، بهتر است تحولات چند سال گذشته، یعنی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ را از نوسانات بلندمدت رشد اقتصادی کشور در نیم قرن اخیر جدا کنیم. از سال ۱۳۹۱، کشور با پدیده تحریم صادرات نفت مواجه شد و نزدیک به یک میلیون بشکه از تولید نفت ایران کاهش یافت. با توجه به سهم بالای نفت خام در تولید ناخالص داخلی، اثر افت تولید نفت در کاهش تولید ناخالص داخلی بسیار شدید بود. از گذشته مرسوم است که بانک مرکزی رشد اقتصاد کشور را هم با نفت و هم بدون نفت گزارش می‌کند. جدول زیر، نرخ رشد اقتصادی سال‌های اخیر را نشان می‌دهد.

آمار جدول تا سال ۱۳۹۳ به گزارش بانک مرکزی، به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳ است و اطلاعات سال ۱۳۹۴ به بعد، به گزارش مرکز آمار ایران و به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۷۶ است. در این جدول پیداست که دامنه نوسانات تولید بدون نفت در پنج سال گذشته بسیار کمتر از تولید کل بوده است. این امر، ناشی از نوسانات شدید تولید نفت کشور به دلیل تحریم نفتی در سال ۱۳۹۱، و رفع تحریم در سال ۱۳۹۴ است.

از این مسئله کوتاه‌مدت که بگذریم، در افق بلندمدت نیز رشد تولید ناخالص داخلی کشور در مقیاس بین‌المللی بسیار پرنوسان است. بررسی شرایط اقتصادی کشور در دوران فراز و فرود رشد اقتصادی نشان می‌دهد نوسانات اقتصادی عمدتاً ریشه در نوسانات قیمت نفت و درآمد نفتی دارد. با توجه به سهم قابل توجه نفت در تامین منابع مالی بودجه دولت و تامین منابع ارزی کشور، نوسانات قیمت نفت به صورت یک شوک به کل اقتصاد وارد می‌شود. وقتی درآمدهای نفتی افزایش پیدا می‌کند، دولت‌ها با افزایش مخارج خود، تقاضا را در اقتصاد افزایش می‌دهند و همین مسئله

سبب جهش رشد اقتصادی می‌شود. اما از آنجا که تامین منابع ریالی بودجه، مستلزم فروش درآمدهای ارزی نفتی به بانک مرکزی است، تامین مالی بودجه به قیمت افزایش پایه پولی و تورم آینده، یا عرضه ارز به بازار و کاهش نرخ ارز حقیقی منجر می‌شود که نتیجه‌ای جز افزایش بی‌رویه واردات و تضعیف رقابت‌پذیری تولیدات داخلی نخواهد داشت. در نتیجه، بعد از یک دوره کوتاه رونق نفتی که عمدتاً با توسعه بخش‌های غیرقابل تجارت اقتصاد همراه است، اقتصاد با افزایش نرخ تورم همزمان با رکود بخش‌های قابل تجارت، روبه‌رو می‌شود. این پدیده که در ادبیات اقتصادی به بیماری هلندی شهرت دارد، توضیح‌دهنده چگونگی انتقال نوسانات درآمدهای نفتی به اقتصاد کشورهای تولیدکننده نفت و ایجاد بی‌ثباتی اقتصادی در این کشورهاست.

البته، توضیحات فوق به این معنا نیست که کشورهای نفتی چاره‌ای به جز تحمل تبعات منفی نوسانات درآمد نفتی ندارند. با درس‌آموزی از تجربه شوک اول نفتی در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی، کشورهای نفتی به این نتیجه رسیدند که با ایجاد صندوق‌های ثروت ملی و ذخیره کردن درآمدهای ارزی در دوران افزایش قیمت نفت، از این منابع در زمان‌های

کاهش قیمت نفت بهره‌برداری کنند. به این ترتیب، این کشورها می‌توانستند از وارد شدن شوک قیمت نفت به اقتصاد داخلی جلوگیری و ثبات اقتصادی خود را حفظ کنند. به بیان دیگر، صندوق‌های ثروت ملی مانند یک ضربه‌گیر، مانع از ورود شوک‌های ناشی از نوسان قیمت نفت به کل اقتصاد می‌شوند. چند سالی است که موضوع اقتصاد مقاومتی در کشور مطرح شده است. یکی از اهداف صریح اقتصاد مقاومتی، کاهش آسیب‌پذیری کشور از شوک‌های بیرونی است. مختصراً توضیح دادیم که مهم‌ترین شوکی که همواره به اقتصاد ایران آسیب زده و در آینده نیز ثبات آن را تهدید می‌کند، نوسان درآمدهای نفتی است. راه مقابله با این شوک نیز در دنیا شناخته شده است. ایجاد صندوق ثروت ملی با کارکرد ثبات‌ساز (که البته، با صندوق توسعه ملی ما متفاوت است و نهادی شبیه به حساب ذخیره ارزی است) راهکار مقام‌سازی اقتصاد ملی در برابر این شوک مهم خارجی است. بنابراین، به نظر می‌رسد فارغ از مجادلات سیاسی، اگر واقعا به دنبال مقاوم‌سازی اقتصاد کشور هستیم، بازسازی ساختار صندوق توسعه ملی با هدف پوشش کارکرد ثبات‌سازی، مهم‌ترین اقدام است.

چادر ایرانی چگونه ژاپنی شد؟

مجید جانقربان

موفق به بافت پارچه چادر مشکی و دسترسی به تکنولوژی رنگ این نوع پارچه شده است. در حال حاضر چند سال است تولید پارچه چادر مشکی در این کارخانه کاملاً متوقف است و در این واحد فقط پارچه فاستونی تولید می‌شود.

بر اساس آمارهای موجود، در کشور فقط چهار کارخانه تولید چادر مشکی حجاب شهرکرد، کرپ ناز کرمانشاه، نای زرین اصفهان و نساجی یزدباف وجود دارد که متأسفانه خط تولید پارچه چادر مشکی فقط در کارخانه نساجی یزدباف فعال است (که فقط ۵ درصد از نیاز بازار را تأمین می‌کند) و سه کارخانه دیگر تعطیل هستند. حتی با فرض فعالیت هر چهار واحد تولیدی کشور و در خوشبینانه‌ترین حالت حدود ۳۰ میلیون مترمربع تولید خواهیم داشت و باز هم نیاز به ۴۰ میلیون مترمربع دیگر پارچه چادر مشکی داریم که آسان‌ترین روش توسعه یا نوسازی و به‌سازی ماشین‌آلات این واحدها است.

بازار به کام دلان

جمشید بصیری دبیر سابق و عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در این باره می‌گوید: اصل قضیه این است که تجارت چادر مشکی ارزان‌تر، پرسودتر و راحت‌تر از تولید آن است. وقتی دلال‌ها به این راحتی به سود می‌رسند دیگر چرا بروند زمین بخرند، ساختمان بسازند، ماشین‌آلات بخرند و کارشناس استخدام کنند تا پارچه تولید کنند.

در واقع تولید آن چیز خاصی نیست. مسئله این است که عده‌ای خاص، سود کلانی از این شرایط می‌برند، واردکنندگان در برابر تولید خوب، مقاومت می‌کنند. باند واردکنندگان نمی‌گذارند پارچه تولید شود. مشکل ما تحریم‌ها نیست. مشکل ما از درون است. مشکل ما عده‌ای از واردکنندگان است که از این شرایط سود می‌برند.

در شرایط کنونی که به اذعان فعالان عرصه نساجی کشور سالانه ۷۰ میلیون متر پارچه چادر مشکی در کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد، آیا این رواست که ۹۵ درصد آن وارداتی باشد و ما به عنوان کشوری اسلامی

غلامعلی حداد عادل در کتاب «فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی» که سال ۱۳۵۹ برای اولین بار چاپ شده است به این سؤال می‌پردازد که لباس ژاپنی‌ها چگونه غربی شد؟ کسی چه می‌داند شاید سال‌ها بعد از این از ما بپرسند چادر ایرانی چگونه ژاپنی شد؟

با نگاهی اجمالی به وضعیت تولید پارچه چادر مشکی در کشور در می‌یابیم مصرف فعلی کشور حدود ۷۰ میلیون متر در سال است و سالانه حدود ۱۵۰ میلیون دلار بابت واردات چادر مشکی ارز از کشور خارج می‌شود. اما در پاسخ به این پرسش که چرا تا امروز روند استقبال فعالان اقتصادی از تولید این محصول کم بوده باید به این نکته اشاره کرد که سود بالای واردات پارچه چادر مشکی برای کارتل‌هایی که در زمینه واردات این محصول سرمایه‌گذاری می‌کنند، مانع از تولید آن در کشور شده و در حال حاضر ۹۵ درصد نیاز بازار از طریق واردات تأمین می‌شود. کسانی که از واردات و قاچاق کالا در کشور نفع می‌برند، نه تنها از تولید داخلی حمایت نمی‌کنند، بلکه جلوی پای کارخانجات داخلی سنگ می‌اندازند و خطوط تولید را به ورطه تعطیلی می‌کشاند و کارگران آنها را بیکار می‌کنند. ۵۰ سال است ایران رتبه نخست مصرف چادر مشکی را در دنیا دارد و با وجود ارزبری بالا، متأسفانه هیچ‌گاه این عزم و اراده را نداشته‌ایم که تقاضای بازار را از طریق کارخانجات داخلی تأمین کنیم و به همین دلیل، ایران همواره واردکننده پارچه چادر مشکی بوده است. هم‌اکنون واردات ایران از سوئیس، کره، ژاپن، اندونزی، ویتنام و تایلند صورت می‌گیرد و این کشورها با این که مصرف‌کننده چادر مشکی نیستند، اما بازار را تشخیص می‌دهند و برای ایران و کشورهای عربی، پارچه چادری تولید می‌کنند؛ در حالی که در کشور با گذشت نیم‌قرن هنوز این بازار تشخیص داده نشده است.

سود واردات پارچه چادر مشکی، مانع تولید آن در کشور شده و در حال حاضر ۹۵ درصد نیاز بازار از طریق واردات تأمین می‌شود. چند سال پیش کارخانه ایران مریوس در قم با سابقه ۳۰ ساله و تخصص در تولید پارچه‌های فاستونی، یک کار تحقیقاتی انجام داد و اعلام کرد



حجاب شهر کرد آغاز شده و این شرکت خط تولید چادر مشکی با ظرفیت اسمی ۱۰ میلیون مترمربع در سال را از یک شرکت کره‌ای خریداری کرده و قصد راه‌اندازی آن را دارد. در حال حاضر این شرکت مراحل نهایی نصب ماشین‌آلات و تست اولیه تولید را طی می‌کند و طی شش ماه آینده تولید انبوه این شرکت راهی بازار خواهد شد.

با پیشینه تاریخی غنی، چشم به دست‌های چشم‌بادامی‌ها بدوزیم تا پارچه حجاب ما را تأمین کنند؟ آیا هنوز وقت آن نرسیده است که دستگاه‌های نظارت‌کننده به سراغ مافیای واردات چادر مشکی و سودهای کلان آن هم بروند؟ خوشبختانه در سال‌های اخیر تحرکی در این خصوص از سوی شرکت

تاناکوراها لاکچری

درد صاحبش نمی‌خورد، فرهنگ خوبی برای صرفه‌جویی و حتی کارآفرینی خواهد بود.

پدیده حراج و فروش لباس ستاره‌های جهان مثل مسی، رونالدو، مایکل جکسون و خیلی‌های دیگر سال‌هاست که در کشورهای مختلف رواج دارد. لباس‌هایی که معمولاً پولش صرف امور خیریه می‌شود اما در ایران به جز فروش لباس چند ستاره فوتیال هرگز نمود نداشته است. حالا که حرف از ستاره‌های سینما و طرفداران‌شان که بی‌چون و چرا سلیقه و مدل لباس‌هایشان را الگو می‌کنند به میان آمد بیایید عکس‌هایی را که هر چند روز یک بار از مراسم مختلف سینمایی در اینترنت تبادل می‌شوند، مرور کنیم. لباس‌هایی که به اقتضای حرفه پوشانندگان‌شان بعد از مدتی بی‌استفاده می‌مانند و مثل لباس‌های خودمان چپانده می‌شوند در کمد.

فکر بدی نیست که کمپین فروش لباس‌های دست دوم هنرپیشه‌ها راه بیفتد. دست دوم‌های گرانبه‌تر با دیزاین‌های هنری. لباس‌هایی که در عکس هم زیبایی و زرق‌وبرق‌شان خیره‌کننده است. لباسی که یک شخص با پول و سلیقه خودش خریداری می‌کند اگرچه جزو وسایل شخصی او محسوب می‌شود و ما حق نداریم برای آن نقشه بکشیم اما ترویج فرهنگ فروش لباس‌های دست دوم و بدون استفاده برای صرف امور خیریه، قطعاً بی‌استقبال نخواهد ماند.

منبع: شهروند

به قول خودش مهم این است که آدم خوش تیپ و خوش لباس باشد، حالا چه فرقی می‌کند لباس دست اول بخری یا سوم: «آخه مگه آدم یک لباس رو چند بار می‌خواد بپوشه؟ اونایی که میرن کلی برای لباس شون پول میدن خوبه که بدونن بعدش بی‌استفاده نمی‌مونه و می‌تونن یک جایی بذارن تا واسشون بفروشه. لباس‌هایی که به‌عنوان دست دوم میان تو این مزون‌ها هم معمولاً خیلی خاص هستند و برای بار اول پول زیادی واسشون پرداخت شده ولی وقتی برچسب دست دوم می‌خورن یهو میشن نصف قیمت. اینجوری هم فروشنده سود می‌کنه، هم خریدار.»

تصویر مزون‌های لاکچری که مشتریانش برای لباس‌های دست‌دوم گران‌قیمت یا لباس هنرپیشه‌ها سر و دست می‌شکنند در کنار مشتریان انتهای بازار حضرتی خیابان مولوی تصویر عجیبی است. تاناکورافروشی‌های اصیل پایتخت که هر روز پر و خالی می‌شوند از مشتری، با همان بوی خاص ضدعفونی. مشتری‌های لباس‌های دست‌دوم این‌جا به همان لباس‌های هندی و پاکستانی که از مرز گذشته قانع هستند. لباس‌هایی بین ۱۰ تا ۵۰ هزار تومان. مشتری‌های این‌جا فکرش را هم نمی‌کنند که آن بالاترهای شهر هم لباس‌های دست‌دوم خریدار دارند، چراکه واژه «تاناکورا» به طرز غریبی فقر را در ذهن مردم تداعی می‌کند، ولی واقعیت این نیست چراکه چرخه خرید و فروش لباسی که دیگر به

آدرس‌شان سراسر نیست اما اگر مشتری‌شان باشی لباس فلان هنرپیشه زن را برایت کنار می‌گذارند. مزون‌های لباس چند وقتی است که فقط لباس نو نمی‌فروشند و افتاده‌اند در کار فروش لباس‌های دست‌دوم. تاناکورافروشی‌های لاکچری که البته هنوز تعدادشان کم است و فقط به مشتری‌های خاص، لباس ویژه می‌فروشند، فاز جدیدی از خلاقیت در تجارت را وارد دنیای خرید و فروش کرده‌اند. «لباس دست‌دوم اصلاً مهم نیست، چون اصلاً اینها دست‌دوم نیستند؛ لباسی که ۴ ساعت توی یک مراسم پوشیده بشه لباس دست دوم به حساب نمیاد که، اینها را نگار مشتری یکی از تاناکورافروشی‌های لاکچری می‌گوید.

محلله‌های نیاوران، پاسداران، زعفرانیه، ولنجک و آن بالاترها که مرز برج‌ها و خانه‌های مدرن از پایین جدا می‌شود به دو دلیل جای خوب و مناسبی است؛ نخست این که بالای شهر هستند و به قولی کلاس‌شان بالاست، بعد هم این که برای راه انداختن یک مزون لاکچری که جنس‌های گران‌قیمت می‌فروشد، مشتری خودشان را از همان محله‌ها پیدا می‌کنند. مشتری‌ها هم وقتی از جریان این مدل مزون‌ها خبردار می‌شوند لباس‌هایشان را می‌آورند و می‌گذارند برای فروش.

پریسا یکی از مشتریان پروپا قرص مزون‌های تهران است که گاهی در مزون‌های مختلف، فروش لباس‌های دست‌دوم هنرپیشه‌ها به گوشش خورده که از این اتفاق استقبال می‌کند.

نگاهی به مشکلات صنعت حوله بافی

امیر مهرزاد

آب بیشتری دارد. در استانداردهای جهانی درباره جذب آب حوله‌های باکیفیت اعلام شده حداکثر زمانی که یک حوله استاندارد باید به جذب آب نیاز داشته باشد، ۴ ثانیه است. اکنون برخی از حوله‌های تولیدشده در ایران به ۳ ثانیه برای جذب آب نیاز دارد. به عبارتی، حوله‌های باکیفیت داخلی توانسته از استاندارد جهانی بهترین حوله‌های یک ثانیه جلو بزنند. این در حالی است که امروزه حوله‌ها نازک‌تر شده اما توان جذب بیشتری دارد. بر این اساس، می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که حوله‌های تولیدشده در داخل کشور در زمینه کیفیت به‌طور کامل رقابت‌پذیر است. تولیدکنندگان ایرانی با اینکه سال‌ها تحریم را پشت‌سر گذاشته‌اند اکنون می‌توانند با توسعه‌پذیرترین کشورها رقابت کنند و در زمینه تولید حوله نیز به دستاوردهای مناسبی رسیده‌اند.

مواد اولیه

نخ حوله یکی از موادی است که باید از پنبه مرغوب با تاب مطلوب تولید شده باشد. یکی از دلایلی که حوله‌های تولیدشده در مصر از شهرت جهانی برخوردار است این موضوع است. یکی از مشکلات موجود در این بخش از تولید حوله، مراحل کاشت، داشت و برداشت پنبه است. به گفته کارشناسان، در این ۳ مرحله از ماشین‌آلات مرغوب استفاده نمی‌شود و آبیاری پنبه‌های ایران هم بیشتر به‌طور دیم است. این روند باعث می‌شود پنبه‌های تولید شده در کشور از کیفیت‌های متفاوتی برخوردار باشند. بر این اساس، اگر تولیدکننده قصد داشته باشد حوله‌های با کیفیت بسیار تولید کند باید از بهترین پنبه استفاده کند این در حالی است که به دلیل محدودیت در تولید، دسترسی آسان به این پنبه‌ها ممکن نبوده و در برخی از فصل‌ها تامین آن برای تولیدکنندگان دشواری‌هایی دارد. نکته دیگر که

نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی (ایران تکس) از ۱۳ تا ۱۶ شهریور برگزار شد. در این نمایشگاه که بیست و دومین دوره برگزاری آن در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران بود یکی از گروه کالاهای موجود، حوله بود. حوله یکی از محصولات است که زنجیره تولید آن در کشور کامل شده و از تولید مواد اولیه در واحدهای پتروشیمی و تولید پنبه در زمین‌های کشاورزی تا چرخ‌کاری‌های تزئینی و دوزندگی در کشور کامل شده است. تکمیل زنجیره تولید یکی از شاخص‌هایی است که علاوه بر اشتغالزایی بالا، به افزایش ارزش افزوده و تولید صادرات محور کمک بسیاری می‌کند. در صنعت تولید حوله اکنون ظرفیت‌های بسیاری وجود دارد اما به دلیل وجود برخی مشکلات، هنوز به ظرفیت‌هایی که برای آن پیش‌بینی می‌شود، دست نیافته است. برخی از تولیدکنندگان در حاشیه نمایشگاه، مصرف نکردن کالای داخلی و بی‌اعتمادی به این دسته از کالاها را اصلی‌ترین دلیل آزاد نشدن ظرفیت‌های فراوان این صنعت در کشور دانستند.

کیفیت تولیدات داخل

براساس آمار، سرانه مصرف حوله در ایران یک کیلوگرم است که در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته، در ایران حدود ۴ کیلوگرم کمتر است. این در حالی است که مصرف‌کنندگان ایرانی ترجیح می‌دهند از حوله‌های گوستی استفاده کنند و از حوله‌های نازک در بازار ایران استقبال چندانی نمی‌شود. تصور همگان بر این است که حوله‌های نازک آب را کمتر جذب می‌کند اما اگر حوله‌ها با فناوری روز دنیا تولید شده باشد آب بیشتری جذب می‌کند، در حالی که این‌طور نیست و حوله‌های نازک‌تر توان جذب

نمی‌شود و بیش از اشتغال مستقیمی که از بین رفته در صورت رونق اقتصادی، اشتغال غیرمستقیم به وجود می‌آید. همتی با اشاره به اینکه چرخ‌کاری و دوزندگی یکی از مهم‌ترین مراحل تولید این محصول است، گفت: «با اینکه در ایران دوزندگان ماهری وجود داشت اما امروزه ماشین‌آلات مدرن جای آنها را گرفته و دوزندگی بیشتر با ماشین‌آلات تمام‌اتوماتیک است.» این کارشناس نساجی و تولید حوله با بیان اینکه ظرفیت اشتغال‌زایی شاید به دلیل استفاده از ماشین‌آلات کاهش یافته باشد اما به طور کل این‌طور نیست، گفت: «در صورتی که این صنعت در کشور رشد مناسبی داشته باشد، ظرفیت‌های اشتغال‌زایی بسیاری ایجاد خواهد شد. استفاده از ماشین‌آلات به معنی کاهش اشتغال‌زایی نیست. شاید به ظاهر در داخل کارخانه‌ها اشتغال‌زایی کاهش یابد اما این موضوع باعث می‌شود رونق اقتصادی ایجاد شده و به دنبال آن، اشتغال‌زایی غیرمستقیم افزایش یابد.»

نیازمند حمایت

حمایت و مصرف کالای باکیفیت داخلی از موضوعاتی است که هم در اقتصاد مقاومتی بر آن تاکید شده و هم مسئولان اقتصادی پیوسته بر آن اصرار دارند. مصرف این کالاها علاوه بر اینکه سبب افزایش اشتغال‌زایی و ارزش‌افزوده در کشور می‌شود، از خروج ارز و واردات جلوگیری می‌کند. به عبارتی، مصرف کالای داخلی راهی برای جلوگیری از خروج سرمایه و رونق صنعتی در داخل کشور است. با وجود این، هنوز هم در برخی از موارد متقاضیان داخلی ترجیح می‌دهند از محصولات بی‌کیفیت خارجی استفاده و به محصولات داخلی پشت کنند.

مژگان سرشار، کارشناس تولید حوله در کشور با اشاره به اینکه بزرگترین مشکل تولید حوله در ایران نبود متقاضی محصول داخلی است گفت: «با اینکه برخی از واحدهای تولیدی در داخل کشور توانسته‌اند به دانش فنی در تولید این محصول دست یابند، هنوز از کالاهای تولید داخل استقبال چندانی نمی‌شود.» وی با اشاره به اینکه در برخی از موارد محصولات خارجی گران‌تر و بی‌کیفیت‌تر از محصولات داخلی هستند، گفت: «تولیدات داخل در بسیاری از موارد می‌تواند با محصولات خارجی رقابت کند اما برخی از مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند حتی پول بیشتری هم بپردازند و از محصولات بی‌کیفیت و گران خارجی استفاده کنند. این در حالی است که تولیدکننده داخلی پشتوانه اقتصاد و اشتغال کشور است.» سرشار با اذعان به اینکه این موضوع در سال‌های گذشته روند بهتری را در پیش گرفته است، گفت: «در سال‌های گذشته مصرف‌کنندگان ایرانی بسیار سخت‌تر از اکنون اقدام به خرید محصولات داخلی می‌کردند درحالی که در سال‌های گذشته این روند رو به رشد بوده اما هنوز هم نیاز به حمایت‌های بسیاری در این زمینه وجود دارد.»

در موقع بافت و تولید اهمیت زیادی دارد تراکم تار و پود در بافت است، زیرا تراکم غیرمطلوب در تار و پود حوله (تراکم زیاد یا کم) باعث می‌شود بعد از شستشو از کیفیت آب‌گیری و ظرافت حوله کاسته شود. مرغوب‌ترین رنگ‌ها برای تولید حوله «بندانتین» است که بسیار گران بوده و چنانچه از این رنگ در نخ حوله استفاده شود، پس از چندین سال شستشو با مواد شیمیایی هیچ تغییری نمی‌کند. عمده کارخانه‌های حوله‌بافی ایران به دلیل گران بودن رنگ و رنگ‌رزی مشکل آن، از این رنگ استفاده نمی‌کنند، البته چند واحد تولیدی که قصد دارند در بازارهای جهانی حضور پررنگی داشته باشند اکنون توانسته‌اند از این محصولات در تولید حوله استفاده کنند.

بی‌رقیب در کیفیت

ایران در تولید حوله بیش از ۵ دهه پیشینه دارد و اکنون برخی از تولیدکنندگان به دستاوردهای مناسبی رسیده‌اند که سبب شده در برخی از شاخص‌ها تولیدکنندگان از استانداردهای جهانی نیز جلو بزنند. با وجود این، به دلیل بالا بودن هزینه تولید در ایران برخی از این ظرفیت‌ها آزاد نمی‌شود و تولیدکنندگان مجبورند به شیوه‌های گذشته تولید را ادامه دهند. علیرضا همتی، کارشناس نساجی و تولید حوله درباره این صنعت در کشور به صمت گفت: «تولیدکنندگان ایرانی ظرفیت‌های بسیاری در تولید این محصول دارند اما متأسفانه برخی از موانع باعث شده تمام این ظرفیت‌ها آزاد نشود.» وی با اشاره به اینکه هزینه‌های تولید اکنون بزرگترین مانع تولیدکنندگان ایرانی برای حضور در بازارهای جهانی است، گفت: «هزینه‌های تولید در ایران از بسیاری کشورها بالاتر است و متأسفانه این موضوع باعث شده تولیدات ایران به لحاظ قیمت رقابت‌پذیری کمتری داشته باشد. البته این در حالی است که تولیدات ایران به لحاظ کیفیت در برخی از واحدهای تولیدی در دنیا رقیب نداشته و اکنون هم صادرات مناسبی وجود دارد. با وجود این، این موضوع برای یک یا دو واحد تولیدی است و عمده واحدها با مشکل بالا بودن هزینه تولید درگیر هستند.» این کارشناس نساجی و تولید حوله با اشاره به اینکه جذب آب یکی از مهم‌ترین شاخص‌های کیفیت تولید حوله است، گفت: «براساس استانداردهای جهانی حوله‌های مرغوب باید حداکثر در ۴ ثانیه آب را جذب کند. این در حالی است که برخی از واحدهای تولیدی در داخل کشور توانسته‌اند این زمان را یک ثانیه کاهش داده و به ۳ ثانیه برسانند.»

ماشینیسیم و رونق اشتغال غیرمستقیم

در سال‌های گذشته بسیاری از کارخانه‌های حوله‌بافی و خیاطی صنعتی وجود داشت که برای دوزندگان اشتغال‌زایی می‌کرد. این در حالی است که اکنون ماشین‌جای انسان را گرفته و اشتغال‌زایی مستقیم واحدهای تولیدی کاهش یافته است. با وجود این، آسیبی به اشتغال‌زایی وارد

هر روز ۱۰ کانتینر

واردات غیر قانونی پارچه رومبلی چینی به ایران

مسعود خازنی مدیر فروش شرکت نساجی الماس تکس در این شهر با اشاره به اهمیت توجه به تولیدکنندگان یزدی به «فرصت امروز» می‌گوید: از گذشته‌های دور شهرستان یزد به عنوان شهر «تار و پود» معرفی شده بود و همین زمینه باعث شد تا تولیدکنندگان بسیاری در بخش‌های مختلف نساجی به منطقه جذب شده و مشغول فعالیت شوند به همین دلیل اکنون توانمندی و امکانات قابل توجهی در استان برای تولید انواع پارچه و منسوجات مختلف شکل گرفته است.

خازنی در ادامه می‌افزاید: تخصص و نصب ماشین‌آلات به‌روز در یزد توانسته سطح تولید داخلی کشورمان به ویژه در بخش پارچه‌های رومبلی را تا جایی بالا ببرد که اکنون بسیاری از محصولات تولیدشده در این استان با برندهای خارجی حتی در بازارهای داخلی ایران به فروش می‌روند. به عنوان مثال اکنون تقریباً بیش از ۶۰ درصد از پارچه‌های رومبلی که در بازارهای بزرگ تهران و دیگر شهرستان‌های کشورمان به نام کشور ترکیه فروخته می‌شود، حاصل فعالیت و دسترنج این کارخانه‌هاست، اما به دلیل بی‌توجهی مسئولان اکنون کل سرمایه‌گذاری و آینده آن به مخاطره افتاده است.

چینی‌ها در یزد

این فعال صنفی در ادامه تأکید می‌کند: یکی از بزرگ‌ترین نگرانی‌های تولیدکنندگان و صاحبان

مشتریان زیادی دارد. در این گزارش به بازار این پارچه می‌پردازیم؛ اینکه چه میزان در ایران تولید می‌شود و چه میزان اشتغال‌زایی را در پی دارد. یکی از بخش‌های مستعد جذب سرمایه و توسعه مربوط به تولید انواع پارچه‌های رومبلی در کشورمان است که اکنون قطب تولیدی آن در شهر یزد شناسایی شده و تقریباً نزدیک به ۱۰۰ تولیدکننده مطرح را به خود جلب کرده و همواره می‌تواند زمینه مناسبی برای آرام گرفتن سرمایه‌های داخلی و خارجی باشد.

تولید پارچه یکی از بخش‌های قابل توجه و قابل تامل در حوزه صنعت نساجی به شمار می‌رود. در این میان یکی از پارچه‌هایی که در عصر رواج آپارتمان‌نشینی با تقاضای بالا در بازار مواجه بوده، پارچه رومبلی است. امکان انتخاب پارچه همراه با انتخاب مبلمان و تنوعی که این کالای خانگی می‌تواند در دیزاین خانه ایجاد کند، بازار قابل توجهی برایش رقم زده است. البته داستان ورود جنس خارجی و قرق بازار هم دیگر وجه نخبمای اقتصاد ایران است. به هر حال پارچه رومبلی امروز در بازار





می‌تواند با ارزش افزوده تقریباً ۳۰ درصد صادر شده و زمینه‌های ارزآوری را هم فراهم کند. هم‌اکنون بازار کشورهایی چون عمان، روسیه و عراق خواهان پارچه‌های باکیفیت ایرانی هستند، ولی نباید فراموش کنیم رقبایی چون ترکیه و چین با استفاده از سیاست‌های مشوق صادراتی سعی در حذف سهم بازار تولیدات ایرانی در این مناطق دارند.

این فعال صنفی در پایان با اشاره به فعالیت نزدیک به سه دهه‌ای در حوزه تولیدی اضافه می‌کند: امروز سه دهه تجربه و فعالیت اقتصادی شرکت‌های مشابه ما به مخاطره افتاده است. برخی کارگاه‌ها تعطیل شده‌اند و سایر کارگاه‌ها هم تنها با ۳۰ درصد ظرفیت خود تولید می‌کنند، اما نباید فراموش کنیم از آنجا که میزان وابستگی این صنعت به خارج از ایران کمتر از ۲۰ درصد است در صورت حمایت به نوعی در راستای اقتصاد مقاومتی گام برداشته‌ایم، چون می‌توانیم ارزش افزوده بالایی برای اقتصاد کشورمان فراهم کرده و صادرات این محصول را تا بازارهای اروپا نیز گسترش دهیم.

تلفات سنگین،

حاصل ورود غیرقانونی چینی‌ها

وی با اشاره به تعطیلی کارخانه‌های نساجی در این منطقه یکی پس از دیگری به دلیل واردات بی‌رویه و غیرقانونی می‌افزاید: بر اساس نیاز هر دستگاه تولیدی نیازمند به کارگیری سه نفر پرسنل است و در نهایت می‌بینیم حجم قابل توجهی از کارگران متخصص در منطقه فعالیت می‌کنند اما به دلیل مشکلاتی که به آنها اشاره شد اکنون کارخانجات تولیدی یکی بعد از دیگری تعطیل می‌شوند. بنابراین مهم‌ترین اقدام فعلی ممانعت از ادامه‌دار شدن این روند منفی در فضای کسب و کار این استان و به طور کلی ایران است.

خازنی تصریح می‌کند: امروز هر دستگاه بافت با توجه به تراکم پارچه مورد نظر توانایی تولید حداکثر ۲ هزار متر پارچه با کیفیت رومبلی را دارد که در صورت حمایت نشدن تولید، این میزان جایش را به واردات می‌دهد که نخستین نتیجه‌اش خروج ارز از کشورمان است و این مسئله نقض آشکار پیام‌های حاصله از اقتصاد مقاومتی است. درحالی که اگر بتوانیم برنامه ریزی صحیحی داشته باشیم این میزان تولید

سرمایه در استان یزد بحث واردات بی‌رویه محصولات بی‌کیفیت چینی است به صورتی که براساس مطالعات میدانی و تحقیقاتی که صورت گرفته است، روزانه چیزی نزدیک به ۱۰ کانتینر از پارچه‌های رومبلی چین با استفاده از شیوه‌های مختلف و دورزدن قانون توسط افراد سودجو به داخل کشور وارد می‌شود درحالی که می‌دانیم توانمندی تولید در کشور آنقدر بالاست که حتی بیش از نیاز داخلی کشورمان محصول داریم به همین دلیل دور از ذهن نیست اگر بگوییم اکنون واردات بی‌رویه و قاچاق کمر تولید را شکسته است.

مدیر فروش شرکت نساجی الماس تکس می‌گوید: اظهارنامه‌های گمرکی غیرواقعی، کارت‌های بازرگانی یک بار مصرف و همچنین قاچاق محصولات از وارداتی هستند که واردکنندگان برای واردکردن محصولات یادشده از آنها استفاده می‌کنند و متأسفانه هیچ یک از مسئولان به حجم سرمایه‌گذاری انجام شده در این استان توجهی نمی‌کنند درحالی که تولیدکنندگان این استان حداقل برای هر دستگاه خود ۳۰۰ میلیون تومان هزینه کرده و تعداد نفراتی هم از آن بهره می‌برند.



واحدهای نساجی سنتی محکوم به شکستند

امیرعلی امینیان

صنعت نساجی در کشورهای توسعه‌یافته هم از دیرباز نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد و شکوفایی صنعتی آنها ایفا نموده و این کشورها بخشی از موفقیت‌های خود را مدیون گسترش این صنعت هستند.

در این رابطه انقلاب صنعتی نیز با ماشینی شدن تولید منسوجات آغاز شد و صنعت نساجی زمینه رشد سایر صنایع را فراهم آورد. نه تنها در کشورهای صنعتی بلکه در برخی کشورهای در حال توسعه نیز این صنعت که مرتبط با تامین نیازهای اولیه انسان است، موتور توسعه صنعتی این کشورها محسوب می‌شود. تاریخچه صنعت نساجی در ایران هم به هزاران سال قبل بر می‌گردد که اهمیت این صنعت را بیش از پیش نمایان می‌کند. کاوش‌های باستانی شوش نشان می‌دهد در ایران طی بیش از ۵ هزار سال پیش مردم به نساجی و بخش‌های مرتبط با آن مشغول بوده‌اند.

کشور ما صنعت نساجی بسیار قدیمی داشته و این صنعت یکی از مهم‌ترین صنایع در اشتغال‌زایی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، صادرات و واردات و... بوده است. واحدهای



و نساجی با زندگی انسانها عجین بوده؛ چرا که پس از خوراک دومین نیاز بشر پوشاک بوده است و انسان‌های نخستین، اولین نساج‌های روی زمین بودند که با گیاهان طبیعی اولین لباس‌ها و تن‌پوش‌ها را برای خود ساختند.

نساجی، صنعتی مهم در میان صنایع کشور است که روزگاری پس از نفت یکی از مهم‌ترین و ارزآورترین صنایع کشور محسوب می‌شد. نگاهی به تاریخچه صنعت نساجی نشان می‌دهد از ابتدای خلقت بشر نخ و پارچه

و به‌سازی صنعتی خود توانسته‌اند بر مشکلات غلبه کرده و چراغ صنعت نساجی را در کشور روشن نگه دارند. این گروه از صاحب‌نظران معتقدند مشکل خاصی در صنعت نساجی کشور وجود ندارد و آینده روشنی چشم‌انتظار این صنعت مهم و ارزشمند در ایران خواهد بود.

اینکه اولین کارخانه نساجی در کشور در کدام شهر راه اندازی شد موضوع مهمی نیست. چراکه هر کس به واسطه استانی که در آن زندگی می‌کند شهر خود را مهد نساجی کشور می‌داند. گروهی تهران را نقطه شروع صنعت نساجی می‌دانند و عده ای دیگر به راه‌اندازی اولین کارخانه نساجی در تبریز در سال ۱۲۸۲ شمسی اشاره می‌کنند. گروهی دیگر راه‌اندازی کارخانه وطن اصفهان در سال ۱۳۰۴ را مبداء صنعت نساجی ایران می‌دانند و گروهی دیگر شهرهای یزد، کاشان، قائمشهر و ... را نقطه شروع نساجی کشور بر می‌شمرند. اما چراغ نساجی در هر کجای ایران روشن شده باشد مهم این است که این صنعت در هر یک از شهرهای ایران حال و هوای متفاوتی دارد.

مرور و بررسی وضعیت نساجی در همه استان‌های کشور در فرصت کوتاه این گزارش نمی‌گنجد. اما بررسی عصر اقتصاد در سه استان قزوین، اصفهان و مازندران نشان می‌دهد اگرچه نساجی در هر گوشه این سرزمین وضعیت خاصی دارد و در نقطه‌ای از کشور اوضاع خوب است و در جایی دیگر وضعیتی اسفناک بر صنعت نساجی حاکم است اما در برخی پارامترها مشکلات نساجی‌ها یکسان است.

مازندران مقام اول ساماندهی برندهای غیر مجاز

مازندران که یکی از قطب‌های صنعت نساجی در کشور به شمار می‌رود این روزها با افت و خیزهای زیادی در صنعت نساجی روبه‌روست. شاید مشکلاتی که مازندران در زمینه نساجی

که این صنعت ورشکسته است.

نظرات کارشناسان حوزه نساجی از وضعیت این صنعت متفاوت است. عده‌ای نساجی را صنعتی ورشکسته می‌دانند و معتقدند طی سالیان گذشته صنعت نساجی ایران روند نزولی داشته است. به عقیده این گروه از منتقدان برخوردارهای سلیقه‌ای، نظرات و نسخه‌های مختلفی که از سوی مسئولان سازمان‌های مرتبط نه تنها برای صنعت نساجی، بلکه برای مجموعه صنعت ایران پیچیده شده نه تنها از بار معضلات و مشکلات به وجود آمده نکاسته، بلکه روزبه‌روز بر این مشکلات افزوده است.

این گروه معتقدند صنعت نساجی صنعتی فراموش شده است و طی سال‌های اخیر به دلیل واردات بی‌رویه منسوجات و مشکلات ایجاد شده در مسیر تأمین مواد اولیه، تولید و نقدینگی مورد نیاز، این صنعت برای بازسازی با مشکلات بسیاری مواجه بوده است. همچنین موارد دیگری همچون کمبود مواد اولیه مرغوب، بالا بودن هزینه تولید، ضعف مدیریت، فرسودگی ماشین‌آلات، قیمت تمام‌شده بالای کالاها، عدم توجه به استانداردها و کیفیت پایین محصولات، عدم وجود مواد اولیه مرغوب، بهره‌وری پایین نیروی انسانی و نیز عدم حمایت دولت، کاهش تقاضای بازار، عدم امنیت شغلی مدیر و سرمایه‌گذار، نرخ بالای بهره بانکی و مشکلات اعطای تسهیلات و قاچاق کالا به طور رسمی و غیررسمی از جمله نکاتی است که منتقدان با اشاره به آنها نساجی را صنعتی نابودشده تلقی کرده و گاه چشم امید خود را بر روی آن بسته اند.

از سوی دیگر گروهی از کارشناسان بر این باورند که نساجی پیشرفت‌های خوبی در سال‌های تصدی دولت یازدهم داشته و توانسته است پله‌های ترقی را یکی پس از دیگری طی کند و برای این مدعای خود واحدهای نساجی را مثال می‌زنند که هم‌اکنون با بیشترین ظرفیت تولید در حال فعالیت بوده و با دقت در توسعه

تولیدی نساجی از دیرباز به عنوان یکی از مهم‌ترین و پایدارترین صنایع کشور مطرح بودند. به گونه‌ای که در گذشته‌ای نه چندان دور، بهترین وضعیت را در میان صنایع کشور از لحاظ مزیت نسبی داشته‌اند.

بر اساس طبقه‌بندی‌های انجام شده محصولات نساجی دارای سه گروه صنعتی هستند. اول گروه منسوجات شامل آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی و بافندگی منسوجات، عملیات تکمیلی منسوجات (رنگرزی، چاپ و تکمیل)، تولید کالاها، نساجی تکمیل‌شده به استثنای پوشاک، تولید انواع قالی و قالیچه، تولید طناب، ریسمان، توری، تولید سایر منسوجات طبقه بندی‌نشده در جاهای دیگر، تولید انواع پارچه و کالاها، کشاباف و قلاب‌باف؛ دوم گروه پوشاک و عمل آوردن پوست خز شامل تولید پوشاک بااستثنای پوشاک از پوست خردار، عمل آوردن و رنگ کردن پوست خردار و ساخت انواع کالاها از پوست خردار و در نهایت گروه دباغی، چرم، کیف، کفش و چمدان که شامل دباغی و پرداخت چرم و ساخت چمدان، کیف دستی و اجناس مشابه، زین و یراق می‌شود.

بر کسی پوشیده نیست که با توجه به سابقه طولانی تولیدات محصولات نساجی در کشور، وجود پتانسیل‌های تولیدی فراوان و بخصوص نیروی کار متخصص، وجود تقاضای فراوان برای این محصولات در داخل و خارج از کشور، وجود ارزش افزوده بالا در محصولات نساجی، تعداد زیاد واحدهای فعال در این بخش، اشتغال‌زایی بالا و ... بدست آوردن جایگاه واقعی صنایع نساجی کشور، مستلزم شناخت مزیت‌های نسبی و رقابتی موجود در این صنعت در کشور است. اما وضعیت این صنعت با وجود این همه زیر شاخه و گستردگی در حال حاضر در ابهامی عجیب فرو رفته است. در مقطعی اخبار متعددی از توسعه صنایع نساجی منتشر می‌شود و زمانی دیگر مسئولان و فعالان کارخانجات نساجی فریاد بر می‌آورند

دارد با مشکلاتی که در اصفهان گریبانگیر نساجان است فرق داشته باشد و از سویی هیچ کدام از این مشکلات در قزوین مشاهده نشود. رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت مازندران اما از روزهای خوب در آینده صنعت نساجی می‌گوید و اظهار می‌دارد: خوشبختانه با وجود همه مشکلات صنایع نساجی مازندران روی پای خود ایستاده‌اند. محمد محمدپور عمران با اشاره به اینکه مشکلات فعالان نساجی مازندران نقدینگی، نوسازی و قاچاق است خاطر نشان می‌کند: تاکنون مشکلات ۳۰ واحد بزرگ نساجی بررسی شده و راهکارهایی برای این مشکلات اندیشیده‌ایم.

به گفته وی برندهای ایرانی خوبی در استان مازندران فعالند که در حال افزایش سهم خود در بازار کشور هستند. وی با اشاره به اینکه کارخانه نساجی مازندران از حالت ناپایدار خارج شده و ۲۳۰ نفر در حال حاضر در این کارخانه فعالند تصریح می‌کند: نساجی قائمشهر نیز در فهرست خصوصی سازی است و اگر به

سرمایه گذار مناسبی واگذار شود وضعیت خوبی پیدا می‌کند. محمد پور تاکید می‌کند که اگر سرمایه‌گذاری برای نساجی قائمشهر پیدا نشود، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) آماده تعمیرات اساسی و نوسازی این کارخانه قدیمی نساجی است. اتفاقی که گویا در چند روز اخیر رخ داده و با ورود ایدرو به موضوع نساجی قائمشهر بخشی از مشکلات این مجموعه بر طرف شده است. از آنجائی که نساجی بخش‌های فرش و موکت را نیز شامل می‌شود، رییس سازمان صنعت و معدن مازندران فرش و موکت صنعتی استان خود را از بهترین‌های کشور معرفی کرده و می‌افزاید: تولیدات فرش و موکت بابل از جمله بهترین تولیدات در سطح کشور است و با ظرفیت مناسب در حال فعالیت می‌باشد. به گفته وی طرح جامع توسعه نساجی استان مازندران تدوین شده و با اجرایی شدن آن مشکلات نساجی‌های این استان برطرف می‌شود. محمدپور از راه‌اندازی کارخانه تولید نخ در

استان خبر می‌دهد و با بیان اینکه مشکل اصلی صنعت نساجی در مازندران قاچاق و فعالیت‌های برندهای خارجی غیرمجاز در این استان است خاطر نشان می‌کند: مازندران مقام اول ساماندهی برندهای غیرمجاز در صنعت نساجی را داراست و بخش عمده‌ای از این برندها مجبور به عرضه کالای ایرانی با تابلوی جدید و جایگزینی برندهای ایرانی شده‌اند و سایر واحدها نیز در حال بازرسی و راستی‌آزمایی هستند تا ریشه قاچاق در حوزه نساجی در مازندران خشکانده شود.

اصفهان و مشکلی به نام قاچاق

استان اصفهان هم به عنوان یکی دیگر از کانون‌های صنعت نساجی با مشکلات کوچک و بزرگی دست و پنجه نرم می‌کند که شاید زیاد با مشکلات مازندرانی‌ها متفاوت نباشد. این استان به عنوان یکی از قطب‌های مهم صنعتی ایران، با دارا بودن مزیت‌هایی چون قدمت طولانی در تولید محصولات نساجی، تنوع و گستردگی محصولات، موقعیت مناسب جغرافیایی در کشور، استقرار ۲ هزار و ۴۷ واحد نساجی دارای مجوز صنعتی و ۳ هزار و ۸۲۵ واحد صنفی فعال در حوزه نساجی بطور مستقیم نه تنها در سال‌های قبل به عنوان قطب اصلی و قلب تپنده صنعت بزرگ نساجی کشور مطرح بوده و هست، بلکه در آینده نیز با شناسایی مزیت‌ها و پتانسیل‌های این صنعت، می‌تواند به جایگاه رفیع‌تری در کشور و منطقه خاورمیانه دست یابد.

رییس سازمان صنعت و معدن و تجارت اصفهان می‌گوید: قدمت صنعت نساجی در استان اصفهان بسیار بالا و به حدود یک قرن می‌رسد و صنعتگران فعال در این عرصه نیز با کوله‌باری از آموخته‌های پدران خود چرخ‌های این صنعت را همچنان زنده و پابرجا نگه داشته و حاصل تجربیات خود را بر تار و پود پارچه‌ها نقش می‌بندند.



مشکلات و دغدغه‌های اصلی صنایع نساجی در کشور گفت: واردات بی رویه قاچاق انواع پارچه و لباس از مهم‌ترین مشکلات در حوزه صنایع نساجی است.

صنعت نساجی در حال نوسازی است

آنچه مشهود است اشتراک بسیاری از مشکلات نساجی در سراسر کشور است. اگرچه در نقطه‌ای از کشور واحدی تولیدی خوش می‌درخشد و در نقطه‌ای دیگر چرخ تولید کارخانه‌ای دیگر از کار افتاده، اما مشکلات در همه جای ایران یکسان است و تولیدکنندگان صنعت نساجی همه و همه با چند مشکل مشترک در حال نبرد هستند. در این میان سوال اینجاست که رمز موفقیت عده‌ای از صنعتگران نساجی چیست؟ مدیرکل سابق صنایع نساجی وزارت صنعت، معدن و تجارت که به تازگی به عنوان مشاور معاون وزیر صنعت کار خود را آغاز کرده است می‌گوید: رمز ماندگاری صنایع نساجی موفق استفاده از دانش روز است. گلنار نصرالهی می‌گوید: صنایع نساجی که نتوانند خود را به دانش روز متصل کنند محکوم به نابودی هستند چراکه رمز پیروزی در استفاده از تکنولوژی روز دنیاست.

وی با بیان اینکه پس از برجام شرایط خوبی برای احیا و نوسازی واحدهای نساجی کشور با استفاده از دانش روز به وجود آمده است تاکید می‌کند: نباید به صنعت نساجی به عنوان صنعتی رو به افول نگاه کنیم چراکه واقعیت این است که نساجی کشور در حال طی مراحل نوسازی است و باید تلاش کنیم تا واحدهای نساجی کشور با بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن به مسیر اصلی خود که همان تولید با کیفیت و تسخیر بازارهای جهانی است بازگردند.

به گفته نصرالهی صنعت نساجی روند صعودی خود را آغاز کرده و اگر چند واحد معدود در نقاط مختلف کشور به دلایلی چون فرسودگی

نساج‌های ایرانی با آن دست به گریبانند گاه خبرهای خوبی هم به گوش می‌رسد. همین چند هفته پیش بود که در خبرها فعالیت یک کارخانه نساجی در قزوین (دسترنج رضابافت) مورد توجه قرار گرفت. کارخانه‌ای که همه مراحل تولید را طی کرده و محصول نهایی را به بازار عرضه می‌کند. تصاویری که از این کارخانه منتشر شد نشان می‌داد که این مجموعه با استفاده از تکنولوژی به‌روز توانسته است تولید خود را به حد نصاب مطلوب برساند؛ به گونه‌ای موجب مباحث مسئولان صنعت استان قزوین شود.

چندی پیش رییس سازمان صنعت و معدن استان قزوین در بازدیدش از این کارخانه مدرن نساجی گفته بود که این شرکت یکی از واحدهای موفق نساجی در کشور محسوب می‌شود که دارای توانایی مدیریتی بالا و تکنولوژی پیشرفته بوده و رمز موفقیت این واحد تعهد، تخصص و مشتری است. علی پرمحمد در این بازدید افزود: در حال حاضر استان قزوین به علت قاچاق و واردات بی‌رویه انواع نخ از کشورهای هند، چین و ترکیه و خرید مواد اولیه از طریق بورس با نرخ آزاد، زیر ظرفیت واقعی خود فعالیت می‌کند.

فلک فرسای، مدیرعامل این واحد نیز می‌گوید: فاز اول شرکت نساجی رضابافت در سال ۱۳۸۸ با سرمایه‌گذاری بالغ بر ۲ هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال در استان قزوین و شهرستان آبیک آغاز بکار کرده و فاز دوم این مجموعه به عنوان طرح توسعه در حال اجرا است. وی تصریح می‌کند: این شرکت با ایجاد ۳۰۰ فرصت شغلی در زمینه تولید انواع نخ ابریشم مصنوعی، با ظرفیت اسمی ۳۸ هزار و ۸۵۰ تن در هر سال، اولین تولیدکننده نخ چادر مشکی و روکش صندلی خودرو در کشور بوده که از پیشرفته‌ترین تکنولوژی و ماشین‌آلات در صنعت نساجی استفاده می‌کند. وی با اشاره به

اسرافیل احمدیه می‌افزاید: قاچاق کالا از کانال‌های رسمی و غیررسمی مهم‌ترین مشکل صنایع نساجی اصفهان محسوب می‌شود و تصمیم جدی دولت در ارتباط با وضع قوانین لازم در جهت مبارزه با قاچاق کالا چه از کانال‌های رسمی و چه غیررسمی کمک شایانی به این صنعت می‌کند. وی می‌افزاید: به منظور بهبود تقاضای بازار، کارخانجات نساجی در زمینه بازاریابی باید تدابیر ویژه‌ای اتخاذ کنند. کارخانجات نساجی نه تنها باید با سلیقه مشتریان خود آشنایی داشته باشند بلکه برای تولید کالاهای با کیفیت برنامه‌ریزی کنند. وی با تاکید بر ضرورت حمایت از سرمایه‌گذاران صنعت نساجی تاکید می‌کند: فرسودگی ماشین‌آلات از جمله مشکلاتی است که صنایع نساجی استان از آن رنج می‌برند و برای ورود تجهیزات مطابق با تکنولوژی روز دنیا صنعت نساجی نیازمند همکاری دولت است.

احمدیه اظهار می‌دارد: کارخانجات نساجی طی ۱۰ سال گذشته از سوی دولت هیچ گونه کمکی دریافت نکرده‌اند که این در جایگاه خود جای تامل دارد. وی معتقد است دولت می‌تواند میزان قوانین و بوروکراسی‌های حاکم بر کارخانجات نساجی را کاهش دهد و در جهت حمایت و پشتیبانی از تولید در صنعت نساجی تدابیر ویژه‌ای اتخاذ کند. به گفته وی در حال حاضر تعداد کل طرح‌های نساجی در دست اقدام در استان بر اساس جواز تاسیس‌های صادره ۷۱۰ مورد با تعداد اشتغال نزدیک به ۳۰ هزار نفر است که این تعداد حدود ۹،۹۵ درصد تعداد کل طرح‌های در دست اقدام استان و حدود ۱۲،۹۳ درصد از کل اشتغال و حدود ۷ درصد از میزان کل سرمایه‌گذاری طرح‌های در دست اقدام استان را شامل می‌شود.

قزوین و مشکل واردات بی‌رویه نخ

در میان این همه مشکلات و سختی‌هایی که

از بیکاری در جامعه و... تبلیغ کنند چراکه تا چند سال قبل محصولات ایرانی حتی به اتحادیه اروپا نیز صادر می‌شد. توجه به بازارهای صادراتی یکی دیگر از نکاتی است که کارشناسان متعدد صنعت نساجی بر آن تاکید داشته‌اند. آنان معتقدند با کمی تقویت تولید و برنامه‌ریزی می‌توانیم صادرات را مجدداً احیا کنیم.

در نهایت اینکه نساجی، صنعت ملی ماست و باید قدر آن را دانسته و برای توسعه و پیشرفت آن تلاش کنیم. همچنین در این مسیر باید به فکر بازار و خلق تکنولوژی بومی باشیم و از اشتیاق مردم برای ایجاد یک بازار ملی و مشارکت در بازارهای جهانی در صنایع نساجی بهره‌مند شویم، چراکه اگر نتوانیم خالق یک بازار خوب، مطلوب و پایدار باشیم و در کنار آن تکنولوژی مورد نیاز را خلق کنیم، نخواهیم توانست صنعت نساجی را نجات دهیم.

این روزها صنعت نساجی کشور با توجه به پشت سر گذاشتن دوره بازسازی و نوسازی، باید به سمت تولید کالاهایی با ارزش افزوده بیشتر و بالاتر و یافتن بازارهای جدید برای محصولات خود باشد و از آنجائی که بازارها براساس مزیت‌های موجود در هر سرزمین خلق می‌شوند و مزیت سرزمین ما نیز وجود نیروهای هوشمند و با تجربه در این صنعت است ضرورت دارد از این سرمایه‌ها تا حد ممکن استفاده بهینه شود. به این ترتیب باید به جایگاه آموزش‌های عالی، علمی و کاربردی در صنعت نساجی بیش از پیش توجه شده و تحقیق و توسعه، بازاریابی، صادرات و... با توجه به اهمیتشان در دهکده جهانی در این صنعت مورد توجه مسئولان کشور قرار گیرند.

نساجی، این صنعت ارزنده باید این روزها در افکار و اذهان زنده نگه داشته شود تا عاملی برای توجه بیشتر مسئولین نظام به این صنعت باشد.



در انبارهای گمرک، کاهش هزینه تخلیه و بارگیری و انبارداری این مهم تحقق می‌یابد. همچنین به عقیده فعالان صنعت نساجی استفاده از فارغ‌التحصیلان رشته نساجی با ایجاد تشکیلاتی تحت حمایت وزارت صنعت، معدن و تجارت و صاحبان این صنعت در جهت به‌روز کردن تولیدات از نظر کیفیت، مدل و رنگ متناسب با تقاضای جامعه نیز می‌تواند از دیگر اقدامات خوب در این راستا باشد. توافق با صاحبان برندهای معروف جهانی که در جامعه، تقاضای زیادی دارد، برای مشارکت تولید در داخل کشور و همکاری با بخش خصوصی ایرانی تحت لایسنس شرکت مادر نیز راهکار کاربردی دیگری است که صنعتگران نساجی از آن به عنوان راهی برای احیای بیشتر واحدهای نساجی یاد می‌کنند.

در راستای کمک به نساجی رسانه ملی و نشریات کشور نیز وظیفه دارند در خصوص افزایش اقبال مردم به استفاده از البسه تولید داخلی به‌عنوان یک ارزش ملی برای کمک به معضل بیکاری و کاهش فقر و فساد ناشی

ماشین‌آلات یا سوء مدیریت دچار مشکل هستند به معنی مشکل‌دار بودن همه این صنعت نیست. بلکه باید این واقعیت پذیرفته شود که صنعتگران نساجی روزهای خوبی را در آینده ای نه چندان دور تجربه خواهند کرد.

راهکارهایی برای توسعه و احیا نساجی

نکته حائز اهمیت دیگر در بحث صنایع نساجی متوسط رقم سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای ایجاد سرانه اشتغال است که طبق آمار و بررسی‌های صورت گرفته، برای صنعت نساجی حدود ۳۰ میلیون تومان و برای سایر صنایع حدود ۱۵۰ میلیون تومان برآورد شده که نشان می‌دهد این صنعت با سرمایه‌گذاری کمتر نسبت به سایر صنایع می‌تواند نقش موثری در ایجاد اشتغال داشته باشد. در بررسی مشکلات ریز و درشت صنعت نساجی کارشناسان بر این عقیده‌اند که هزینه تولید نساجی را با رفع موانع ورود مواد اولیه و رسوب آنها در گمرک که کمترین هزینه‌ای برای دولت ندارد می‌توان کاهش داد و از طریق کاهش هزینه رسوب سرمایه



گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول سپتامبر ۲۰۱۶) سبقت مصرف از تولید، برای دومین سال متوالی

شرایط مناسب آب و هوایی و بارندگی کافی، با افزایش ۸ درصدی به ۹۲۹ کیلوگرم در هکتار بالغ گردد. در نتیجه، برآورد می‌شود میزان تولید پنبه این کشور با ۱۹ درصد رشد معادل ۳,۳ میلیون هکتار باشد.

در پاکستان، زیان‌های ناشی از بازدهی ضعیف مزارع در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ و قیمت‌های پایین باعث دلسری کشاورزان این کشور از کاشت پنبه در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ شده و به همین دلیل، انتظار می‌رود سطح زیر کشت پنبه در پاکستان با ۵ درصد کاهش به ۲,۷ میلیون هکتار برسد. با این حال، پیش‌بینی می‌شود در این فصل زراعی بازده میانگین ملی با بهبود ۲۷ درصدی معادل ۶۶۹ کیلوگرم در هکتار باشد و میزان تولید نیز احتمالاً با ۲۰ درصد افزایش به ۱,۸ میلیون تن برسد.

در کشورهای فرانسوی زبان قاره آفریقا، بهبود شرایط آب و هوایی در تابستان امسال کشاورزان را ترغیب به کشت پنبه کرده و بر همین اساس، انتظار می‌رود سطح زیر کشت پنبه در این منطقه با ۱۰ درصد افزایش به ۲,۹ میلیون هکتار و بازده میانگین نیز با ۴ درصد رشد به ۳۸۵ کیلوگرم در هکتار بالغ گردد. در نتیجه، میزان تولید در این منطقه احتمالاً با رشد ۱۴ درصد مواجه شده و به ۱,۱ میلیون تن خواهد رسید.

پیش‌بینی می‌شود تولید جهانی پنبه با ۶ درصد افزایش به ۲۲,۵ میلیون تن بالغ گردد. قیمت‌های بهتر محصولات رقیب، تاخیر در باران‌های موسمی و افت بازده در اثر هجوم آفات در سال زراعی گذشته، کشاورزان هند را به عنوان بزرگترین تولیدکننده پنبه جهان دلسرد کرد و در نتیجه، انتظار می‌رود سطح زیر کشت این محصول در هند با ۶ درصد کاهش به ۱۱,۲ میلیون هکتار رسیده باشد. بارندگی کافی احتمالاً بازنده میانگین محصول در این کشور را با ۸ درصد افزایش به ۵۲۱ کیلوگرم در هکتار رسانده و بر همین اساس، پیش‌بینی می‌شود میزان تولید پنبه هند با ۲ درصد افزایش به ۵,۸ میلیون تن برسد.

در چین انتظار می‌رود سطح زیر کشت پنبه با ۷ درصد کاهش به ۲,۹ میلیون هکتار در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ بالغ گردد اما بازده میانگین این کشور احتمالاً با ۴ درصد افزایش به ۱۶۲۳ کیلوگرم در هکتار خواهد رسید که این موضوع عمدتاً از شرایط آب و هوایی مطلوب در طول فصل رشد محصول نشئت می‌گیرد. در مجموع انتظار می‌رود تولید پنبه چین با ۳ درصد کاهش به ۴,۷ میلیون تن برسد.

در ایالات متحده آمریکا، پیش‌بینی می‌شود سطح کشت پنبه ۱۰ درصد احیا شده و به ۳,۶ میلیون هکتار برسد و بازده میانگین نیز در اثر

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» به نقل از دبیرخانه کمیته مشورتی جهانی پنبه، برآورد می‌شود موجودی پایان دوره پنبه جهان با ۱۳ درصد کاهش به ۱۹,۵ میلیون تن در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ برسد چراکه تقاضای جهانی برای این محصول، از میزان تولید جهانی پیشی گرفته است. پیش‌بینی می‌شود در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ مصرف جهانی پنبه به میزان ۱,۴ میلیون تن بیش از تولید این محصول باشد و همین موضوع موجودی پایان دوره را به ۱۸,۱ میلیون تن در فصل زراعی مذکور خواهد رساند که ۷ درصد کمتر از ۱۶-۲۰۱۵ است.

بر خلاف فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ که کاهش ۱۱ درصدی در موجودی پنبه خارج از چین اتفاق افتاد، انتظار می‌رود این موجودی با یک درصد افزایش به ۸,۳ میلیون تن برسد هرچند نسبت «موجودی به مصرف» بدون تغییر باقی خواهد ماند. با این حال، موجودی پایان دوره در چین احتمالاً با کاهش ۱۳ درصدی به ۹,۹ میلیون تن در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ خواهد رسید چراکه دولت چین همچنان به سیاست فروش ذخایر پنبه خود ادامه خواهد داد. تا پایان ماه آگوست امسال، دولت چین مجموعاً ۲ میلیون تن از ذخایر ملی خود را فروخته و ذخایر پنبه ملی چین به حدود ۹ میلیون تن کاهش پیدا کرده است.



از سوی دیگر، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که مصرف جهانی پنبه در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ در رقم ۲۳,۸ میلیون تن ثابت باقی بماند. در این فصل زراعی، چین با وجود کاهش ۳ درصدی مصرف کارخانجات این کشور و رسیدن آن به ۷,۱ میلیون تن، احتمالاً به عنوان بزرگترین مصرف‌کنندگان پنبه در جهان مطرح خواهد بود؛ هرچند برای هفتمین سال متوالی است که مصرف کارخانجات این کشور با کاهش همراه است.

در هند، انتظار می‌رود مصرف پنبه کارخانجات در رقم ۵,۳ میلیون تن ثابت باقی بماند که علت این موضوع به قیمت‌های داخلی بالای پنبه و رقابت ناشی از الیاف رقیب مربوط است. در پاکستان، بعد از کاهش ۹ درصدی مصرف در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵، مصرف کارخانجات این کشور احتمالاً با یک درصد افزایش به ۲,۳ میلیون تن می‌رسد که این موضوع از بهبود دسترسی‌ها به انرژی مستمر در کارخانجات نشئت می‌گیرد. در ترکیه نیز مصرف پنبه احتمالاً در رقم ۱,۴۵ میلیون تن پایدار باقی خواهد ماند و در بنگلادش، میزان مصرف کارخانجات با ۱۲ درصد افزایش، معادل ۱,۲ میلیون تن پیش‌بینی می‌شود.

پیش‌بینی کمیته مشورتی جهانی پنبه حاکی است تقاضای پایدار و توسعه محصولات در

افزایش به ۹۸۰ هزار تن در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ برسد چراکه میزان مصرف در این کشور همچنان به مراتب بیش از میزان تولید است. انتظار می‌رود صادرات پنبه از ایالات متحده آمریکا با رشد ۲۷ درصدی به ۲,۵ میلیون تن برسد. در همین حال، پایداری مصرف کارخانجات در هند و کاهش حجم محصول احتمالاً منجر به کاهش ۳۲ درصدی صادرات پنبه هند و رسیدن آن به رقم ۸۴۶ هزار تن خواهد شد.

کشورهای برتر صادرکننده پنبه، منجر به افزایش حجم تجارت جهانی پنبه به میزان ۳ درصد و رسیدن آن به ۷,۵ میلیون تن گردد. انتظار می‌رود واردات پنبه توسط بنگلادش با ۱۲ درصد افزایش به ۱,۲ میلیون تن رسیده و این کشور به بزرگترین واردکننده پنبه در جهان تبدیل شود. واردات ویتنام نیز احتمالاً با رشد ۱۲ درصدی به ۱,۱ میلیون تن بالغ خواهد شد. در چین و بعد از ۴ سال متوالی کاهش واردات، پیش‌بینی می‌شود واردات پنبه با ۲۰ هزار 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
-۰,۴۴	۲۲,۴۵	-۰,۰۷	۲۱,۱۹	۰,۰۷	۲۶,۱۹	تولید
-۰,۱۲	۲۳,۸۱	۰,۰۰	۲۳,۸۵	۰,۰۲	۲۴,۲۰	مصرف
-۰,۰۵	۷,۴۹	-۰,۰۴	۷,۲۱	-۰,۰۱	۷,۵۷	واردات
-۰,۰۵	۷,۴۹	۰,۰۵	۷,۳۶	۰,۰۰	۷,۷۲	صادرات
-۰,۴۹	۱۸,۱۴	-۰,۱۷	۱۹,۵۰	۰,۰۰	۲۲,۳۲	موجودی آخر دوره
	۷۵		۷۰		۷۱	شاخص Cotlook A (سنت/پوند)



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.

افت تولید پنبه هند در سال ۲۰۱۶

صنعت نساجی هند واردات محور می شود

گروه مترجمین مجله

آنها فراهم است. هیئت مشورتی زمانی اعلام کرد که تولید پنبه در ماه فوریه امسال مجموعاً ۳۵,۲ میلیون عدل بوده، اما ۵ ماه بعد برآورد خود را اصلاح کرد و به ۳۳,۸ میلیون عدل رساند.

بخش نساجی هند همچنین از دولت خواسته که اقداماتی را برای حمایت از این بخش در برابر نوسانات قیمتی انجام دهد. این اقدامات احتمالاً شامل موارد زیر خواهد بود: استفاده از تصاویر ماهواره‌ای جهت تخمین دقیق اندازه محصول، به جای بررسی‌های ساده توسط تجار بازار؛ ممنوعیت مداخلات مستقیم در بازار از طریق خرید پنبه جهت پشتیبانی از قیمت‌ها؛ و اقداماتی برای کاهش واردات منسوجات.

در گام اول، دبیر کل انجمن کارخانجات جنوب هند پیشنهاد داده که بندر «توتی کورین» در ایالت جنوبی تامیل نادو به عنوان یک بندر آزاد اعلام شود که در آن عوارض گمرکی برای کالاهایی که حمل و نقل می‌شوند، وضع نخواهد شد. این موضوع به صادرکنندگان امکان می‌دهد که پنبه وارداتی را در بندرگاه نگهداری کرده و سپس فرآوری کرده و محصولاتشان را به صورت معاف از عوارض گمرکی با کشتی حمل کنند. در حال حاضر، مالزی و چین چنین تسهیلات و امکاناتی را فراهم کرده‌اند.

صنعت نساجی هند همچنین نیاز مبرمی به تثبیت موقعیت خود دارد یا اینکه باید کمک‌های برای شرکت‌هایی که نمی‌توانند به تنهایی با چالش‌های موجود مقابله کنند، در نظر گرفته شود. بیش از ۸۰ درصد از کارخانجات نساجی، جزو شرکت‌های کوچک و متوسط هستند که نمی‌توانند در برابر رقابتی خارجی دارای سرمایه بهتر، رقابت کنند. در آخرین سرشماری مربوط به ماه ژوئن ۲۰۱۵، هند ۱۹۵۴ کارخانه نساجی کوچک و متوسط با میانگین نیروی کار ۴۰۰ نفر در اختیار دارد. از این تعداد، ۹۶۲ کارخانه در منطقه تامیل نادو مستقر هستند. داده‌های دولتی نشان می‌دهد که بیش از ۶۰ درصد از کارخانجات نساجی ظرف سه سال گذشته کسب و کارشان را کنار گذاشته‌اند. اکثر شرکت‌ها قابلیت و توانایی واردات پنبه در کوتاه مدت ندارند چراکه آنها فاقد مقیاس هستند، نمی‌توانند به اعتبار دسترسی پیدا کنند یا از مهارت‌های لازم برای مدیریت ریسک‌های کسب و کار برخوردار نیستند. با این حال، در شرایطی که اکثر کارخانجات نساجی ظرفیت تولید خود را کاهش داده‌اند،

بازده مزارع پنبه هند از ۵۶۶ کیلوگرم در هکتار در سال ۲۰۱۴ به ۵۰۴ کیلوگرم در هکتار در سال ۲۰۱۶ کاهش یافته است که این راندمان، هم‌اکنون جزو پایین‌ترین‌ها در جهان محسوب می‌شود. افت بازده تولید پنبه در اثر تاخیر در بارندگی‌ها و مشکلات وجود مگس سفید در شمال هند و همچنین هجوم کرم سرخ در منطقه گجرات، اتفاق افتاده است. در نتیجه، پیش‌بینی می‌شود تولید پنبه خام در این کشور از ۳۸ میلیون عدل در سال قبل، به پایین‌ترین سطح طی پنج سال گذشته یعنی رقم ۳۳,۸ میلیون عدل تا ۳۰ سپتامبر امسال برسد و قیمت‌های پنبه از ۱,۵ دلار به ۲ دلار در کیلوگرم جهش پیدا کند. (هر عدل پنبه معادل ۱۷۰ کیلوگرم است)

بر اساس اعلام انجمن پنبه هند، انتظار می‌رود در سال منتهی به مارس ۲۰۱۷، سطح زیر کشت پنبه با کاهش بیشتری مواجه شده و از ۱۱,۹ میلیون هکتار در سال ۲۰۱۶ به ۱۱ میلیون هکتار برسد که این موضوع از ترس کشاورزان نسبت به آفت‌های بالدار نشئت می‌گیرد.

آینده صنعت نساجی برای چشم‌انداز اقتصادی و اجتماعی هند موضوعی حیاتی است. این صنعت به صورت رسمی و غیررسمی ۴۵ میلیون نفر را مشغول به کار کرده که از این حیث بعد از کشاورزی در جایگاه دوم قرار دارد. اخیراً نیز یک بسته ۸۹۵ میلیون دلاری از مشوق‌ها توسط دولت ارائه شده تا سرمایه‌گذاری ۱۲ میلیارد دلاری در صنعت نساجی این کشور را ظرف سه سال آینده، تسریع و تسهیل کند. دولت هند همچنین در تلاش است که بهره‌وری را از طریق تعدیل برخی قوانین کاری از جمله افزایش انعطاف‌پذیری ساعات کاری و تشویق استخدام تعداد بیشتری از زنان، ارتقا دهد.

با این حال، مقامات صنعت نساجی اعلام کردند که مشکلات متعددی وجود دارند که برای رونق این بخش باید مرتفع شوند که از آنجمله می‌توان به کمبود اطلاعات موثق در مورد بازار اشاره کرد که مورد انتقاد فدراسیون کارفرمایان نساجی هند قرار گرفته است. بیشتر این مشکل به هیئت مشورتی پنبه وابسته به دولت هند نسبت داده شده که مسئولیت جمع‌آوری اطلاعات در مورد تولید پنبه را بر عهده دارد. عضو سابق هیئت مشورتی پنبه هند در این زمینه می‌گوید که روش‌های هیئت غیرعلمی است و زمینه دستکاری در



فعالان هندی ۱۵ درصد است. بر همین اساس این پیشنهاد مطرح شده که حداقل، وام‌های کم‌بهره و کم‌هزینه برای کارخانجات افزایش پیدا کند. دولت هند برنامه‌هایی برای حمایت از شرکت‌های نساجی در زمینه به‌روزرسانی تکنولوژی و بازتوانی کارگران در دست اجرا دارد اما کمک مالی مستقیمی به صنعت نساجی ارائه نمی‌کند. با این حال، شرکت پنبه هند درآمدهای کشاورزان را از طریق خرید و ذخیره‌سازی پنبه با حداقل قیمت حمایتی مورد پشتیبانی قرار می‌دهد که همین موضوع کمک می‌کند حد پایین‌تری برای قیمت‌های مواد اولیه در بازار ایجاد شده و هزینه‌های ورودی کارخانجات نساجی کاهش پیدا کند.

بر اساس ارقام منتشرشده در ماه مه، شرکت پنبه هند در قالب این برنامه، تاکنون ۸۴۰ هزار عدل پنبه از کشاورزان خریداری کرده است. ذخایر پنبه نیز در نهایت به تجار و کارخانجات دولتی فروخته می‌شود هرچند فعالان صنعت نساجی از این شرکت درخواست کرده‌اند که ذخایر پنبه را مستقیماً به کارخانجات کوچک و متوسط نیز عرضه کند.

برخی از آنها شروع به واردات پنبه از استرالیا و غرب آفریقا کرده‌اند که عمدتاً شامل کارخانجات کوچکی هستند که از قدیم از بازار محلی خرید می‌کرده‌اند. به گفته دبیر فدراسیون کارفرمایان نساجی هند، اکثر کارخانجات از جمله کارخانجات کوچک، نیازهای خود را برای ماه آگوست و تولید ماه سپتامبر، از طریق واردات تامین کرده‌اند. رییس شرکت دولتی پنبه هند که وظیفه حمایت از پنبه‌کاران را بر عهده دارد، افزایش نقش واردات در تولید منسوجات را مورد تایید قرار داده است. هند تا اینجای امسال، رکود واردات ۱,۵ میلیون عدل پنبه را به ثبت رسانده است. رکورد قبلی رقم ۱,۴ میلیون عدل واردات برای فصل زراعی ۲۰۱۲-۱۳ بوده است.

بسیاری از فعالان صنعت نساجی، تجار و شرکت‌های نساجی خارجی را برای مشکلات موجود این صنعت، مورد سرزنش قرار می‌دهند. بخش نساجی عمدتاً به دنبال سرمایه در گردش اندک و یک بازار پنبه تنظیم شده است تا زمینه برای فعالیت بازیگران خارجی فراهم گردد. رقبای خارجی می‌توانند به وام‌های با نرخ بهره تنها ۲ درصد دسترسی داشته باشند در حالی که نرخ بهره برای





کاربرد فناوری نانو در منسوجات ورزشی و منسوجات بیرون از خانه

۱- فناوری نانو چیست؟

حذف ضعیف چرک در محلول شستشو، زیردست خشن تر، خاکستری شدن (رسوب مجدد چرک) و افزایش اشتعال پذیری نیز نمایان می گردد. این در حالی است که با فناوری نانو می توان به خواص ضدآب بدون تغییر سایر خواص پارچه دست یافت. از سوی دیگر، محافظت مصرف کننده منسوج در برابر میکروارگانیسم های تولیدکننده بو یا بیماری و همچنین محافظت خود منسوج در برابر آسیب های ایجاد شده به وسیله قارچ ها، کپک ها و میکروارگانیسم های تخریب کننده نیز مورد نظر تولید کنندگان منسوجات ورزشی / بیرونی بوده است. مشکل عمومی تکمیل های ضد میکروبی رایج، اثر انتخابی آن ها، تغییر زیردست پارچه، تغییر رنگ منسوج و پایداری پایین تکمیل است که با کمک فناوری نانو این مشکلات برطرف گردیده است.

به غیر از ویژگی های خودتمیزشوندگی و ضد باکتری بودن، استفاده از فناوری نانو در لباس های ورزشی قابلیت عملکردی بالایی برای ورزشکاران فراهم می کند، زیرا این لباس ها سبک و درعین حال راحت و ضدضربه هستند و ورزشکار را در برابر سرما، آب و پرتوهای فرابنفش محافظت کرده و از دوام و انعطاف پذیری خوبی برخوردارند. افزایش راحتی فیزیولوژیکی این لباس ها، نیز بر تندرستی و عملکرد ورزشکار اثر مثبت دارد.

به طور کلی، فناوری های نانو در صنعت منسوجات ورزشی / منسوجات بیرون از خانه را به سه طبقه می توان تقسیم کرد:

اول- فناوری های ارتقاء دهنده عملکرد و کارایی موجود در مواد نساجی، برای مثال ارتقاء مقاومت پوششی / پارگی، آب دوستی یا آبگریزی، خواص عایقی و مقاومت در برابر شعله وری.

اگر یک متر را به یک میلیارد قسمت مساوی تقسیم کنیم، هر یک از قسمت ها برابر یک نانومتر خواهد بود. نانو فناوری یعنی استفاده از اجزایی که حداقل یک بعد آن ها در ابعاد نانو باشد. نانو فناوری یک رشته جدید نیست، بلکه رویکردی جدید در تمام رشته هاست. کاربردهای وسیع این عرصه به همراه پیامدهای اجتماعی، سیاسی و حقوقی آن، این فناوری را به عنوان یک زمینه فرا رشته ای و فرا بخش مطرح نموده است. فناوری نانو در صنعت نساجی، گستره ای از فناوری ها را در بر می گیرد که ضمن ایجاد خواص جدید، قادر است برخی چالش های این صنعت را برطرف نماید. میزان رشد بازار محصولات توانمند شده به وسیله فناوری نانو در بخش های مختلف صنعت، حاکی از آن است که بیشترین تأثیر فناوری نانو در بخش منسوجات ورزشی و منسوجات بیرون از خانه است. شرکت های بزرگی نظیر نایک و آدیداس، امروزه در به کارگیری فناوری نانو در محصولات ورزشی پیشرو هستند.

۲- اهمیت کاربرد فناوری نانو در منسوجات ورزشی / بیرونی

افزایش روزافزون اهمیت عملکرد ورزشکاران در مسابقات المپیک و تغییر سبک زندگی، نوع سرگرمی و افزایش عمر مردم موجب شده تا صنایع، انگیزه زیادی برای تعقیب مبحث منسوجات ورزشی و بیرونی دارای قدرت عملکردی بالا داشته باشند. تهیه منسوجات ورزشی / بیرونی با خواص خودتمیزشوندگی در کنار قابلیت تنفس پذیری، شاید یکی از مهم ترین دغدغه های محققان و صنعتگران فعال در این حوزه باشد. معمولاً با انجام تکمیل های ضد آب با مواد رایج، علاوه بر اثرات ضد آب مطلوب، سایر خصوصیات نامطلوب پارچه نظیر الکتریسته ساکن،

دوم- فناوری های ارائه کننده عملکرد جدید که پیش از این در منسوجات مطرح نشده باشد، نظیر ضد میکروبی، خودتمیزشوندگی، رسانایی، رهائش کنترل شده مواد و محافظت در برابر پرتو فرابنفش.

سوم- فناوری های توسعه دهنده منسوجات هوشمند به طوری که منسوج را در برابر داده های ورودی پاسخگو می کند که خصوصیات ویژه ای را نشان دهد یا اینکه قابلیت احساس و تحریک داشته باشد.

۳- فرصت های تجاری فناوری نانو در منسوجات ورزشی / بیرونی

بازار منسوجات ورزشی / بیرونی، زنجیره طولانی را از تولید لیف تا ریسندگی نخ، بافندگی پارچه، طراحی و تولید لباس و کفش تکمیل شده شامل می-شود [۱]. فرصت های عمده تجاری فناوری نانو در صنایع پوشاک و لباس ورزشی را می توان به سه دسته پوشش دهی، منسوجات هوشمند و الیاف تقسیم بندی نمود.

۳-۱- پوشش دهی

پوشش دهی منسوجات با استفاده از فناوری نانو می تواند خواص ویژه ای را به همراه داشته باشد. برای مثال، پوشش دهی منسوج با نانو ذرات نقره یا اکسید روی موجب از بین رفتن باکتری ها و حذف بوهای ناخوشایند و نیز حفاظت در برابر پرتو فرابنفش می شود. خواص خودتمیزشوندگی منسوج از طریق پوشش دهی منسوج با نانو ذرات دی اکسید تیتانیوم قابل دستیابی است. همچنین می توان با پوشش دهی منسوج با بلوکه کننده معدنی پرتو فرابنفش نظیر نانو ذرات دی اکسید تیتانیوم، اکسید روی، دی اکسید سیلیس و اکسید آلومینیوم، منسوج محافظ در برابر پرتو فرابنفش تهیه نمود [۲].

۳-۲- منسوجات هوشمند

منسوج هوشمند عبارت است از یک سامانه هوشمند که قادر به حس کردن شرایط و محرک های محیطی است. محرک ها و پاسخ ها می توانند به صورت شاخص های الکتریکی، حرارتی، مکانیکی، شیمیایی، مغناطیسی و غیره باشند. منسوجات تنظیم کننده دما نمونه ای از منسوجات هوشمند به شمار می روند به طوری که این قابلیت را دارند که در محیط های سرد با آزادسازی انرژی حرارتی ذخیره شده تولید گرما کنند و در محیط های گرم با جذب انرژی حرارتی، احساس خنکی را ایجاد کنند. بسیاری از منسوجات هوشمند در انواع پوشاک استفاده می شوند و هدف آنها ایمنی یا بهداشت یا راحتی در استفاده از منسوج است. لباس هایی که عرق را جذب می کنند نیز به نوعی هوشمند هستند، چرا که باعث می شوند در

۴-۱- بررسی بازار

۴-۱- شرکت های تولید کننده منسوجات ورزشی آمریکا پیشگام مطلق در عرصه فناوری نانو در صنعت منسوجات ورزشی است و پنج شرکت به نام آدیداس، کورتکس، ARC Outdoors، نانوهوریزنز (Nano Horizons Inc) و نانوتکس (Nano-Text) در این زمینه فعالیت دارند. مؤسسات تحقیقاتی دیگر نیز از قبیل هیوسنگ (Hyosung) کره جنوبی، هلدینگ نانو هنگ چین، پروتکس ایتالیا، اسچولر (Schoeller) سوئیس، سوزوتورا (Suzutora) ژاپن و اتحادیه تحقیقاتی تامسون کانادا در حوزه فناوری نانو در صنعت منسوجات ورزشی مشغول به کار هستند. برخی از تولیدکنندگان پوشاک ورزشی / بیرونی که از فناوری های نوین استفاده کرده اند در جدول ۱ فهرست شده اند. در ادامه، محصولات مبتنی بر فناوری نانو با تمرکز بر خواص ارتقاء یافته بررسی شده است.

۴-۲- منسوجات ورزشی مبتنی بر فناوری نانو

۴-۲-۱- منسوجات ضد آب و لک

تکمیل ضد آب و لک شاید بیشترین کاربرد نانو فناوری را در صنعت نساجی داشته باشد. تقاضا برای این فناوری تنها منحصر به منسوجات ورزشی / بیرونی نیست بلکه در البسه کار، مهمانی و غیره نیز توسعه یافته است. عملکرد مناسب منسوج با روش های مختلف فناوری نظیر پوشش با مواد پرفلوئور، نانو ذرات سیلیس، نانولوله های کربن یا با دی اکسید

جدول ۱. شرکت‌های فعال در زمینه منسوجات ورزشی

فعالیت	شرکت
دو برند اصلی این شرکت، CW-X و CW-X VersatX است که محصول دوم از پارچه‌ای تهیه شده است که به سرعت خشک می‌شود و محافظ در برابر پرتو فرابنفش می‌باشد. این شرکت در نانوفناوری لیفی خود قصد دارد از دی‌اکسید نقره برای ضد میکروبی و از دی‌اکسید تیتانیوم برای محافظت بیشتر در برابر UPF ۵۰+ استفاده کند.	Wacoal Sport Science Corp www.cw-x.com
نانوتکس یک شرکت مواد توسعه دهنده پلیمرهای نوین و شیمی مرتبط با پلیمر برای بهبود و ایجاد عملکرد جدید در پارچه است. این شرکت با استفاده از فناوری نانو موفق شده است که محصولات جدیدی به بازار ارائه کند. در میان شرکت‌های مصرف کننده از این محصولات می‌توان به شرکت‌های Adidas, New Balance, Gap, Old Navy, Target, Hogo Boos, Paul Stuart, Rene Lezrd اشاره کرد.	NanoTex www.nano-tex.com
محصولات مبتنی بر فناوری نانو این شرکت عبارتند از: ۱- Nanosphere، فناوری تکمیل مبتنی بر فناوری نانو که اجازه می‌دهد چرک و آب به راحتی از سطح منسوج زدوده شود، ۲- XDRY، تکمیل مدیریت پیشرفته رطوبت است به طوری که منسوج را از یک طرف ضد آب و ضد لک می‌کند و از سطح دیگر آبدوست می‌سازد و ۳- ActiveSilve، کنترل کننده باکتری از طریق تکمیل منسوج با نانوذرات نقره	Scholler www.scholler-textile.com
تولید کننده ایتالیایی پارچه‌های ضد آب و تنفس پذیر بر پایه پلازما برای محصولات ورزشی و بیرونی است. فناوری این شرکت برای تولید لباس شنی Speedo LZR racer استفاده شده است.	Mectex www.mectex.com
شرکت انگلیسی Pyi در فناوری نانوپوشش‌های ضد آب تخصص دارد. این شرکت با استفاده از پلازما یک لایه نانومتری را روی سطح محصول پوشش می‌دهد. سه شرکت معتبر ورزشی از قبیل Nike, Hi-tech و Adidas از جمله مشتریان این فناوری می‌باشند.	Pyi www.pyilabs.com

ضد لک و ضد بوی نامطبوع تهیه کرده است. مواد نانویی به کار رفته در این منسوجات طی فرآیند شستشو از بین نرفته و فشار و اصطکاک (مانند فشار ناشی از حمل کوله‌پشتی) را به خوبی تحمل می‌کند. بنابراین

تیتانیوم قابل دستیابی است. شرکت نساجی سوئیسی اسپولر تکستایل ای جی با استفاده از فناوری پوشش دهی نانو ذرات روی سطح پارچه‌ها (معروف به فناوری نانو اسفر - Nanosphere)، منسوجات ضد آب،



(ج)



(ب)



(الف)

شکل ۱. نمونه پارچه ضد آب با فناوری نانواسفر، (الف) سطح بالایی از مقاومت به آب، (ب) خودتمیزشوندگی طبیعی و (ج) عمل حفاظتی پایدار



شکل ۲. لباس کوهنوردی ضدآب [۵]

منسوجاتی که در آن‌ها از فناوری نانو استفاده شده باشد، پارچه‌هایی ایده‌آل برای لباس‌های بیرون و مخصوص فعالیت‌های ورزشی و تفریحی و نیز چادر زدن به شمار می‌آیند [۴]. شکل ۱، تصویری از پارچه ضد آب و ضد لک تهیه شده با این فناوری را نشان می‌دهد.

شکل ۲، نمونه‌ای از پارچه ضدآب قابل تنفس با قابلیت خشک شدن سریع، ضدآب و تراوش رطوبت، بادگیر و دفع آب پایدار، سبک وزن و نرم را نشان می‌دهد. این پارچه محصول شرکت تورای (Toray) است.

نمونه‌های دیگری از کالاهای به‌کارگیرنده فناوری ضد آب در شکل ۳ نشان داده شده است.



ژاکت Cloudveil با فناوری شرکت اسپچولر

ژاکت Odlo با فناوری شرکت اسپچولر

لباس بیرونی New Balance با فناوری نانو تکس

کفش Ecco Biom یا لایه ضد آب کورتکس

شکل ۳. کالای ورزشی ضد لک و ضد آب با استفاده از فناوری نانو

محققان MIT با روشی جدید، روکش بسیار نازکی از نانو ذرات فلزی را روی لباس‌های غواصی لایه‌نشانی کرده‌اند که تمام خواص مورد نیاز روکش‌ها، مانند ضدآب و ضد باکتری بودن و سایر روکش‌های فعال را در خود دارد (شکل ۴ الف). این روش در ساخت لباس‌های ورزشی کاربرد فراوانی خواهد داشت و پارچه مخصوص لباس غواصی که توسط شرکت Suzutora ساخته شده نمونه‌ای از آن است (شکل ۴ ب) [۶]. شرکت سوزوتورا با روشی به نام MASA، روکشی از نانو ذرات فلزی برای لباس‌های غواصی فراهم آورده که ضمن حفظ گرمای بدن، غواصی راحت و لذت بخشی را به ارمغان می‌آورد.

شرکت Sun Dry Swim و Frank Anthony Swimwear ماده پوششی ورزشی تهیه کرده‌اند که می‌تواند با استفاده از فناوری نانو آب را دفع کند [۷]. در این نوآوری، سرعت فرایند خشک شدن به وسیله‌ی فناوری نانو در پارچه لباس شنا افزایش یافته است. در روند تولید، از نوارهای توری نانو مقیاس در اطراف سطح الیاف استفاده شده است به طوری که هر نوار، نانو ذرات را به‌طور مستقیم به سطح پارچه لباس شنا پیوند می‌زند و دافعه‌ی دائم آب یا آب‌گریزی سطح را فراهم می‌کند [۸].



(ب) محصول شرکت Suzutora، پوشش داده شده با نانو ذرات فلزی

(الف) محصول شرکت Nano Tech EZ Stretch، حاوی ریزکپسول ضدآب در لایه اول، در لایه دوم لایه آبگریز، دی‌اکسید تیتانیوم در لایه سوم، لایه چهارم توپیرن

شکل ۴. لباس غواصی با فناوری نانو

محققان با پوشش دهی پارچه‌ها با نانو لایه‌های فلزی، لباس‌های نانو ساختاری و جدید گلف/اسکی تولید کرده‌اند که ضمن انعطاف‌پذیری، موجب افزایش احساس راحتی و قدرت عملکرد ورزشکار می‌شوند. شکل ۵، محصول Dermizax® EV شرکت تورای را نشان می‌دهد که پارچه مخصوص فعالیت سنگین با راحتی مناسب، خواص ضدآب فوق‌العاده پایدار، نرم، سبک وزن و حمل آسان، مناسب برای ورزش‌های

دفع کند [۷]. در این نوآوری، سرعت فرایند خشک شدن به وسیله‌ی فناوری نانو در پارچه لباس شنا افزایش یافته است. در روند تولید، از نوارهای توری نانو مقیاس در اطراف سطح الیاف استفاده شده است به طوری که هر نوار، نانو ذرات را به‌طور مستقیم به سطح پارچه لباس شنا پیوند می‌زند و دافعه‌ی دائم آب یا آب‌گریزی سطح را فراهم می‌کند [۸].

با نام اسمارت سیلور است که شامل افزودنی‌های با خاصیت ضد بو و ضد میکروبی دائمی برای لباس‌های پلی‌استر و پنبه ای است. این شرکت همچنین با افزودن نانو مواد به الیاف اصلاح شده اسمارت سیلور، کفی کفش، تی‌شرت، جوراب، دستکش و دیگر محصولات ضد بو ورزشی را می‌تواند تولید نماید.

شرکت هیوسونگ (Hyosung Corp) کره جنوبی با استفاده از فناوری نانو، الیاف ضد میکروب حاوی نانو ذرات نقره تولید کرده است. به ادعای مسؤلان این شرکت این ماده تا ۹۹٫۹ درصد مانع از سرایت باکتری‌های عامل ذات الریه، باسیل ها و قارچ ها می‌شود و درعین حال هیچ ضرری هم برای سلامتی افراد ندارند [۱۰].

شرکت گرین یارن-اکوفابریک (Greenyarnis Eco-Fabric) موادی ضد باکتری برای پارچه‌هایی که مخصوص جوراب و کفش‌های ویژه فعالیت در محیط‌های باز است، تولید کرده است. این شرکت، با قرار دادن نانو ذرات زغال بامبو فعال شده درون لیف پلی‌استر یا پنبه و سپس ریسیدن آن، منسوج ضد میکروب تهیه کرده است. زغال بامبو دارای ساختار متخلخل است و علاوه بر جذب بنزن، فنول، متیل‌الکل و دیگر مواد سمی از خواص ضد میکروبی نیز برخوردار است [۱۱]. برخی از محصولات ورزشی ضد میکروب با استفاده از فناوری نانو در شکل ۶ نشان داده شده است.



شکل ۵. لباس اسکی با خواص ضد آب و قابلیت تنفس [۹]

کوهنوردی و اسکی می‌باشد [۵].

۴-۲-۲- منسوجات ضد میکروب

کنترل بو در منسوجات ورزشی / بیرونی موضوع مهمی است. این نوع کنترل می‌تواند به روش‌های مختلفی نظیر پوششش بو با مواد معطر، حذف مولکول‌های بو به محض ایجاد یا با کاربرد تکمیل ضد میکروب حاصل شود. پارچه‌ها و نخ‌های E۴۷ تولیدی شرکت‌های نانوهاریزونز (Suzutora) و ARC Outdoor منسوجات ضد میکروبی هستند که با فناوری نانو تهیه شده‌اند [۹]. شرکت نانوهاریزونز دارای خط تولیدی

جوراب تهیه‌شده از پلی‌استر، نایلون و پنبه حاوی نانو ذرات کربن حاصل از گیاه بامبو، محصول شرکت Greenyarn



پارچه دو لایه تهیه‌شده از نخ پلی‌استر، نخ زغال بامبو و یون‌های سرامیک نقره، محصول شرکت PuckSkin



لباس ورزشی تهیه‌شده از لیف Cleancool با خواص مکش سریع، خشک شدن سریع و ضد میکروب، محصول شرکت Sinotextiles



یونیفرم تکواندو حاوی نانو ذرات نقره، محصول شرکت Culture Maker Corp.



شکل ۶. برخی از منسوجات ورزشی ضد میکروب تولید شده با فناوری نانو

تکنیک هنگ‌کنگ صورت گرفت، لباس‌های ورزشی با یک لایه پوششی نانومتری ترکیب پلیمرها و منورها و مواد محافظ در برابر نور خورشید تولید شده است. لایه شیمیایی که می‌تواند توسط فرآیند ارزان قیمت و رایج پد-خشک- پخت روی الیاف پارچه قرار گیرد، ضخامتی کمتر از ۱۰۰ نانومتر یعنی حدود ۰,۰۰۰۱ میلی متر دارد. این لایه همانند مانعی در برابر پرتو مضر فرابنفش نور خورشید عمل کرده و به طرز چشمگیری خطر سوختگی پوست در برابر آفتاب، پیری زودرس پوست و سرطان پوست را کاهش می‌دهد. در مقایسه با پارچه اصلاح‌نشده، محافظت این لایه ۵ برابر بیشتر بوده و پس از ۵۵ بار شستشو، کیفیت جذب پرتو فرابنفش این پارچه هنوز بسیار بالا است [۱۴].

۵- جمع بندی

بازار منسوجات ورزشی / بیرونی زنجیره ارزشی گسترده‌ای از تولید لیف تا ریسندگی نخ، بافندگی پارچه و در نهایت تولید پوشاک تکمیل شده و سپس انتقال آن به فروشندگان را در بر می‌گیرد. امروزه بازارهای منسوجات ورزشی و بیرونی متقاضی منسوجات با عملکردهایی نظیر ضد میکروبی، خودتمیزشوندگی، ضد آب و روغن، جاذب رطوبت، محافظ در برابر پرتو فرابنفش، مقاوم در برابر پارگی، عایق حرارتی و رهایش کنترل شده مواد شیمیایی نظیر داروها و مواد معطر هستند. فناوری نانو با توجه به مزیت‌های ذاتی نانومواد نظیر مساحت سطحی بالا و واکنش پذیری فوق العاده می‌تواند خصوصیات مورد نظر اشاره شده را فراهم سازد. بهبود عملکرد منسوجات با استفاده از فناوری نانو از طریق سه رویکرد الیاف حاوی نانومواد، عملیات تکمیلی و الکترورسی صورت می‌گیرد به طوری که اغلب منسوجات با خواص ارتقاء یافته موجود در بازار از طریق عملیات تکمیلی نظیر پوشش حاوی نانوذرات یا عملیات پلازما تهیه شده‌اند. منابع در دفتر نشریه موجود است



شکل ۷. پارچه با قابلیت مدیریت رطوبت [۵]

و آن را دور می‌کنند؛ در نتیجه بدن فردی که لباس را پوشیده است، حتی پس از عرق کردن نیز خشک و خنک بوده و فرد احساس راحتی بیشتری می‌کند. پلی استر عمل شده با **Coolst comfort** چهار برابر سریع تر از پنبه ۱۰۰ درصد خشک می‌شود [۹].

۴-۲-۴- منسوجات محافظ

در برابر پرتو فرابنفش

در زمینه منسوجات محافظ در برابر پرتو فرابنفش می‌توان به شرکت آمریکایی ادی بائر (Eddie Bauer) که یک شرکت تولیدکننده پوشاک است اشاره نمود که با استفاده از فناوری پوشش دهی نانوذرات، پارچه‌هایی با خاصیت محافظت در برابر پرتوهای فرابنفش تولید کرده است [۱۲]. شرکت نانو فاز نیز در محصولات تجاری نانوپوشش خود از روکش‌های نانوکامپوزیتی حاوی نانو ذرات بلوری اکسید روی استفاده کرده است و پارچه‌هایی با قابلیت محافظت در برابر پرتوهای **UVA** و **UVB** تولید نموده است. لباس‌های ساخته شده با این روش نه تنها حفاظت مؤثری در برابر پرتو فرابنفش دارند بلکه، شفاف، ضد خش و ضد سایش هستند [۱۳]. در پژوهشی که توسط محققان دانشگاه پلی

۴-۲-۳- منسوجات با قابلیت جذب رطوبت

پارچه‌های مصنوعی و عملیات تکمیلی رزینی (نظیر ضد چروک) معمولاً ماهیت آب‌گریزی دارند، با این حال، با عملیات فناوری نانو این پارچه‌ها قادرند که رطوبت را جذب کنند و عرق را از بدن انسان بیرون کنند و سبب خشکی منسوج و راحتی شوند.

شرکت آدیداس در خط لباس زیر یوکوم- **Yocum** (پنبه - نایلون) با فناوری راحتی خنکی نانوتکس و شرکت‌های مک تکس (**Mectex**) و ونتکس (**Ventex**) برای تولید جوراب خود از این فناوری مدیریت رطوبت استفاده کرده‌اند [۱]. شکل ۷ محصول شرکت تورای با نام تجاری **FieldSensor®BYOKAN** با قابلیت جذب آب، خشک کردن بسیار سریع سطح پوست، بافت نرم مناسب برای ورزش‌های دوومیدانی، فوتبال، اسکی، کوهنوردی و گلف را نشان می‌دهد [۵].

محصول **Coolst Comfort** شرکت نانوتکس یک سامانه مکش رطوبت پیشرفته است که کنترل و تعادل دمای بدن انسان را برای ایجاد احساس تازگی و خشکی پارچه کمک کند. این الیاف تعرق بدن را جذب کرده



فرار کارخانه‌ها تهدیدی برای رشد و اشتغال



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

می‌بیند و فکر می‌کند این راه به سر منزل مطلوب نخواهد رسید و حتی ممکن است مشکلات جدی اجتماعی-سیاسی به وجود آورد.

توافق برجام امید بسیار ایجاد کرده است ولی به تدریج رنگ می‌بازد؛ زیرا که برای دستیابی به نتایج ملموس در کسب‌وکار نیاز به اقدامات دیگری بود که انجام نشد و به همین دلیل در مواردی امیدها در مسیر ناامیدی قرار گرفت. البته همه می‌دانیم که قرار نیست مشکلات ۵۰ ساله اقتصاد ایران در چند ماه حل و فصل شوند ولی انتظار آن بوده و هست که راستای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی پس از برجام مسیر روشنی را در پیش روی کسب‌وکار گذارد و امکان برنامه‌ریزی را برای مدیران آن به وجود آورد تا از مسیر گسترش فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری و صادرات، رونق اقتصادی برای خود و کشور ایجاد کنند. طی ۳۰ ساله که کشورمان گرفتار جنگ و تحریم‌ها بود، زیربنای اقتصادی مستهلک شدند، در حالی که نظام اقتصادی جهان در همین دوران، تغییر فراوان کرد و ما در ایران هیچ‌گاه فرصت پیدا نکردیم مکانیزم‌های اقتصادیمان را با آنچه روال متداول در جهان شده و البته می‌تواند منافع ملی ما را هم تامین کند، هماهنگ کنیم و کمبودها را جبران کنیم.

بازسازی زیرساخت‌های فیزیکی کشور چون فرودگاه، جاده، بندر و... احتیاج به تکنولوژی و سرمایه فراوان دارد که فعلا فاقد آن هستیم. بازسازی نرم‌افزارهای کشور چون قوانین و فرآیندها نیاز به سیاست‌گذاری متناسب و نیروی انسانی مسلط به تکنولوژی و مدیریت جهانشمول دارد که ابزار آن نیز فراهم نیست و متأسفانه هر سال بیش از ۱۰۰ هزار نفر از تحصیل‌کردگان کشور را به دلیل مهاجرت به خارج، از دست می‌دهیم. علاوه بر آن ماشین‌آلات در بنگاه‌ها مستهلک شده‌اند و تقریباً همه آنان باید بازسازی و از تکنولوژی نو بهره‌مند شوند تا بتوانند کالا و خدمت

امروز برخی از صادرکنندگان نمی‌توانند کالای خود را به نام ایران صادر کنند یا آنکه نمی‌توانند پول آن را به راحتی دریافت کنند. به علاوه بازگشت شرایط سیاسی-بین‌المللی کشور به وضعیت عادی را طولانی مدت می‌بینند. در نتیجه تعدادی از آنان به فکر افتاده‌اند تا بخشی از خط تولید خود را به کشورهای دیگر منتقل کنند.

کشورهایی چون گرجستان یا جمهوری آذربایجان و... که فقط یک ساعت فاصله پروازی با ما دارند و حتی از بندرعباس به تهران نزدیک‌تر و ارزان‌تر هستند، مقصد جدید فعالان اقتصادی هستند تا بتوانند کالای خود را به نام آن کشورها صادر کنند. در مقابل آن کشورها نیز شرایط ایران و جهان را درک کرده‌اند و به سرعت راه ورود ایرانیان و سرمایه آنان به کشور خود را تسهیل کرده‌اند. اگر این روند سرعت گیرد یا گسترش یابد موضوع ایجاد اشتغال در کشور را به روندی معکوس یعنی به روندی برای کاهش اشتغال و درآمد در ایران تبدیل خواهد کرد. سوال آن است که چگونه می‌توانیم با تغییر شرایط کسب‌وکار، انتقال واحدهای تولیدی به خارج از کشور را غیراقتصادی کنیم قبل از آنکه با مصیبتی دیگر چون فرار مغزها و سرمایه‌ها مواجه شویم.

معمولاً سیاست‌گذاران اقتصادی کشور مطالب کارشناسی را نمی‌خوانند؛ زیرا که آنقدر گرفتار مشکلات روزمره هستند که فرصت خواندن ندارند و برخی از آنان فکر می‌کنند که مطالب تکراری کارشناسان دردی از دردهای چندگانه کشور را دوا نمی‌کند، زیرا کارشناسان از مشکلات واقعی اطلاع ندارند و به اصطلاح دستی از دور بر آتش دارند. ولی ما کارشناسان وظیفه خود می‌دانیم که آنچه را به نظرمان می‌رسد مطرح کنیم تا شاید مورد توجه قرار گیرد. آنچه امروز در این یادداشت مطرح می‌کنم از عمق نگرانی‌ام سرچشمه می‌گیرد که مسیر پیش‌روی اقتصاد کشور را ناهموار



بی‌جهت آنان را مرتفع نکنیم، همان‌گونه که در برجام انجام دادیم، از چه راه دیگری می‌توانیم جو مثبت پیش آمده پس از برجام را حفظ و مشکلات فوق‌الذکر را مرتفع کنیم؟

ممکن است برخی کشورهای صاحب تکنولوژی و سرمایه و موسسات مالی آنان علاقه جدی برای همکاری با ایران نداشته باشند یا حتی با حاکمیت ایران دشمنی داشته باشند، ولی همان کشورها نیازمند همکاری با ایران هستند؛ زیرا که ظرفیت‌های عموماً ناشکفته ایران را می‌شناسند و خریدار آن هستند. برخی با درک نادرست از اقتصاد مقاومتی فکر می‌کنند که اگر بیشتر به درون کشور بپردازیم و با استفاده از امکانات داخلی کشور را اداره کنیم، در آینده شرایط بهتری خواهیم داشت. آیا واقعاً می‌توان در این دنیای جهانی شده، صرفاً با اتکا به منابع داخلی کشور را اداره کرد؟

از دید کارشناسی آشنا به شرایط بین‌المللی این کار امکان‌پذیر نیست. هیچ کشوری نمی‌تواند بدون تعامل با کشورهای دیگر اقتصاد کشورش را به‌درستی اداره کند حتی آمریکا. بدون نفوذ در بازارهای صادراتی و ایجاد کار برای تحصیل‌کردگان بیکار کشور که هر روز بر تعدادشان افزوده می‌شود، نخواهیم توانست رشدی پایدار به‌وجود آوریم. مثالی کوتاه شاید کمک‌کننده باشد. هندوستان در زمینه ارتباطات و مخابرات سال‌ها جلوتر از ما ایرانیان است و دسترسی بسیار خوبی به بازارهای بزرگ چون آمریکا دارد. اگر بتوانیم با آنان به مذاکره بنشینیم و زمینه همکاری با آنان را فراهم آوریم و البته سعی کنیم برخی از نگرانی‌های آنها یا مشتریان آنها را مرتفع کنیم، می‌توانیم زمینه اشتغال را برای ده‌ها هزار مهندس و تکنسین کامپیوتر و ICT به‌وجود آوریم. باید بدانیم که در سال‌های آتی تنها با صادرات نفت، میعانات گازی و محصولات پتروشیمی و... نمی‌توان نیازهای اشتغال مملکت را رفع کرد و هر روز لشکر بیکاران گسترده‌تر می‌شود و ممکن است مسائل اجتماعی، فرهنگی و شاید سیاسی بسیار به‌وجود آورد.

توصیه کارشناسی آن است که باید هرچه زودتر روابط بین‌المللی را گسترده‌تر کنیم و با استفاده از الگوی برجام و تجربه بسیار خوبی که به‌دست آورده‌ایم برنامه مذاکره با کشورهای مرتبط جهت ایجاد تعامل و جذب تکنولوژی، سرمایه و نیروی انسانی را تنظیم کنیم و به‌خصوص به‌منظور دسترسی به بازار برای گسترش صادرات کالا و خدمات اقدام‌های مورد نیاز را به عمل آوریم، ولی این روابط به نتیجه مطلوب نخواهد رسید مگر آنکه فضای کسب‌وکار در کشور جذب‌کننده سرمایه‌گذار به‌جای دفع‌کننده آن باشد. نکته آخر اینکه تا زمانی که سرمایه‌گذاران خودمان در فکر انتقال امکانات خود به خارج از کشورند هیچ سرمایه‌گذار خارجی به کشور نخواهد آمد مگر آنکه به‌دنبال رانت باشد.

رقابت‌پذیر تولید کنند و حتی تعداد قابل‌توجهی از آنان که روزی کالای قابل فروش تولید می‌کردند، باید تغییر خط تولید دهند یا از نظر مکانی جابه‌جا شوند تا رقابت‌پذیر باشند. انجام این امور نیاز به رابطه گسترده با جهان مدرن و صاحب تکنولوژی و سرمایه دارد تا بتوان در جهت تامین کمبودها اقدام کرد. از موارد فوق مهم‌تر، اهمیت بخش مالی کشورها (Financial Sector) است که در دنیای جهانی‌شده امروز محور هر فعالیت اقتصادی است. در این زمینه نیز کمبودهای فراوان داریم و اکثر موسسات بانکی کشورمان با مشکلات جدی مواجهند که در صورت بروز بحرانی حتی کوچک می‌تواند ضایعه‌ای بزرگ به‌وجود آورد.

در نهایت نیاز فراوان به نیروی انسانی تحصیلکرده و پرتجربه و آشنا به تکنولوژی‌های مدرن و روزآمد داریم تا بتوانند زمینه‌ساز سیاست‌گذاری مناسب در کشور شوند و با صاحبان تکنولوژی و سرمایه در نقاط دیگر دنیا تعامل کنند تا مجبور نباشیم پروژه‌ها را به‌صورت کلید به دست و بدهی‌های چند لایه تعریف کنیم یا احتمالاً قدرت فنی بهره‌برداری از آن را به درستی نداشته باشیم. توافق برجام مهم و قابل‌تقدیر بود؛ زیرا که بخش مهمی از تحریم‌ها را از میان برداشت، ولی مشکلات و ناهماهنگی‌های دیگر که به‌دلیل فقدان تعامل مناسب با جهان طی سی و چند سال گذشته به‌وجود آمده‌اند نیز باید حل و فصل شود. مثلاً تکلیف تحریم‌های باقی مانده چه می‌شود که بانک‌های بزرگ جهان به‌دلیل یا بهانه آن با ایران همکاری نمی‌کنند. یا در حالی که در بدترین شرایط ریسک بین‌المللی قرار داریم امکان تصحیح آن و به‌وجود آوردن فضای مناسب برای جذب سرمایه خارجی چگونه امکان‌پذیر می‌شود. در شرایطی که در رتبه بندی FATF (گروه کاری اقدام مالی) هم ردیف کره‌شمالی به‌شمار آمده‌ایم چگونه می‌توانیم اعتماد بانک‌های بزرگ را جلب کنیم. یا زمانی که رتبه فساد کشور هم ردیف کشورهایی چون کامرون، نپال، نیکاراگوئه، پاراگوئه و اوکراین قرار گرفته و شاخص سهولت کسب‌وکار ایران در رتبه ۱۱۸ (از بین ۱۸۹ اقتصاد مورد مطالعه بانک جهانی در سال ۲۰۱۶) است چگونه انتظار داریم که سرمایه‌گذاران بین‌المللی به ایران بیایند و سرمایه خود را در این کشور به کار اندازند. آیا ایرانی‌ها که قطعاً کشورشان را بیشتر از خارجی‌ها دوست دارند حاضرند سرمایه خود را به کشور بازگردانند؟ نگاهی به روند خروج سرمایه از کشور حتی در یکی، دو سال گذشته پاسخ روشن به این سوال می‌دهد.

آیا رفع مشکلات فوق به جز از راه مذاکره با کشورهای مرتبط امکان‌پذیر است. آیا می‌توانیم مشکلات از این دست را رها کنیم تا خود به‌تدریج حل و فصل شوند؟! تجربه کشورهایی چون کوبا و ونزوئلا جواب روشنی برای ما دارد. اگر در جهت قبولاندن موقعیت و ظرفیت‌های کشورمان رودرروی کشورهای صاحب اثر به بحث بنشینیم و نگرانی‌های عموماً



باید کاری کرد قاجاق صرفه اقتصادی نداشته باشد

علیمردان شبیبانی نایب رییس انجمن صنایع نساجی ایران.....

قاجاق به بخش‌های مختلفی از کشور صدمه زده است. البته مسئولان الان نظارت بیشتر و کنترل دقیق‌تری روی ماجرا دارند، اما هنوز هم قاجاق صنایع را فلج می‌کند، یکی از صنایع که تحت فشار قاجاق با مشکلات عدیده‌ای مواجه شده است، صنعت نساجی است. واقعیت این است که حجم قاجاق به خصوص در کالای نساجی - چون قاجاق پذیرتر است - به اندازه‌ای است که نمی‌شود تمام گناه‌ها را گردن کوله‌بران و چمدان مسافرها انداخت. حجم عظیم کالای قاجاقی که در بازار، مغازه‌ها و انبارها دیده می‌شود، به طور قطع، نمی‌تواند کار چند مسافر و کوله‌بر باشد. به هر حال باید دقت کرد که نمی‌شود یک کانتینر را به دور از چشم مسئولان وارد کشور کرد. بنابراین این برای همه همکاران نساجی سوال است که چطور این حجم قاجاق وارد کشور می‌شود؟

این طبیعی است که قیمت تمام‌شده کالای قاجاق به دلیل نپرداختن عوارض و مالیات ارزان‌تر از تولید داخلی شود. متأسفانه همین مسئله باعث می‌شود که کالای داخلی عملاً متقاضی نداشته است و رقابت‌پذیری‌اش را از دست بدهد. البته باید این مسئله را مطرح کرد که بخش زیادی از مقصر تقاضا برای کالای قاجاق به خودمان برمی‌گردد. در کشور به دلیل طرز فکرها، در تنوع کالا مسئله داریم. الان سی سال است که رنگ روپوش حتماً باید تیره باشد. اما در مقابل در کالای قاجاق تنوع‌های

رنگی زیادی دیده می‌شود. در دنیا، هفته‌ای یک مرتبه طرح و مد عوض می‌شود. خود این مسئله هم ولع و تمایل زیادی ایجاد می‌کند که مردم به دلیل تنوع طرح و رنگ‌آمیزی به

در کجای دنیا با بهره ۱۸ درصد کار می‌کنند؟ در کجای دنیا ۲۳ درصد پول بیمه از کارفرما گرفته شود؟ در کجای دنیا ۱۱۰ روز در سال و بعضی مواقع در وسط هفته، کارخانه‌ها تعطیل می‌شود. این موارد همگی از جمله مشکلاتی است که قیمت تمام‌شده تولید داخل را بالا می‌برد. بنابراین زمانی هم که قیمت بالا رفت نمی‌شود مردم را مجبور کرد که کالای داخلی بخرند.

سمت کالای قاجاق کشیده شوند. بنابراین باید روی این قضیه برنامه‌ریزی کرد. چرا که وارد شدن هر یک کیلو کالای قاجاق به معنی بی‌کاری یک نفر است. به هر حال همه این کالاهای می‌توانست در کشور تولید شود و ارزش افزوده و اشتغال ایجاد کند، اما عدم مدیریت و برنامه‌ریزی موجب شده است که کالای قاجاق

وارد کشور شود. در ماه‌های اخیر، اقدامات بسیار بهتر و مناسب‌تری در برخورد با قاجاق انجام شده است. از رهبری تا پایین‌ترین رده‌های کشور در این باره صحبت و تصمیم‌گیری کرده‌اند. باید کاری کرد که قاجاق صرفه اقتصادی نداشته باشد. به این ترتیب دیگر قاجاقچی هم کالایش را وارد کشور نمی‌کند. البته بخشی از این ماجرا به قیمت تمام‌شده کالای داخلی برمی‌گردد. قیمت تمام‌شده کالای داخلی باید مناسب و طرح و کیفیت و رنگش مورد پسند مصرف‌کننده باشد، به این ترتیب کسی به سمت قاجاق نمی‌رود. همچنین باید این نکته را در نظر گرفت که بالا رفتن قیمت تمام‌شده، تماماً به تولیدکننده بخش خصوصی بستگی ندارد. اکثر این هزینه‌ها، عوارضی است که به ما تحمیل می‌شود. در کجای دنیا با بهره ۱۸ درصد کار می‌کنند؟ در کجای دنیا ۲۳ درصد پول بیمه از کارفرما گرفته شود؟ در کجای دنیا ۱۱۰ روز در سال و بعضی مواقع در وسط هفته، کارخانه‌ها تعطیل می‌شود. این موارد همگی از جمله مشکلاتی است که قیمت تمام‌شده تولید داخل را بالا می‌برد. بنابراین زمانی هم که قیمت بالا رفت نمی‌شود مردم را مجبور کرد که کالای داخلی بخرند. این ما هستیم که باید حرکت کنیم، ما نیاز به همیاری بسیار بیشتر و مداوم‌تر بخش دولتی داریم. اگر بخش دولت به کمک صنعت بخش خصوصی نیاید، مشکل حل نخواهد شد.



ضرر همگانی از زد و خورد های سیاسی

فرشاد مومنی استاد دانشگاه و کارشناس مسائل اقتصادی

اقتصاد سیاسی رانتی حتی در این دولت هم همان شیوه نامطلوب و سیاست زده دولت قبلی به کار گرفته می شود که هر کسی تعدادی سند در جیب می گذارد تا برای اثبات خصم در زمان مناسب از آنها استفاده کند.

این شیوه برخورد باعث شده که قادر به شناسایی ریشه های نهادی و ساختاری این گرفتاری نشویم و چون در این زد و خورد ها طرفین یا تعرض یا دفاع می کنند اصلا کسی به فکر این نیست که کشور و مردم و آینده ایران در حال پرداخت هزینه است. از نظر منطق علمی و مبانی اخلاقی وقتی درباره عملکرد این دولت می خواهیم داوری کنیم یک رکن قضاوت کارشناسی و مبتنی بر صداقت و اخلاق این است که ببینیم دولت چه چیزی تحویل گرفته است. گزارش نماگرهای اقتصادی بانک مرکزی نشان می دهد در فاصله نیمه سال ۱۳۸۴ تا پایان سال ۱۳۸۹ با مقیاس خالص حساب سرمایه، خروج سرمایه از کشور در این فاصله اندک ۱۲۵ برابر افزایش یافته است.

اگر فرض کنیم که متناسب با این میزان خروج ثبت شده سرمایه مادی، خروج ثبت شده و ثبت نشده سرمایه انسانی هم در این دوره وجود داشته است، برای نجات کشور بسیار حیاتی است که به جای بند کردن بر اشخاص و به ویژه احمدی نژاد روی این مسئله تمرکز کرد که ساختار نهادی و آرایش قوا در میان حکمرانان کشور و طرز تلقی های حاکم و نظام

کشور مسئولیت امور اجرایی را بر عهده داشتند و صرف نظر از اینکه بقیه اجزای ساختار قدرت که خارج از قوه مجریه هستند چقدر در شکل گیری شرایط موجود نقش داشته اند باید اکنون را دید که شرایط کشور بسیار خطیر است و ادامه این طرز برخورد با دولت باعث ضرر همگان خواهد شد.

عملکرد دولت های نهم و دهم

واقعیت این است که طی سال های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ از نظر شدت ناکارآمدی و گستره و عمق فساد مالی کشور بدترین شرایط در کل دوران جمهوری اسلامی را تجربه کرده است. مستند چنین ادعایی گزارشی است که در مهرماه ۱۳۹۲ مرکز پژوهش های مجلس منتشر کرد که از یک موضع غیر جناحی و موضع عبرت گیری از آنچه که اتفاق افتاده دوره هشت ساله احمدی نژاد را با دوران خاتمی مورد مقایسه قرار داده است. یکی از یافته های مهم آن مطالعه این بود که در دوره مسئولیت احمدی نژاد برای دستیابی به هر یک واحد رشد اقتصادی، کشور پنج برابر دوره مشابه قبلی هزینه کرده است.

برای اولین بار در تاریخ پس از انقلاب اسلامی در دوره احمدی نژاد سال هایی را تجربه کردیم که از کل کشورهای جهان فقط هشت کشور از نظر گستره و عمق فساد وضعیت بدتری از ایران داشتند. در اینجا برخوردهای سیاست زده مسئله را روی اشخاص متمرکز می کند و به اقتضای

خدمت بزرگی که رسانه های کشور در شرایط خطیر کنونی می توانند بکنند این است که تلاش کنند تغییری در فضای به شدت نامطلوب سیاسی کشور ایجاد کنند. واقعیت این است که بخشی از این شرایط نامطلوب به قاعده اقتضای اقتصاد سیاسی رانتی قابل درک است. به این معنا که در آستانه سیکل سیاسی بسیار مهمی قرار داریم که همه گروه های ذی نفوذ تمام تلاش خود را انجام می دهند که به شکل ممکن رقبای خود را از میدان به در کنند.

اگر هر کس از زاویه منافع ملی به این شرایط نگاه کند بدون تردید دچار نگرانی ها شدید خواهد شد. دلیل نگرانی این است که ما با وضعیت بسیار پیچیده و خطیری روبه رو هستیم که اگر همه ظرفیت های انسانی و مادی کشور را به کمک بگیریم احتمال دارد که بتوانیم بخشی از ابعاد گرفتاری ها و بحران های موجود را مهار کنیم. اما اگر قرار باشد در کادر بازی همه یا هیچ، برخورد خصمانه به شکلی که اکنون در کشور مشاهده می کنیم استمرار داشته باشد شخصا بر این باور هستیم که همه ضرر خواهیم کرد.

متأسفانه با پیشگامی منتقدان دولت یک فضای آشوب ناک و کاملاً رانته زده و سیاست زده در داوری راجع به عملکرد اقتصادی دولت فعلی وجود دارد. در حالی که باید بیش از آنکه مسئله را در کادر جناحی و بانندی بررسی کرد در کادر منافع ملی به آن نگاه کرد. صرف نظر از اینکه چه اشخاصی با چه شیوه هایی طی ده سال گذشته در

قاعده‌گذاری‌ها و طرز اجرای سیاست‌ها به چه صورت بوده که چنین میزان خروج سرمایه مادی و انسانی ایجاد شده است. من سال ۱۳۸۹ را به این علت برجسته می‌کنم که نشان دهم اساس فاجعه‌های بزرگ در دولت احمدی نژاد اساسا قبل از تشدید تحریم‌ها بوده است.

در گزارش دبیرخانه شورای عالی اشتغال در سال ۱۳۹۳ منتشر شده که نشان می‌دهد تعداد بنگاه‌های تولیدی مشکل‌دار کشور در فاصله سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ هفت و نیم برابر شده است. معنای آن این است که وقتی بنگاه‌های تولیدی ما با این میزان از جهش مواجهه با بحران روبه‌رو شده‌اند، کشور در اثر ندانم‌کاری‌ها، فسادها، آتش‌افروزی‌ها و تنش‌آفرینی‌های داخلی و بین‌المللی هزینه بسیار بزرگی را متحمل شده که توان رقابت و مقاومت اقتصاد ملی را تحت تاثیر قرار داده و حتی می‌تواند امنیت ملی ما را هم تحت تاثیر قرار دهد. لذا به شدت نیازمند این هستیم که صرف نظر از اشخاص، درباره رویه‌ها و شیوه حکمرانی در آن دوره ارزیابی‌های کارشناسی جدی در را دستور کار قرار دهیم.

مثال دیگر گزارش سازمان توسعه تجارت در سال ۱۳۹۲ و در زمان مسئولیت آقای احمدی نژاد است که نشان می‌دهد سهم واردات کالاهای سرمایه‌ای از کل واردات کشور از ۴۷٫۳ درصد در سال ۱۳۸۳ به ۱۲ درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده است. معنای این آمار گروگان‌گیری آینده کشور و آینده‌فروشی بسیار وحشتناکی است که اتفاقا در دوره اوج شکوفایی درآمدهای نفتی کشور رخ داده است. لذا اگر این موضوعات را ریشه‌یابی نکنیم نمی‌توان داوری کارشناسی و مبتنی بر علم و اخلاق از شرایطی که آقای روحانی کشور را تحویل گرفت داشته باشیم و اینکه اقدامات ایشان تا چه میزان در گروگان دولت قبلی قرار داشته است. همچنین برای اینکه بتوانیم داوری کارشناسی داشته باشیم باید دید در همین دوره سه ساله منابع و امکاناتی که در اختیار این دولت بوده به چه صورت بوده است.

دولت یازدهم چطور کار را آغاز کرد؟

به فاصله کوتاهی پس از روی کار آمدن دولت روحانی روند سقوط قیمت نفت در بازارهای جهانی پدیدار شد و تقریبا از شش ماهه دوم سال اول روی کار آمدن ایشان شرایطی را تجربه کردیم که در مقایسه با زمان روی کار آمدن این دولت قیمت نفت در هر بشکه حدود ۷۰ دلار کاهش یافت. طبیعتا اگر این واقعیت را نبینیم و همچنان روی طبل انتظاراتی بکوبیم که به شیوه مشکوکی در دولت قبلی با اتکا به درآمدهای بی‌سابقه نفتی به آن دامن زده شد، داوری منصفانه و مبتنی بر اخلاق نمی‌توانیم داشته باشیم.

با این حال اگر این واقعیت را هم مورد توجه

اگر همه ظرفیت‌های انسانی و مادی کشور را به کمک بگیریم احتمال دارد که بتوانیم بخشی از ابعاد گرفتاری‌ها و بحران‌های موجود را مهار کنیم. اما اگر قرار باشد در کادر بازی همه یا هیچ، برخورد خصمانه به شکلی که اکنون در کشور مشاهده می‌کنیم استمرار داشته باشد شخصا بر این باور هستیم که همه ضرر خواهیم کرد.

قرار ندهیم که آقای روحانی و همکاران ایشان در سه سال گذشته در کنار اقدامات مثبت و ارزشمندی که انجام دادند خطاهای راهبردی مهمی هم داشتند اشتباه کردیم، ولو اینکه این کار با بهانه تقویت و حمایت از دولت صورت بگیرد؛ چراکه باعث می‌شود دولت اشتباهات خود را متوجه نشود و حیثیت دولت مخدوش شده و

کشور هم ضرر کند.

به همین دلیل من معتقدم دو سند بسته‌های سیاستی که دولت منتشر کرده و سه سند لایحه بودجه‌ای که تقدیم مجلس کرده و سند لایحه احکام مورد نیاز برای برنامه ششم، حکایت از ضعف جدی بنیه فکری کارشناسی مستتر در این اسناد است. دولت فعلی ممکن است به درستی اشاره کند که دولت قبلی رویه‌هایی به کار گرفته که شاهد یک سقوط در بنیه کارشناسی کشور بوده‌ایم؛ اما سه سال هم زمان اندکی برای جبران بخشی از این ضعف‌ها نیست.

متاسفانه به شرحی که از دستگاه‌های متولی اقتصاد کشور مشاهده و از مطالب ارائه‌شده توسط آقای رییس‌جمهور استنباط می‌شود، متوجه می‌شویم آقای روحانی نتوانستند یک بنیه مشاوره کارشناسی قابل اعتنا و راهگشا اطراف خود جمع کنند و این نقص برای مسئولان اقتصادی کلیدی دولت که مسئولیت اجرایی مشخص دارند بسیار قابل مشاهده‌تر و نگران‌کننده‌تر است.

مثلا یکی از خطاهای راهبردی بزرگ دولت در هر دو بسته این بوده که به اسم خروج از رکود توجه و تمرکز خود را روی یک رشته فعالیت‌هایی گذاشت که حتی در بدترین سال‌های عملکرد اقتصادی کشور (سال‌های ۹۱ و ۹۲) اصلا شرایط بحرانی نداشتند و از این ناحیه کشور همچنان به سبکی که در دولت قبلی بود اداره شده است که باعث شده فعالیت‌هایی که مضمون رانتهی داشته و در کل دوران بحران هرگز مشکل نداشتند همچنان مورد عنایت ویژه قرار بگیرند و آنهایی که در معرض بحران بودند فشارهای بسیار شدیدی را تجربه کنند. لذا از زاویه توجه اصولی به ارتقای بنیه تولیدی کشور، دولت آقای روحانی خطاهای راهبردی جدی داشته که باید آنها را برطرف کند که متاسفانه در هر شش سند منتشرشده شاهد استمرار این خطای راهبردی هستیم.

مسئله مهم دیگر این است که علی‌رغم تلاشی

در گزارش دبیرخانه شورای عالی اشتغال در سال ۱۳۹۳ منتشر شده که نشان می‌دهد تعداد بنگاه‌های تولیدی مشکل‌دار کشور در فاصله سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ هفت و نیم برابر شده است. معنای آن این است که وقتی بنگاه‌های تولیدی ما با این میزان از جهش مواجهه با بحران روبه‌رو شده‌اند، کشور در اثر ندانم‌کاری‌ها، فسادها، آتش‌افروزی‌ها و تنش‌آفرینی‌های داخلی و بین‌المللی هزینه بسیار بزرگی را متحمل شده که توان رقابت و مقاومت اقتصاد ملی را تحت تاثیر قرار داده و حتی می‌تواند امنیت ملی ما را هم تحت تاثیر قرار دهد.

عنوان برنامه ششم منتشر شده قابل مشاهده است. اما آیندگان درباره حسن روحانی از موضع تاکتیک‌هایی که در برابر رقبای بعضا غیرمنصف خود اتخاذ کرده داوری نخواهند کرد، بلکه از موضع اینکه چقدر مصالح بلندمدت و میان‌مدت را به ملاحظات کوتاه‌مدت ترجیح داده درباره وی و همکارانش داوری خواهد کرد.

لذا مشفقانه به ایشان و کل ارکان ساختار قدرت این نکته را گوشزد می‌کنم که راه نجات ایران از طریق طراحی یک برنامه میان مدت توسعه با کیفیت عبور می‌کند و به جای دامن زدن به این زد و خوردها، باید ساز و کار و بستریایی فراهم کرد که امکان طراحی چنین برنامه‌ای با همکاری تمام اجزای ساختار قدرت فراهم شود. نکته دیگر اینکه چنین شرایطی راه را برای برخورد‌های فرصت‌طلبانه، شعارگونه و نابودکننده منافع ملی فراهم می‌کند. اکنون زرمه‌هایی شنیده می‌شود که کسانی گفته‌اند که می‌آیند و سفته‌پروری را در ابعاد بسیار وحشتناک‌تر وعده داده‌اند که می‌تواند کشور را تا آستانه نابودی پیش ببرد. به نظر من نقش نهادهای نظارتی و فرادست قوه مجریه و به خصوص مجلس در اینکه تمهیدی قانونی بیاندیشند که کسانی با انگیزه‌های عوام‌فریبانه و ضد مصالح ملی نتوانند وعده‌های مخرب و غیرقابل‌عمل ارائه دهند بسیار مهم است.

توسعه‌ساز دولت که در بودجه عمومی دولت انعکاس پیدا می‌کند می‌توان مشاهده کرد. همچنین به طور همزمان با بحران بی‌سابقه در عرضه کل روبه‌رو هستیم که دولت باید به آن توجه داشته باشد.

در مجموع گستره و عمق تخریب‌ها در مقایسه با دولت قبلی کاهش چشمگیر پیدا کرده که از این بابت از دولت آقای روحانی سپاسگزاریم. با این حال خطاهای راهبری قابل اعتنایی هم همچنان وجود دارد که البته در ابعاد دولت قبلی نیست اما از موضع امر به معروف و نهی از منکر آنها را گوشزد می‌کنیم. لذا اگر این چالش‌ها بازپچه زد و خورد‌های سیاسی قرار بگیرد همگان ضرر خواهند کرد. در چنین شرایطی نقش نهادهای فرادست برای توقف این زد و خورد‌های مخرب و تشدیدکننده شکنندگی‌ها بیشتر است.

آیندگان درباره دولت یازدهم چگونه قضاوت می‌کنند؟

من به حسن روحانی خاضعانه اینگونه بحث کارشناسی خود را مطرح می‌کنم: درک می‌کنیم که در این اقتصاد سیاسی شما انگیزه خود را برای طراحی یک برنامه میان‌مدت با کیفیت تا حدود زیادی از دست داده‌اید و آثار این بی‌انگیزه بودن به وضوح در اسنادی که تاکنون تحت

که دولت یازدهم داشت تا بخش‌های فاجعه‌آمیز ایجادشده در دولت قبلی را تصحیح کند یا روند تخریب آنها را کند نماید، اما این اقدامات به هیچ وجه در استانداردی نبوده که احساس ارتقا و بهبود کیفیت زندگی مردم را در میان عامه مردم پدیدار کند. واقعیت این است که زمانی که دولت جدید روی کار آمد با یک دور باطل رکود تورمی بحران آفرین روبه‌رو بودیم و اکنون در سطح گزارش‌های رسمی حدود ۳۰ درصد از میزان رشد تورم کاسته شده است. البته معنای آن این است که گرچه در مقایسه با روندی که دولت قبلی ایجاد کرده بود شدت فشار به مردم کاهش یافته اما به این معنا نیست که وضعیت مردم بهبود یافته است.

به عبارت دیگر قدر مطلق فشارهای تورمی با شیب کمتر در این دولت همچنان استمرار داشته و مسئله اساسی این است که چون در جریان کنترل تورم گستره و عمق رکودی که کشور با آن مواجه شده ابعاد بی‌سابقه‌ای پیدا کرده مردم احساس فشار مضاعف می‌کنند و این موضوع کاملاً قابل درک است. بنابراین دولت محترم و کل نظام تصمیم‌گیری و تخصیص منابع کشور باید به بایسته‌های این شرایط شکننده وحشتناک و به ابعاد به مراتب وحشتناک‌تر نابرابری‌هایی که در توزیع ثروت اتفاق افتاده و محصول دولت‌های قبلی و به ویژه دولت احمدی نژاد است و نابرابری‌های منطقه‌ای را هم رقم زده است توجه کنند.

فهم صحیح از ابعاد رکود عمق‌یافته یکی از فوری‌ترین موضوعاتی است که باید در دستور کار ملی قرار بگیرد. مطالعات من نشان می‌دهد که به همین اندازه که با فروپاشی طبقه متوسط درآمدی و گسترش بی‌سابقه فقر و در نتیجه بحران تقاضای موثر در سطح خانوارها و بنگاه‌ها روبه‌رو هستیم، با بحران به مراتب شدیدتری در زمینه تقاضای موثر دولت هم روبه‌رو هستیم. رد این بحران تقاضای موثر را در رفتارهای دولت در زمینه تعهدهای کلیدی



اقتصاد غیر رقابتی به رشد نمی‌رسد

سیدحامد واحدی عضو هیئت رئیسه اتاق تهران

است و از آن مهم‌تر اینکه دولت با توجه به بحران‌های مالی ناشی از این اتفاق، توان پرداخت مطالبات پیمانکاران بخش خصوصی را نیز ندارد. آنچه اکنون پیش روی ماست، کلافی سردرگم از این مشکلات است و باید با روش‌هایی منطقی و علمی سعی در رفع آنها کرد. در حال حاضر به نظر می‌رسد که کلید حل بسیاری از مصائب اقتصادی کشور، افزایش میزان سرمایه‌گذاری برای خروج از رکود است. بنابراین حضور جدی بخش خصوصی و آغاز فرآیند توسعه بنگاه‌ها باید با سرعت بالایی رخ دهد. اما واقعیت این است که بخش خصوصی هم برای حضور جدی در عرصه اقتصاد با تنگناهایی مواجه است که شاخص‌ترین آن فضای نامساعد کسب و کار و اندازه بزرگ دولت است. طی تمامی سال‌های گذشته اندازه دولت به شکل غیرعادی و بی‌دلیلی رشد پیدا کرده است. این رشد موجب شده تا عملاً دو اتفاق رخ دهد: اولاً متناسب با این رشد، دولت و شرکت‌های دولتی به رقیبی جدی برای بخش خصوصی در تمامی حوزه‌های اقتصادی تبدیل شده‌اند. دوماً اینکه رشد بیش از اندازه دولت به تولید انبوه قوانین و مقررات نیز انجامیده است.

حتی بدون توجه به دیگر مشکلات ساختاری اقتصاد ایران مانند موضوع بانک‌ها، نظام یارانه‌ای، نظام ارزی و نظام مالیاتی بازهم بخش خصوصی با توجه به همان دو مولفه برآمده از دولت بزرگ، فرصت مناسبی برای کسب و کار ندارد.

امروز که در همه محافل اقتصادی، حرف از ایجاد فضای رقابتی در اقتصاد زده می‌شود باید دقت داشت که پیش شرط رقابت، اصلاح رویه‌های دولتی و استراتژی‌های اقتصادی دولت‌هاست. فضای رقابتی زمانی ایجاد می‌شود که زمین بازی برای حضور بخش خصوصی مهیا

اقتصاد ایران طی یکسال گذشته به شدت تحت تاثیر دو مولفه قرار گرفته است. مولفه اول تداوم رکود یا به تعبیر دیگری ادامه رشد کم اقتصادی است و موضوع دیگر امتداد فساد در بدنه اقتصاد کشور است. به طور حتم موضوع دوم اجازه نمی‌دهد که بحران اول اقتصاد ایران یعنی همان رکود حل شود. یکی از پیش شرط‌های از میان رفتن رکود و بازگشت رونق به اقتصاد ایران، ایجاد فضای رقابتی، برابر و عاری از رانت است. اما تا زمانی که عناصر فسادزا در اقتصاد ایران وجود دارند، نه می‌توان و نه باید انتظار داشت که بسترهای لازم برای رقابت ایجاد شود. با این حال باید در نظر داشت که وضعیت عمومی اقتصاد کشور به سمتی پیش رفته که نیاز شدید به حضور سرمایه‌گذار خارجی و سرمایه‌گذار داخلی احساس می‌شود.

کاهش درآمدهای نفتی (با وجود اینکه میزان استخراج و صادرات نفت ایران افزایش یافته است) موجب شده تا فرآیند توسعه کشور به تاخیر بیفتد. در واقع دست دولت برای انجام پروژه‌های عمرانی بسته

اقتصاد ایران طی یکسال گذشته به شدت تحت تاثیر دو مولفه قرار گرفته است. مولفه اول تداوم رکود یا به تعبیر دیگری ادامه رشد کم اقتصادی است و موضوع دیگر امتداد فساد در بدنه اقتصاد کشور است. به طور حتم موضوع دوم اجازه نمی‌دهد که بحران اول اقتصاد ایران یعنی همان رکود حل شود.

طی تمامی سال‌های گذشته اندازه دولت به شکل غیرعادی و بی‌دلیلی رشد پیدا کرده‌است. این رشد موجب شده تا عملاً دو اتفاق رخ دهد: اولاً متناسب با این رشد، دولت و شرکت‌های دولتی به رقیبی جدی برای بخش خصوصی در تمامی حوزه‌های اقتصادی تبدیل شده‌اند. دوماً اینکه رشد بیش از اندازه دولت به تولید انبوه قوانین و مقررات نیز انجامیده است. بخش خصوصی با توجه به همین دو مولفه برآمده از دولت بزرگ، فرصت مناسبی برای کسب و کار ندارد.

محیط کسب و کار تنها به همین چند نکته خلاصه نمی‌شود. اقتصاد ایران اگر در مسیر برنامه‌ها حرکت می‌کرد (البته امیدواریم که در آینده حرکت در مسیر برنامه‌ها باشد) به طور حتم بخشی از مشکلات امروز وجود نداشت. در برنامه‌های مختلفی که برای اقتصاد ایران تدوین شده به موضوعات مختلفی مانند اندازه دولت، فساد و بسیاری دیگر از مسائل ساختاری اشاره شده است. اما متأسفانه اصولاً دولت‌ها تمایلی به حرکت در مسیر برنامه‌ها ندارند. یک نمونه عالی و علمی از برنامه‌هایی که می‌توانست و البته هنوز هم می‌تواند آینده اقتصاد ایران را نجات دهد، اقتصاد مقاومتی است. در این برنامه مسیر تعالی اقتصاد کشور دیده شده است و با انکای به آن می‌توان پیش‌بینی رندهای قابل‌توجهی را برای آینده اقتصاد کشور داشت. برنامه اقتصاد مقاومتی در واقع راه اصلی مبارزه با فساد و بهبود محیط کسب و کار در اقتصاد ایران است. دولت امروز هم می‌تواند در فرصت باقی‌مانده به بخش‌های کلیدی از این برنامه عمل کند و در نهایت بسترهای لازم برای رقابت واقعی در اقتصاد ایران را بسازد.

آنچه امروز باید درباره آن فکر جدی کرد، همین موضوع رقابت است. در اقتصادی که رقابت نباشد، فساد تولید و بازتولید می‌شود و در اقتصادی که فساد وجود داشته باشد، خبری از رشد و پویایی نیست. اینها موجب می‌شوند که آینده اقتصاد کشور در خطر قرار گیرد و از آن مهم‌تر اینکه نسل جوان و تحصیل‌کرده کشور همچنان در تب بیکاری بسوزد.

باشد ولی متأسفانه در حال حاضر زمین بازی وجود ندارد و بنابراین رقابت هم شکل نمی‌گیرد.

در پس این وضعیت، روند تولید فساد هم فزاینده می‌شود. به این معنی که قوانین زائد پیش روی کسب و کار فساد می‌سازند، رانت‌های موجود در اقتصاد ایران مانند ارز دونه‌ری فساد تولید می‌کنند و همین‌طور این فهرست را می‌توان ادامه داد. بر همین اساس است که به دلیل تکثر دیدگاه‌ها در مورد اداره اقتصاد کشور در حوزه‌های مختلف به بحران برخورد می‌کنیم. از جمله اینکه به تازگی در مورد موضوع پیوستن ایران به FATF هم چنین اتفاقی رخ داد. FATF مانند سوئیفت یک سازمان بین‌المللی است که براساس توافق مشترک کشورهای مختلف جهان و به دلیل مبارزه جدی با پولشویی راه‌اندازی شده است. متأسفانه تحریم‌های ظالمانه‌ای که طی یک دهه به اقتصاد ایران تحمیل شد، شرایطی را رقم زد که نظام بانکی و مالی ایران از قواعد بین‌المللی دور بیافتد. بنابراین امروز هم وقتی نامی از FATF به میان می‌آید، قرائت‌ها و دیدگاه‌های مختلف و متضادی در مورد آن مطرح می‌شود. به دنبال آن اصل موضوع به فراموشی سپرده می‌شود. FATF از نظر کشورهای شریک ایران تنها تضمینی است که نشان می‌دهد، ایران قواعد بین‌المللی را پذیرفته و در این چارچوب‌ها حرکت می‌کند.

حال باید در نظر داشت که اقتصاد ایران در انتظار جذب سرمایه‌گذاران خارجی است. این سرمایه‌گذاران نیز پیش از ورود به ایران، به طور حتم تمامی شاخص‌های بین‌المللی را رصد می‌کنند. متأسفانه وضعیت ما در شاخص بسیار مهم فساد مطلوب نیست. از سوی دیگر با ایجاد مناقشه بر سر حضور در معاهدات بین‌المللی، نشانه نامطلوب دیگری از اقتصاد ایران مخابره می‌شود. در این شرایط به طور نمونه پذیرش FATF موجب این می‌شود که رتبه ایران در شاخص فساد کاهش یابد. بهبود شرایط ایران در این شاخص نیز در نهایت منجر به جذب سرمایه‌های خارجی بیشتر می‌شود. بنابراین نباید با موضوعات کارشناسی و فنی برخوردی غیراقتصادی کرد. البته باید توجه کرد که قبول شرایط FATF یکسری مخالفانی دارد. به همین دلیل هم قوه مجریه باید توجه کند که خدایی‌نکرده استقلال مالی‌مان، استقلال کشورمان و استقلال نظام هماهنگ حاکمیتی ما از بین نرود. باید توجه داشت که پذیرش این معاهدات بین‌المللی باید هماهنگ با اصول کلی کشور بوده و چارچوب‌های اصولی نظام در نظر گرفته شود. از سوی دیگر باید دقت کرد که مبارزه با فساد به منظور بهبود



آینده سیاسی کشور، نقش مهمی در اقتصاد دارد

حسن فروزان فرد عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

می‌کند. قوانینی در اقتصاد وجود دارد که در همه جای دنیا اثر می‌کند. وقتی نرخ بهره تسهیلات پایین می‌آید، دریافت وام افزایش پیدا کند، اما به نظر می‌آید که لزوماً با این چند درصد کاهش نمی‌توان تغییری بزرگ را شاهد بود.

تغییر بزرگ زمانی رخ می‌دهد که مجموعه حاکمیت در کشور تصمیمی بگیرند و فضا را به گونه‌ای آرام و منطقی کنند که سرمایه‌گذار داخلی و خارجی تصویری منطقی و شفاف برای آینده داشته باشد و بتواند تصمیم بگیرد. به این ترتیب تصمیم‌گیری‌های بهتری برای سرمایه‌گذاری انجام خواهد شد. حالا چه در بخش کشاورزی و چه در بخش صنعت و معدن. با این حال، کاهش نرخ سود تسهیلات قدم‌های مثبتی است. اساس حرکت به سمت نرخ بهره یک‌رقمی و تورم زیر ۱۰ درصد می‌تواند در سرمایه‌گذاری موثر باشد. اساس این حرکت‌ها برای اینکه اقتصاد بتواند به حدی از سلامتی دست پیدا کند مهم است.

ما باید قبول کنیم که آثار این حرکت‌ها را بپذیریم و صبر کنیم اقتصاد به روال منطقی خودش برگردد. اما با این حال هیچ کدام از اینها عامل اصلی برای جهش اقتصاد و سرمایه‌گذاری نیست مگر آنکه عموم موثرترین تصمیم را بگیرند و فضا را به گونه‌ای آماده کنند که این فضا قابل پیش‌بینی برای سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی شود.

بعضی‌ها فکر می‌کنند که بالا بودن ریسک در فضای کسب و کار ایران مانع تمایل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بوده است، اما در واقع نامشخص بودن و غیرقابل اندازه‌گیری بودن این ریسک‌ها باعث توقف شده است. سرمایه‌گذارها می‌توانند در شرایط ریسک و تورم بالا در کشور زندگی می‌کنند اما به شرطی که بتوانند آن را اندازه‌گیری کنند. به عبارتی شفاف‌سازی در این زمینه به سرمایه‌گذاری کمک می‌کند. در چند سال گذشته به دلایل مختلف و برخوردهای سیاسی با موضوع و مقابله‌های مختلف با دولت، شفاف نبودن فضای اقتصادی رخ داده است.

علی‌رغم اقدامات دولت در تثبیت متغیرهای اقتصادی از جمله تورم، اما جو سیاسی کشور به گونه‌ای است که گویا اجازه داده نمی‌شود، فعالان اقتصادی نسبت به آینده به جمع بندی دقیق برسند و تصمیم‌گیری کنند. به همین دلیل هم سرمایه‌گذاران اصولاً منتظر انتخابات مختلف از جمله انتخابات، دولت، مجلس و شوراها هستند. این عدم قطعیت در این اندازه بزرگ، مهم‌ترین عامل رکود در سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی است.

البته باقی فاکتورهای اقتصادی بی‌اثر نیست اما خیلی هم مهم نیست. کاهش بهره بانکی می‌تواند آثار مثبتی در اقتصاد داشته باشد اما شرایط رکود تورمی همراه با شرایط پوسیده اقتصاد سیاسی، کاربرد اقتصاد اثباتی را کمتر

بانک کشاورزی، نرخ سود تسهیلات را از ۱۸ درصد به ۱۵ درصد کاهش داد. اما سوال اصلی در این میان این است که آیا واقعا امروز بی‌توجهی و کم‌تمایلی بخش خصوصی در حوزه سرمایه‌گذاری در کشور لزوماً وابسته به نرخ بهره است یا نه؟ آیا این متغیر در عدم تمایل یا کم‌تمایلی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری نقشی مهم دارد؟

به نظر من، در کنار دیده‌ها و شنیده‌ها از وضعیت اقتصادی کشور این عنصر حتی یکی از مهم‌ترین عناصر هم نیست. آن چیزی که برای کشور و آینده اقتصاد مهم است، یک تصویر روشن از آینده سیاسی کشور است. اتفاقات ۱۰ سال گذشته در کشور، باعث تغییرات در گفتارهای بین‌المللی شد، همچنین مشکلاتی در فرایند توسعه ای کشور ایجاد کرد.

همچنین دستاویز شدن شعارها و مسایل سیاسی و آسیب خوردن‌های پی‌درپی، شرایط را به گونه‌ای ایجاد کرده که فضا برای سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ایران مشکل شده و حالا توقف جدی را در این زمینه مشاهده می‌کنیم. به این ترتیب این توقف جدی، عامل اصلی رکود است. باید توجه کرد که این توقف سرمایه‌گذاری، نتیجه جمع‌بندی‌های ذهن سرمایه‌گذار از وضعیت کشور است. چرا که این شرایط باعث شده تا شکل و میزان خطرات و ریسک سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذار مشخص نباشد.



سه راهکار برای بهبود روند توسعه ایران

مهدی پازوکی اقتصاددان

اگر خواهان توسعه کشور هستیم، باید سه کار انجام شود؛ نخستین گام آنکه «انضباط پولی» را دایر کنیم؛ امری که باید از راه بانک مرکزی و سیستم بانکی اعمال شود. دومین نکته «انضباط مالی» است که باید از راه بودجه دولت، یعنی هماهنگی بین قوه مجریه و به ویژه سازمان مدیریت و مجلس شورای اسلامی، پی گرفته شود. مجلس، در بی‌انضباطی مالی دولت می‌تواند هزینه‌های غیرضروری به وجود آورد. حداقل ۳۰ سال طول می‌کشد پروژه‌های نیمه‌کاره تمام شود. سومین نکته هم «ایجاد فضای کسب و کار مناسب برای توسعه» است. این فضا باید در محیط شفاف شکل بگیرد که مجموع حکومت باید آن را رعایت کنند. علاوه بر این به وجود آوردن رقابت اقتصادی و در کنار اینها نفی انحصار است. هر گونه انحصاری برای اقتصاد ایران از سم مهلک‌تر است.

بنابراین من اعتقاد دارم برای فضای کسب و کار، قوه قضاییه نقش منحصر به فردی دارد و در ایران گروه‌های محافظه‌کار چون آشنایی با مدیریت جهانی و مبانی علم اقتصاد ندارند، با توسعه کشور تنگ‌نظرانه برخورد می‌کنند. وقتی گفته می‌شود «شفافیت» یعنی آزادی فعالیت اقتصادی، یعنی حقوق شهروندی و حق دفاع هر فرد از حقوق خودش. چون محافظه‌کاران با دنیا مدرن آشنایی ندارند، آزادی را تنها بی‌بند و باری می‌بینند. اگر قوه عقلی ما کارآمد باشد و بتواند عدالت نسبی را در جامعه برقرار کند، آینده فضای کسب و کار در نهایت اگر مناسب باشد، باعث افزایش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی خواهد شد. این موضوع هم زمینه را برای افزایش تولید ملی، افزایش درآمد سرانه و به دنبال آن بهبود رفاه اقتصادی جامعه فراهم می‌کند.

تجربه جهانی نشان داده است که هیچ کشوری بدون ارتباط با جهان توسعه‌یافته امکان پیشرفت اقتصادی ندارد. به عنوان مثال امروز که مقام‌های ارشد جمهوری اسلامی خواهان رشد ۸ درصدی هستند، این رشد اتفاق نمی‌افتد مگر آنکه بهره‌وری در اقتصاد کشور افزایش پیدا کند. کما اینکه در برنامه ششم ۴۰ درصد رشد اقتصادی مرتبط با بهره‌وری عوامل تولید است. برای افزایش بهره‌وری نیازمند دانش فنی و انتقال تکنولوژی هستیم و این امر ممکن نخواهد شد جز در یک ارتباط اقتصادی برد-برد با جهان توسعه‌یافته.

دستیابی به توسعه در ایران پیچیده شده است. موضوعی که با روش‌های سنتی حاصل نمی‌شود؛ واقعیت آن است که جهان مدرن را اندیشه‌های مدرن اداره می‌کند نه تنها ابزارهای مدرن. با توجه به روند تحولات جهانی و البته با توجه به اینکه علم و تکنولوژی روز به سادگی به دست نمی‌آید، رسیدن به توسعه کمی پیچیده شده است. به نظر می‌رسد در شرایط فعلی اقتصاد ایران اگر با مشکلات اقتصادی برخورد کارشناسی و علمی شود و بر اساس مبانی علم اقتصاد که در همه جهان و کشورهای توسعه‌یافته به کار بسته می‌شود، شاید بتوان راهی به سوی توسعه جست.

مشکل ایران این است که مجموعه حکومت، یعنی قوه قضاییه، مقننه و اجرائی پیشرفت و توسعه را نمی‌خواهند. به گمان من نقش قوه قضاییه در بهبود فضای کسب و کار، نقش منحصر به فردی است. اگر قوه قضاییه ایران یک قوه آسان، در دسترس و سریع باشد، نقش بسزایی در اینکه امنیت اقتصادی را به ایران بازگرداند بازی خواهد کرد.

هیچ کشوری بدون ارتباط با جهان توسعه‌یافته امکان پیشرفت اقتصادی ندارد. به عنوان مثال امروز که مقام‌های ارشد جمهوری اسلامی خواهان رشد ۸ درصدی هستند، این رشد اتفاق نمی‌افتد مگر آنکه بهره‌وری در اقتصاد کشور افزایش پیدا کند. کما اینکه در برنامه ششم ۴۰ درصد رشد اقتصادی مرتبط با بهره‌وری عوامل تولید است. برای افزایش بهره‌وری نیازمند دانش فنی و انتقال تکنولوژی هستیم و این امر ممکن نخواهد شد جز در یک ارتباط اقتصادی برد-برد با جهان توسعه‌یافته.



به جای مقابله با واردات، تولید را آسان کنیم

مهدی معصومی عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

در نظر داشته باشید که واردات در کشور ما بسیار بی‌دردستر از تولید است، الان هر کسی راحت می‌تواند با کمترین هزینه، مجوزهای لازم برای واردات را دریافت کند و با واریز پول و پرداخت گمرکی کالا را وارد کند ولی برای تولید همان کالا باید ده‌ها کارمند و کارگر استخدام کرد، چندین مجوز گرفت، با تامین اجتماعی، مالیات و... روبه‌رو شد و هزار داستان دیگر؛ خب در این شرایط به نظر شما دو کارمند داشته باشیم و واردات انجام دهیم بهتر است یا واحد تولیدی راه‌اندازی کنیم؟! البته نمی‌توان جلوی واردات را گرفت. به جای این که بخواهیم جلوی واردات را بگیریم باید تولید را راحت‌تر کنیم. در نظر داشته باشید الان تولیدکننده یک کالا علاوه بر مشکلات تولید حتی با مسئولیت‌های سنگینی هم نسبت به محصولاتی که تولید می‌کند روبه‌رو است که بسیاری از آنها حتی به او هیچ ارتباطی ندارد ولی دائماً باید پاسخگو باشد؛ واقعیت این است که اگر تولید در کشور ارزش شود و مورد حمایت قرار گیرد در آن زمان با افزایش روبه‌رو خواهد شد و امکان رقابت با کالای خارجی وارداتی را هم خواهد داشت.

۷۰ درصد ظرفیت خود در کشور کار می‌کند عملاً هزینه و قیمت تولید افزایش پیدا می‌کند و این کارخانه امکان رقابت با کالای خارجی و وارداتی را که یک تولیدکننده چینی در کارخانه خود با حداکثر ظرفیت تولید کرده، ندارد. در کشورهای مختلف دولت‌ها از تولید حمایت می‌کنند. برای تولید باید شرایط خاص ایجاد کرد و در مقابل آن هم کشورها برای واردات شرایط ویژه دارند مثلاً برای واردات محصولات نهایی تعرفه ۳۰ درصدی در نظر می‌گیرند ولی روی واردات مواد اولیه تعرفه نمی‌گذارند در صورتی که در کشور ما اصلاً این شرایط رعایت نمی‌شود.

واردات در کشور از تولید به شدت راحت‌تر و بی‌دردستر است و شرایط در کشور ما به گونه‌ای است که افراد کمی به سمت تولید کشیده می‌شوند. واقعیت این است که یک نفر با دو کارمند می‌تواند به راحتی یک کشتی ذرت وارد کشور کند ولی اگر همان میزان ذرت را بخواهیم در کشور تولید کنیم هزار داستان، مجوز و... لازم است. مشکل اصلی واردات بی‌رویه در کشور در محصولات صنعتی، کشاورزی و... زیرساختی است و یکی از اصلی‌ترین چالش‌های کشور قیمت تمام‌شده بالاست که بخش مهمی از آن به هزینه‌های سربار تولید باز می‌گردد، وقتی یک کارخانه حداکثر با ۵۰ درصد یا

در نظر داشته باشید که واردات در کشور ما بسیار بی‌دردستر از تولید است، الان هر کسی راحت می‌تواند با کمترین هزینه، مجوزهای لازم برای واردات را دریافت کند و با واریز پول و پرداخت گمرکی کالا را وارد کند ولی برای تولید همان کالا باید ده‌ها کارمند و کارگر استخدام کرد، چندین مجوز گرفت، با تامین اجتماعی، مالیات و... روبه‌رو شد و هزار داستان دیگر؛ خب در این شرایط به نظر شما دو کارمند داشته باشیم و واردات انجام دهیم بهتر است یا واحد تولیدی راه‌اندازی کنیم؟!»



چگونه در فروش فوق ستاره شویم؟

ترجمه: نیما شفیعی

همیشه به دنبال راه‌حل‌های جدید، خلاقانه برای رفع دغدغه‌های خود و مشتاق برای یادگیری ابزارها و تکنیک‌های جدید برای ماندن در صدر فروش هستند.

هدف محور:

تعریف موفقیت در واقع رسیدن یا نرسیدن

آموزش پذیر:

برای تبدیل شدن به یک فوق ستاره فروش، آموزش و یادگیری بیش از استعدادهای ذاتی اهمیت دارد. مطمئناً هیچ‌کس یک فروشنده به دنیا نخواهد آمد. همه ما نیاز به آموزش برای به‌روز نگه داشتن دانش در حوزه تخصصی خود داریم. فوق ستاره‌های فروش

خیلی از فروشنده‌ها به دنبال ستاره شدن در کسب و کار خود هستند و تلاش می‌کنند خصوصیات فروشندگان حرفه‌ای را بشناسند و در خود ایجاد نمایند. در این مقاله می‌خواهیم خصوصیات موفق‌ترین فروشندگان را به شما معرفی کنیم:

مسئولیت پذیر:

فروش حرفه‌ای با متمرکز بودن روی سه عامل محصول، فرآیندهای فروش و بهره‌وری به دست می‌آید. فوق ستاره‌های فروش معتقدند مسئولیت‌پذیری از مهم‌ترین ویژگی‌های یک فروشنده است و اگر چیزی اشتباهی پیش رود، آنها مسئولانه اشتباه خود را قبول خواهند کرد. این ویژگی باعث ایجاد یک برتری رقابتی فراگیر و دائمی خواهد شد، زیرا آنها خود را مستقیماً مسئول موفقیت تمام تلاش‌های خود می‌دانند که همین موضوع باعث به دست آمدن دستاوردهایی بالاتر از کیفیت و استاندارد تعیین شده توسط سازمان خواهد شد.



خدمت جدید را به روز می کنند.

ارتباط با مشتری:

اگر دانش درباره محصول مهم است، عاشق مشتری بودن دو برابر مهم تر است. هر چقدر بیشتر در کار فروش باشید بیشتر از نیازهای مشتریان اطلاع پیدا می کنید، بنابراین بیشتر هم می توانید به آنها کمک کنید. با صحبت به زبان مشتریان و گوش دادن به دغدغه های آنها، بیشتر مورد اعتماد خواهید بود. به زبان ساده فوق ستاره های فروش، مردم را دوست دارند و با تجربه ای که در کار خود کسب کرده اند، به طور مستمر در تلاش برای حل مشکلات آنها هستند. فوق ستاره های فروش همواره در تلاش برای ارتباط موثرتر با مشتریان خود هستند و برای این منظور مهارت های فردی مربوطه نظیر گوش دادن، سوال پرسیدن، مدیریت شکایت و ... را توسعه می دهند. که این مهارت ها در نهایت منجر به خدمت رسانی بهتر خواهد شد.

مدیریت زمان:

زمان مهم ترین دارایی یک فروشنده است و شما به عنوان یک فروشنده قطعاً نباید آن را از دست بدهید. فوق ستاره های فروش مشتریان خود را اولویت بندی می کنند تا بتوانند سودآوری بیشتری برای کسب و کار خود داشته باشند. از طرفی در دنیای فروش که سرعت حرف اول را می زند، اتوماسیون فرآیندهای فروش به شدت ارزشمند است تا زمان لازم برای تعامل با مشتریان و معاملات به حداقل برسد. فوق ستاره های فروش در زمان بیکاری نیز دست از کار نمی کشند و به یادگیری و توسعه مهارت های فردی و سازمانی خود می پردازند.



و با اراده خود از دوران رکود، گذر می کنند و با پشتکار خود نیز در صدد تبدیل موانع به فرصت ها هستند.

دانش خیلی زیاد درباره محصول/خدمت:

مشتری از فروشنده انتظار دارد از تمام ویژگی ها، شرایط و حتی ضعف های محصولی که قصد فروش آن را دارد مطلع باشد. مطمئن باشید شما راحت تر می توانید چیزی که درباره آن زیاد می دانید را بفروشید تا چیزی که اصلاً درباره آن نمی دانید. همین موضوع یکی از تفاوت های یک فوق ستاره فروش با یک فروشنده معمولی است. فوق ستاره فروش با داشتن دانش کافی از محصول خود، اعتماد به نفس بیشتری پیدا می کند و می تواند راه های خلاقانه تری برای متقاعد کردن مشتری جهت خرید محصول ارائه کند. آنها برای رسیدن به این مرحله به طور منظم اطلاعات خود درباره محصول /

به هدف گذاری هایی است که انجام شده است. از این رو افراد موفق را کسانی می دانیم که اهدافی که خود یا سازمان برای آنها تعریف کرده اند را به طور مستمر محقق سازند. در فروش هم به کسی فوق ستاره می گوئیم که حتی از اهداف تعیین شده فراتر رود. این اهداف می توانند هدف گذاری های فروش، فعالیت ها، نرخ بهره وری و ... باشند.

انگیزه، اراده و پشتکار بالا:

تحقق اهداف در انگیزه پایین به ندرت حاصل می شود. این موضوع هم خیلی دور از انتظار نیست، بدون انگیزه و به دنبال آن بدون اراده و پشتکار، گذر از سختی ها و رسیدن به اهداف بسیار مشکل خواهد بود. چند مورد بی توجهی و بی تفاوتی مشتریان نسبت به فرآیندهای فروش، کافیسست که شما را برای رسیدن به اهداف دلسرد کند. در مقابل فوق ستاره های با انگیزه فروش، دست از تلاش برای رسیدن به اهداف برنمی دارند

۱۰ نکته برای ایجاد خلاقیت در کار

نشوند باید با جزییات آنها را یادداشت کنید. یادداشت همین ایده‌ها منجر به شکل‌گیری ایده‌های بزرگتر می‌شود.

۶- به خود استراحت ذهنی بدهید: خیلی از رهبران تجارت‌های بزرگ از رسانه‌ها و یا اینترنت استفاده می‌کنند اما خیلی از آنها برای باورند که ذهن نیاز به استراحت دارد و استفاده بیش از حد از رسانه‌ها منجر به آشفتگی ذهنی می‌شود. البته ذهن نباید همیشه در حالت استراحت قرار داشته باشد چون ذهن حقیقتاً پویاست. آنچه که در اینجا مطرح است همان تمرکز برای شکل‌گیری ایده‌های بهتر کاری است.

۷- ساعات خوشی را فراموش نکنید: برای اینکه خلاقیت بیشتری داشته باشید باید از ذهن خود کمک بگیرید. طبیعتاً یک ذهن پریشان و آشفته، ایده‌هایی ندارد که در اختیار شما بگذارد. بنابراین سفر کنید و در سفر، ذهن خود را خالی کنید تا ایده‌های جدید در آن شکل بگیرد.

۸- فعالیت‌های فیزیکی: فعالیت‌های بدنی ذهن را باز می‌کند. به خصوص اگر شغل شما به گونه‌ای است که باید دائماً در حالت نشسته و پشت سیستم‌های کامپیوتری باشید، باید حتماً تحرک را از برنامه‌های روزانه خود حذف نکنید. فعالیت بدنی، به خوب فکر کردن شما کمک می‌کند.

۹- نقاط قوت را تقویت کنید: این یک تصور غلطی است که خلاقیت تنها متعلق به انسان‌هایی است که طبیعتاً هنرمند هستند. هر انسانی می‌تواند خلاق باشد به شرطی که ذهنی آماده داشته باشد. لازم نیست ایده‌های ما خیلی فوق‌العاده باشند. ایده‌های کوچک، گام اول برای شکل‌گیری ایده‌های بزرگ هستند.

۱۰- کلمات را بیرون بریزید: ذهن زمانی که آشفته است باید درمان شود و درمان آن سخن گفتن است. با بیرون ریختن کلمات از ذهن، آشفتگی را از خود دور کنید. حتی می‌توانید کلمات را بنویسید تا ذهن‌تان خالی شود و برای ایده‌های جدید فضای کافی به وجود بیاید.

نوآوری نیروی حیاتی موفقیت یک شرکت در دنیای امروز است. در بسیاری از شرکت‌ها نوآوری و دستیابی به ایده‌های برتر یک عنصر کلیدی به حساب می‌آید. این عنصر در همه شرکت‌ها دیده نمی‌شود. خلاقیت و نوآوری باعث موفقیت می‌شود در صورتی که این خلاقیت در آن مجموعه پیاده‌سازی بشود. پرورش خلاقیت در هر فردی به وی کمک کند تا از آن در زندگی و کار استفاده کند. در محیط‌های کاری افراد خلاق به بهتر شدن فضای کاری کمک می‌کنند. در اینجا ۱۰ استراتژی مهم را برای ایجاد خلاقیت در محیط‌های کاری گردآوری کرده است.

۱- دریافتهای بصری: صرف نظر از مسئولیت، نقش و کاری که انجام می‌دهید تجسم داده‌ها به شکل‌گیری ایده‌های جدید کمک می‌کند. در واقع یک ابزار قدرتمند برای ایجاد خلاقیت، دید وسیع و قدرت تجسم بالا است.

۲- فکر آزاد: برای ایجاد خلاقیت در قدم اول ذهن را آماده می‌کنیم. پس از آن باید ذهن شما بدون هیچ نگرانی یا استرسی از جملات منفی، عبارت منفی یا موانع فکری عبور کرده و عباراتی مثل «می‌توانم» و «می‌شود» را در ذهن پرورش دهد.

۳- وارونه بنگرید: به جای اینکه یک کار را از اول به آخر نگاه کنید از آخر به اول بنگرید. هیچ وقت نگویید چطور انجامش دهم راهی که در ایجاد خلاقیت به کار می‌گیرید، نباید با وجود موانع متوقف بشود.

۴- بازی کنید: خلاقیت را در بازی کردن بیاموزید. در بازی‌ها می‌توانید به خلاقیت دست یابید. مثلاً از کارمندان بخواهید در مورد موضوعات مختلف نظرشان را روی یک تکه کاغذ بنویسند یا ایده‌های کاری‌شان را بنویسند سپس یک کاغذ را به صورت تصادفی بردارید و آن ایده را پیاده‌سازی کنید.

۵- همه چیز را یادداشت کنید: هیچ ایده ای دور از دسترس نیست. هر ایده‌ای در کار ارزشمند است. برای اینکه این ایده‌ها فراموش

کارمندان مدیر می خواهند، نه دوست

ترجمه: مریم رضایی

طوری تربیت کنید که در بزرگسالی فردی شریف، قابل احترام و موفق باشد. این موضوع مستلزم تادیب و انضباط، اختصاص وقت و اتخاذ تصمیم‌های دشوار است. اگر بهترین‌ها را برای فرزندان می‌خواهید، ابتدا باید ولی او باشید سپس دوست او. همین منطق برای مدیریت یک تیم کاری هم کاربرد دارد. به عنوان یک رهبر سازمانی، وقتی تیم آرام، راحت و سرزنده است، احساس خوبی دارید

کمک کردن یا دوست داشته شدن
رهبری سازمان شباهت زیادی به نقش پدر و مادری دارد. وقتی فرزند دارید، آنقدر به فرزندتان عشق می‌ورزید که دوست دارید هر آنچه طلب می‌کند در اختیار او قرار دهید. همیشه وسوسه می‌شوید که برای آنها هدیه بخرید و باعث شادمانی آنها شوید. اما واقعیت این است که پدر و مادر بودن همیشه سرگرمی و بازی نیست. باید در عین حال فرزندان را

اوایل کارم، برای مدیری کار می‌کردم که به‌ندرت می‌توانست رفتارهای اهانت‌آمیز نسبت به کارکنانش را کنترل کند. هر کاری می‌کردید، او خوشش نمی‌آمد. به تدریج روحیه تیمی کارکنان خدشه‌دار شد و من برای اینکه رفتار او را رمزگشایی کنم، زمان بیشتری صرف کردم. اما در نهایت متوجه نشدم چه چیزی عامل این‌گونه رفتارهای او بود. این تجربه تأثیری ماندگاری بر من داشت. سال‌ها بعد، وقتی کسب‌وکار خودم به نام بودتری (BodeTree) را راه‌اندازی کردم، به خودم قول دادم هیچ‌گاه مثل او رفتار نکنم. می‌خواستم محیطی ایجاد کنم که در آن کارکنانم احساس قدرت و احترام کنند و از اینکه عضوی از تیم هستند، خوشحال باشند. اما در تلاش برای جلوگیری از ایجاد محیطی سمی مثل آنچه خودم قبلاً تجربه کرده بودم، بیش از حد پیش رفتم و از آن سوی بام افتادم. می‌خواستم با اعضای تیمم دوست باشم و این باعث شد از مخالفت کردن اجتناب کنم، انتظارات بیش از حد بین کارکنان ایجاد کنم و در نهایت نتوانم آنها را مدیریت کنم. بالاخره به این نتیجه رسیدم که کارمندان به یک مدیر نیاز دارند، نه یک دوست.





می‌گیرد و بقیه در رده‌های بعدی به او کمک می‌کنند. اما در واقع رهبری درست مثل یک هرم وارونه است که کل سازمان به یک رهبر در پایین هرم، تکیه کرده‌اند. نمی‌توان از این واقعیت فرار کرد که مدیرعامل، نقش تنهایی دارد. وقتی تلاش می‌کنید بهترین دوست کارمندان خود باشید، در واقع به آنها آسیب می‌زنید. رهبری یعنی دیگران را جلوی خودتان قرار دهید و این نیازمند انضباط، فداکاری و جرات است. اگر در مورد تک تک کارکنان و نیز کل تیم بهترین اقدام ممکن را انجام دهید، ممکن است باعث شود همه دوستان نداشته باشند، اما این درست‌ترین کار است؛ چون کارمندان به مدیر نیاز دارند، نه یک دوست صمیمی.

منبع: Forbes

سر کار حاضر باشند. در گذشته، به دلایل مختلف برای اینکه این قضیه را جا بیندازم همواره با خودم در کشمکش بودم. اول اینکه فکر می‌کردم افراد خودشان باید وظایف خود را بدانند. دوم، از اینکه بخواهم معیارهای متناقض تعیین کنم متنفر بودم. در نتیجه، به آنها چیزی نمی‌گفتم؛ اما چنین رویکردی اصلاً کارآمد نیست. کاری که باید می‌کردم این بود که آن چند نفر را صدا کنم، موقعیت را برای آنها توضیح دهم و انتظاراتم را مشخص کنم. ابهامی که به دلیل اجتناب من از برخورد کردن ایجاد شده بود، فقط به سردرگمی و ناکامی منجر شد.

بپذیرید که تنها بید

هنوز خیلی‌ها به مدل هرمی رهبری استناد می‌کنند که در آن رییس در نوک هرم قرار

و «رییس شوخ‌طبعی» به چشم می‌آید که همه دوست دارند با او ارتباط برقرار کنند. اما درست مثل پدر بودن، رهبری به چیزهای بیشتری نیاز دارد. بدون اعمال فشار بر افراد، نمی‌توانید باعث رشد و بلوغ آنها شوید. اگر انتظارات مشخصی برای تیم تعریف نکنید، آنها را از منطقه امنشان بیرون نکشید و به آنها مسوولیت ندهید، در مهم‌ترین نقش خود به عنوان یک رهبر شکست خورده‌اید. تلاش برای اینکه با همه دوست باشید، اساساً اقدامی خودخواهانه است. رهبری یعنی به دیگران کمک کنید بهترین باشند، نه اینکه چقدر شما را دوست داشته باشند.

برخورد نکردن یعنی بدتر کردن شرایط

برخوردها اگر مناسب و بجا صورت بگیرند، می‌توانند انگیزه‌بخش باشند. اما من همیشه از برخوردهای درون محیط کار اجتناب می‌کردم و ترجیح می‌دادم به کارمندان این مزیت را بدهم که خودشان تشخیص بدهند کار درست چیست. چنین رویکردی بیش از آنکه از بروز مشکل جلوگیری کند، به ایجاد آن می‌انجامد. دلیل آن این است که افراد معمولاً دوست ندارند کار اشتباه انجام دهند. وقتی رفتارها ناامیدکننده است یا با انتظارات همخوانی ندارد، دلیل آن معمولاً اختلاف در درک مسائل است و برخورد نکردن تنها به ایجاد موقعیت منفی منجر می‌شود و همه چیز را بدتر می‌کند.

رهبران در عوض باید انتظارات خود را روشن کنند، حتی وقتی این انتظارات ناخوشایند باشد. مثلاً ساعات کاری ما در «بودتری» نسبتاً منعطف است. اگر یکی از اعضای تیم بخواهد از ساعت ۸:۳۰ تا ۱۷:۳۰ کار کند، مشکلی وجود ندارد. اما بعضی از کارکنان به خاطر ماهیت کارشان باید راس ساعت ۸

هفت قانون طلایی NLP برای موفقیت

قانون انتظارات: هر آنچه که انتظارش را می کشید به سرتان می آید. مثلا اگر انتظار یک زندگی خوب و موفق را می کشید، همان را خواهید داشت و برعکس. پس اگر هر عملی که انجام دهید از آن انتظار مثبت داشته باشید، نتیجه مثبت خواهید گرفت. حتما تأثیر این قانون را در زندگی روزمره زیاد دیده‌اید.

قانون جاذبه معکوس: منفی‌ها، منفی‌ها را جذب می کنند و مثبت‌ها، مثبت‌ها را. افراد با ذهنیت منفی، اشخاص منفی را جذب می کنند و برعکس، افراد با ذهنیت مثبت، اشخاص پرنرژی و مثبت‌اندیش را. قانون جانشینی: ذهن نیمه‌هوشیار در یک لحظه می تواند فقط به یک وجه از قضیه فکر کند (مثبت یا منفی). یعنی زمانی که می خواهیم به جنبه مثبت کاری فکر کنیم قادر نیستیم در همان لحظه جوانب منفی آن را هم بسنجیم. مگر آنکه جنبه منفی جانشین وجه مثبت شود.

قانون کارما: آدمی تنها آنچه را که می دهد باز می ستاند. بازی زندگی، بازی بومرنگ‌هاست. پندار و کردار و گفتار انسان دیر یا زود با دقتی حیرت‌انگیز به خود او باز می گردد. کارما واژه‌ای است سانسکریت به معنای «بازگشت». آنچه که آدمی بکارد، همان را درو خواهد کرد. بسیاری از مردم از این واقعیت غافلند که هدیه دادن نوعی سرمایه‌گذاری است و اندوختن از سر حرص و احتکار جز تنگ‌دستی عاقبتی ندارد.

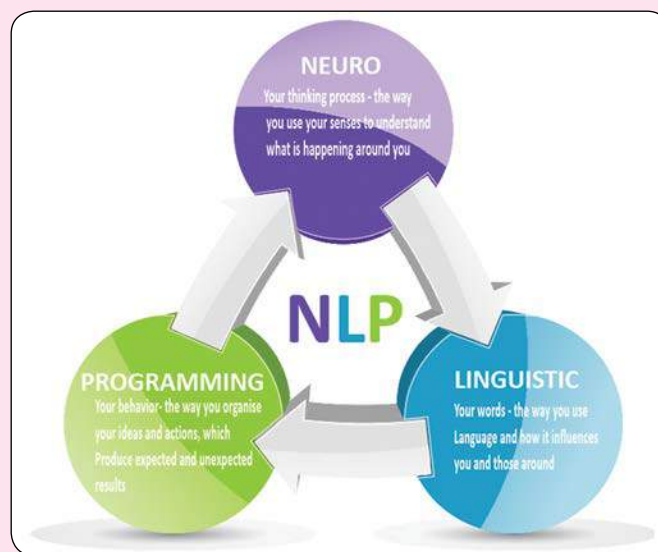
قانون بخشایش: این قانون می گوید خطاهای خود و دیگران را فراموش کنید و ببخشید. فراموش کردن خطاهای خود این حسن را دارد که تصویر ذهنی شخص از خود، مخدوش نمی شود. هر اندیشه خشک و محدودکننده‌ای مثل مقصر دانستن خود، یا کینه و ناراحتی داشتن از دیگران بر ذهن نیمه‌هوشیار اثر گذاشته، مانع پیشرفت می شود.

قانون پرهیز از تردید و هراس: جز تردید و هراس هیچ چیز نمی تواند میان انسان و آرمان‌هایش فاصله ایجاد کند. اگر انسان بدون دلهره، برای تحقق آرزوهایش تلاش کند، بی‌درنگ برآورده خواهد شد. ترس، دشمن بزرگ بشر است. ترس از تنگدستی، ترس از بدبختی، ترس از شکست، ترس از بیماری، ترس از دست دادن و ...

اصطلاح NLP مخفف عبارت برنامه‌ریزی عصبی کلامی (Neuro Linguistic Programming) و یک تکنولوژی رفتاری است که شامل یکسری تکنیک‌ها، روش‌ها و اصول راهنما در مورد زندگی واقعی است. حرف N مخفف Neuro به معنای عصب یا سیستم عصبی (ذهن) است که تجربه ما به وسیله حواس پنجگانه از طریق آن ایجاد می گردد. حرف L مخفف Linguistic به معنای زبانی یا سیستم‌های زبانی یا سیستم‌های ارتباطی غیرکلامی دیگر است که علائم عصبی از طریق آنها به کد تبدیل شده و سپس سازماندهی گردیده و مفهوم را ارائه می دهند. یعنی از طریق این سیستم، فرآیندهای عصبی ذهن به شکل کدگذاری شده منظم و دارای معنی می شوند و سپس از طریق زبان، سیستم‌های ارتباطی و سیستم‌های سمبولیک (مثل گرامر، ریاضیات، موسیقی و علامت‌ها) به منصفه ظهور می رسند. حرف P مخفف Programming به معنای برنامه‌ریزی است؛ یعنی ایجاد توانایی استفاده کردن از برنامه‌هایی که در سیستم عصبی خود می‌ریزیم تا به نتایج مطلوب و خاص برسیم (ارتباط با خود).

در ادامه به هفت قانون طلایی NLP اشاره می‌کنیم:

قانون اعتقادات: به هر چیز که اعتقاد داشته باشید چه درست چه نادرست، بر قسمت نیمه‌هوشیار ذهن تأثیر می‌گذارد و با دقتی حیرت‌آور به عینیت در می‌آید. هر امر باید ابتدا در غالب اعتقاد درآید تا به آن عمل شود.



هوش تجاری و کاربردهای آن



هوش تجاری به مجموعه‌ای از مهارت‌ها، فناوری‌ها و برنامه‌های کاربردی اطلاق می‌شود که به منظور جمع‌آوری، یکپارچه‌سازی، تجزیه و تحلیل و ایجاد دسترسی به انبارهای داده سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرند. هوش تجاری در قالب پردازش تحلیلی آنلاین به تحلیل داده‌های تجاری و ایجاد بستری مناسب جهت اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند می‌پردازد. هوش تجاری نه به عنوان یک محصول و نه به عنوان یک سیستم، بلکه به عنوان یک معماری و رویکردی جدید مورد نظر است که البته شامل مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی و تحلیلی است.

به عبارت ساده، واژه هوش کسب و کار (هوش تجاری) به کلیه روش‌های رایانه‌ای و فرآیندهایی که داده‌ها را به اطلاعات و سپس به دانش تبدیل می‌کنند اشاره می‌نماید. واضح است که سازمان‌های موفق تنها بر روی سرعت و راه‌های انتقال اطلاعات و یا حجم اطلاعاتی که می‌توانند پردازش کنند تمرکز نمی‌کنند، بلکه بیشتر بر روی حفظ ارزش اطلاعات در طول زنجیره ارزش اطلاعات تاکید دارند.

ادعا می‌شود که فرآیندها، فناوری‌ها، ابزارها، نرم‌افزارهای کاربردی، داده‌ها، پایگاه‌های داده، نرم‌افزار داشبورد و داشبوردهای مدیریتی و کارت‌های امتیازی، نقش توانمندساز را در هوش تجاری دارند. با این وجود، این‌ها ابزارهایی در خدمت مفهوم هوش تجاری هستند و به خودی خود هوش

هوش تجاری، مدیران سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا با استفاده از شاخص‌های کلیدی عملکرد و نمایش مقادیر این شاخص‌ها در داشبوردهای مدیریتی و همچنین استخراج گزارش‌های تحلیلی و تصمیم‌ساز از بین داده‌های موجود در بانک‌های اطلاعاتی نرم‌افزارهای اجرایی‌شده، از وضعیت سازمان در جنبه‌های مورد نظر آگاهی یافته، فرصت‌ها و تهدیدهای کسب‌وکار را شناسایی و تجزیه و تحلیل کنند. این راهکارها با انجام فرآیند جمع‌آوری، یکپارچه‌سازی و پایش اطلاعات بانک‌های اطلاعاتی موجود در نرم‌افزارهای عملیاتی و انتقال آن به پایگاه داده، بستر لازم جهت تصمیم‌گیری سریع، دقیق و کاملاً صحیح مدیران را فراهم می‌آورد.

تجاری به شمار نمی‌روند. هوش تجاری به عنوان مرجع اطلاعات باکیفیت در مخازن داده‌ای خوب طراحی شده و هماهنگ با ابزارهای نرم افزاری، مناسب کسب و کار می‌باشند به طوری که برای کارکنان دانشی سازمان‌ها، دسترسی به موقع، تحلیل موثر و درک صحیح از اطلاعات درست و دقیق را به ارمغان آورده و بدین طریق مدیران را قادر می‌سازد اقدامات درستی را برای اتخاذ تصمیمات کاملاً صحیح و موثر انجام دهند. لزوم حرکت شرکت‌ها و سازمان‌ها به سمت پیاده‌سازی هوش تجاری در فضای رقابتی و پیچیده کسب و کار امروزی بر هیچ مدیری پوشیده نیست. راهکارهای



اشتراک

- هزینه ارسال عادی از مشترکان دریافت نمی‌شود.
- افزایش قیمت نشریه در طول دوره اشتراک مشمول مشترکان قبلی نمی‌شود.
- 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 مراجعه نمایید.

مشترک شوید

صنعت نساجی و پوشاک
ماهنامه علمی، فنی و اقتصادی

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 می‌کند.